

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE
PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO,
RUBRO ALBERGUES ECOLÓGICOS DEL DISTRITO DE
YARINACocha, PUCALLPA, 2021

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

AUTOR

VILLACORTA RIVERA, GERARDO ANDRE
ORCID: 0000-0001-9978-843X

ASESORA

ESTRADA DÍAZ ELIDA ADELIA
ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Villacorta Rivera, Gerardo Andre

ORCID: 0000-0001-9978-843X

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

ASESORA

Mgtr. Estrada Díaz Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote-Facultad de Ciencias e Ingeniería,

Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Mgtr. Leon Vigo Maritza

ORCID: 0000-0002-1003-0372

Mgtr. Patiño Niño Victor Helio.

ORCID: 0000-0002-4660-9490

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Angel

ORCID: 0000-0002- 7575-3571

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Leon Vigo Maritza

ORCID: 0000-0002-1003-0372

Presidente

Mgtr. Patiño Niño Victor Helio.

ORCID: 0000-0002-4660-9490

Miembro

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Angel

ORCID: 0000-0002- 7575-3571

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por guiarme día a día y darme fortaleza y sabiduría para seguir adelante en mi carrera profesional. A mis padres Leonardina Rivera Cloud y Juan Rodríguez Estrada, porque ellos son mi inspiración en todo momento.

DEDICATORIA

Con mucho amor, a mi madre
Leonardina Rivera Cloud y mi
abuelita Roberta Cloud
Malpartida; por ser las amigas
perfectas brindándome su amor
y cariño en todas las etapas de
mi vida. A mi esposa por su
apoyo incondicional.

RESUMEN

En la investigación titulada Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021. Tuvo por objetivo general: Determinar la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021. La metodología fue de diseño no experimental- transversal -descriptivo-de propuesta. Se trabajó con una población de 6 representantes de las micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas a través de la técnica de la encuesta y se obtuvo los siguientes resultados: El 83,33% casi siempre la empresa posee un plan de capacitación. El 100.00% casi siempre cumplen con el servicio prometido. El 50.00% casi siempre existe propuestas de mejora. El 66.67% algunas veces la empresa ejecuta encuestas de satisfacción del cliente. El 66.67% casi siempre en la empresa emplean funciones que van de acorde a la misión y visión. Conclusión general, falta priorizar la planificación de la estrategia de atención al cliente, como: equipos de trabajo, plan de contingencias, mecanismos para recoger la percepción del cliente y mejorar la actitud de servicio.

Palabras clave: Albergue turístico, atención al cliente, calidad, gestión.

ABSTRACT

In the research entitled Proposal to improve customer service for quality management in micro and small businesses in the commerce sector, category ecological shelters in the district of Yarinacocha, Pucallpa, 2021. Its general objective was: Determine the proposal to improve customer service to the client for quality management in micro and small businesses in the commerce sector, ecological shelters in the district of Yarinacocha, Pucallpa, 2021. The methodology was a non-experimental-cross-sectional-descriptive-proposal design. We worked with a population of 6 representatives of micro and small companies to whom a questionnaire of 18 questions was applied through the survey technique and the following results were obtained: 83.33% almost always the company has a training plan. 100.00% almost always comply with the promised service. 50.00% there are almost always proposals for improvement. 66.67% sometimes the company runs customer satisfaction surveys. 66.67% almost always in the company use functions that are consistent with the mission and vision. General conclusion, it is necessary to prioritize the planning of the customer service strategy, such as: work teams, contingency plan, mechanisms to collect the customer's perception and improve the service attitude.

Keywords: Tourist hostel, customer service, quality, management.

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de Trabajo	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	vi
5. Resumen y abstract	vii
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas y figuras	ix
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	8
III. Hipótesis	42
IV. Metodología	43
4.1. Diseño de la investigación	43
4.2. Población y muestra	44
4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores	46
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	49
4.5. Plan de análisis	50
4.6. Matriz de consistencia	51
V. Resultados	55
5.1. Resultados	56
5.2. Análisis de los resultados	62
VI. Conclusiones	69
Aspectos complementarios	72
Referencias bibliográficas	73
Anexos	82

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de la capacitación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.	55
Tabla 2. Características de atención a quejas y sugerencias en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.	56
Tabla 3. Características del nivel de servicio en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.	57
Tabla 4. Características de la mejora de proceso en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.	58
Tabla 5. Características de las herramientas de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.	59
Tabla 6. Características de la participación de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.	60
Tabla 7. Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.	61

INDICE DE FIGURAS

Figuras (Anexos)

Figura 1. Capacitación orientado al cliente	102
Figura 2. Plan de capacitación	102
Figura 3. Monitoreo del desempeño del equipo de trabajo	103
Figura 4. Protocolos difundidos en la organización	103
Figura 5. Procesos para el tratamiento de quejas y sugerencias	104
Figura 6. Evalúan acciones de mejora	104
Figura 7. Mejora en el servicio	105
Figura 8. Servicio de post venta garantiza el nuevo ciclo de venta	105
Figura 9. Cumple lo prometido con el servicio	106
Figura 10. Evaluación de los procesos	106
Figura 11. Propuestas para la mejora	107
Figura 12. Emplean planes	107
Figura 13. Conoce las técnicas de gestión	108
Figura 14. Encuestas de satisfacción al cliente	108
Figura 15. Innovar es parte de la mejora de todo procedimiento	109
Figura 16. La empresa está de acorde con la visión y misión	109
Figura 17. Supervisión eficiente	110
Figura 18. Orientación al valor agregado	110

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas surgen de la idea de negocio que tiene todo emprendedor, esto lo llevó a crear su fuente de trabajo con la finalidad de mejorar su calidad de vida. En el Perú son muy relevantes en cuanto al crecimiento económico del país, puesto que generan empleos al 81% de toda la población y contribuye al 40% del PBI. Sin duda alguna toda mype engloba diversos aspectos relevantes en cuanto a la economía de la nación e impulsa a toda competitividad, innovación. (Sarmiento, Mazarío, & Martínez, 2019)

Sin embargo, pese a la importancia que tienen las micro y pequeñas empresas, presentan deficiencias en cuanto a la atención al cliente debido a que no alcanzan las expectativas de los consumidores, por consiguiente, carecen de una adecuada gestión de calidad, ya sea por falta de conocimientos, entre otros aspectos.

Cabe mencionar que estos problemas se presentan a nivel internacional, nacional y local por mencionar:

En España las micro y pequeñas empresas integran un 98% de toda actividad empresarial de aquel país. Pero pese a que son importante para su economía, presentan problemas en cuanto a su gestión de calidad, esto se debe por la falta de preparación o escaso conocimientos que poseen, es decir los microempresarios no evalúan adecuadamente toda necesidad del sector donde pretenden introducirse, estas falencias trajeron consecuencias como: que el 76% de las mypes que nacen cada año solo tienen dos años de permanencia en el mercado (Malásquez, 2017)

En el país de Nueva Zelanda las mypes se encuentran en una posición económica muy

fuerte superando a otros países, ya que tienen una clientela sumamente exigente referente a la gestión de calidad y por tanto a la atención del cliente, esto los direcciona a elaborar y emplear la planeación, procesos, estrategias, entre otros, llegando a ser muy competitivos. (Marchini, 2017)

En México las mypes presentan un alto índice en cuanto a su desaparición en el mercado, esto se debe a que los dueños de las microempresas no han querido ejecutar todo cambio para obtener una buena gestión de calidad y con ello alcanzar todas las expectativas de los clientes: en la atención, etc. Esto en definitiva afecta notablemente a sus negocios ya que no logran ser competitivos y por ende quiebran. (Muñoz & Navarrete, 2018)

En Colombia los propietarios de las mypes carecen de preparación sobre planeación en los procesos los cuales deben desarrollar para que puedan lograr altos estándares de calidad. Esta necesidad los lleva a decaer dentro de los 5 primeros años de su fundación, ya que no tienen los conocimientos que se requieren para una buena gestión de calidad y esto aleja a los clientes, debido a que no les brinda una excelente atención, afectando la rentabilidad de la mype. (Villalobos, 2019)

En Ecuador las micro y pequeñas empresas juegan un papel muy relevante ya que contribuyen considerablemente en la economía del país, asumiendo el desafío de posicionarse en el mercado competitivo. Pese a ello no son ajenos a los problemas en cuanto a gestionar adecuadamente sus planes de trabajo conjuntamente con sus empleados, no toman en cuenta estos importantes aspectos, perjudicando a la atención y/o servicios que se les otorga a los clientes. (Solis & Robalino, 2019)

En el país de Venezuela promueven todo cambio de filosofía de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas puesto que se preocupan por satisfacer toda

necesidad de los clientes, evaluando los procesos y realizando las mejoras con el fin de llegar a alcanzar sus expectativas. (Benzaquen, 2019)

En Argentina las micro y pequeñas empresas quiebran por debajo de los 3 años de haberse creado por la misma inseguridad monetaria que se vive en el país. De igual modo esto también se debe a la falta de innovación constante de los negocios ya que los dueños de las mypes no suelen invertir en herramientas de gestión de calidad, el cual ayuda a elaborar toda estrategia o un plan de mejora para incrementar la rentabilidad de la misma. (Loidi,2019)

En el ámbito nacional en Perú el 97.5% de las microempresas se ven perjudicadas por sus mismos dueños debido a mal manejo de su gestión, es decir no tienen una buena planificación, sistema de control y no motivan a su personal; esto conlleva a que desaparezcan puesto que no tienen convenientes procesos de calidad en cuanto a la atención del cliente. (Alva, 2017)

En el ámbito local, las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha no están libres de estos problemas, ya que sus ventas o ingresos son bajos, porque no logran fidelizar a sus clientes, esto se debe a que no ejecutan a cabalidad los procesos adecuados para el logro de una buena gestión de calidad y la atención al cliente se encuentra descuidada ya que no aplican dichos métodos. Actualmente las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, tienen el desafío de posicionarse en el mercado, pero es necesario elevar los estándares de servicio y calidad, ya que es una problemática si no hay predisposición y capacitación de los recursos humanos disponibles. La mayor parte del personal que conforma los equipos de trabajo de los albergues ecológicos, son los naturales que viven en la cercanía a

estos establecimientos, quienes manifiestan desconocimiento de técnicas de calidad en relación a nivel de servicio, como, por ejemplo, atención al turista, dominio de idioma extranjero y al no ser de su dominio, generan situaciones que menoscaban la imagen de la empresa. Por este motivo, consideramos que es necesario atender la problemática analizando el comportamiento de las variables atención al cliente y gestión de calidad y luego elaborar un plan de mejora con el objetivo de alcanzar un impacto positivo en la gestión de calidad de los negocios de albergues turísticos y desarrollo del turismo ecológico del distrito de Yarinacocha. Según lo expuesto, se planteó la pregunta de investigación: ¿Cuál es el plan de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021?. Con el fin de responder de manera adecuada la pregunta de la investigación se empleó el siguiente objetivo general: Determinar la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021. Asimismo, para comprender y lograr dicho objetivo, se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las características de la capacitación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021. Describir las características de la atención a quejas y sugerencias en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021. Determinar las características del nivel de servicio en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021. Identificar las características de la mejora de proceso en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos

del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021. Determinar las características de las herramientas de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021. Describir las características de la participación de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021. Elaborar un plan de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

La presente investigación se justificó porque proporcionó toda propuesta de mejora en relación a los resultados obtenidos, y conocimientos de gestión y al enfoque de atención del cliente. Se justificó en cuanto a lo teórico ya que la investigación tiene que comparar aquellos resultados que obtuvo con las de otras investigaciones con el propósito de crear una discusión que sea beneficioso o constructivo generando nuevos conocimientos, se justificó en la práctica ya que se pudo generar aquellos aportes en relación a la problemática expuesta para beneficiar al sector empresarial y se justificó en lo metodológico porque se tuvo como base a la ejecución de aquel diseño de carácter científico el cual empleó un instrumento en relación a las variables atención al cliente y gestión de calidad y validez de los planteamientos realizados. La metodología fue de diseño no experimental- transversal -descriptivo-de propuesta. Se trabajó con una población de 6 representantes de las micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas a través de la técnica de la encuesta y se obtuvo los siguientes resultados: El 83,33% casi siempre la empresa posee un plan de capacitación. El 100.00% casi siempre cumplen con el servicio prometido. El 50.00% casi siempre existe propuestas de mejora. El 66.67% algunas veces la empresa ejecuta encuestas de satisfacción del cliente. El 66.67% casi siempre en la empresa emplean

funciones que van de acorde a la misión y visión. Conclusión general, falta priorizar la planificación de la estrategia de atención al cliente, como: equipos de trabajo, plan de contingencias, mecanismos para recoger la percepción del cliente y mejorar la actitud de servicio.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1. Antecedentes Internacionales

Variables: Atención al cliente y Gestión de calidad

Vélez (2019) en su tesis *Gestión empresarial en la mejora del servicio de atención al cliente en el restaurante La Sazón de la Gata*. Tuvo como objetivo general: realizar un plan de capacitación en el área de servicios al cliente, para la mejora de atención de los usuarios. La metodología fue cualitativa- cuantitativa- descriptiva. La población fue finita la muestra estuvo conformada por los trabajadores y clientes, se les aplicó la técnica de la encuesta a través del cuestionario estructurado por 10 preguntas. Se obtuvo los siguientes resultados: El 83.00% está en desacuerdo con el servicio de atención que el restaurante brinda, el 38.00% indica que el servicio de atención que otorga la empresa es regular, el 74.00% manifestaron que el personal no cuenta con capacitación alguna el cual pueda ayudar a un mejor desempeño en el puesto que ocupan , el 38.00% expresaron que la empresa no llega a satisfacer aquellas necesidades de los clientes, el 98.00% indicaron estar de acuerdo en que el servicio de atención al cliente tiene que hacer mejoras con el fin de cumplir toda expectativa del cliente, el 90.00% dijeron estar totalmente de acuerdo que el personal debe estar motivado para que su desempeño en la empresa sea el mejor, el 100.00% manifiestan estar de acuerdo en que la empresa debe brindar un servicio de atención personalizado para atender eficazmente las necesidades de los clientes, el 76.00% dicen estar totalmente de acuerdo que en la empresa se debe mantener un servicio rápido en la atención, el 48.00% indica que el restaurante no ejecuta sus máximos recursos con el fin de satisfacer a sus clientes y el 93.00% dijeron estar aceptar nuevos retos o cambios en la empresa. El autor llegó a la conclusión que el restaurante debe contar con trabajadores capacitados en cuanto a la atención al cliente y la gestión de calidad, ya

que ello es de vital relevancia para captar la fidelización del público consumidor, beneficiando de esa manera a la empresa.

Muñoz (2017) en su tesis *Análisis de la calidad del servicio del hotel Perla Verde de la ciudad de Esmeraldas*. Tuvo como objetivo general: analizar la calidad del servicio que brinda el personal del hotel Perla Verde para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en la gestión de calidad y explicar un plan de mejora para fortalecer el servicio en el hotel. La metodología de esta investigación se desarrolló bajo el tipo cuanti-cualitativa. En el transcurso de la misma se efectuó la investigación bibliográfica, así como la revisión de documentos y archivos históricos, también se mantuvo un paradigma cualitativo, la cual se fundamentó en conocer la realidad de la gestión y en el estudio se conoció el escenario en el que se desarrolla la práctica de control de calidad. Se empleó la técnica de la encuesta y se ejecutó un cuestionario obteniendo los siguientes resultados: el 58% de los encuestados afirmó que es eficiente la gestión administrativa y estratégica del Hotel Perla Verde, el 63% afirmó que totalmente cuentan con las herramientas e instrumentos que les permita realizar adecuadamente su trabajo, el 83% afirmó que no, cuentan sobre la existencia de manuales de procedimientos para la ejecución de sus actividades, el 92% expresó que sí, en cuanto si está de acuerdo con las formas de trabajar en la empresa, el 71% afirmó que a veces reciben capacitación, el 92% afirmó que no reciben motivación y recompensa, el 75% afirmó que no han ejecutado procesos de medición de la calidad del servicio brindado. Se concluye que la falta de capacitación al personal del hotel, la inexistencia de manuales de procedimientos y la prestación de servicios carecen de valor agregado. La aplicación de la herramienta de medición de la calidad del servicio Servqual, evidenció que las variables dieron resultados positivos. Sin embargo, algunas variables prestaron variaciones negativas. En los resultados de forma general

nos muestra una gran deficiencia en el servicio brindado, ya que esto hace que se tome en consideración las variables resultantes negativas.

Variable 2: Gestión de calidad

Ramírez (2018) en su tesis *Análisis administrativo en el sector hotelero de la parroquia Tonsupa, Ecuador*. Tuvo como objetivo general analizar la gestión administrativa en el sector hotelero de la parroquia Tonsupa en la provincia de Esmeraldas. Como metodología, se utilizó el tipo de investigación cuantitativa, porque dentro de la información existieron datos numéricos, las cuales son la cantidad de capacitaciones que tienen los empleados periódicamente. La técnica que se empleó fue la encuesta ejecutando un cuestionario que estuvo estructura por preguntas, obteniendo los siguientes resultados: el 60% del talento humano de los hoteles corresponden al sexo femenino, las edades están entre los 20 y 60 años, la formación académica en su mayoría tienen título bachiller, el 90% de los trabajadores se sienten satisfechos en el lugar de trabajo, el 63% respondieron que siempre en su organización se fomenta el trabajo en equipo, el 50% algunas veces cuenta con el apoyo de sus compañeros en el momento de solucionar un problema en su puesto de trabajo, el 50% indicó que le gustaría ser capacitado en el área de atención al cliente, el 63% de Las capacitaciones que recibieron han sido financiadas por las empresas. Conclusiones, el sector hotelero de Tonsupa, solo existen tres establecimientos de alojamiento que cumple con las características de un hotel, por el cual identificó que un hotel cuenta con diferentes planes administrativos que conduce al cumplimiento de una empresa. Sin embargo, un modelo administrativo combinado en el que práctica un buen liderazgo, se preocupa por mantener un buen ambiente laboral y que sus trabajadores estén satisfechos, poniendo en práctica el modelo administrativo de apoyo y custodia. Por último, está investigación evidenció que en dos hoteles todos los trabajadores gozan los beneficios

de ley, con el fin de que manejen eficientemente todos los procesos operativos que exigen los diferentes puestos de trabajo.

Jiménez & Muñoz (2017) en su tesis *Propuesta de mejora de los procesos administrativos de la empresa Grúas Muñoz en la ciudad de Guayaquil*. Tuvo como objetivo general proponer mejoras a sus procesos administrativos de la empresa Grúas Muñoz. Como metodología se empleó el tipo de investigación descriptivo, lo cual buscó describir y detallar la problemática o situación objeto de estudio. Se empleó la técnica de la encuesta ejecutando un cuestionado estructurado por preguntas , obteniendo estos resultados: el 65% del total de encuestados respondieron que el servicio más utilizado que solicitan de la empresa es el servicio de grúas, el 85% de los encuestados afirmaron no haber adquirido el servicio de grúas mediante las compañías asistenciales, el 45% de los encuestados, se enteraron de los servicios de Grúas Muñoz gracias a la recomendación de algún amigo o familiar, el 35% de los encuestados, respondió que solicita el servicio de grúas unas 4 a 6 veces al año, el 100% de los encuestados, aseguraron haber recibido una respuesta inmediata al momento de llamar para solicitar el servicio de grúas, el 70 % de los encuestados, consideran que el tiempo de llegada de las grúas ha sido normal, el 100% de los encuestados, consideran que el precio cobrado por el servicio brindado es justo, el 50%de los encuestados, dieron una calificación de 9 al servicio recibido por parte de la empresa, el 100% de los encuestados, afirmaron que sí recomendarían el servicio de la empresa, ya que consideran que ofrece un servicio confiable. La investigación llega la conclusión que la empresa Grúas Muñoz no cuenta con un manual de procedimientos o procesos formales establecidos, lo cual ha dificultado el control de los mismos, impidiendo su crecimiento y provocando que su rentabilidad comenzará de crecer; y que la empresa

únicamente dé a conocer sus servicios por medio de la red social Facebook y por la publicidad de boca en boca. Actualmente, el mercado de venta de servicios de grúas se encuentra saturado debido al aumento de nuevos competidores que buscan dañarlo, generando una guerra de precios que se ha venido dando desde hace varios años atrás. Sin embargo, esto propuso mejorar los procesos administrativos con la finalidad de incrementar el control en la misma, para ello realizó un rediseño de los procesos actuales formalizando totalmente a la empresa, buscando incrementar la rentabilidad y tratando en lo posible reducir los costos medio a futuro.

Delgado (2017) en su tesis *Análisis de la gestión de calidad de los servicios en A&Ben el Complejo Club Garza Roja del Cantón Nobol de la Provincia del Guayas*, Tuvo como objetivo general: Determinar el nivel de la gestión de calidad en cuanto a los servicios en dicha empresa. La metodología fue de tipo descriptivo, no experimental. La técnica que se empleó fue la encuesta que estuvo estructurado por preguntas y se obtuvo los siguientes resultados: el 51.00% de los representantes son hombres y el 49.00% son mujeres, el 25.00% de los encuestados indicaron que vuelve a visitar una vez al mes, el 32.00% dijeron que dos veces al mes, el 28.00% tres veces y el 15.00% más. La calidad del servicio es 3% excelente, 13.00% es muy buena, el 11.00% buena, el 25.00% regular, 48.00% está de acuerdo en que la calidad del servicio es mala. El 41.00% de las personas está de acuerdo en que sus empleados si están capacitados. El 5% de los encuestados expresaron que el personal era excelente, el 4% indicó que era muy bueno, el 31.00% mencionó que trabajaba a tiempo completo y la mayoría dijo que el 40.00% no era bueno. El 17.00% de los clientes confía en que su experiencia es excelente, el 24% está de acuerdo en que es muy bueno, el 17.00% dice que es bueno, el 31.00% es habitual y el 21.00% manifestó que tiene una mala experiencia con su visita. El autor concluye: Con el fin de contribuir al cumplimiento del servicio, se ha

diseñado un plan de acción con el objetivo de mejora continua para corregir las deficiencias que afectan a la calidad e imagen del restaurante del Complejo Club Garza Roja. En el diagnóstico realizado se encontraron defectos que se centraron en la calidad del servicio, la imagen del personal, la falta de infraestructura y la difusión de productos turísticos. La metodología y las herramientas de investigación empleadas dan validez a los resultados analizados, asegurando la fiabilidad de la propuesta. El personal del restaurante tiene cierto conocimiento, pero carece de orientación para atender mejor a los clientes.

Antecedentes Nacionales

Variables: Atención al cliente y Gestión de calidad

Huaracallo (2022) en su tesis *Gestión de Calidad como factor relevante de la atención al cliente en la mype restaurante el Anticuchero del Sector Servicio de la Ciudad de Juliaca 2020*. Tuvo como objetivo general: Incorporar las mejoras en la gestión de calidad como factor relevante de la atención al cliente en la MYPE el anticuchero del sector servicio de la ciudad de Juliaca 2020. Asimismo, metodológicamente, la investigación tiene un enfoque cualitativo, un nivel descriptivo, diseño no experimental transversal. la muestra de gestión de calidad fue 1 representantes y 9 trabajadores de la MYPE, la muestra de atención al cliente fue 58 clientes que se aplicó como técnica la encuesta donde se ejecutó un cuestionario estructurado por preguntas, obteniendo los siguientes resultados: el 70% indicó que casi siempre o siempre el cliente es la prioridad del negocio, el 80% respondió que está en casi siempre o siempre en garantizar la satisfacción de los clientes, el 50% indicó que casi siempre el ambientes acogedor, el 70% dijo que siempre está con la imagen y prestigio del restaurante, el 40% ni desacuerdo ni de acuerdo con la probabilidad de funcionamiento sin fallas o daños en

el tiempo determinado en que se presta la atención es adecuada, el 90% que casi nunca o nunca está el rendimiento laboral, la actuación que manifiesta el trabajador al momento de efectuar sus funciones son eficientes, el 51% es casi nunca o nunca que tienen la capacidad de escuchar y entender al cliente, el 47% no está ni casi nunca ni nunca prestos a solucionar problemas, quejas, o cualquier duda de los clientes, el 54% está como casi siempre o siempre que se brinda la atención a los clientes con el debido respeto y amabilidad, el 47% como casi nunca o nunca se muestra empatía hacia los clientes, el 47% está casi nunca o nunca con lo que se realizade manera correcta el servicio en primera instancia, el 39% está como casi siempre o siempre con atender al cliente en el tiempo determinado, el 49% está ni casi siempre ni siempre se atiende con la rapidez y eficacia en la que se brinda el servicio solicitado por el cliente, el 47% está ni casi nunca ni nunca con la disposición de ayuda hacia el cliente, l 55% está como ni casi nunca ni nunca la disposición para poder responder las dudas del cliente, el 33% está como casi siempre o siempre con las páginas web, Facebook para brindar información del servicio, Conclusión: Se observó mantiene una buena gestión de calidad para poder satisfacer al cliente al momento que se ingresa al establecimiento; Como también se brinda un buen servicio en la atención al cliente como sabemos la atención no se puede tocar, pero si sentir y a ello el cliente debe sentirse como en casa. Por lo tanto, se concluye que aplicando la gestión de calidad vamos a poder brindar una buena atención a los clientes.

Villegas (2018) en su tesis *Gestión de calidad en la atención al cliente de las mype en el sector servicio – rubro Hoteles Distrito de Chimbote provincia del Santa 2017. caso del Hotel Boulevard*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las Mype en el sector de servicio rubro – hoteles distrito de Chimbote provincia del Santa 2017. Caso de hotel Boulevard. La metodología fue de nivel descriptiva, con un diseño transversal y

no experimental, para llevar a cabo se escogió una muestra poblacional de 76 microempresas a las cuales se les aplicó un cuestionario de 28 preguntas aplicando la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 59.2% total de los encuestados se obtuvo que tienen de 30 a menos de 40 años de edad, el 55.3% total de los encuestados son de sexo masculino, el 57.9% de los encuestados se obtuvo que su grado de instrucción es de secundaria, el 67.1% de los encuestados son encargados de las micro y pequeñas empresas, el 68.4% tiene de 6 años a más en el mercado, el 67.1% de las empresas cuenta con una misión y visión, el 53.3% de los encuestados manifestaron que se creó la empresa para generar utilidades, el 86.8% de los encuestados tienen conocimiento lo que es gestión de calidad, el 80.3% de los encuestados manifestaron que si realiza gestión de calidad, el 82.9% de los encuestados manifestaron que planifican sus actividades para realizar una gestión de calidad, el 100% de la encuesta da que su servicio es de calidad con respecto a su competidor, el 100 % de los encuestados consideran que su servicio del hotel satisface las necesidades de sus clientes, el 97.4% de los encuestados manifestaron que sus clientes son atendido con amabilidad y cortesía en recepción, agradecimiento y despedida, el 100% de los encuestados manifestaron contar con un ambiente adecuado para sus clientes, El 93.4% dijeron que el servicio de la empresa en la atención fideliza al cliente, El 83.9% de los encuestados considera que los clientes tienen una amplia información del servicio que brindan, el 82.9% considera que la empresa tiene un proceso establecido en la atención al cliente, el 98.7% comprenden a los clientes exigentes que visitan a su empresa y coincide, el 97.4% manifestó que sus precios son de manera justa para los cliente, el 97.4% cuenta con libro de reclamaciones, el 69.7% de encuestados manifiesta que el libro de reclamaciones está al alcance de los clientes, el 56.6 % considera que tiene un

procedimiento para la atención de reclamos o quejas, el 69.7% dijeron que el canal de comunicación que más usan es de comunicación directa, el 68.4 % no realiza encuestas para medir el nivel de satisfacción del cliente, el 84.2 % manifestó que su personal recibe capacitaciones para brindar una buena atención al cliente, el 92.1% considera que los trabajadores muestran facilidad de comunicación ante los clientes, el 67.1% manifestó haber tenido inconveniente con algún cliente. Finalmente se llega a la conclusión que la mayoría de las Mype tienen conocimiento de gestión de calidad y atención al cliente.

Variable 2: Gestión de calidad

Ochoa (2020) en sus tesis *Propuesta de mejora del marketing digital para la gestión de calidad en la mype del sector servicios, rubro Botica, San Luis - cañete, 2020*. Tuvo como objetivo general: Determinar propuesta de mejora en el marketing digital para la gestión de calidad en la MYPE del sector servicios, rubro botica, San Luis-Cañete, 2020. Como enunciado. Esta investigación fue nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal, para el recojo de información se determinó como población y muestra de 5 MYPEs, aplicándose un cuestionario de 20 preguntas cerradas, por medio de una encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: el 60% algunas veces renuevan el diseño de la página web o redes sociales, el 60% algunas veces realizan el uso creativo de la página web o red social para la atracción de nuevos usuarios, el 60% nunca toman en cuenta las estrategias publicitarias online, el 40% casi siempre renueva el diseño ya que ayuda la captación de nuevos clientes, el 60% pocas veces responden de manera inmediata por motivo de que no disponen del tiempo, el 40% nunca ha sido práctica y sencilla para los usuarios ya que ellos no tienen el acceso al ingreso de la página online, el 40% nunca ha sido factible la navegación online, el 40% nunca

interactúan con los clientes, el 60 % algunas veces muestran su interacción con mensajes e iconos en la página online que utiliza la botica, el 40 % algunas veces tomaron como estrategia la interacción activa para captar nuevos clientes, el 60% casi siempre ofrece descuentos a sus seguidores porque puede ayudar a fidelizar a nuevos clientes, el 60% nunca reconoce a sus seguidores con la insignia de fans destacado en la página online, el 60 % casi siempre da un valor agregado, el 40% nunca brindan promociones a sus seguidores en celebraciones especiales, el 80% siempre aplica un plan de trabajo, el 60% siempre sigue su metas trazadas por que le ayuda a cumplir sus objetivos, el 100% siempre ha contribuido el manual de procedimiento de bioseguridad, el 100% siempre ha realizado un control en el cual se cumpla el protocolo de bioseguridad en las atenciones con los clientes, el 100% siempre acatan las acciones para que se cumpla los protocolos de bioseguridad tomadas por la botica, el 100% siempre toman las acciones correspondiente para el cumplimiento del buen control de bioseguridad y distanciamiento para una adecuada atención. El autor llegó a la conclusión: Los resultados afirman que las boticas del distrito de San Luis utilizan el marketing digital a través de las redes sociales como el Facebook, siendo una de las aplicaciones que los clientes tienen mayor acceso, pero actualmente no realizan el uso de las redes sociales por demasiada demanda de atención; en cuanto a la gestión de calidad cumplen con sus objetivos y procesos de protocolos de bioseguridad por ser MYPE enfocada a la Salud. Concluyendo que la propuesta de mejora se enfoque a incrementar el uso constante de las redes sociales (Facebook), permitiendo la interacción activa con los clientes, captando y fidelizando con la atención adecuada; aplicando estrategias de promociones para dar alcance al bolsillo del cliente, ya que han sido afectados económicamente.

Hurtado (2019) en su tesis *Propuesta de mejora de la motivación laboral como factor*

relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la calle derecha cuadra 1 a 9 del distrito de Huaral, 2018, para optar el título profesional de licenciado en administración por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. El objetivo de esta investigación fue: Proponer las mejoras de la motivación laboral como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Calle Derecha cuadra 1 a 9 del distrito de Huaral, 2018. La metodología se basa en un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, con un diseño no experimental y de corte transversal. La población y muestra estuvo conformada por 34 MYPE. A quienes se les aplicó una encuesta mediante un cuestionario de 20 preguntas. Se obtuvo los siguientes resultados: Representantes de las MYPE: 41.00% tienen entre 61 a 50 años de edad. 68.00% son de sexo femenino. 35.00% tienen educación secundaria. 79.00% son dueños de la MYPE. Sobre las MYPE: 50.00% tienen entre 4 a 6 años de permanencia en el mercado. 56.00% tienen 2 trabajadores. 35.00% son persona natural. El 62.00% manifiestan que algunas veces establecen objetivos, el 59.00 % manifiestan que algunas veces determina estrategias en relación a los objetivos, el 56.00% nos dicen que muy pocas veces realizan seguimiento de los procesos del servicio integral de la empresa, el 53.00 % manifiestan que muy pocas veces realizan la evaluación de manera periódica, 65.00% manifiestan que muy pocas veces detectan y proponen mejoras, 62.00% manifiestan que muy pocas veces implementan técnicas de mejora continua, 62.00% muy pocas veces promueven la compensación a los trabajadores con bonos, el 56.00% muy pocas veces la empresa realiza compensación en base a la aptitud de los empleados, el 65.00% manifiesta que muy pocas veces premia a los trabajadores en base a resultados, 53.00 % manifiestan que la empresa algunas veces realiza el reconocimiento y felicitaciones en base a resultados, el 62.00% de los trabajadores manifiestan que muy pocas veces tienen implementos

adecuados y necesarios para realizar la labor, 56.00% muy pocas veces aplica estrategias para tener un buen ambiente laboral. El autor concluye que de acuerdo a la motivación laboral se puede concluir que las empresas muy pocas veces identifican estrategias para motivar a sus colaboradores. Además, tratan de mantener las condiciones de trabajo físicas y emotivas. Sin embargo, muy pocas veces felicitan y premian a sus colaboradores en base a resultados, también, se puede concluir que muy pocas mypes no toman consideración al buen ambiente de trabajo que se debe tener tan físico y emotivo. Los factores relevantes de la motivación laboral que inciden en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas son la motivación extrínseca, estas están dadas por las razones externas, que son las que se pueden influenciar partiendo de la organización en busca de un mejor desempeño laboral.

Bances (2018) en su tesis *Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las mype de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura), 2018*, tuvo como objetivo general: Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las MYPEs de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura) 2018. Metodología fue de tipo de descriptiva, nivel-cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. La población se consideró tres unidades económicas, con 15 trabajadores, de carácter infinito para las dos variables, siendo los resultados de la muestra obtenidos, 84 clientes, utilizando la técnica de la encuesta, con el instrumento cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados: el 55% de los encuestados respondieron que si consideran que los hoteles establecen procesos como sistemas de organización, el 65% dijeron que si se utiliza tecnología en los hoteles, el 69% dijeron que en los hoteles atienden personal de confianza, el 64% dicen que los trabajadores tienen valores, el 74% respondieron que los procesos son establecidos en normas escritas, el 50% de los encuestados dijeron que existe liderazgo democrático en los hoteles, el 74% apuestan por las normas establecidas para difundirlos procesos, el 62% respondieron que el

personal es cumplidor con su tarea, 48% de los encuestados afirmaron que los ambientes están organizados, el 62% respondieron que el personal siempre atiende con amabilidad, el 57% de los encuestados dijeron que cuando llaman al hotel es atendido rápidamente, el 79% de los encuestados afirman que los hoteles mejoran el servicio en base a las exigencias del huésped, el 79% de los clientes afirman que realizan sus transacciones por que el hotel se adecua a sus necesidades, el 62% se desarrolla adecuadamente en el desempeño para garantizar un buen servicio con la amabilidad que el huésped espera, el 67% de los encuestados consideran que los costos son bajos, el 52% de los encuestados considera que es atendido con calidad en los hoteles del centro de Sechura, el 57% de los encuestados consideran que el personal de los hoteles se encuentran bien preparados para brindar atención de calidad, el 71% afirmó que los hoteles tienen sistema de tecnología, el 52% respondieron que los hoteles no vienen implementando nuevos servicios, el 55% de los encuestados consideran que los trabajadores de los hoteles están alerta para atender las necesidades de los clientes, el 60% de los encuestados consideran que existe conciencia por parte de los trabajadores sobre el medio ambiente, el 57% de los encuestados considera que el personal de los hoteles de Sechura cuentan con las herramientas necesarias para superar cualquier problema del medio ambiente, el 52% de los encuestados cree que los hoteles de Sechura no son realmente competitivos, el 67% respondieron que la gerencia de los hoteles de Sechura viven haciendo esfuerzos por mejorar los servicios que brindan. El autor concluyó: que los factores básicos de la gestión de calidad son 74% de aplicación de procesos por escrito, 69% de los recursos humanos con valores y de confianza; en relación de las necesidades el 79% satisface sus necesidades de hospedaje por la mejora del servicio, 62% por el cumplimiento del personal en sus tareas y la característica de amabilidad. Siguiendo con la variable competitividad se tiene que en lo referido a la

innovación prima los sistemas de tecnología facilitando los servicios de internet, los bajos costos, personal preparado, en cuanto a los tipos de competitividad conocen con mayor acercamiento la ambiental y la dinámica.

Antecedentes Locales

Variables: Atención al cliente y gestión de calidad

Almarracin (2022) en su tesis *Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro de agua de mesa: Caso Bios, Callería, 2020*. Tuvo como objetivo general: Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para asegurar la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, del rubro agua de mesa: caso: Bios del distrito de Callería, 2020. La metodología fue cuantitativa, nivel descriptivo y de diseño no experimental, transversal. Se aplicó instrumento de 23 preguntas. Como resultados del primer objetivo específico: características de gestión de calidad, el 63,64% de los trabajadores siempre motivan al equipo de trabajo; En relación al segundo objetivo específico: características de la atención al cliente, 72,73% indica que se planifica el flujo de servicio. Respecto al tercer objetivo específico: mejora del nivel de atención al cliente, el 54,55% casi siempre los trabajadores logran identificar la percepción del cliente. Para la investigación, la población es finita. Se trata de un estudio de caso, conformada por la micro y pequeña empresa Bios del distrito de Callería. La muestra fue no probabilística para el estudio de ambas variables. Al tratarse de un estudio de caso, la investigación tomó como muestra a los 11 trabajadores de la microempresa Bios. La técnica que se ejecutó en la encuesta y se aplicó un cuestionario estructurado de preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: El 63,6% de los trabajadores están en el rango de edad 18 a 25 años, el

81,8% de los trabajadores son de sexo masculino, el 63,6% cuentan con estudios básicos, el 45,4% de los encuestados son empleados, el 63,6% del personal siempre se caracteriza, en relación con la motivación al equipo de trabajo, el 45,4% del personal algunas veces se caracteriza en relación con el uso de herramientas de gestión, el 72,7% del personal siempre se caracteriza, en relación con la exigencia de estándares de calidad, el 36,3% dijeron que algunas veces se realizan encuestas de satisfacción al cliente, el 36,3% casi siempre llegan a existir mecanismos para generar procesos más eficaces. el 45,4% siempre llegan a existir protocolos en base a calidad y precios, el 45,4% casi siempre son comprendidas las estrategias por todos los miembros de la empresa, el 36,3% casi siempre realizan comparaciones o benchmarking de buenas prácticas de formas de trabajo de otras empresas, el 72,7% siempre planifica el flujo de servicio, el 63,6% siempre se dan interés a la atención de contingencias o puntos críticos, el 45,4% algunas veces se planifica periodicidad de encuestas, el 81,2% siempre se toma conocimiento de acciones de la competencia, el 72,7% siempre plantean controles oportuno, el 72,7% siempre empoderan al equipo para toma de decisiones, buscando dar soluciones inmediatas a la atención del cliente, el 81,2% siempre da seguimiento al cumplimiento del plan de mejora. Como conclusiones: primer objetivo específico: atención al cliente: se concluyó el interés por dar solución a las problemáticas eventuales que suceden durante el servicio de atención; segundo objetivo específico, se concluye que los colaboradores indican que operan en función a los preceptos de calidad y tercer objetivo específico, se concluye que existe enfoque en el cliente, porque buscan satisfacer al cliente.

Carihuasari (2018) en su tesis *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, Rubro Librería, Distrito de Callería, año 2018*. Tuvo como objetivo general determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librería, distrito de

Calleria, año 2018. La metodología fue de tipo descriptivo simple, no experimental, transversal, la población estuvo compuesta por 12 Mypes del sector comercial, dentro del rubro de librerías, donde se aplicó las encuestas a los respectivos dueños de cada Mypes que colaboraron en la investigación.; además, se utilizó un cuestionario estructurado por 20 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: el 33.33% de los emprendedores se encuentran en el rango de 40 a 49 años, el 66.67 de los propietarios son de sexo masculino, el 58.33% de los propietarios tienen un grado universitario, 41.67% de los propietarios son técnicos, el 58.33% de los negocios se encuentran formalizados, el 41.67%, dijeron que los negocios se encuentran realizando sus labores desde 4 a 6 años, el 50.00% mostro que los negocios cuenta de 5 a 8 empleados , el 75.00% han recibido asesoría de entendidas públicas o privadas, el 75.00% de los encuestados han recibido asesoría de entendidas públicas o privadas, el 75.00% han definido y muestran lo que vendría hacer la misión, visión y valores de sus negocio, el 50.00% de las Mypes Si cuenta con un modelo de plan de trabajo establecido, el 58.33% de los empleados “Si” encuentran en planilla, el 58.33% de los negocios aplican una gestión de calidad, el 58.33% es capacitado para brindar un trato de calidad, el 66.67% de la gestión esta principalmente enfocada en la atención al cliente, el 75.00% de los negocios “Si” recogen sugerencias de reclamos y recomendaciones por igual, el 58.33% de las Mypes si evalúan a su personal en la labor que realizan, el 75.00% de las Mypes no evalúan la satisfacción de cliente, el 66.67% considera que el cliente es que genera la fidelización y la valoración del servicio en los negocios.

Conclusión: Las capacitaciones que brindan las Mypes a sus trabajadores no es del todo efectiva, ya que al no poseer un modelo de trabajo y de atención al cliente, su efectividad e impacto es mermado por las malas prácticas a las cuales se han acostumbrado. - Los métodos que utilizan se encuentran desactualizados y se pierde el

principal objetivo por el cual han optado por estos métodos, negando un cambio para bien.

- La evaluación tanto del personal y de los clientes debe ser algo fundamental, para que puedan reconocer los errores que comenten y tomar conciencia de un cambio que permita que este sea solucionado para mantener el constante desarrollo de las Mypes.

Variable 1: Atención al cliente

García (2018) en sus tesis *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en la mypes del sector servicios, Estaciones de servicios, Distrito de Iquitos, año 2018*. Tuvo como objetivo general: Determinar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, Estaciones de Servicios, distrito de Iquitos, año 2018. La metodología de investigación se caracterizó por ser del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, descriptiva y correlacional. En trabajo de campo se realizó una encuesta donde se aplicó un cuestionario estructurado de 19 preguntas obteniendo los siguientes resultados: Edad del propietario, se caracterizan por estar en el rango “de 29 a 39 años” y “de 40 a 50 años” 36,4% respectivamente; sexo masculino 63,6% y femenino 36,4%; instrucción “técnica” 45,5% y “universitaria” 27,3%. Respecto a la Empresa: la mayoría (81,8%) de las estaciones de servicio encuestadas emplea “de 5 a 8 colaboradores”; 63,6% de las gerencias de las mypes están comprometidas con la calidad y 72,7% gerencia según la visión, misión y valores; el 100.0% , 81,8%, monitorean su gestión y desarrollo empresarial haciendo uso de técnicas y herramientas que les facilita la toma de acciones correctivas y mejores decisiones, El 100% de los microempresarios del sector en investigación, aseguran comprender el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente, 54,6% de los encuestados respondieron conocer las perspectivas del cliente a futuro, el 63,6% de las gerencias de las mypes del sector servicios, estaciones servicios, se involucran

dirigiendo planes de mejora de atención al cliente, el 55,5% de las microempresas han invertido en mejoras para brindar un servicio de calidad a sus clientes, el 54,5%, no cuentan con procedimientos para atender las sugerencias y reclamos de los clientes en comparación, El 54.6% de los microempresarios del sector en investigación, indican no contar con un servicio post venta ya que no creen que la post venta no abre un nuevo ciclo de venta, el 36,36% de los encuestados respondieron la existencia de alguna barrera que limita brindar el mejor servicio posible, e el 100% de las mypes del sector servicios, estaciones de servicios tienen muy en claro que un personal permanentemente capacitado, con técnicas y procedimientos de atención al cliente y seguridad, podrán aumentar su productividad y calidad de trabajo, el 45,45% indican que atender y satisfacer al cliente, les representa rentabilidad, el 72,7% indicaron que eventualmente realizan la medición de satisfacción de los clientes por medio de encuestas, El 45,5% de los microempresarios del sector en investigación, aseguran que la radio es el medio más efectivo para llegar a los clientes. El autor concluye que el 81,8%, de los que dirigen las microempresas del sector servicios, estaciones de servicios, conocen y están al tanto del crecimiento y desarrollo empresarial, garantizando el éxito de la gestión con el uso de técnicas y herramientas.

Variable 2: Gestión de calidad

López (2021) en sus tesis *Proceso de planificación para mejorar la calidad de gestión: Caso Empresa Inversiones y Negociaciones Ángulo E.I.R.L. – Callería, 2020*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características del proceso de planificación para mejorar la calidad de gestión: caso empresa Inversiones y Negociaciones Ángulo E.I.R.L. – Callería, 2020. La investigación se orienta a identificar que falencias existen en el proceso de planificación. La metodología aplicada se caracterizó por su diseño: no experimental- transversal-descriptivo. Para el recojo de información se utilizó una

población de 9 trabajadores y como muestra el 100% de la población a quienes se les aplico un cuestionario de estructurado con 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: el 66,7% de los trabajadores afirman que algunas veces reconocen y siguen la misión, visión, el 44,4% algunas veces evalúalos factores internos y externos para la planeación de las operaciones de la empresa, el 66,7% casi siempre se enfoca la planificación alineada a los intereses de la empresa., el 66,7% algunas veces se proyectan en base a hechos y datos registrados, el 55,6%) algunas veces utilizan herramientas de planeación, el 77,8% siempre están enfocadas a satisfacer la demanda y tamaño del mercado, el 66,7% siempre los trabajadores alcanzan los objetivos planeados, el (44,4%) siempre los trabajadores comprenden las estrategias establecidas por todos los miembros de la empresa, el 66,7% casi siempre los trabajadores monitorean el cumplimiento de la planeación, 55,6% casi siempre los trabajadores realizan análisis de proceso, trimestralmente 66,7% los trabajadores elaboran propuestas para mejora, 55,6% de los 40 trabajadores ejecutan los planes propuestos, algunas veces 33,3% y casi siempre 33,3% los trabajadores conocen el uso de técnicas para administrar, 44,4% los trabajadores realizan encuestas de satisfacción al cliente, algunas veces 44,4%) los trabajadores indican que la innovación es parte de mejora de los procesos, algunas veces 66,7% las funciones están alineadas a la misión y visión, representa una oportunidad de mejora, casi siempre (55,6%) los trabajadores indican que la supervisión es eficaz, casi siempre (66,7%) los trabajadores indican que existen orientación para lograr valor agregado. Finalmente, se concluye que la gestión está orientada al funcionamiento comercial de la microempresa bajo una dirección gerencial empírica la cual planifica de acuerdo a sus percepciones las operaciones hacia el alcance de sus metas.

2.2. Bases teóricas

Variable1: Atención al cliente

La atención a los clientes refiere al grupo de aquellas actividades que se relacionan, con la finalidad de que el consumidor o cliente esté complacido con los productos o servicios que se les ofrece. Para una buena atención al consumidor es importante tener capacitaciones, esto conlleva a saber cómo estar preparados para la atención a toda queja y sugerencia que el cliente proporcione y de ese modo llegar a un adecuado nivel de servicio el cual pueda garantizar la fidelización del cliente y sus recomendaciones, por consiguiente, rentabilidad y el éxito de la empresa. (Peiró, 2019)

Es aquel servicio que se relaciona con la empresa con el objetivo de adaptarse a las necesidades del cliente para poder complacer sus expectativas, de modo que es una poderosa herramienta para fidelizar al público consumidor. (Porporatto2017).

Dimensión 1: Capacitación

Las capacitaciones laborales son instrumentos relevantes que consisten en actividades orientadas a toda formación y preparación de los RR.HH. Para toda capacitación se requiere elaborar un plan estratégico, siguiendo protocolos para un buen desempeño en cuanto al producto y la atención que se le brinde al cliente. (Coll, 2021)

Indicadores

Instrumentos

Los instrumentos de atención al cliente tienen como objetivos: asegurar que todo servicio y producto llegue al público objetivo y que sea utilizada correctamente consiguiendo satisfacer a los clientes. Para poder alcanzar dichos objetivos se debe

dar asesorías e instrucciones que faciliten el proceso. (Da Silva, 2020)

Plan

Es todo proceso sistemático que ayuda a decidir toda dirección y el curso de actividades con el fin de alcanzar resultados deseables en el futuro. El plan estratégico debe estar enfocado a la atención de los consumidores y dirigir la asignación de todo recurso en la empresa. (Weston ,2020)

Desempeño

Es la calidad de trabajo que demuestra todo trabajador en sus labores del día a día en la organización en un tiempo determinado. Poniendo toda su capacidad, conocimiento y habilidad, y de esa manera logre un excelente desempeño. (Delpueche, 2021)

Protocolo

Es todo reglamento formal que se debe cumplir, ya que establece las normas y los límites estipulados en la organización. Cumplir los protocolos en toda empresa es importante ya que transmite confianza y seriedad. (Pérez y Gardey, 2015)

Dimensión 2: Quejas y sugerencias

Las atenciones a quejas y sugerencias deben ser atendidos mediante procesos que toda empresa debe elaborar, para la obtención de un excelente servicio. Cabe mencionar que donde más fallas presentan las empresas es el pasar por alto toda medición de satisfacción al cliente, estas mediciones se obtienen mediante evaluaciones por medio de encuestas. Estas encuestas brindarán informaciones los cuales ayudarán a la elaboración de un plan de mejora. (Quiroa, 2020)

Indicadores

Procesos

Es un grupo de etapas en otras palabras los procesos en la administración de una organización están compuesta por etapas que ayudan a lograr los objetivos planteados. Todo proceso es continuo, es decir que cuando un periodo culmina se pasará al siguiente. Es utilizado en la organización para todo objetivo general, inclusive para menores proyectos. (López, 2021)

Evaluación

La evaluación es una gran herramienta para medir la satisfacción del cliente, puesto que ayuda a verificar cada nivel de satisfacción y a la vez permite la obtención de la retroalimentación de la cualidad de los servicios y productos que se ofrecen. La evaluación se realiza mediante encuestas conformadas por una serie de preguntas las cuales tienen gran impacto en cuanto a los resultados. (Paride, 2017)

Plan de mejora

Son actividades orientadas al mejoramiento en los procesos de la empresa, efectuando de esa manera acciones convenientes para corregir errores en la política del negocio, con la finalidad de avalar que todo recurso sea utilizado de manera correcta y eficientemente. (Jaramillo, 2018)

Dimensión 3: Nivel de servicio

Son las prestaciones de post venta que todo cliente quiere recibir de aquellos productos o servicios que se le ofrece, si la empresa otorga un estándar alto referente al nivel de servicio, afianzará una buena relación con la clientela. (Sánchez, 2016) Un gran porcentaje de microempresarios no tienen el interés de invertir en ello, quedándose

sumergidos en el empirismo, causando grandes errores en la administración y pérdidas en el negocio.

Indicadores

Post Venta

Son toda acción de atención a los clientes es un antes, durante y un después de haberse realizado la venta. Lo que pretende alcanzar es fidelizar a los consumidores proyectando la buena imagen de su marca. Es de mucha relevancia mencionar que la post venta abre una vía semejante para lograr otros nuevos debido al efecto que tiene la publicidad de boca a boca. (Torreblanca,2020)

Servicio

Es el grupo de actividades predestinado a la satisfacción del cliente para llegar a sus expectativas en cuanto a las necesidades que requieren, un buen servicio se logra brindando una atención personalizada y ofreciéndoles un producto cero defectos. (Sánchez, 2016)

Calidad de Atención al Cliente.

Es el grupo de procesos con grados de excelencia con el objetivo de alcanzar toda necesidad de los consumidores o clientes, sus principales características son las siguientes: Saber las expectativas del cliente. Crear otras necesidades de los clientes. Realizar las cosas de la manera adecuada. Alcanzar servicios y productos con cero defectos. Que la entrega de los servicios y productos sea para la satisfacer totalmente a los consumidores. Que la producción de todo producto o servicio se rijan a las normas estipuladas. Responder de manera inmediata aquellas solicitudes de los clientes. Siempre brindar una atención con amabilidad. La calidad de servicio es primordial e importante para llegar a satisfacer toda necesidad que el cliente requiere.

(Pino, 2018)

Cliente.

Definición

Son aquellas personas que hacen uso de todo servicio o bienes que la empresa ofrece mediante un pago monetario. Cabe señalar que existen dos tipos de cliente en el entorno empresarial: los clientes externos e internos. El cliente externo es aquel individuo hacia el cual está dirigido los servicios y productos que la organización ofrece en el mercado incluso llega a ser un efectivo comprador que proporciona todo flujo de ingresos para la organización. Y el cliente interno es el sujeto que trabaja dentro del negocio y brinda su trabajo para que de ese modo la empresa ofrezca productos y también servicios que sean comerciables. (Raffino, 2020)

Servicios de Atención al Cliente.

Todo cliente es aquella razón de existir de la calidad del servicio que se ofrece. Es el nivel de calidad, en comparación con la competencia, siendo lo suficientemente superior ante el cliente con la finalidad de cobrar un mayor precio por el servicio y/o producto. Y a la vez poder ganar el posicionamiento en el mercado con la excelencia de calidad. (Pino, 2018)

La teoría de atención al cliente

En esta teoría se dice que el componente clave es toda lealtad, ya que es una teoría práctica por naturaleza. Sin embargo, la organización no puede seguir existiendo si no cuenta con un control constante en cuanto a los principios del servicio a la clientela. Pero la mayoría de los emprendedores hacen su negocio sin enfocarse a estos principios que satisfacen los requerimientos de los clientes. (Ariza, 2020)

Características de atención al cliente

Las primordiales características son las siguientes:

Para Ariza (2020) Las empresas deben proporcionar servicios confiables como la entrega. Debe haber flexibilidad en cuanto a toda necesidad de los clientes. Los clientes deben asegurarse de que la organización satisfaga sus necesidades de manera consistente y que mantenga el trato. Los empleados del negocio deben tener empatía con la clientela. Finalmente, los factores tangibles de la organización tienen que estar ordenados. Es decir, debe ser un lugar limpio cómodo, donde estén a gusto.

Componentes de la atención al cliente

A continuación, se mencionará aquellos componentes:

La credibilidad: es el parámetro de toda confianza el cual expresa total seguridad. La comunicación: es relevante para la relación con los clientes, la comunicación debe ser empático y con un lenguaje fácil de entender. La seguridad suprime los riesgos y cualquier duda del servicio. La accesibilidad: es relevante ya que permite otorgar una óptima atención al consumidor, a la vez ayuda a identificar todo reclamo hacia el servicio obtenido. La comprensión: comprender todas las necesidades del consumidor es vital para la empresa, es decir lo que el cliente quiere, como lo quiere en qué tiempo. (da Silva, 2020)

Principios de atención al cliente

Todo principio es fundamental para poder dar un adecuado servicio al cliente. Para que se cumplan es necesario que la empresa capacite a sus empleados, debido a

Que ello ayudará a mejorar el servicio que se ofrece. Estos principios son: Establecer toda comunicación correcta y sólida. Otorgar información que sean en el tiempo oportuno y adecuado. Se debe considerar las exigencias que exponen los clientes. Tener una apariencia impecable y confiable. Atender con empatía de ese modo ganar la confianza del consumidor. (Ortiz, 2020)

Objetivo del servicio al cliente

Espinosa (2020) menciona que los objetivos son diversos, sin embargo, el más relevante es la presentación al cliente de cómo es la organización, debido a que ello ayuda a que los clientes tomen decisiones de cómo pueden hacer empresa. El servicio al cliente asegura que todo consumidor termine satisfecho pudiendo aprovechar al máximo al servicio y/o producto adquirido en la empresa.

Variable 2: Gestión de calidad

Definición

La gestión de calidad son herramientas valiosas que permiten detectar errores en todo proceso de producción ya sea en los servicios o productos que brinda la empresa. También está orientada a la mejora de procesos que constantemente se debe revisar y evaluar. La gestión de calidad es de vital relevancia para las empresas debido a que su participación optimiza sus procesos. (Jabaloyes, Carot, y Carrión, 2020)

Es aquella estrategia que ayuda a la empresa a ser competitivo desde el punto de vista integral, en otras palabras, a la empresa como el grupo de procedimientos interaccionados con el objetivo de alcanzar toda satisfacción de los clientes. (Palma, 2018)

Sánchez (2020) indica que la gestión de calidad total es la estrategia empresarial que se basa en el análisis o estudio del concepto de la calidad en cada periodo de

sus procesos de producción. El propósito es la mejora continua en los bienes, etc. Que la empresa oferta, obteniendo así la mayor satisfacción de los clientes.

Todo sistema de gestión de calidad es una poderosa herramienta puesto que permite a las empresas la planeación, control, organización y la ejecución de aquellas actividades que sean necesarias para desarrollar la misión de los servicios con un nivel superior de calidad, puesto que se miden por medio de indicadores respecto a la satisfacción de los consumidores. (Jabaloyes et al., 2020)

Dimensión 1. Mejora de proceso

Toda mejora continua de procesos es una propuesta que cuenta con el análisis de todo proceso y la aplicación continua de actividades con el fin de mejorarlos, tratando de minimizar el margen de pérdidas y equivocaciones. Es así que su gestión es la actividad indispensable que se desarrolla mediante técnicas dentro de la organización. Gracias a la mejora de procesos la empresa logra posicionarse en el mercado competitivo con estándares superiores de calidad. (Esquivel, 2017)

Indicadores Análisis de proceso

Es toda metodología que especifica los diversos pasos que forman un proceso. Es relevante mencionar que estudiar las fases del proceso es indispensable ya que gracias a ello podemos obtener el valor agregado. Finalmente, lo que se busca al hacer un estudio de procesos es minimizar o suprimir todo paso que crean desperdicio. (Quiroa,2021)

Propuesta

Siempre una propuesta de valor enlaza a la empresa con los clientes y hace que se decidan por una en su elección, su propósito es la solución de todo problema que pueda

presentarse satisfaciendo la necesidad del consumidor. Es decir, toda propuesta logra satisfacer aquellos requisitos de determinados clientes. (Rocca,2020)

Aplicación

Toda aplicación de herramientas de calidad se realiza dentro de un marco de toda mejora continua, dentro de una filosofía donde se cuenta con las participaciones de los individuos en cuanto a las tareas orientadas al control de calidad de la empresa. (Izaguirre, 2016)

Técnicas

Para poder alcanzar una gestión de calidad, es fundamental contar con las técnicas las cuales puedan ayudar a su desarrollo, algunas de ellas permiten hallar problemas con las participaciones de los trabajadores, en tanto otras se originan de información que se obtiene de los procesos de control, obteniendo los resultados que se busca. (Haro,2022)

Dimensión 2: Herramientas

Toda herramienta de control se utiliza con el fin de medir, determinar y estudiar posibles soluciones a cada problema que se encuentra. Las técnicas que se emplea para el control de calidad proporcionan la identificación de aquellas causas y efectos de las fallas en el proceso o producto. Dichas herramientas nacen en los años 50, desde aquella década han sido aprovechadas como soporte para todo sistema de gestión. (Díaz, 2021)

Cabe señalar que las otras valiosas herramientas que se tiene que tomar en cuenta en toda empresa son: las encuestas y la innovación.

Indicadores

Técnicas

La calidad de todo servicio y producto se señala por las características que presenta en su calidad, es decir su tiempo de entrega, acabados, entre otros. Sin embargo, para implantar la calidad de la producción es necesario realizar mediciones de estas peculiaridades mediante datos numéricos. Por último, para estudiar dichos datos es preciso contar con técnicas estadísticas que ayuden a visualizar la variedad que existe al momento de la toma de decisiones. (Haro,2022)

Encuestas

La encuesta es un procedimiento que más se utiliza en una investigación de mercadeo ya que nos facilita una extensa información de toda fuente primaria. Los tipos de encuestas que existen hacen referencia a las distintas maneras en las que se pueden recopilar todo dato cualitativo y cuantitativo de un número de individuos. Aquellas encuestas se clasifican en distintos criterios, tales como la recepción de toda respuesta el medio en las que se envían, etc. (Westreicher,2020)

Innovación

Es toda acción de innovar, en otras palabras, es el proceso el cual aporta algo que sea novedoso que genera valor, en cuanto a ideas y elementos que existen, modificando su existencia en algo mucho mejor. La innovación también se puede aplicar en diversos contextos como en la tecnología cuando se crean toda modificación de carácter científico o técnico los cuales requieren perfeccionarse. (García, 2012)

Dimensión 3: Participación

Toda participación en la gestión de calidad tiene interacción con el objetivo de mejoras

continuas y a la producción de todo valor agregado, con una misión, visión, bajo una supervisión dentro de la organización, (Balague, 2014)

Indicadores

Misión

Es toda labor que la empresa desarrolla en el mercado especificando al público que se dirige. La misión definitivamente es aquella herramienta de índole estratégico esquematizar la finalidad de la organización, de manera que es todo objetivo que será útil a la sociedad y a toda estrategia operativa. (Luco,2017)

Visión

Es la imagen a un periodo largo que la empresa proyecta en un futuro, pues refiere a la expectativa soñada de lo esperado para los próximos años, sin embargo se debe ser realista, pero también se permite algún grado de ambición con el fin de motivar al grupo de trabajo en las labores de la organización. (Luco,2017)

Supervisión

Es aquel grupo de actividades que realiza todo individuo en su centro laboral es decir tiene la función de dirigir y supervisar con cierta autoridad las tareas del personal, con el propósito de lograr de ellos eficiencia y una mutua satisfacción, asegurando la calidad de servicio y productos que ofrece la empresa. (Serrano, 2021)

Valor agregado

Es aquel beneficio agregado que posee un bien a causa de toda modificación que recibió. De manera que ese valor adicional refiere a la suma de factores que constituyen el elemento que se obtiene al final y eso hace que todo servicio o bien aumente su valor. (Méndez, 2020)

Herramientas de la Gestión de Calidad

Cabrera (2020) nos dice que uno de los procedimientos primordiales para medir y ejecutar la gestión de calidad. Esta filosofía de trabajo se basa en las grandes peculiaridades de medir la aplicación de los procesos, teniendo en consideración los elementos implicados como son las maquinarias, recursos humanos, gestión, entre otros. En uno de los principios se dirige a los clientes como protagonistas, en cuanto a satisfacer toda necesidad que presentan hallando el éxito de dicha estrategia. Una vez que se determina esas carencias posteriormente se analizan los datos y sucesos para poder definir las causas, implantando los pasos que se debe seguir para las posibles soluciones. Después y por medio de la administración por procesos siendo proactivos se podrá hacer la medición del rendimiento de acciones y valoración de los clientes.

Asimismo, se encuentran otras herramientas esenciales para la gestión de calidad, las cuales sus principios alimentaron dicha metodología. Como, por ejemplo: el principio de Deming, que se basa en ser continuos en la mejora en cuanto al servicio y mercancías que ofrece la empresa a los consumidores. Llegando a ser competitivo favoreciendo su rentabilidad. Sin embargo, se necesita una forma diferente de liderazgo, con un léxico y conducta adecuada. La planificación, desarrollo, comprobación y actuar son pasos indispensables para la mejora organizacional. (Cabrera, 2020)

Importancia de la Gestión de Calidad

Su relevancia radica en garantizar la excelencia en los procesos, servicios y mercancías de la organización. Pues ayuda a detectar fallas, debilidades y fortalezas de la misma, permitiendo implantar normas que se necesite para una mejor producción. De tal modo

su relevancia se direcciona en beneficio de la satisfacción del cliente, a la vez minimiza gastos que no se necesita. También contribuye a la motivación de los trabajadores generando una mejor mano de obra, por lo tanto, su finalidad es llegar a la rentabilidad de la empresa por ende al éxito. (Riquelme, 2017)

Objetivos del Sistema de Gestión de Calidad

Todo sistema de gestión de calidad es el grupo de aquellas actividades que están establecidas por el gerente, en ellas están determinadas toda política de calidad y objetivos, estableciéndose mediante la planificación, mejora continua y todo control de calidad. Estos objetivos son: Descubrir errores y buscar con la organización en conjunto aportes con el fin de encontrar soluciones. Conseguir el compromiso de los trabajadores con la empresa. Dar soluciones a todo problema. Poner énfasis para prevenir errores. Abarcar toda actividad realizada en la organización. Considerar que cada individuo es un proveedor, por lo tanto, se pone énfasis en la formación de la cadena de la calidad. Cortez (2017)

Políticas de la calidad

Definición

Son aquellas políticas que ofrecen la calidad total, es decir son toda estrategia que son utilizadas para que se cumplan los puntos indispensables de la calidad total, dicho de otro modo, son políticas globalizadas que tienen concordancia con los objetivos que buscan, esto con el fin de beneficiar a la empresa y conducirla al éxito. (Jabaloyes, Carot, y Carrion, 2020)

Los sistemas de gestión de calidad

Son de suma relevancia debido a que implantan toda estrategia que sea esencial para la solidez de la organización. Además, se desarrollan por toda estructura organizacional, medios o recursos y procesos necesarios que garanticen que todo servicio y producto que se proporciona al cliente logre alcanzar sus expectativas provocando una satisfacción en él. Una de sus ventajas es que da oportunidad a la competitividad con otras empresas, no se debe olvidar que los clientes siempre buscarán la total calidad en los productos o servicios que adquieren. Por tanto, la empresa debe implantar el sistema de gestión de calidad ya que también consigue aspectos que perjudican a la calidad de la organización (ISO 9001:2015, 2018).

Las microempresas

Definición

Las mypes son pequeñas empresas que cuentan con menos de 10 empleados es por ello que proviene su nombre. Está constituida por una persona jurídica, dentro de cualquier manera de gestión empresarial estipulada en la legislación. El cual tiene como propósito realizar ciertas actividades de producción, extracción entre otros, en cuanto a bienes y servicios. (Zambrano, 2018)

Características

Las características de la mypes se rigen lo siguiente: No llegan a superar los 1,500 UIT en todo el año. Pueden llegar a tener de 1 a 10 trabajadores como máximo. El estado peruano promueve todo desarrollo integro a su vez facilita todo acceso a aquellos servicios de empresas y a los emprendimientos, con el objeto de la creación de un entorno que favorezca a la competitividad. (Zambrano, 2018)

Marco conceptual

Gestión de calidad

Es una importante herramienta que ayuda a perfeccionar todo método que se elabora en la empresa, del mismo modo de conseguir la satisfacción y fidelización del cliente.

(Hernández, 2018)

Atención al cliente

Es aquella prestación de servicio que brinda una empresa a su público objetivo complaciendo todas sus necesidades, por tanto, la atención al cliente es una herramienta eficiente que ayuda a interactuar con el cliente brindándoles información adecuada para el correcto uso de un servicio o producto. (Porporatto, 2017)

Calidad de servicio

La calidad de servicio involucra diversos aspectos en dirección a las necesidades de todo cliente, tales como la aptitud para el diseño, seguridad, etc. Entonces se dice que la calidad es fundamental para desigualar todo servicio de una empresa. (Silva ,2022)

Albergue

Se dice que un albergue es todo hospedaje que consiste en un servicio de alojamiento, con cuartos comunes para personas que llegan llamados huéspedes. (Mincetur, 2018)

III. HIPÓTESIS

En la presente investigación descriptiva no se plantea hipótesis.

La investigación descriptiva enumera toda propiedad de aquellos fenómenos que se estudian, por tal motivo, no se necesita establecer ninguna hipótesis, debido a que se trata solo de nombrar toda característica de la situación problemática. (Pino, 2018)

El presente trabajo de investigación que lleva de título: *Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021*, no se planteó hipótesis por tratarse de una investigación descriptiva de propuesta.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Se utilizó el diseño no experimental -transversal-descriptivo-de propuesta.

No experimental

Es la investigación que se realiza sin ninguna manipulación de las variables de estudio. Esto quiere decir que es un estudio en la que no se hace cambios de manera intencional, lo que se desarrolla en este estudio es la observación de todo fenómeno tal cual se presentan en su entorno real, para poder analizarlos. (Hernández, 2014)

La investigación fue no experimental, debido a que no se manipuló de manera intencional a ninguna de las variables atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021. Sólo se realizó observaciones en cuanto a la situación real, sin ninguna alteración.

Transversal

El estudio transversal tiene el fin de recopilar información en un determinado tiempo. Su único objetivo es la descripción y el análisis de las variables, es decir de analizar sus incidencias en un periodo dado. (Hernández, 2014)

Fue transversal ya que el estudio de investigación de Propuesta de mejora de la atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021, se desarrolló en un periodo de tiempo determinado, con un comienzo y un final, específicamente en el año 2021.

Descriptivo

Toda investigación descriptiva, entiende aquellas descripciones, estudios y registros de la actual situación, también es todo proceso de los fenómenos, esto quiere decir que esta investigación sólo pretende recabar o medir aquella información de forma independiente o en conjunto de aquellas variables, el objetivo que tiene no es mostrar cómo están relacionadas. (Monroy, 2019)

La investigación fue de nivel descriptivo debido a que se describió las principales particularidades de la atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Toda investigación de propuesta tiene el propósito de especificar aquellas propiedades, características de individuos, grupos, entre otros, que estén bajo estudio con el fin de determinar su comportamiento. Esto quiere decir que sólo buscan recoger y consiguientemente medir la información de forma conjunta o independiente sobre las variables de estudio proponiendo soluciones. (Hernández, 2014)

El estudio fue de propuesta ya que se hizo un plan de mejora en cuanto a los resultados encontrados en la investigación Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

4.2. Población y muestra

Población

Toda población de investigación es el grupo de casos definidos para formar el referente de toda elección de la muestra la cual debe cumplir con ciertos criterios fijados. También la población debe ser cuantificada, medida y analizada. (Condori, 2020)

Se utilizó una población de 6 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021, para las dos variables: Atención al cliente y Gestión de calidad.

Muestra

Es el subconjunto de información que pertenece a aquella población de datos, es decir refiriéndonos estadísticamente, la muestra se debe constituir por números de observaciones representados correctamente en la totalidad de datos. (Condori, 2020)

Se utilizó una muestra poblacional de 6 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021, para las dos variables: Atención al cliente y Gestión de calidad.

Atención al cliente

Criterios de Inclusión

- a) Representantes.

Criterios de exclusión

- a) Trabajadores
- b) Proveedores.
- c) Personal de limpieza.
- d) Personal de seguridad.

Gestión de calidad

Criterios de Inclusión

- a) Representantes.

Criterios de exclusión

- b) Trabajadores
- c) Proveedores.
- d) Personal de limpieza.
- e) Personal de seguridad.

4.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS	FUENTE	ESCALA DE MEDICIÓN
ATENCIÓN AL CLIENTE	La atención a los clientes refiere al grupo de aquellas actividades que se relacionan, con la finalidad de que el consumidor o cliente esté complacido con los productos o servicios que se les ofrece. Para una buena atención al consumidor es importante tener capacitaciones, esto conlleva a saber cómo estar preparado para la atención a toda queja y sugerencia que el cliente proporcione y de ese modo llegar a un adecuado nivel de servicio el cual pueda garantizar la fidelización del cliente y sus recomendaciones, por consiguiente, rentabilidad y éxito de la empresa. (Peiró 2019)	Capacitación	Las capacitaciones laborales son instrumentos relevantes que consisten en actividades orientadas a toda formación y preparación de los RR.HH. Para toda capacitación se requiere elaborar un plan estratégico, siguiendo protocolos para un buen desempeño en cuanto al producto y la atención que se le brinde al cliente (Coll, 2021)	Instrumentos	1. ¿La empresa cuenta con herramientas de capacitación orientada al cliente?	Se encuestó a los 6 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.	LIKERT
				Plan	2 ¿La empresa posee un plan de capacitación?		
				Desempeño	3. ¿Se efectúa el monitoreo del desempeño del equipo de trabajo?		
		Quejas y sugerencias	Las atenciones a quejas y sugerencia deben ser atendidos mediante proceso que toda empresa debe elaborar, para la obtención de un excelente servicio. Cabe mencionar que donde más fallas presentan las empresas es el pasar por alto toda medición de satisfacción al cliente, estas mediciones se obtienen mediante evaluaciones por medio de encuesta Estas encuestas brindarán informaciónes los cuales ayudarán a la elaboración de un plan de mejora. (Quiroa, 2020)	Protocolo	4 ¿Existen protocolos difundidos en la organización?		
				Procesos	5 ¿Existe procesos para el tratamiento de quejas y sugerencias?		
				Evaluación	6 ¿En la empresa se evalúan acciones de mejora?		
		Nivel de servicio	Son las prestaciones de post venta que todo cliente quiere recibir de aquellos productos o servicios que se le ofrece, la empresa otorga un estándar referente al nivel de servicio, afianza una buena relación con la clientela (Sánchez, 2016)	Plan de mejora	7 ¿Se realiza todo plan de mejora en el servicio?		
				Post Venta	8 ¿Cree usted que el servicio de post venta garantiza el nuevo ciclo de venta?		

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
GESTIÓN DE CALIDAD	La gestión de calidad son herramientas valiosas que permiten detectar errores en todo proceso de producción ya sea en los servicios o productos que brinda la empresa. También está orientada a la mejora de procesos que constantemente se debe revisar y evaluar. La gestión de calidad es de vital relevancia para las empresas debido a que su participación optimiza sus procesos (Jabaloyes, Carot, y Carrión 2020)	Mejora de proceso	Toda mejora continua de procesos es una propuesta que cuenta con el análisis de todo proceso y la aplicación continua de actividades con el fin de mejorarlos, tratando de minimizar el margen de pérdidas y equivocaciones. Es así que su gestión es la actividad indispensable que se desarrolla mediante técnicas dentro de la organización. Gracias a la mejora de procesos la empresa logra posicionarse en el mercado competitivo con estándares superiores de calidad. (Esquivel, 2017)	Análisis de proceso	9 ¿La empresa cumple lo prometido con el servicio? 10 ¿Se lleva a cabo la evaluación de los procesos?	LIKERT
				Propuestas	11 ¿En la empresa existen propuestas para la mejora?	
				Aplicación Técnicas	12. ¿En la empresa se emplean planes?	
		Herramientas	Toda herramienta de control se utiliza con el fin de medir, determinar y estudiar posibles soluciones a cada problema que se encuentra. Las técnicas que se emplea para el control de calidad proporcionan la identificación de aquellas causas y efectos de las fallas en el proceso o producto.	Técnicas	13 ¿En la empresa se conoce las técnicas de gestión?	
			Dichas herramientas nacen en los años 50, desde aquella década han sido aprovechadas como soporte para todo sistema de gestión. (Díaz,	Encuestas	14 ¿La empresa efectúa encuestas de satisfacción al	

			2021) Cabe señalar que las otras valiosas herramientas que se tiene que tomar en cuenta en toda empres son: las encuestas y la innovación.		cliente	
		Participación	Toda participación en la gestión de calidad tiene interacción con el objetivo de mejoras continuas y a la producción de todo valor agregado, con una misión visión, bajo una supervisión dentro de la organización, (Balague, 2014)	Innovación	15 ¿Cree usted que innovar es parte de la mejora de todo procedimiento?	
	Misión Visión			16. ¿Toda función de la empresa está de acorde con la visión y misión?		
	Supervisión			17 ¿La empresa cuenta con una supervisión eficiente?		
				Valor agregado	18 ¿La empresa cuenta con una orientación al valor agregado?	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

La técnica para la recopilación de la información fue la encuesta.

Permite toda recopilación de datos mediante preguntas aplicada a los encuestados con el objetivo de que concedan información que se necesita para la investigación. (Arias,2020)

Instrumento

Es una técnica que ayuda a recoger información y consiste en una serie de preguntas. Cabe mencionar que no existe aquellas respuestas correctas o incorrectas esto quiere decir que todas conducen a un resultado distinto aplicados a la población formada por individuos. (Arias,2020)

Cuestionario: estuvo estructurado por 18preguntas, 9 estuvieron dirigidas a la variable atención al cliente y 9 a la variable gestión de calidad, en la escala de medición de Likert, que se encuentra en el anexo 4.

4.5. Plan de análisis

El plan de análisis es el documento a utilizar para poder hacer un análisis y en el mismo tiempo poder organizar toda información que se obtuvo de la encuesta. En otras palabras, ayuda a alcanzar los objetivos ya que contesta las interrogantes de la encuesta aplicada. (Galeano, 2020)

Posteriormente de la recopilación de los datos, se elaboró el plan de análisis. Aquellos resultados obtenidos pasaron a ser tabulados de acuerdo a cada variable con sus respectivas dimensiones, siguió a calcular los porcentajes y frecuencia, empleando los siguientes programas: el Microsoft Word permitió el proceso de textos que se requirió en la investigación, el Excel se pudo realizar la tabulación de los resultados, el PDF con dicho programa se pudo efectuar las entregas del trabajo de investigación en plataforma, el programa de Turnitin con ello pudimos detectar si existía copia con otros trabajos de investigación y por último las PPT que permitió elaborar diapositivas para la sustentación del informe.

4.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Titulo	Enunciado del problema	Objetivos	Variables	Metodología	Población y Muestra	Técnica de Instrumento	Plan de Análisis
Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021	¿Cuál es el plan de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021?	Objetivo General Determinar la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.	Atención al cliente	La metodología fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo	Población-Muestra Se utilizó una población y muestra de 6 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021. Se aplicaron para ambas variables, por tanto, es no probabilístico y muestra poblacional.	Técnica: Se utilizó la encuesta. Instrumento: Se ejecutó el cuestionario, que estuvo estructurado por 18 preguntas, 9 para la variable atención al cliente y 9 para la variable gestión de calidad en la escala de Likert.	Se empleó los siguientes programas : El Microsoft Word, Excel Turnitin. PDF y PPT.
		Objetivos Específicos -Describir las características de la capacitación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021. -Describir las características de la atención a quejas y sugerencias en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021. -Determinar las características del nivel de servicio en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021. -Identificar las características de la mejora	Gestión de calidad				

		<p>de proceso en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.</p> <p>-Determinar las características de las herramientas de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.</p> <p>-Describir las características de la participación de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.</p> <p>-Elaborar un plan de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.</p>					
--	--	---	--	--	--	--	--

4.7. Principios éticos

Protección de la persona

En el presente trabajo de investigación se aplicó este principio debido a que se protegió a los representantes de las micro y pequeñas empresas no se expuso los resultados que se obtuvo sin su permiso debido a que ellos fueron los que proporcionaron dicha información con sus respuestas.

Cuidado de medio ambiente y biodiversidad

Para la prevención del medio ambiente y la biodiversidad se utilizó hojas de papel bon para la aplicación del cuestionario para luego poder reutilizarlo reciclándolos, se ahorró energía eléctrica, ya que se desconectó los cargadores una vez que se cargó la laptop y celulares y por último no se usaron plantas ni animales para el desarrollo de la investigación.

Libre participación y derecho a estar informados

El cuestionario se empleó a los representantes de las mypes ya que decidieron participar libremente, por ese motivo se les comunicó todo resultado de la investigación para prevenir alguna mala interpretación.

Beneficencia y no maleficencia

A los representantes se les hizo saber que la información que se obtuvo no provocó ningún daño para las mypes, ya que se respetó en todo momento el bienestar de las mismas, con una correcta conducta. Los resultados que se obtuvo son de todo beneficio para dichos negocios.

Justicia

No se ejecutó ninguna práctica injusta que pudo haber entorpecido los progresos de la investigación. Se les otorgó a los representantes que participaron aquella información que se logró a través de los resultados. Cabe señalar que se les trató equitativamente al escuchar sus ideas y aportes.

Integridad científica

La investigación no manipuló ilícitamente los datos, no se falsificó lo que se consiguió. Es importante mencionar que este principio en lo profesional y personal nos lleva a formarnos con valores y principios inquebrantables.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de la capacitación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Características de la Capacitación	N	%
Capacitación orientada al cliente		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	1	16.67
Algunas veces	2	33.33
Casi siempre	1	16.67
Siempre	2	33.33
Total	6	100.00
Plan de capacitación		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	1	16.67
Casi siempre	5	83.33
Siempre	0	0.00
Total	6	100.00
Monitoreo del desempeño del equipo de trabajo		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	3	50.00
Siempre	3	50.00
Total	6	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Albergues Ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Tabla 2.

Características de atención a quejas y sugerencias en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021

Características de la atención a quejas y sugerencias	N	%
Protocolos difundidos en la organización		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	3	50.00
Siempre	3	50.00
Total	6	100.00
Tratamiento de quejas y sugerencias		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	2	33.33
Casi siempre	2	33.33
Siempre	2	33.33
Total	6	100.00
Evalúan acciones de mejora		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	1	16.67
Algunas veces	2	33.33
Casi siempre	1	16.67
Siempre	2	33.33
Total	6	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Albergues Ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Tabla 3.

Características del nivel de servicio en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Características del nivel de servicio	N	%
Plan de mejora en el servicio		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	3	50.00
Casi siempre	2	33.33
Siempre	1	16.67
Total	6	100.00
Servicio de post venta garantiza el nuevo ciclo de venta		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	5	83.33
Siempre	1	16.67
Total	6	100.00
Lo prometido con el servicio		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	6	100.0
Siempre	0	0.00
Total	6	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Albergues Ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Tabla 4.

características de la mejora de proceso en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Características de la Mejora de proceso	N	%
Evaluación de los procesos		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	2	33.33
Casi siempre	2	33.33
Siempre	2	33.33
Total	6	100.00
Propuestas para la mejora		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	1	16.67
Algunas veces	1	16.67
Casi siempre	3	50.00
Siempre	1	16.67
Total	6	100.00
Emplean planes		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	2	33.33
Casi siempre	3	50.00
Siempre	1	16.67
Total	6	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Albergues Ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Tabla 5.

Características de las herramientas de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Características de la Herramientas	N	%
Conoce las técnicas de gestión		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	2	33.33
Casi siempre	2	33.33
Siempre	2	33.33
Total	6	100.00
Encuestas de satisfacción al cliente		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	1	16.67
Algunas veces	4	66.67
Casi siempre	1	16.67
Siempre	0	0.00
Total	6	100.00
Innovar es parte de la mejora de todo procedimiento		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	2	33.33
Casi siempre	2	33.33
Siempre	2	33.33
Total	6	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Albergues Ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Tabla 6.

Características de la participación de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Características de la participación de la gestión de calidad	N	%
La empresa está de acorde con la visión y misión		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	1	16.67
Casi siempre	4	66.67
Siempre	1	16.67
Total	6	100.00
Supervisión eficiente		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	3	50.00
Siempre	3	50.00
Total	6	100.00
Orientación al valor agregado		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	1	16.67
Siempre	5	83.33
Total	6	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Albergues Ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Tabla 7

Elaborar un plan de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Indicadores	Problemas	Causas del problema	Consecuencias del problema	Acciones de mejora	Responsables
En la empresa no cuentan con capacitaciones dirigidos a los clientes.	Los representantes no ejecutan capacitaciones orientados al público consumidor	La constante falta de capacitaciones a los empleados.	No existe fidelización del cliente, por tal motivo los ingresos de los negocios no son rentables.	Establecer un plan de capacitaciones que recoja las necesidades de los clientes.	Representantes
No monitorean constantemente el desempeño del equipo de trabajo.	Los gerentes no dan el debido seguimiento del desempeño del equipo de trabajo.	El poco interés que tienen los representantes para el monitoreo de dicho indicador.	Los trabajadores no tienen un buen desempeño trabajando en conjunto.	Tener compromiso trabajando en afiliación con el negocio.	Representantes
Protocolos difundidos en la organización.	No siempre elaboran normas o protocolos.	Los representantes no priorizan establecer estos protocolos en los negocios.	Los empleados tienen poco conocimiento de las reglas que se debe seguir en la empresa.	Establecer los protocolos para que el personal sepa cómo actuar con los clientes y sus superiores.	Representantes

Procesos para tratar quejas y sugerencias.	Los gerentes no dan importancia a tratar sugerencias y quejas del cliente	La falta constante de estos procesos.	No dan el adecuado tratamiento a lo que el cliente insatisfecho solicita.	Elaborar y ejecutar todo procedimiento que ayude a la retroalimentación de lo mencionado.	Representantes
Se cumple lo prometido con el servicio.	Situaciones incómodas para los clientes.	La falta de compromiso con el servicio prometido a los clientes.	Un cliente insatisfecho que no retorna ni recomienda al negocio.	Mantener toda promesa que se brinda al consumidor.	Representantes.
La importancia de innovar.	Los representantes no estudian nuevas cosas para innovar	La falta de innovación a sus negocios.	No les permite ejecutar ideas potenciales que les otorguen ventajas competitivas.	Crear y establecer objetivos y cultura de innovación.	Representantes.
La empresa aplica encuestas de satisfacción al cliente.	No ejecutan encuestas para medir el grado de satisfacción.	El poco interés en aplicar estas encuestas a los clientes.	Poco conocimiento de la percepción del cliente.	Establecer periodicidad y acciones a resultados de encuestas de satisfacción al cliente.	Representantes.

5.2. Análisis de resultados

En relación al primer objetivo específico: Describir las características de la capacitación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021. Se formularon preguntas en relación a los indicadores:

La empresa cuenta con herramientas de capacitación orientado al cliente: 33.33% algunas veces, Tabla (1) este resultado coincide con la investigación de Vélez (2019) quien nos dice que el 74.00% de los encuestados manifestaron que el personal no cuenta con capacitación para un buen servicio al cliente, pero a la vez contrasta con Delgado (2017) quien menciona que el 41.00% está de acuerdo en que sus empleados si están capacitados. Estos resultados nos indica que los representantes de las mypes carecen de aquellas herramientas de capacitación orientadas a mejorar el servicio que brindan a sus clientes perjudicando de esa manera a la rentabilidad de la empresa. Pues es importante mencionar que la elaboración y ejecución de dichas herramientas ayuda a los trabajadores a alcanzar un buen desempeño. Asimismo, esto ayuda a incrementar los ingresos de la empresa.

La empresa posee un plan de capacitación: el 83.33% mencionan que casi siempre y el 16.67% algunas veces (tabla 1) los resultados que se obtuvo demuestran que las mypes presentan falencias ya que por lo general no elaboran un plan donde puedan capacitar a sus empleados para que ellos se sientan motivados y con la confianza en sí mismos logrando con ello un excelente servicio. Por lo tanto, al no contar con este plan la empresa no podrá desarrollarse favorablemente y no podrá posicionarse en el mercado.

Se efectúa el monitoreo del desempeño del equipo de trabajo: el 50.00%

indicaron que casi siempre y el 50.00% siempre. (Tabla1). Los resultados obtenidos demuestran que solo constantemente los representantes monitorean el desempeño de su personal en cuanto al trabajo en equipo. En consecuencia, este escenario no permite incrementar la motivación y proactividad de los trabajadores, por consiguiente, no se logra alcanzar los objetivos trazados por la empresa.

Referente al segundo objetivo específico: Describir las características de atención a quejas y sugerencias en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Existen protocolos difundidos en la organización: el 50.00% indicaron que casi siempre (Tabla 2), resultado que contrasta con la investigación de Bances (2018) quien indica que el 74.00% respondieron que si existen protocolos establecidos. Esto nos dice que los representantes no emplean en su totalidad los protocolos que se difunden en la empresa. De modo que esto no beneficia a la rentabilidad de la misma ya que con dichos protocolos se logra conductas y normas adecuadas para una buena atención a la clientela y una adecuada gestión.

Existe procesos para el tratamiento de quejas y sugerencias: el 33.33% dijeron que algunas veces (Tabla 2) que coincide con la investigación de García (2018) quien nos dice que un 54,5% indicaron que no cuentan con los procesos para atender toda queja y sugerencias de sus clientes, pero contrasta con Villegas (2018) quien manifiesta que un 56.6% respondieron que en la empresa si existe estos procesos. Estos hallazgos demuestran que en ocasiones aplican los procedimientos para atender estas manifestaciones. Es por ello que no emplear estos procesos para la solución de quejas y sugerencias no es bueno para la mypes, ya que sin ellos no se puede dar la correcta solución que satisfaga las expectativas del público consumidor.

En la empresa evalúan acciones de mejora: el 33.33% manifestaron que algunas veces (Tabla 2), resultados que coincide con Hurtado (2019) quien expresa que el 53.00 % de los representantes manifestaron que muy pocas veces hacen evaluaciones de mejora continua. Los resultados señalan que en la mypes encuestadas carecen de la evaluación de toda acción de mejora. Por consiguiente, esto hace que no cuenten con acciones correctivas que permiten suprimir toda causa de la no conformidad detectada.

Referente al tercer objetivo específico: Determinar las características del nivel de servicio en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Se realiza todo plan de mejora en el servicio: el 50.00% indicaron que algunas veces (Tabla 3) resultados que contrasta con el trabajo de investigación de García (2018) quien nos dice que un 55,5% de los encuestados manifestaron que si ejecutan los planes de mejoras en el servicio al cliente. El resultado obtenido representa que en las mypes existe deficiencia con relación a la planeación de toda mejora en el servicio. Por tanto, si se descuida el servicio que se ofrece, los clientes no retornan. Como consecuencia las ventas bajan con ello los precios suben perjudicando a la empresa exponiéndolo al riesgo de quebrar.

Cree usted que el servicio de post venta garantiza el nuevo ciclo de venta: el 83.33% manifestaron que casi siempre (Tabla 3) resultados que contrasta con García (2018) quien indica que un 54.60% de los encuestados manifestaron que no. Por consiguiente, los resultados son indicadores de que no se aplican estrategias con el objetivo de mejorar toda experiencia del cliente después que haya realizado su compra afianzando la relación con él.

La empresa cumple lo prometido con el servicio: el 100.00% de los encuestados dijeron casi siempre (Tabla 3), resultado que coincide con la investigación de Huaracallo (2022) quien indica que el 49.00% expresaron que casi siempre se cumple con el servicio prometido. Por lo tanto, el resultado obtenido nos dice que no siempre cumplen con lo que prometen en cuanto a la prestación del servicio. Por tal razón esta situación desfavorece enormemente a las mypes, porque no permite fidelizar al cliente, y se genera una mala publicidad o prestigio a la marca.

Respecto al cuarto objetivo específico: Identificar las características de la mejora de proceso en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Se lleva a cabo la evaluación de los procesos, el 33.33% manifestaron que algunas veces (Tabla 4) estos hallazgos coinciden con la investigación de López (2021) quien dice que el 55.56% de los encuestados manifestaron que casi siempre se realiza dicha evaluación. En los datos recolectados se puede detectar que de vez en cuando evalúan cada proceso. En efecto caen en un grave error ya que sin ello no se puede obtener información para poder contribuir a la mejora de gestión corrigiendo errores.

En la empresa existen propuestas para la mejora: el 50.00% expresaron que casi siempre (Tabla 4) resultados que coincide con la investigación de Hurtado (2019) quien indica que el 65.00% de los encuestados dijeron que muy pocas veces se propone mejoras en la empresa. Por tanto, el hallazgo obtenido evidencia que en ocasiones sugieren proposiciones para la mejora, en consecuencia, esto dificulta la renovación de procesos sin poder permitir a la empresa ser más competitiva para que pueda alcanzar su posicionamiento en el mercado. Por las razones antes

mencionadas es necesario que los representantes de las mypes deben preparar sugerencias para la mejora ya que con ello se brinda soluciones a aquellos problemas que se suscita ya sea en el producto o servicio que ofrece.

En la empresa se emplean planes: el 50.00% de los encuestados mencionaron que casi siempre (Tabla 4) resultado que contrasta con el trabajo de investigación de Ochoa (2020) quien manifestó que el 80.00 % de los encuestados dijeron que siempre aplican los planes de trabajo. Podemos observar con el dato obtenido que no siempre aplican planes, como consecuencia esto no beneficia a las mypes, debido a que es muy importante llevar a cabo la planificación, puesto que su efecto es positivo pues permite mejorar la productividad del negocio.

Referente al quinto objetivo específico: Determinar las características de herramientas de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

En la empresa se conoce las técnicas de gestión: 33.33% indicaron algunas veces (Tabla 5) este resultado contrasta con Villegas (2018) quien menciona que un 50.00% indicaron que si tienen conocimiento de las técnicas. Como se puede observar en las mypes encuestadas carecen de conocer en plenitud toda técnica de gestión. Por consecuencia no llevan una coordinación de sus recursos que disponen. En efecto no podrán producir un servicio o un bien de manera adecuada.

La empresa efectúa encuestas de satisfacción al cliente, el 66.67% manifestaron que algunas veces (Tabla 5), hallazgos que coincide con el trabajo de investigación de García (2018) quien indica que el 72.7 % de los encuestados respondieron que algunas veces realizan encuestas con el fin de medir el grado de satisfacción de los consumidores. En el resultado podemos ver que ocasionalmente las mypes no ejecutan dichas encuestas. Como secuela caen en un error, porque al encuestar

constantemente a los clientes se puede medir su satisfacción, por consiguiente, esto conduce a nuevas estrategias para alcanzar o superar sus expectativas y de esa manera alcanzar el éxito del negocio.

Cree usted que innovar es parte de la mejora de todo procedimiento: el 33.33% manifestaron que algunas veces (Tabla 5) resultado que contrasta con la investigación de López (2021) quien menciona que un 44.44% de los encuestados respondieron que la innovación es parte de toda mejora. Dichos resultados nos muestran que los representantes no consideran que innovar es importante para incrementar la rentabilidad del negocio. Por ende, al no innovar no obtendrán ese valor agregado que hoy en día los consumidores buscan.

Referente al sexto objetivo específico: Describir las características de participación de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Toda función de la empresa está de acorde con la visión y misión: el 66.67% respondió que casi siempre (Tabla 6) resultados que contrasta con la investigación de García (2018) quien nos dice que un 72,73% de las mypes están administradas con la misión y visión de la empresa. Conforme al resultado se determina que no siempre en las microempresas trabajan en función a la visión y misión. Por tal motivo no podrán realizar estrategias que les permitan acercarse al público consumidor.

La empresa cuenta con una supervisión eficiente: el 50.00% manifestaron que casi siempre (Tabla 6) resultados que coincide con la investigación de López (2021) quien indica que el 55.56% de los encuestados mencionaron que casi siempre la supervisión de la empresa es eficaz. Como se puede observar con los datos que se obtuvo la supervisión en las mypes no son suficientemente eficaces. Como

consecuencia esto los conduce a ciertos problemas que no benefician a su desarrollo y crecimiento, puesto que a falta de una buena supervisión el personal no mejorará su desempeño cayendo en la deficiencia del servicio.

La empresa cuenta con una orientación al valor agregado: el 83.33% indicaron que siempre (Tabla 6), resultado que contrasta con Ochoa (2020) quien menciona que el 60.00% de los encuestados manifestaron que casi siempre se orientan a alcanzar un valor agregado en la empresa. A la vez también contrasta con la investigación de López (2021) quien afirma que un 66.67% indicaron casi siempre tienen orientación a alcanzar un valor agregado. Esto nos dice que los representantes en gran parte tienen una orientación al valor agregado. Es relevante mencionar que el valor agregado es vital para las mypes. Ya que da un valor superior a todo bien o servicio, eso conlleva a que aquel cliente que adquiere estos bienes se fidelizará con el negocio.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo al primer objetivo específico: Describir las características de la capacitación de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

La mayoría indican que casi siempre tienen un plan de capacitación. La mayoría relativa que casi siempre realizan el monitoreo del desempeño del equipo de trabajo. La minoría que algunas veces cuentan con herramientas de capacitación orientados al cliente. Los representantes de las mypes solo ocasionalmente emplean estos instrumentos que son tan valiosos para obtener un adecuado y un excelente servicio a los clientes, esto indica la falencia que presentan en su gestión.

De acuerdo al segundo objetivo específico Describir las características de la atención a quejas y sugerencias en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

La mayoría relativa respondieron que casi siempre existen protocolos difundidos en la organización. La minoría respondieron que algunas veces existe procesos para el tratamiento de quejas y sugerencias y algunas veces se evalúan acciones de mejora. Esto nos demuestra que los representantes no llevan una buena gestión, como resultado no desarrollan estrategias con la finalidad de determinar dónde se debe aplicar, sin lugar a duda esto perjudica a las mypes.

Referente al tercer objetivo específico: Determinar las características del nivel de servicio en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

La totalidad indicaron que casi siempre se cumple con la promesa de servicio. La mayoría manifestaron que casi siempre el servicio de post venta garantiza un nuevo ciclo de venta. La mayoría relativa que algunas veces se realiza el plan de mejora en el servicio. Estos indicadores representan la falencia que existe en la administración de la mypes, puesto que no ponen el debido interés a mejorar todo proceso para la atención a sus clientes, provocando esto grandes pérdidas.

Se concluye que la gestión en las mypes de albergues ecológicos presentan aspectos que se debe mejorar, por lo tanto, se podrán superar con liderazgo y capacitación. Asimismo, se necesita de una mejor expertiz en el uso de técnicas, herramientas y gestión en base a la información que proporcionará la aplicación de encuestas de satisfacción del cliente.

Respecto al cuarto objetivo específico: Identificar las características de la mejora de proceso en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

La mayoría relativa manifestaron que casi siempre existe propuestas para la mejora y casi siempre se ejecutan los planes. La minoría expresaron que algunas veces se realiza el análisis de los procesos. Podemos apreciar mediante estos resultados que por lo general no existe ni se aplican la elaboración, evaluación y ejecución de los procesos para una mejora continua en la mypes. Por tal motivo se observa que en los negocios existe deficiencias que no permiten lograr buenos resultados en la prestación del servicio al cliente.

Respeto al quinto objetivo específico: Determinar las características de las herramientas de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

La mayoría respondieron que algunas veces se realizan encuestas de satisfacción al cliente. La minoría expresaron que algunas veces conocen las técnicas de gestión y algunas veces dijeron que la innovación es parte de la mejora de todo procedimiento. Los resultados nos dicen que no cumplen a cabalidad los procesos para una gestión de calidad. Puesto que con toda encuesta de atención al cliente se puede recopilar información muy valiosa que ayudará a plantear las estrategias que nos lleve a alcanzar las expectativas de todo cliente. También las mypes no innovan esto es un error, debido a que toda innovación es relevante porque aportan nuevas ideas orientadas a aquellas necesidades de los clientes.

De acuerdo al sexto objetivo específico: Describir las características de la participación de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

La mayoría indicaron que siempre la empresa cuenta con orientación al valor agregado y casi siempre sus funciones están alineadas a la misión y visión. La mayoría relativa dijeron que casi siempre cuentan con una supervisión eficiente. Los representantes de las mypes no siempre llevan su administración en función a la visión, misión y la supervisión no siempre es competente. Como resultado esto no favorece el crecimiento y desarrollo a futuro de la empresa, debido a que no permite perfilar todo objetivo trazado.

Se concluye que falta priorizar la planificación (gestión) de la estrategia de atención

al cliente, como: equipos de trabajo, plan de contingencias, mecanismos para recoger la percepción del cliente y superar la carencia de capacitación, así como mejorar la actitud del trabajador en su interacción con los clientes.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Establecer un plan de acción que tenga como insumo las sugerencias de los clientes. Con ello pueden evaluar y determinar estrategias que les permitan alcanzar las expectativas o requerimientos de los consumidores, corrigiendo errores y aportando el valor agregado.

Sugerir a los negocios que innoven, puesto que les permitirá generar ideas nuevas, por ejemplo, nuevos servicios y productos de manera eficaz.

Establecer mecanismos que integren al personal en equipos de trabajo, por tanto, esto les permitirá atender organizadamente planes de contingencias, de manera que superen los cuellos de botella de atención al cliente. Y consecuentemente les permita tener la capacidad de tomar decisiones oportunas en equipo beneficiando la rentabilidad del negocio.

Elaborar protocolos orientados al servicio de atención al cliente. De modo que esto ayude a los trabajadores a seguir el mismo parámetro de comunicación que da respuesta a las interrogantes y quejas de los clientes sin ningún inconveniente.

Determinar funciones que estén en relación a la misión y visión, puesto que ello permitirá a la empresa tener una misión clara, es decir lo que quiere lograr en un tiempo específico y con una visión estratégica se proyectarán al estado que desean llegar en un largo plazo.

PLAN DE MEJORA DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO ALBERGUES ECOLÓGICOS DEL DISTRITO DE YARINACocha, PUCALLPA, 2021

1. Datos generales: ALBERGUES ECOLÓGICOS DEL DISTRITO DE YARINACocha, PUCALLPA.

Dirección: PUCALLPA

Historia

Los albergues ecológicos en la ciudad de Pucallpa, no han tomado mucha amplitud en el rubro hotelero turísticos, ya que la mayoría son negocios familiares y ahora se viene trabajando para que puedan dar ese impulso que necesitan para poder alcanzar sus objetivos y llegar a ser los más reconocidos a nivel nacional por su atención de calidad y gestión de la calidad.

1. Misión

Trabajar en equipo colaborados y comunidad; realizando las mejores prácticas en programas y servicios con la finalidad de satisfacer las necesidades de todos nuestros huéspedes y proteger el medio ambiente, para lograr minimizar el impacto ambiental.

2. Visión

Ser los mejores albergues ecológicos del país; contribuyendo a la preservación del medio ambiente y apoyando el desarrollo local.

3. Objetivos Estratégicos

El compromiso: El personal debe tener el compromiso de trabajar siempre en afiliación con la empresa, es decir identificando con la misma para su buen desarrollo y crecimiento.

El cumplimiento: Se debe cumplir con la prestación de servicios y productos que se ofrece, dicho en otras palabras, que sean de calidad y del agrado del público consumidor.

La empatía: Atender con empatía es el camino a la clave del éxito del cliente, entender lo que necesitan, mostrando entusiasmo a la hora de la atención demostrando que son nuestra prioridad.

Nivel de servicio: El nivel de servicio debe ser demostrado con la capacidad que tiene la empresa en cumplir con los pedidos dentro de un determinado plazo.

Innovar: Crear una cultura de innovación para impulsar la creación de nuevos servicios y productos y poder alcanzar las expectativas del cliente.

4. Productos y/o servicios

- Los albergues ecológicos se encargan de ofrecer un servicio de hospedaje y atención para los clientes, siendo a su vez generadores de empleos para las habitantes de las comunidades indígenas.

5. Organigrama



a. Descripción de Funciones

Administrador	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> -Debe ser licenciado en administración - Tener experiencia en la administración de hoteles del rubro albergues ecológicos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elabora y ejecuta la planificación de procesos de capacitación en la mype. - Emplea una supervisión competente. - Selecciona mediante una evaluación a los trabajadores. - Establece protocolos en beneficio de la empresa.
Cajero	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> - Instrucción superior y experiencia de 2 años del cargo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Resguardar el dinero en efectivo y/o cheques, todo ingreso de la empresa. - Tener un manejo de todo libro contable. - Efectuar o realizar el pago de los sueldos al personal.
Personal de limpieza	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> Tener secundaria completa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ser responsable en cuanto a la limpieza del albergue ecológico. - Tener todos los ambientes impecables.
Cocinero	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> - Contar con estudios superiores en gastronomía. 	<ul style="list-style-type: none"> - La planificación de platos a la carta y el menú. - Supervisa el suministro y preparación de los alimentos. - Dirige y al equipo de trabajo. - Coordina las comandas de la comida.
Mesero	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> - Contar con estudios secundarios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recibir y dar la bienvenida a los clientes. - Entregar la carta del menú del día y las especialidades, haciendo recomendaciones.

6. Diagnóstico general

<p>Análisis FODA</p>	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - La ciudad es hermosa, comercial y muy visitada por los turistas. <p>Cuenta con ubicaciones estratégicas, ya que los turistas buscan albergues ecológicos, alejados de la ciudad para descansar con la familia.</p>	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Competir con las micro y pequeñas empresas del mismo rubro de albergues ecológicos. - No tener la adecuada capacitación para la atención al cliente.
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuenta con una extensa infraestructura para que los clientes estén cómodos. - Diversidad en productos y servicios para los clientes. - Cuenta con diversas formas de pago. - Equipo de trabajo competente ya que son profesionales y especializados en las áreas de trabajo. - Cuentan con una infraestructura bonita y moderna para una experiencia confortable del cliente. 	<p>Estrategias- FO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Brindar espacios con ambientes limpios y agradables para la satisfacción de los clientes. - Brindar precios que sean accesibles para el consumo del cliente. - Diversas de productos y servicios. 	<p>Estrategias- FA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Poder posicionarse en el mercado mediante las recomendaciones y buena publicidad de los clientes. <p>Innovar en todo servicio y producto que se ofrece al cliente.</p>
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Son mypes con poca orientación a un buen nivel de servicio al cliente y a una gestión de calidad. - Personal con poca experiencia en el cargo. - Rotación del personal. 	<p>Estrategias-DO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer a todo cliente los diversos servicios y/o productos para llenar sus expectativas. - Realizar eventos a fechas especiales, como: cumpleaños de cada cliente. 	<p>Estrategias –DA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Saber que estrategias de servicios ofrece la competencia, esto con la finalidad de mejorar lo nuestros. - Brindar aquellas promociones que capten la atención e impulsen el consumo del público.

7. Indicadores de una buena gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de las Mype
En la empresa no cuentan con capacitaciones dirigidos a los clientes.	Los representantes no ejecutan capacitaciones orientados al público consumidor.
No monitorean constantemente el desempeño del equipo de trabajo.	Los gerentes no dan el debido seguimiento al desempeño del equipo de trabajo.
Protocolos difundidos en la organización.	No siempre elaboran normas o protocolos.
Procesos para tratar quejas y sugerencias.	Los gerentes no dan importancia a tratar sugerencias y quejas del cliente
Se cumple lo prometido con el servicio.	Situaciones incómodas para los clientes.
La importancia de innovar.	Los representantes no estudian nuevas cosas para innovar
La empresa aplica encuestas de satisfacción al cliente.	No ejecutan encuestas para medir el grado de satisfacción

8. Problemas

Indicadores	Problemas	Surgimiento del problema
En la empresa no cuentan con capacitaciones dirigidos a los clientes.	Los representantes no ejecutan capacitaciones orientados al público consumidor	La constante falta de capacitaciones a los empleados.
No monitorean constantemente el desempeño del equipo de trabajo.	Los gerentes no dan el debido seguimiento al desempeño del equipo de trabajo.	El poco interés que tienen los representantes para el monitoreo de dicho indicador.
Protocolos difundidos en la organización.	No siempre elaboran normas o protocolos.	Los representantes no priorizan establecer estos protocolos en los negocios.
Procesos para tratar quejas y sugerencias.	Los gerentes no dan importancia a tratar sugerencias y quejas del cliente.	La falta constante de estos procesos.
Se cumple lo prometido con el servicio.	Situaciones incómodas para los clientes.	La falta de compromiso con el servicio prometido a los clientes.
La importancia de innovar.	Los representantes no estudian nuevas cosas para innovar	La falta de innovación en sus negocios.
La empresa aplica encuestas de satisfacción al cliente.	No ejecutan encuestas para medir el grado de satisfacción.	El poco interés en aplicar estas encuestas a los clientes.

9. Establecer soluciones

a. Establecer acciones de mejora

Indicadores	Problemas	Acción de mejora
En la empresa no cuentan con capacitaciones dirigidos a los clientes.	Los representantes no ejecutan capacitaciones orientados al público consumidor	Establecer un plan de capacitaciones que recoja las necesidades de los clientes.
No monitorean constantemente el desempeño del equipo de trabajo.	Los gerentes no dan el debido seguimiento al desempeño del equipo de trabajo.	Tener compromiso trabajando en afiliación con el negocio.
Protocolos difundidos en la organización.	No siempre elaboran normas o protocolos.	Establecer los protocolos para que el personal sepa cómo actuar con los clientes y sus superiores.
Procesos para tratar sugerencias y quejas	Los gerentes no dan importancia a tratar sugerencias y quejas del cliente	Elaborar y ejecutar todo procedimiento que ayude a la retroalimentación de lo mencionado.
Se cumple lo prometido con el servicio	Situaciones incómodas para los clientes..	Mantener toda promesa que se brinda al consumidor.

La importancia de innovar.	Los representantes no estudian nuevas cosas para innovar	Crear y establecer objetivos y cultura de innovación.
La empresa aplica encuestas de satisfacción al cliente.	No ejecutan encuestas para medir el grado de satisfacción.	Establecer periodicidad y acciones a resultados de encuestas de satisfacción al cliente.

10. Recursos para la implementación de las estrategias

N	Estrategias	Recursos humanos	Recursos Económicos	Recursos Tecnológicos	Tiempo
1	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben capacitar para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Establecer y ejecutar capacitaciones que estén dirigidos a un buen nivel de servicio al cliente, que sea competitivo. - El personal debe atender con empatía. - La atención debe ser personalizada. - Ser ágiles en la atención prestada. 	Representante y trabajadores	S/.3000.00	Computadoras Impresora Internet	3 meses
2	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben difundir protocolos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar protocolos SST para minimizar el riesgo de los colaboradores- - Estar preparados ante una emergencia. - Tener responsables por brigadas de SST. 	Representante y trabajadores	S/.1000.00	Computadoras Impresora Internet	15 días
3	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben establecer procesos para tratamiento de sugerencias y quejas.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tener un libro de reclamos a la mano del cliente. -Tener un libro de sugerencias. -Tener al personal capacitado para deferentes tipos de reclamos o problemas 	Representante y trabajadores	S/.200.00	Computadoras Impresora Internet	15 días

4	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben cumplir con el servicio que promete.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Deben modernizar las instalaciones, equipos y maquinarias - Uniformar a los colaboradores de manera correcta e impecable. - Diseñar una promesa que sea consistente para cada servicio que brinda. 	Representante y trabajadores	S/.200.00	Computadoras Impresora Internet	3 meses
5	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben innovar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Innovación en el marketing de la empresa, teniendo una publicidad que llegue a impactar en las necesidades del público objetivo. - Innovar en los servicios y/o productos que ofertan, estar siempre en la vanguardia. 	Representante y trabajadores	S/.3000.00	Computadoras Impresora Internet	1 meses
6	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben aplicar encuestas de satisfacción al cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aplicar siempre encuestas para medir la satisfacción del cliente con el fin de saber que piensan de nosotros como empresa - Determinar estrategias con la información recopilada para llegar a satisfacer sus necesidades o alcanzar sus expectativas. 	Representante y trabajadores	S/.1000.00	Computadoras Impresora Internet	3 meses

Cronograma de actividades

N	Estrategias	Inicio Termino	Marzo				Abril				Mayo			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben capacitar para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Establecer y ejecutar capacitaciones que estén dirigidos a un buen nivel de servicio al cliente, que sea competitivo. - El personal debe atender con empatía. - La atención debe ser personalizada. - Ser ágiles en la atención prestada 	01/03/2022 31/05/2022	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben difundir protocolos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar protocolos SST para minimizar el riesgo de los colaboradores- - Estar preparados ante una emergencia. - Tener responsables por brigadas de SST. 	23/04/2022 30/04/2022					X	X						
3	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben establecer procesos para tratamiento de sugerencias y quejas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tener un libro de reclamos a la mano del cliente. - Tener un libro de sugerencias. - Tener al personal capacitado para deferentes tipos de reclamos o problemas. 	01/04/2022 31/04/2022					X			X				
4	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben cumplir con el servicio que promete.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Deben modernizar las instalaciones, equipos y maquinarias - Uniformar a los colaboradores 	01/03/2022 31/05/2022	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	

	<p>de manera correcta e impecable.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar una promesa que sea consistente para cada servicio que brinda 																
5	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben innovar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Innovación en el marketing de la empresa, teniendo una publicidad que llegue a impactar en las necesidades del público objetivo. - Innovar en los servicios y/o productos que ofertan, estar siempre en la vanguardia. 	<p>01/05/2022 31/05/2022</p>												X	X	X	X
6	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben aplicar encuestas de satisfacción al cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aplicar siempre encuestas para medir la satisfacción del cliente con el fin de saber que piensan de nosotros como empresa - Determinar estrategias con la información recopilada para 	<p>01/03/2022 31/05/2022</p>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alva, E. (2017). La desaparición de las microempresas en el Perú. Una aproximación a los factores que predisponen a su mortalidad. Caso del Cercado de Lima. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842017000200005
- Arias, J.L. (2020) Técnicas e instrumentos de investigación científica. https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2238/1/Arias_Gonzales_TecnicasEInstrumentosDeInvestigacion_libro.pdf
- Ariza, F. (2020) Información y atención al cliente <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448196813.pdf>
- Almarracín, R. (2022) Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro de agua de mesa: Caso Bios, Callería, 2020. (Tesis inédita de pregrado) Universidad Católica los Ángeles Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/25774>
- Benzaquen, J. B. (2018). La administración de la calidad total en las empresas peruanas. Revista Universidad & Empresa. Volumen: 35. <https://revistas.uosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/6056/0>
- Bances, E. (2018). Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las mypede servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura), 2018. (Tesis inédita de pregrado) Universidad Católica los Ángeles Chimbote
- Cabrera, V (2020) Gestión de calidad: Qué herramientas son fundamentales <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/gestion-de-calidad-que->

herramientas-son-fundamentales

- Carihuasari, D. (2018) Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, Rubro Librería, Distrito de Callería, año 2018. (Tesis inédita de pregrado) Universidad Católica los Ángeles Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/25774>
- Coll, F. (2021) Capacitación laboral. <https://economipedia.com/definiciones/capacitacion-laboral.html>.
- Condori, P. (2020). Universo, población y muestra. <https://www.aacademica.org/cporfirio/18.pdf>
- Cortes, J. (2017). Sistemas de Gestión de Calidad (ISO 9001: 2015). España: ICB, S.L.
- Chau, E. (19 de mayo del 2019). Produce: micro y pequeñas empresas aportan 24% al PBI nacional. Andina. <https://andina.pe/agencia/noticia-produce-micro-ypequenas-empresas-aportan-24-al-pbi-nacional-711589.aspx>.
- Da Silva, D. (2020) Qué es atención al cliente. Definición, elementos e importancia para las empresas en la actualidad. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- Delpueche, S. (2021) Cómo mejorar el desempeño laboral en empresas. <https://factorialhr.es/blog/mejorar-desempeno-laboral/>
- Esquivel, A. (2017) Mejora continua de los procesos de gestión del conocimiento en instituciones de educación superior ecuatorianas. <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v11n2/rdir05217.pdf>
- Espinosa, J. (2020) Gestión de la calidad en los servicios de atención al cliente. Caso Cooperativa. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7554392> Chone Ltda

- García, F. (2012). Conceptos sobre innovación: Contribución al análisis PEST (Política, economía, sociedad, tecnología) “Plan estratégico 2013-2020”. Consultado en: http://www.acofi.edu.co/wpcontent/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf, 17.
- García, C. (2018) Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en la mypes del sector servicios, Estaciones de servicios, Distrito de Iquitos, año 2018. (Tesis inédita de pregrado) Universidad Católica los Ángeles Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/25774>
- Haro, S. (2022) Diseño de un plan de Gestión Administrativa para la empresa Good Market ubicada en Guayaquil. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/22461>
- Hernández (2014) Metodología de la investigación - Sexta Edición. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>.
- Hernández, H. (2018) Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/download/2130/1621/3243>
- Hurtado, R. (2019) Propuesta de mejora de la motivación laboral como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la calle derecha cuadra 1 a 9 del distrito de Huaral, 2018, (Tesis inédita de pregrado) Universidad Católica los Ángeles Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/25774>
- Huaracallo, Y. (2022) Gestión de Calidad como factor relevante de la atención al cliente en la mype restaurante el Anticuchero del Sector Servicio de la Ciudad de Juliaca 2020. (Tesis inédita de pregrado) Universidad Católica los Ángeles Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/25774>

- Izaguirre, J. (2016) Aplicación de herramientas de calidad en una fábrica de refrigeradoras para reducir fallos en el producto final.
<https://core.ac.uk/download/pdf/323347605.pdf>
- ISO 9001:2015. (2018). Sistema de Gestión de Calidad, principales principios.
<https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/04/sistema-de-gestion-de-calidadprincipios/>
- Jabaloyes, J., Carot, J. M., & Carrion, A. (2020). Introducción a la Gestión de Calidad. Valencia: Universitat Politècnica de València.
- Jaramillo, A. (2018) Importancia de contar con un plan de mejoramiento empresarial en la compañía.
<https://acolombianlawyers.com/noticias/2018/10/29/importancia-de-contar-con-un-plan-de-mejoramiento-empresarial-en-la-compania>.
- Jiménez, B. & Muñoz, M. (2017) Propuesta de mejora de los procesos administrativos de la empresa Grúas Muñoz en la ciudad de Guayaquil. (Tesis de pregrado) Universidad de Guayaquil.
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/20659>
- Jabaloyes, J., Carot, J. y Carrión, A. (2020) Introducción a la gestión de la calidad.
https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/152213/TOC_6628_01_01.pdf?sequen
- López, E. (2021) Proceso de planificación para mejorar la calidad de gestión: Caso Empresa Inversiones y Negociaciones Ángulo E.I.R.L. – Callería, 2020. (Tesis inédita de pregrado) Universidad Católica los Ángeles Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/25774>

- López, J.F. (2021) Proceso Administrativo. Concepto. <https://www.coursehero.com/file/84917548/Proceso-administrativo-concepto-Economipediapdf/>
- Loidi, J. (10 de octubre del 2019). ¿Por qué cierran las pymes? No es (sólo) por las crisis. El economista. <https://www.eleconomista.com.ar/2019-10-por-que-cierran-las-pymes-no-es-solo-por-las-criisis/>
- Luco, A. (2017) Misión y Visión: Su importancia para la organización. <https://economipedia.com/definiciones/mision-vision-y-valores-de-una-empresa.html>
- Malásquez, P. (2017). Micro y pequeña empresa, actores sociales y contextos desde. Acta Universitaria: 24(1), 13–25.
- Marchini, G. (2017). Los mercados e instrumentos financieros en Nueva Zelanda. México y La Cuenca Del Pacífico: 7, 28–30.
- Méndez, D. (2020) Valor agregado. <https://numdea.com/valor-agregado.htm>
- Mincetur. (2018). Reglamento de establecimiento de hospedajes RESOLUCION MINISTERIAL N° 170-2018-MINCETUR. (Mincetur (ed.)). Recuperado de: <https://n9.cl/7dhv9>
- Mondragón. (2018). Componentes Básicos del Buen Servicio. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2018/04/los-10-componentes-basicos-delbuen.html>
- Monroy, M. (2019) La sociedad del conocimiento y las brechas de género en ciencia, tecnología e innovación. <https://www.redalyc.org/journal/4096/409661113007/>
- Muñoz, G. (2017) Análisis de la calidad del servicio del Hotel Perla Verde de la Ciudad De Esmeraldas. (Tesis inédita de posgrado) Pontificia Universidad católicadel Ecuador <https://repositorio.pucese.edu.ec/123456789/1116>.

- Muñoz, A. & Navarrete, M. (2018). Análisis de microempresa Mediante un estudio de caso: “La Pasadita”. Universitaria Ruta, 2- 10. <https://revistas.userena.cl/index.php/ruta/article/view/1082>
- Ortiz, J. (2020) 13 principios de atención del cliente que mejorarán tu servicio. <https://blog.hubspot.es/service/principios-atencion-cliente>
- Ochoa, G. (2020) Propuesta de mejora del marketing digital para la gestión de calidad en la mype del sector servicios, rubro Botica, San Luis - cañete, 2020. (Tesis inédita de pregrado) Universidad Católica los Ángeles Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/25774>
- Paride, B. (2017) La satisfacción del cliente. <https://www.thema-med.com/wp-content/uploads/2017/10/LA-SATISFACCI%C3%93N-DEL-CLIENTE.pdf>
- Peiró, R. (2019) Servicio de atención al cliente. <https://economipedia.com/definiciones/servicio-de-atencion-al-cliente>.
- Peiró, R. (2018) Como medir la satisfacción del cliente. <https://www.questionpro.com/blog/es/como-medir-la-satisfaccion-del-cliente/>
- Pérez, P. y Gardey, A. (2015) Definiciones: Definición de protocolo empresarial. <https://definicion.de/protocolo-empresarial/>
- Perez, P. & Gardey, A. (2021). Sistema de gestión de calidad. Obtenido de Definición.pe: <https://definicion.de/sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Pino, J. (2018) Calidad del servicio y satisfacción del cliente en los principales restaurantes del distrito de Juliaca provincia de San Román 2018. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/9970>
- Pino, R. (2018) Metodología de la investigación. http://www.sancristoballibros.com/libro/metodologia-de-la-investigacion_45752
- Porporatto. M. (2017) Atención al cliente. <https://quesignificado.com/atencion-al-cliente/>

Quiroa, M. (2020)

Captación de clientes. <https://economipedia.com/definiciones/captacion-de-clientes>.

Quiroa, M. 2021

Análisis de procesos. <https://economipedia.com/definiciones/analisis-de-procesos.htm>

Ramírez, B. (2018) Análisis administrativo en el sector hotelero

de la parroquia Tonsupa, Ecuador (Tesis inédita de pregrado) Pontificia Universidad católica del Ecuador
<https://repositorio.pucese.edu.ec/123456789/1116>.

Raffino, M. (16 de noviembre de 2020). "Servicio al Cliente".
<https://concepto.de/servicio-al-cliente/>

Riquelme, M. (2017). La importancia de la gestión de la calidad. Obtenido de
<https://www.webyempresas.com/la-importancia-de-la-gestion-de-la-calidad/>

Romero, J. A. (2018). Calidad del servicio y satisfacción del cliente en los principales restaurantes de distrito de Juliaca provincia de San Román 2018

Rocca, F. (2020) Qué es la propuesta de valor.
<https://www.claseejecutiva.com.pe/blog/articulos/que-dice-la-propuesta-de-valor/>

Sánchez, J. (2016) Servicio. <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>

Sánchez, J. (04 de septiembre, 2017)

Gestión de la calidad total.
<https://economipedia.com/definiciones/gestion-la-calidad-total.html>

- Sarmiento, C., Mazarío, I., & Martínez, M. (2019). CARACTERIZACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS DE POZA RICA, VERACRUZ.
<http://ru.iiec.unam.mx/id/eprint/4683>
- Serrano, V. (2021) Concepto de Supervisión.
<https://guiadelempresario.com/administracion/supervision/>
- Silva, I. (2019) Calidad en el servicio como herramienta de planificación en las empresas del sector terciario.
<https://www.redalyc.org/journal/280/28059953007/>
- Silva, R. (2022) Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente.
<https://www.redalyc.org/journal/280/28068276017/28068276017.pdf>
- Solis, L. & Robalino, R. (2019). El papel de las PYMES en las sociedades y su problemática empresarial.
<https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/4002>
- Torreblanca, F. (2020) Qué es el servicio post venta y su importancia.
<https://www.esic.edu/rethink/comercial-y-ventas/que-es-el-servicio-post-venta-y-su-importancia>.
- Vélez, J. (2019) Gestión empresarial en la mejora del servicio de atención al cliente en el restaurante La Sazón de la Gata.
https://rraae.cedia.edu.ec/Record/ITB_68a4d8f0ca2e0885f8aa4e8c0cb5feb
- Villalobos, C. (2019). La importancia de las PYMES en Colombia.
<https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-Colombia>.

- Villegas, M. (2018) la Gestión de calidad en la atención al cliente de las mype en el sector servicio – rubro Hoteles Distrito de Chimbote provincia del Santa 2017. (Tesis inédita de pregrado) Universidad Católica los Ángeles Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/25774>
- Weston, M. (2020). Strategic Planning in an Age of Uncertainty: Creating Clarity in Uncertain Times. ELSEVIER, 1, 1. Obtenido de <https://pdf.sciencedirectassets.com/>
- Westreicher, G. (2020) Tipos de encuesta. <https://economipedia.com/definiciones/encuesta>.
- Zambrano, F (2021) Análisis de rentabilidad, endeudamiento y liquidez de microempresas en Ecuador. <https://www.redalyc.org/journal/5045/504568573003/html/>

Anexos:

Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
Nº	Actividades	Año 2021								Año 2022							
		Mes I Noviembre				Mes II Diciembre				Mes III Enero				Mes IV Febrero			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	x															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		x														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			x													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				x												
5	Mejora del marco teórico					x											
6	Redacción de la revisión de la literatura.						x										
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							x									
8	Ejecución de la metodología								x								
9	Resultados de la investigación									x							
10	Conclusiones y recomendaciones										x						
11	Redacción del pre informe de Investigación.											x					
12	Reacción del informe final												x				
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													x			
14	Presentación de ponencia en eventos científicos														x		

Anexo 2. Presupuesto

PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE (Estudiante)			
Categoría	Base	% o N	Total S/.
Suministros			
▪ Impresiones	S/10.00	1	S/10.00
▪ Fotocopias	S/5.00	1	s/5.00
▪ Empastado	s/10.00	1	s/10.00
▪ Papel bond A-4 (500 hojas)	s/10.00	1	S/10.00
▪ Lapiceros	S/5.00	1	s/5.00
▪ Tableros	s/10.00	1	s/10.00
Servicios			
- Uso de Turnitin	s/.50.00	2	s/.100.00
Sub total			s/.150.00
Gastos de viaje			
▪ Pasajes para recolectar información	S/10.00	1	S/10.00
▪ Recarga de celular	S/30.00	3	s/90.00
Subtotal			s/.100
TOTAL PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE			s/.250.00
PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE (Universidad)			
Categoría	Base	% o N	Total s/.
Servicios			
▪ Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)	s/. 30.00	4	S/.120.00
▪ Búsqueda de información en base de datos	s/.35.00	2	s/160.00
▪ Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University – MOIC)	s/.40.00	4	S/160.00
▪ Publicación de artículo en repositorio institucional	s/50.00	1	s/.50.00
Subtotal			s/. 400.00
Recurso Humano			
▪ Asesoría personalizada (5 horas por semana)	s/.63.00	4	s/.252.00
Subtotal			s/.252.00
TOTAL PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE			S/. 652.00

Anexo 3. Consentimiento informado



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

"AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA"

Pucallpa, 9 de junio de 2021

CARTA N° 1 - 2021-GVR-ULADECH CATÓLICA

SR.

FLORES PEÑA JUAN CARLOS

ADMINISTRADOR

Empresa Hotelera

Churampita s

Presente.-

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo y hacer de conocimiento que soy Gerardo André Villacorta Rivera, estudiante del VIII ciclo de la Escuela Profesional de administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, identificado código de matrícula N° 1811191268, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado "PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO ALBERGUES ECOLÓGICOS DEL DISTRITO DE YARINACOCKA, PUCALLPA, 2021", durante los meses de setiembre, octubre, noviembre y diciembre del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su representado. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

Gerardo André, Villacorta Rivera

DNI: 47060834

Juan Carlos, Flores Peña

DNI: 05222985

Anexo 4. Instrumentos de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021, para obtener el título profesional de Licenciado en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

INSTRUCCIONES:

Se presenta un conjunto de 18 ítems, los cuales miden las dimensiones de las variables atención al cliente y gestión de calidad. Se presenta una escala de valoración. Favor de marcar una de las alternativas, la que usted estime conveniente. Se agradece su participación en esta encuesta.

N°	Variable: Atención al cliente					
	D1: Capacitación					
1	¿La empresa cuenta con herramientas de capacitación orientado al cliente?					
2	¿La empresa posee un plan de capacitación?					
3	¿Se efectúa el monitoreo del desempeño del equipo de trabajo?					
	D2: Atención a quejas y sugerencias					
4	¿Existen protocolos difundidos en la organización?					
5	¿Cree usted que el servicio de post venta garantiza el nuevo ciclo de venta?					
6	¿La empresa cumple lo prometido con el servicio?					
	D3: Nivel de servicio					
7	¿Se realiza todo plan de mejora en el servicio?					

8	¿El servicio de post venta garantiza un nuevo ciclo de venta?					
9	¿Se cumple la promesa de servicio al cliente?					

N°	Variable: Gestión de calidad					
	D1: Mejora de proceso					
10	¿Se lleva a cabo la evaluación de los procesos?					
11	¿En la empresa existen propuestas para la mejora?					
12	¿En la empresa se emplean planes?					
	D2: Herramientas					
13	13 ¿En la empresa se conoce las técnicas de gestión?					
14	¿La empresa efectúa encuestas de satisfacción al cliente					
15	¿Cree usted que innovar es parte de la mejora de todo procedimiento?					
	D3: Participación					
16	¿Toda función de la empresa está de acorde con la visión y misión?					
17	¿La empresa cuenta con una supervisión eficiente?					
18	¿La empresa cuenta con una orientación al valor agregado?					

Nota: elaborado por Gerardo Villacorta Rivera

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres: Valdiviezo Saravia, Crysber Moises

1.2. Grado Académico: Maestro en Administración

1.3. Profesión: Licenciado en Administración

1.4. Institución donde labora: Uladech

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6 Denominación del instrumento: Encuesta

1.7. Autor del instrumento: Villacorta Rivera Gerardo André.

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Crysber Moises Valdiviezo Saravia, identificado con DNI 60097120 Magister en Administración Estratégica

Por medio de lo presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: cuestionario, elaborado por el estudiante: Gerardo André Villacorta Rivera a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación "Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las macro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021".

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

PUCALLPA, 27 de Setiembre de, 2021. FIRMA Y SELLO

Ítems correspondientes a la variable <u>atención al cliente</u> :	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1:							
¿Se tiene a disposición instrumentos de capacitación con orientación al cliente?	X			X	X		Si () No (X)
¿Se tiene un plan de capacitación?	X			X	X		Si () No (X)
¿Se realiza el monitoreo del desempeño del equipo de trabajo?	X			X	X		Si () No (X)
Dimensión 2:							
¿Existen protocolos difundidos en la organización?	X			X	X		Si () No (X)
¿Existe procesos para el tratamiento de quejas y sugerencias?	X			X	X		Si () No (X)
¿Se evalúa las acciones de mejora?	X			X	X		Si () No (X)
Dimensión 3:							
¿Se ejecuta el plan de mejora de nivel de servicio?	X			X	X		Si () No (X)
¿El servicio de post venta garantiza un nuevo ciclo de venta?	X			X	X		Si () No (X)
¿Se cumple la promesa de servicio al cliente?	X			X	X		Si ()


 Universidad de Cuenca
 Facultad de Ciencias Exactas y Naturales
 3634, Cuenca - Ecuador
 Docente Tutor: [Firma]

							No (X)
Ítems correspondientes a la variable <u>Gestión de calidad</u> :	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1:							
¿Se realiza análisis de los procesos?	X			X	X		Si () No (X)
¿Se plantean propuestas para mejora?	X			X	X		Si () No (X)
¿Se aplican los planes?	X			X	X		Si () No (X)
Dimensión 2:							
¿Se conoce el uso de técnicas para administrar?	X			X	X		Si () No (X)
¿Se realizan encuestas de satisfacción al cliente?	X			X	X		Si () No (X)
¿La Innovación es parte de mejora de los procesos?	X			X	X		Si () No (X)
Dimensión 3:							
¿Las funciones están alineadas a la misión y visión?	X			X	X		Si () No (X)
¿La Supervisión es eficaz?	X			X	X		Si () No (X)


 Universidad de Cuenca
 Facultad de Ciencias Exactas y Naturales
 3634, Cuenca - Ecuador
 Docente Tutor: [Firma]

¿Existe orientación a lograr valor agregado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (X)
--	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	------------------



Firma
Apellidos y Nombres del experto
DNI N° 00093128

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** MOZOMBITE ARMAS, JOSE WILSON
- 1.2. **Grado Académico:** MAGISTER EN GESTIÓN PÚBLICA
- 1.3. **Profesión:** LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
- 1.4. **INSTITUCIÓN DONDE LABORA:** UNIVERSIDAD PRIVADA DE PUCALLPA
- 1.5. **CARGO QUE DESEMPEÑA:** DOCENTE
- 1.6. **DENOMINACIÓN DEL INSTRUMENTO:** ENCUESTA
- 1.7. **Autor del instrumento:** VILLACORTA RIVERA GERARDO ANDRE.
- 1.8. **Carrera:** ADMINISTRACIÓN

II. VALIDACIÓN:

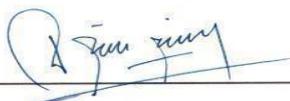
Ítems correspondientes al Instrumento 1: Variable: Atención al cliente

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Capacitación							
1. Instrumentos	X		X		X		
2. Plan	X		X		X		
3. Desempeño	X		X		X		
4. Protocolo	X		X		X		
Dimensión 2: Quejas y Sugerencias							
5. Procesos	X		X		X		
6. Evaluación	X		X		X		
7. Plan de mejora.	X		X		X		
Dimensión 3: Nivel de Servicio							
8. Post venta.	X		X		X		
9. Servicio.	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2 Variable: Gestión de Calidad

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Mejora de proceso							
1. Análisis de procesos.	X		X		X		
2. Propuesta.	X		X		X		
3. Aplicación.	X		X		X		
4. Técnicas	X		X		X		
Dimensión 2: Herramientas							
5. Técnicas	X		X		X		
6. Encuestas.	X		X		X		
7. Innovación.	X		X		X		
Dimensión 3: Participación							
8. Misión Visión	X		X		X		
9. Supervisión	X		X		X		
10. Valor agregado.	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Firma

Mozombite Armas, José Wilson

DNI N°

00069916

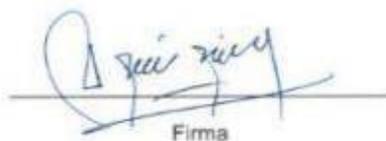
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, José Wilson Mozombite Armas, identificado con cedula de colegiatura 01498, con profesión LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN y ejerciendo actualmente como experto:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: **CUESTIONARIO**, elaborado por el estudiante **VILLACORTA RIVERA GERARDO ANDRE**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación : **PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO ALBERGUES ECOLÓGICOS DEL DISTRITO DE YARINACOCHA, PUCALLPA, 2021, QUE SE ENCUENTRA REALIZANDO.**

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Pucallpa, 10 de Julio 2022



Firma

Mozombite Armas, José Wilson

DNI N°

00069916

Anexo 5. Hoja de tabulación

Características de la capacitación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
La empresa cuenta con herramientas de capacitación orientado al cliente	Nunca	0	-	0.00
	Muy pocas veces	I	1	16.67
	Algunas veces	II	2	33.33
	Casi siempre	I	1	16.67
	Siempre	II	2	33.33
	Total	IIIII	6	100.00
La empresa posee un plan de capacitación	Nunca	0	-	0.00
	Muy pocas veces	0	-	0.00
	Algunas veces	I	1	16.67
	Casi siempre	IIIII	5	83.33
	Siempre	0	-	0.00
	Total	IIIII	6	100.00
Se efectúa el monitoreo del desempeño del equipo de trabajo	Nunca	0	-	100.00
	Muy pocas veces	0	-	0.00
	Algunas veces	0	-	0.00
	Casi siempre	III	3	50.00
	Siempre	III	3	50.00
	Total	IIIII	6	100.00

Características de atención a quejas y sugerencias en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Existen protocolos difundidos en la organización	Nunca	0	-	0.00
	Muy pocas veces	0	-	0.00
	Algunas veces	0	-	0.00
	Casi siempre	III	3	50.00
	Siempre	III	3	50.00
	Total	IIIII	6	100.00
Existe procesos para el tratamiento de quejas y sugerencias	Nunca	0	-	0.00
	Muy pocas veces	0	-	0.00
	Algunas veces	II	2	33.33
	Casi siempre	II	2	33.33
	Siempre	II	2	33.33
	Total	IIIII	6	100.00
En la empresa se evalúan acciones de mejora	Nunca	0	-	0.00
	Muy pocas veces	I	1	16.67
	Algunas veces	II	2	33.33
	Casi siempre	I	1	16.67
	Siempre	II	2	33.33
	Total	IIIII	6	100.00

Características del nivel de servicio en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Se realiza todo plan de mejora en el servicio	Nunca	0	-	0.00
	Muy pocas veces	0	-	0.00
	Algunas veces	III	3	50.00
	Casi siempre	II	2	33.33
	Siempre	I	1	16.67
	Total	IIIIII	6	100.00
Cree usted que el servicio de post venta garantiza el nuevo ciclo de venta	Nunca	0	-	0.00
	Muy pocas veces	0	-	0.00
	Algunas veces	0	-	0.00
	Casi siempre	IIII	5	83.33
	Siempre	I	1	16.67
	Total	IIIIII	6	100.00
La empresa cumple lo prometido con el servicio	Nunca	0	-	0.00
	Muy pocas veces	0	-	0.00
	Algunas veces	0	-	0.00
	Casi siempre	IIII	6	100.00
	Siempre	0	-	0.00
	Total	IIIIII	6	100.00

Características de la mejora de proceso en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Se lleva a cabo la evaluación de los procesos	Nunca	0	-	0.00
	Muy pocas veces	0	-	0.00
	Algunas veces	II	2	33.33
	Casi siempre	II	2	33.33
	Siempre	II	2	33.33
	Total	IIII	6	100.00
En la empresa existen propuestas para la mejora	Nunca	0	-	0.00
	Muy pocas veces	I	1	16.67
	Algunas veces	I	1	16.67
	Casi siempre	III	3	50.00
	Siempre	I	1	16.67
	Total	IIII	6	100.00
En la empresa se emplean planes	Nunca	0	-	0.00
	Muy pocas veces	0	-	0.00
	Algunas veces	II	2	33.33
	Casi siempre	III	3	50.00
	Siempre	I	1	16.67
	Total	IIII	6	100.00

Características de las herramientas de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
En la empresa se conoce las técnicas de gestión	Nunca	0	-	0.00
	Muy pocas veces	0	-	0.00
	Algunas veces	II	2	33.33
	Casi siempre	II	2	33.33
	Siempre	II	2	33.33
	Total	IIIII	6	100.00
La empresa efectúa encuestas de satisfacción al cliente	Nunca	0	-	0.00
	Muy pocas veces	I	1	16.67
	Algunas veces	III	4	66.67
	Casi siempre	I	1	16.67
	Siempre	0	-	0.00
	Total	IIIII	6	100.00
Cree usted que innovar es parte de la mejora de todo procedimiento	Nunca	0	-	0.00
	Muy pocas veces	0	-	0.00
	Algunas veces	II	2	33.34
	Casi siempre	II	2	33.33
	Siempre	II	2	33.33
	Total	IIIII	6	100.00

Características de la participación de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia	
			Absoluta	Relativa
En la empresa se conoce las técnicas de gestión	Nunca	0	-	0.00
	Muy pocas veces	0	-	0.00
	Algunas veces	I	1	16.67
	Casi siempre	III	4	66.67
	Siempre	I	1	16.67
	Total	IIII	6	100.00
La empresa efectúa encuestas de satisfacción al cliente	Nunca	0	-	0.00
	Muy pocas veces	0	-	0.00
	Algunas veces	0	-	0.00
	Casi siempre	III	3	50.50
	Siempre	III	3	50.50
	Total	IIII	6	100.00
Cree usted que innovar es parte de la mejora de todo procedimiento	Nunca	0	-	0.00
	Muy pocas veces	0	-	0.00
	Algunas veces	0	-	0.00
	Casi siempre	I	1	16.67
	Siempre	IIII	5	83.33
	Total	IIII	6	100.00

Anexo 6

Figuras

Características de la capacitación para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021.

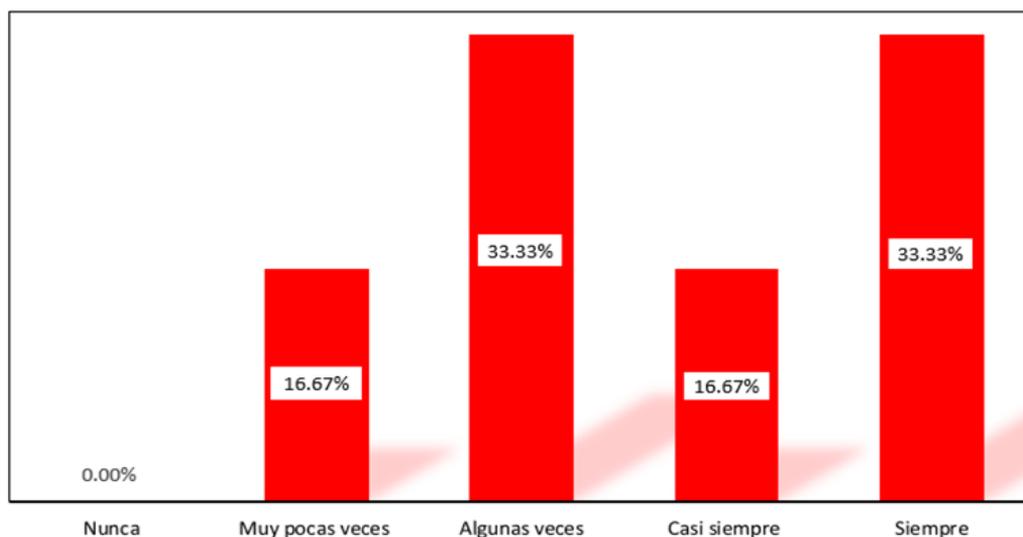


Figura 1: Capacitación orientado al cliente

Fuente tabla 1

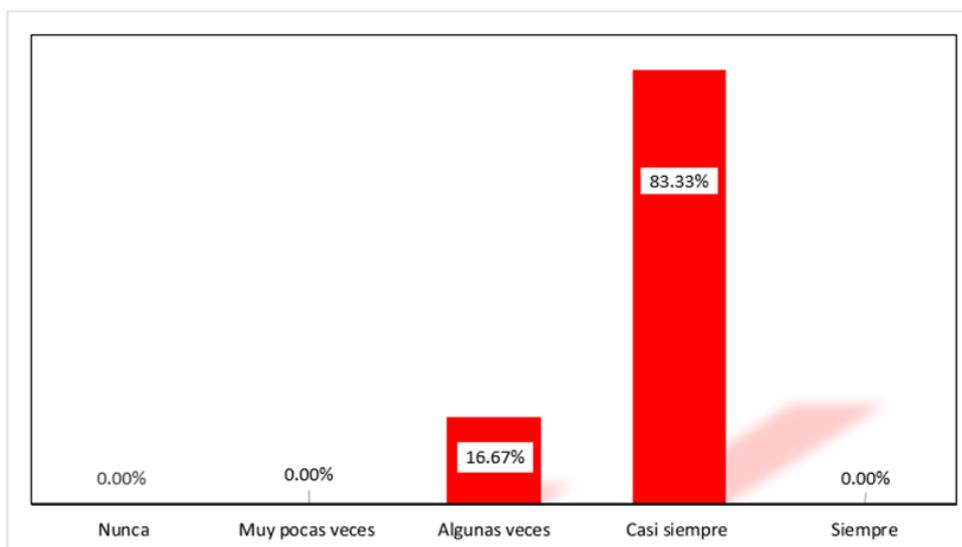


Figura 2: Plan de capacitación

Fuente tabla 1

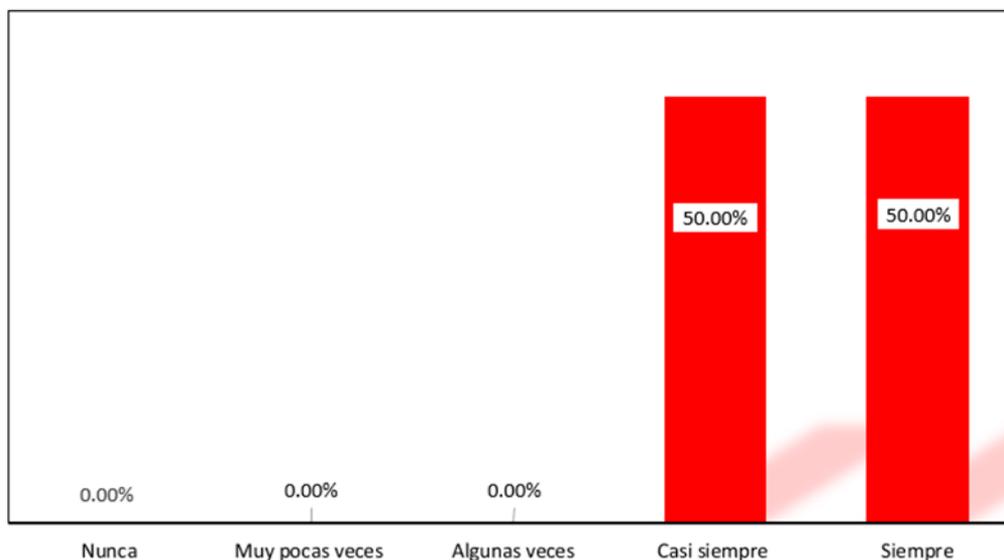


Figura 3: Monitoreo del desempeño del equipo de trabajo

Fuente tabla 1

Características de atención a quejas y sugerencias en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021

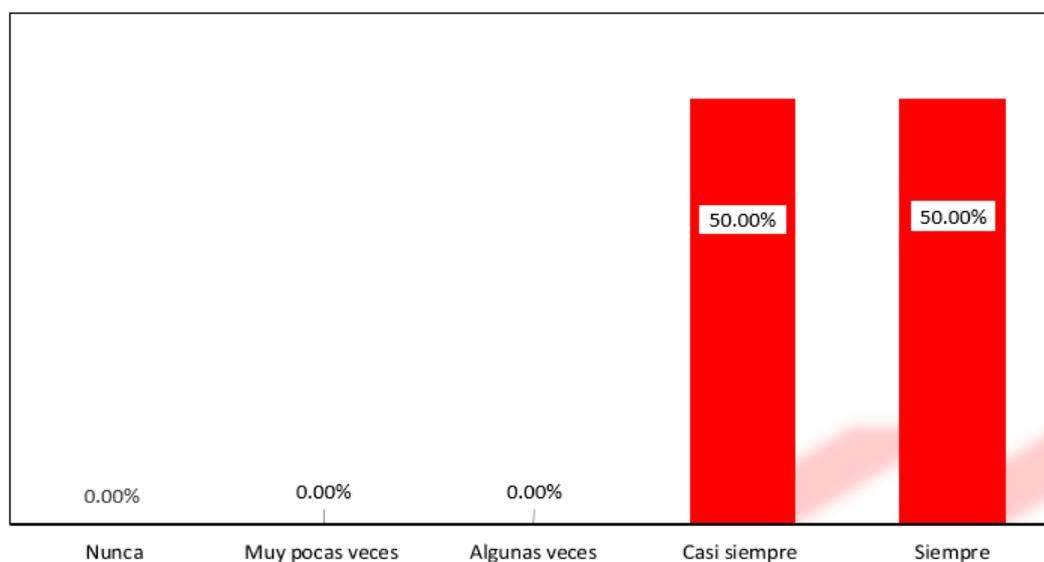


Figura 1: Protocolos difundidos en la organización

Fuente tabla 2

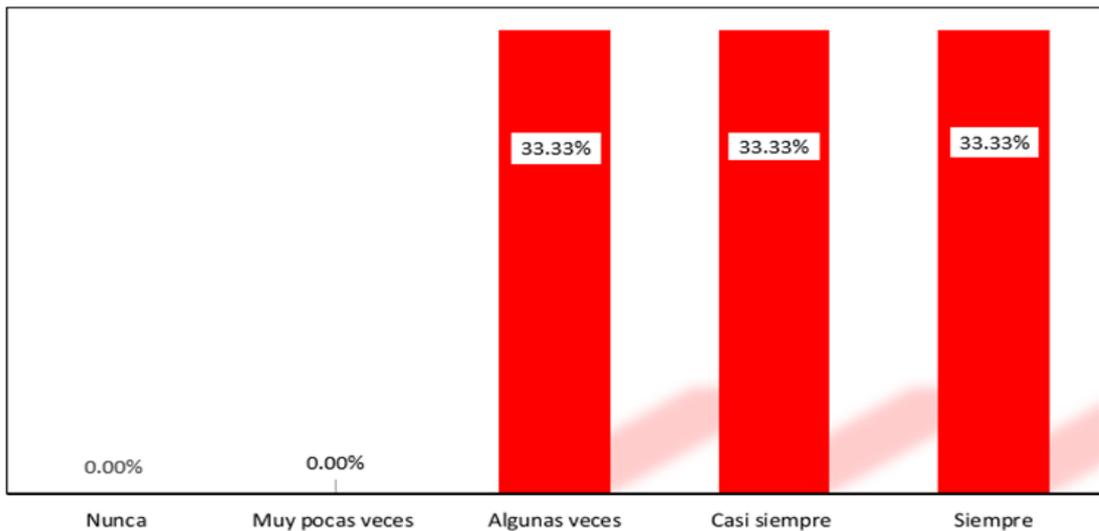


Figura 2: Procesos para el tratamiento de quejas y sugerencias Fuente

tabla 2

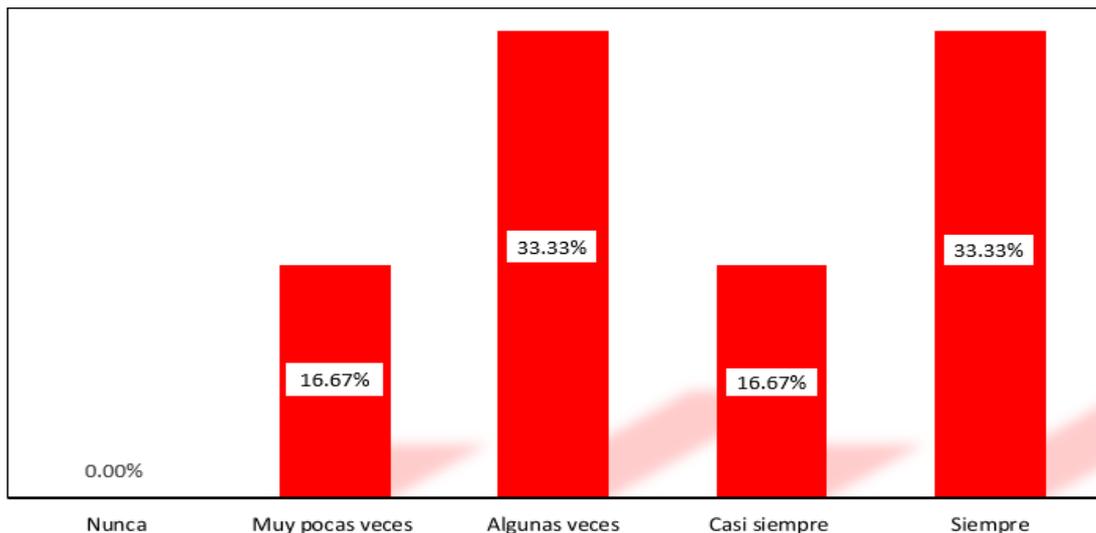


Figura 3: Evalúan acciones de mejora

Fuente tabla 2

Características del nivel de servicio en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021

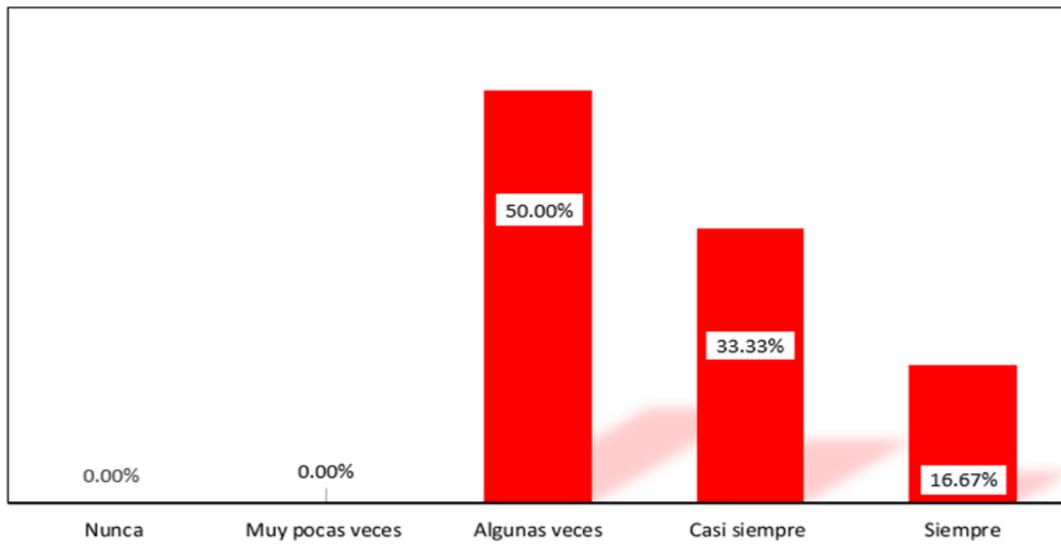


Figura 1: Mejora en el servicio

Fuente tabla 3

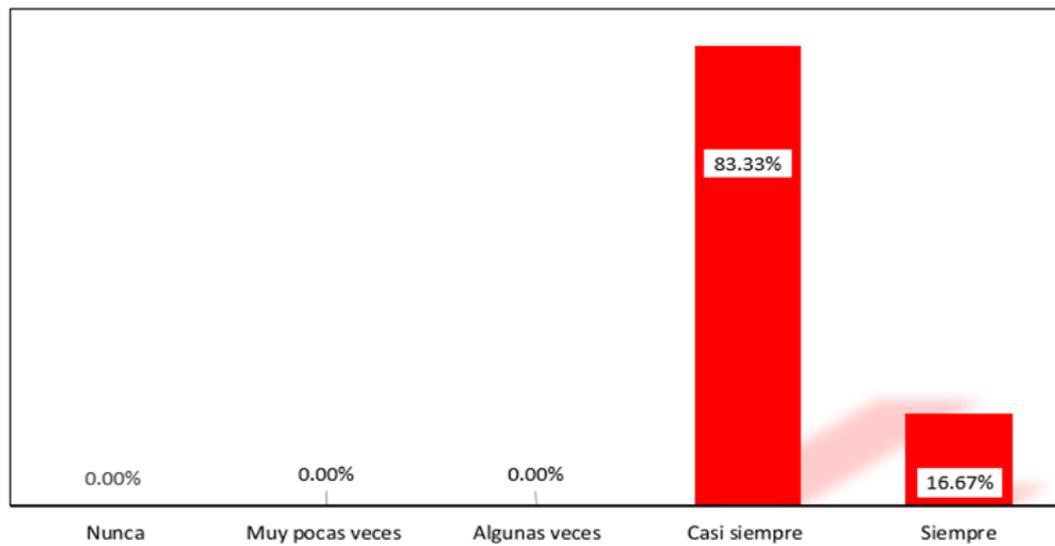


Figura 2: El servicio de post venta garantiza el nuevo ciclo de venta

Fuente tabla 3

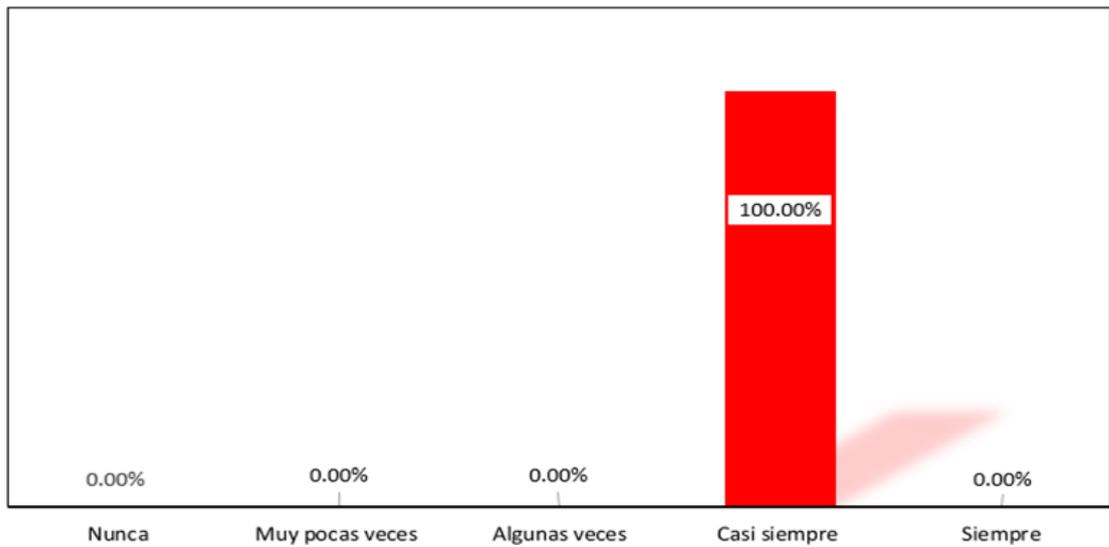


Figura 3: Cumple lo prometido con el servicio

Fuente tabla 3

Características de la mejora de proceso en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021

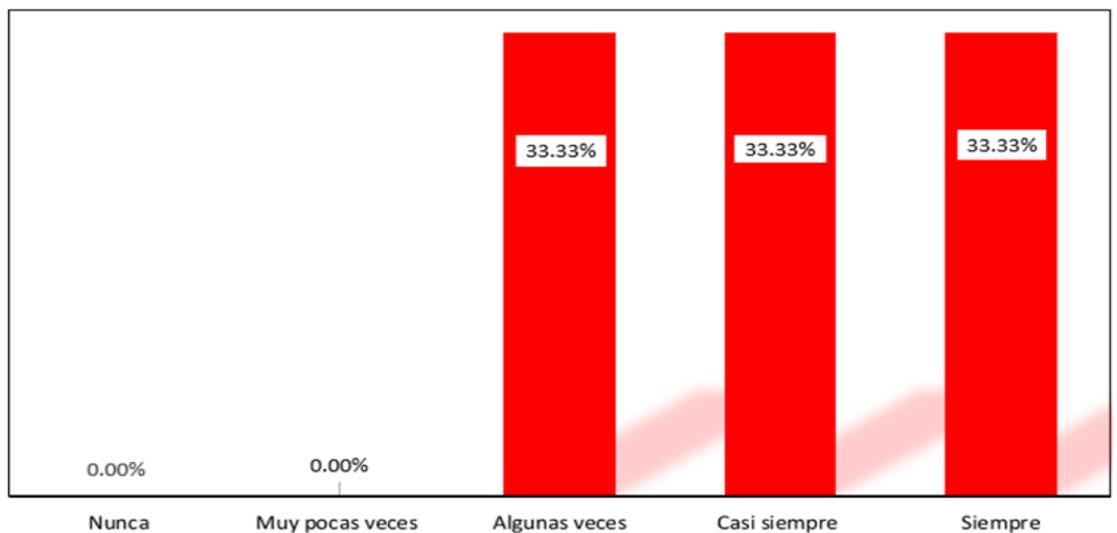


Figura 1: Evaluación de los procesos

Fuente tabla 4

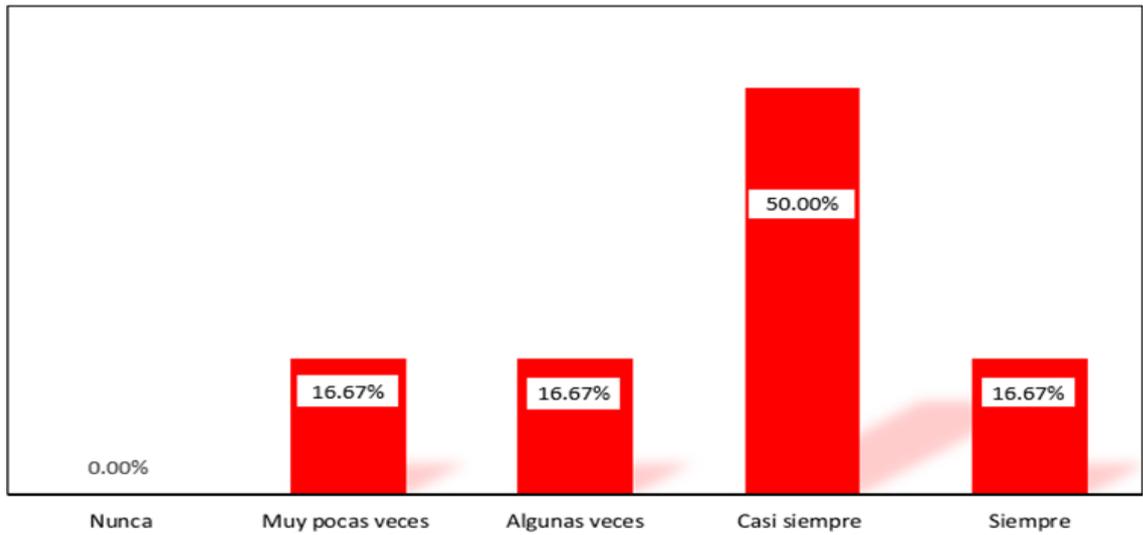


Figura 2: Propuestas para la mejora

Fuente tabla 4

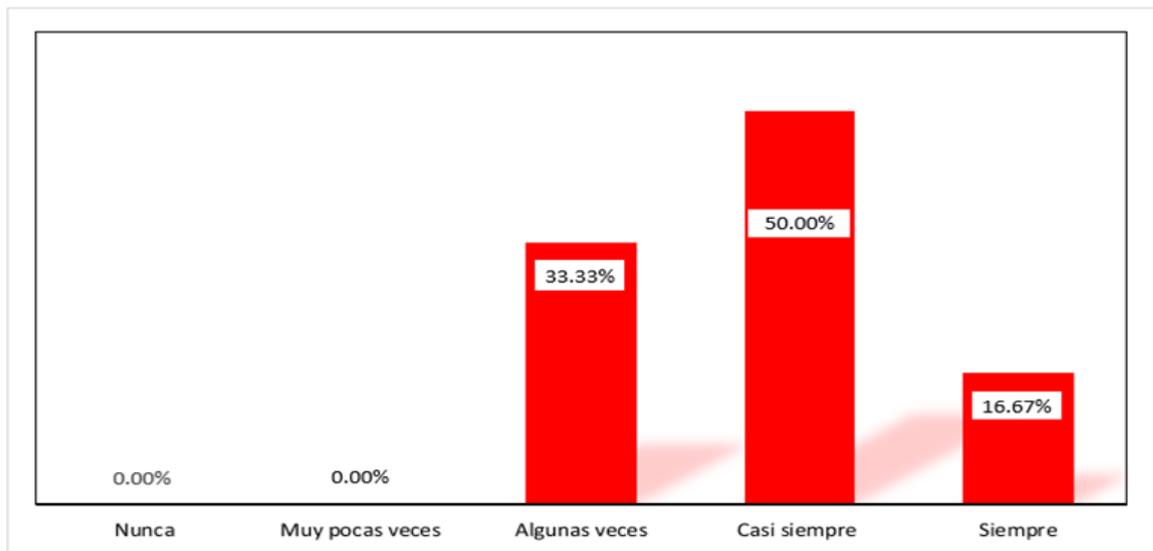


Figura 3: Emplean planes

Fuente tabla 4

Características de las herramientas de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021

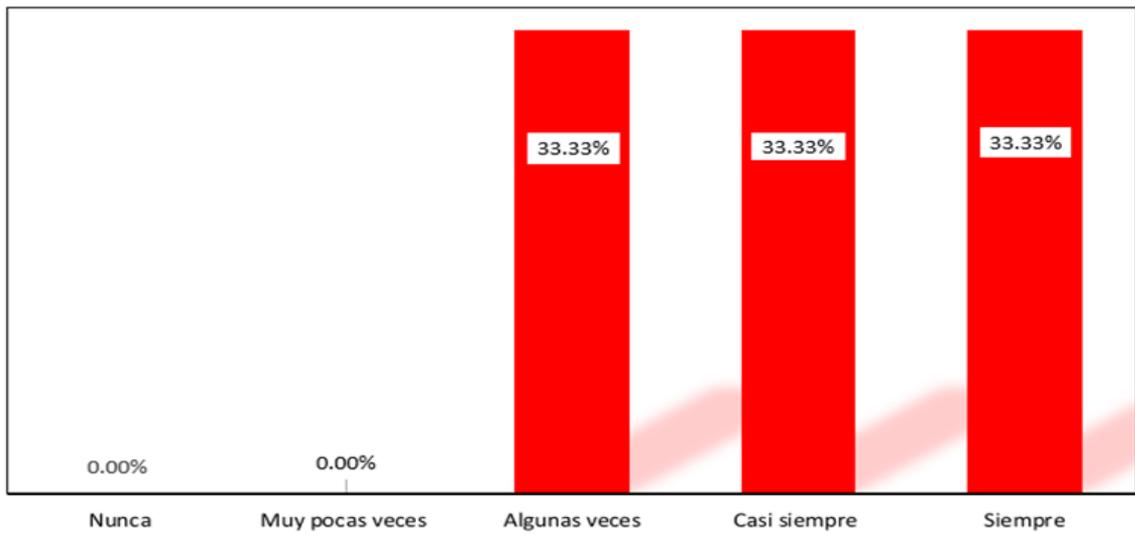


Figura 1: Conoce las técnicas de gestión

Fuente tabla 5

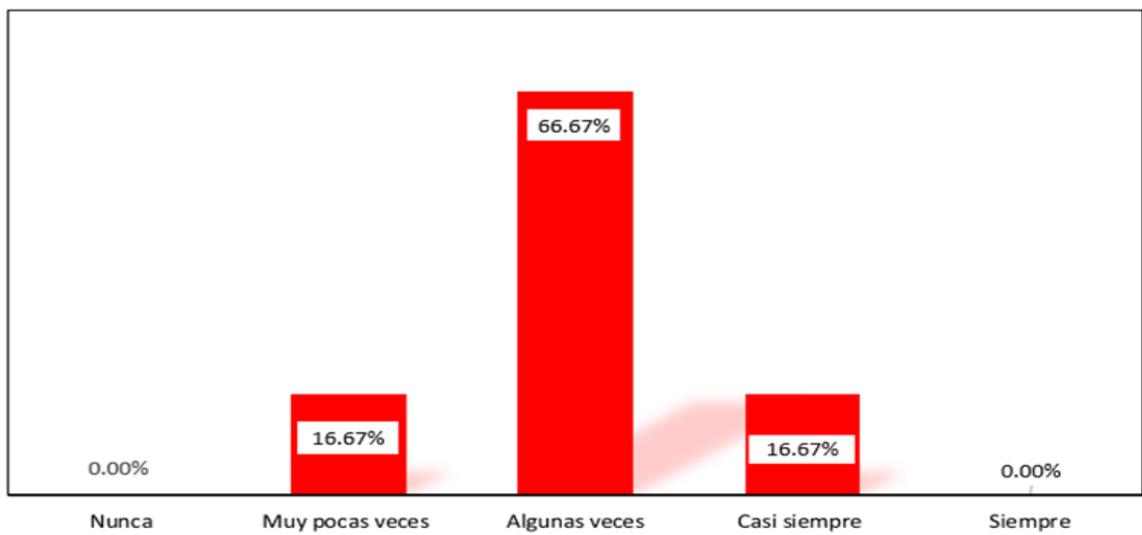


Figura 2: Encuestas de satisfacción al cliente

Fuente tabla 5

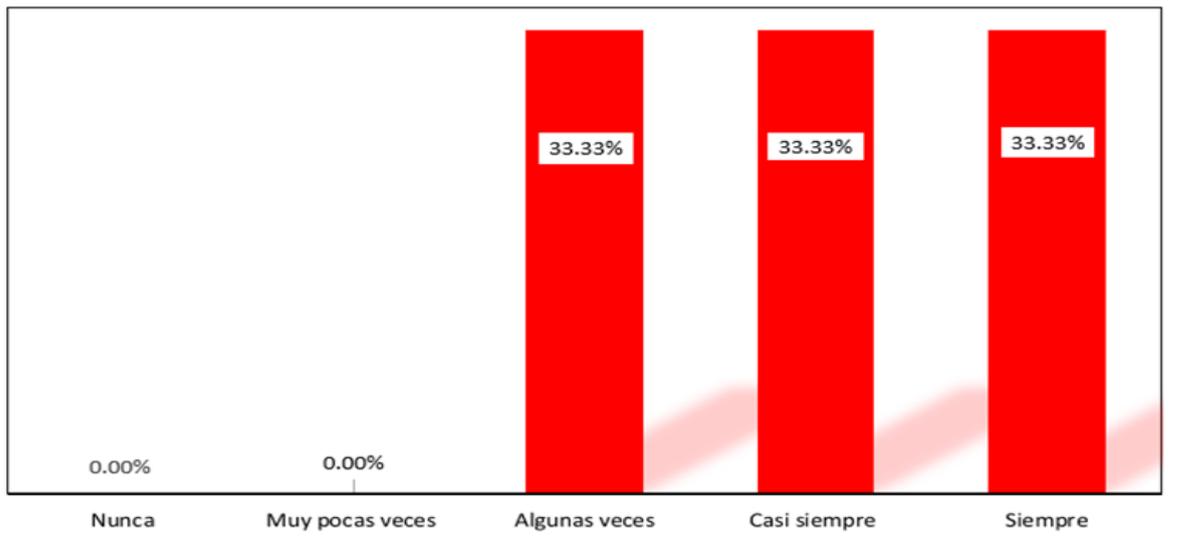


Figura 3: Innovar es parte de la mejora de todo procedimiento

Fuente tabla 5

Características de la participación de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021

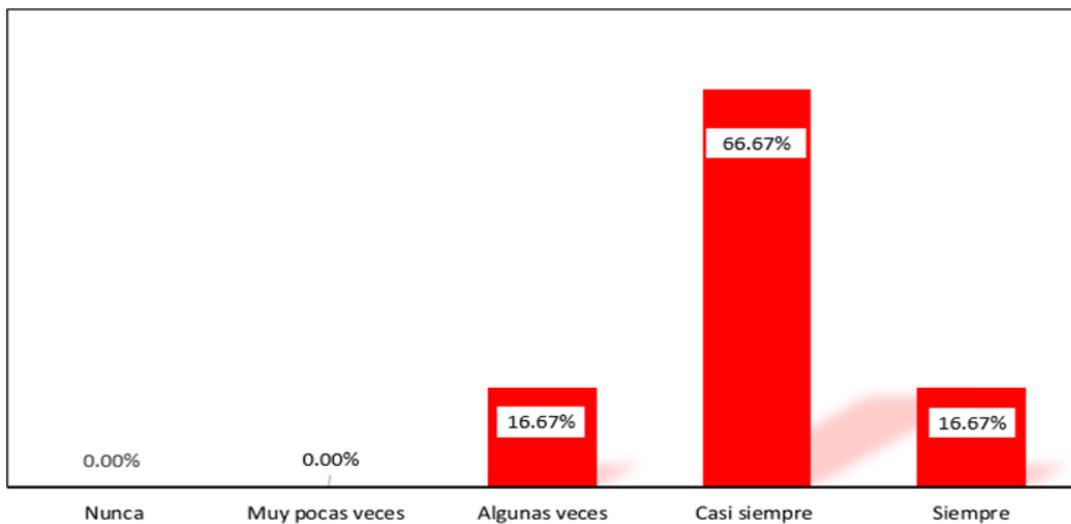


Figura 1: La empresa está de acorde con la visión y misión

Fuente tabla 6

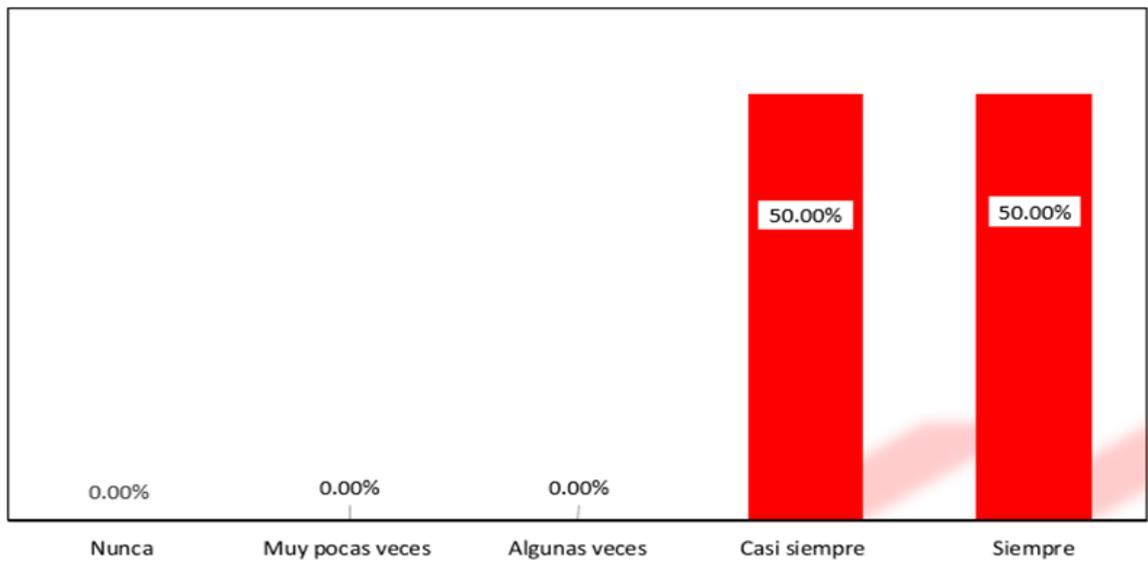


Figura 2: Supervisión eficiente

Fuente tabla 6

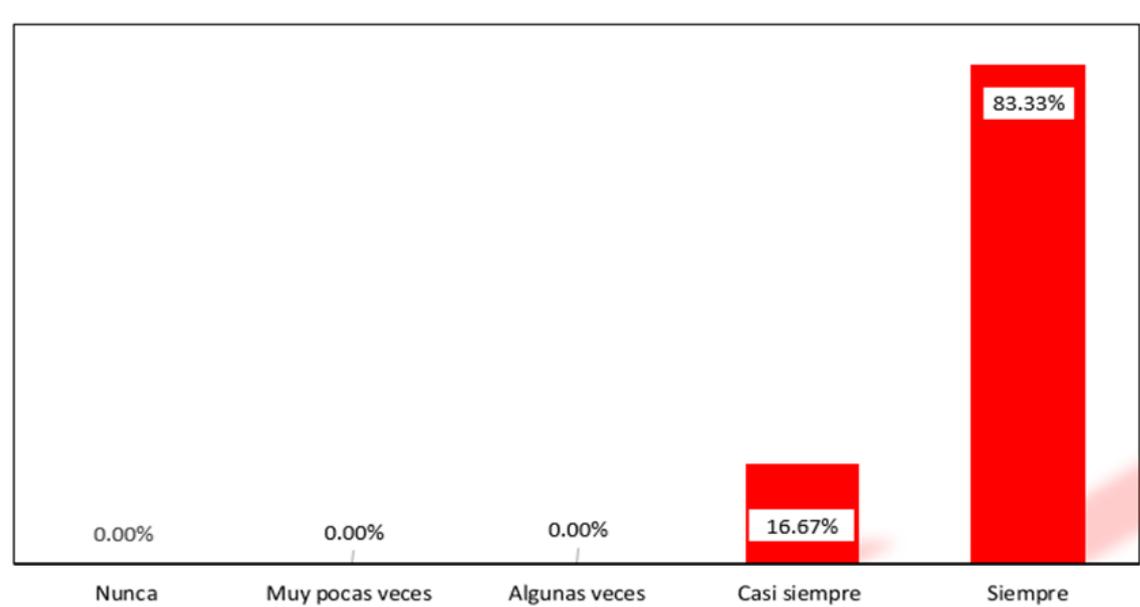


Figura 3: Orientación al valor agregado

Fuente tabla 6

TALCOCUR202202-ADM-SC-GVILLACORTAR-TESIS FINAL

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

6%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo