



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR
SERVICIOS, AGENCIAS DE VIAJE Y TOURS
TURÍSTICOS, DISTRITO DE IQUITOS, AÑO 2017**

INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN

AUTORA:

Br.GRACE KAROLAINÉ TORRES NORIEGA

ASESOR:

MBA. CRYSBER MOISÉS VALDIVIEZO SARAVIA

PUCALLPA – PERÚ

2017

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Sergio O. Ortíz García

Secretario

Mgtr. José Luis Meza Salinas

Miembro

Dr. Geider Grandes García

Presidente

MBA Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

Asesor

AGRADECIMIENTO

La ayuda que me haz brindado ha sido sumamente importante para culminar este proyecto con éxito, pues supiste estar a mi lado incluso en los momentos y situaciones más difíciles, no fue sencillo, sin embargo siempre fuiste la motivación para seguir adelante incluso brindándome, más de lo que era posible. Enteramente agradecida.

DEDICATORIA

Dedico la tesis, con todo amor y cariño a mi esposo, Enrique Yalta, por su sacrificio y esfuerzo para honrarme con una carrera y por creer siempre en mi capacidad, brindándome su continua comprensión.

A mi amada hija, Yaenka, por ser mi fuente de motivación para lograr superarme.

Y a todas aquellas personas que durante estos años estuvieron a mi lado apoyándome para lograr que este sueño, se haga realidad.

RESUMEN

La investigación se llevó a cabo con el objetivo principal de determinar la Gestión de la Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, agencia de viajes y tours turísticos, distrito de Iquitos, año 2017. Documento académico que se elaboró desarrollando una metodología de investigación del tipo descriptivo – correlacional - no experimental, donde se aplicó un cuestionario estructurado de 23 preguntas a través de la técnica de encuesta, obteniéndose como resultados: Respecto a la edad del emprendedor, están en el rango de 29 a 39 años de edad el 40,0%; de 18 a 28 años con el 30,0%; mayoritariamente son de género femenino 80,0%; Respecto a la empresa, el 80,0% se encuentran formalizadas; las mypes en estudio están en el régimen general con 60,0% seguido de régimen especial 30,0%; las mypes están en el rango de 6 a más años con un 40,0%, de 3 a 5 años con el 35,0%; cuenta con 6 a más trabajadores el 45,0% , de 3 a 5 trabajadores con el 40,0%; los emprendedores en su mayoría no registran a todos sus trabajadores en planilla el 65,0%; Respecto a la gestión y atención al cliente, el 50,0% si tiene definido y sigue un plan de negocios; el 65,0% tiene definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa; el 50,0% si evidencia una gestión de atención al cliente y el 30,0% aún no lo evidencia; el 70,0% de los emprendedores manifiestan que capacitan a sus trabajadores; el 65,0% promueve una cultura de buen servicio; el 60,0% ha diseñado y sigue técnicas de atención al cliente; el 50,0% si recoge sugerencias y reclamos, el 30,0% es referencial; mientras que el 80,0% considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización.

Palabras clave: Gestión de Calidad, atención en el cliente, servicio.

ABSTRACT

The research was carried out with the main objective of determining the Quality Management under the focus of customer service in the mypes of the service sector, travel agency and tourist tours, district of Iquitos, year 2017. Academic document that was elaborated developing a research methodology of the descriptive - correlational - non-experimental type, where a structured questionnaire of 23 questions was applied through the survey technique, obtaining as results: Regarding the age of the entrepreneur, they are in the range of 29 to 39 40.0% years of age; from 18 to 28 years old with 30.0%; they are mostly 80.0% female; Regarding the company, 80.0% are formalized; the mypes under study are in the general regime with 60.0% followed by special regime 30.0%; the mypes are in the range of 6 to more years with 40.0%, from 3 to 5 years with 35.0%; has 6 to more workers 45.0%, from 3 to 5 workers with 40.0%; the entrepreneurs, for the most part, do not register all of their workers in payroll, 65.0%; Regarding the management and customer service, 50.0% if you have defined and follow a business plan; 65.0% have defined and exhibit the mission, vision and values of their company; 50.0% if it shows customer service management and 30.0% still does not evidence it; 70.0% of entrepreneurs state that they train their workers; 65.0% promote a culture of good service; 60.0% have designed and follow customer service techniques; 50.0% if it collects suggestions and complaints, 30.0% is referential; while 80.0% consider that customers value the service and generate loyalty.

Keywords: Quality Management, customer service, service.

ÍNDICE GENERAL

<i>TITULO DE LA TESIS</i>	<i>i</i>
<i>FIRMA DEL JURADO Y ASESOR</i>	<i>ii</i>
<i>AGRADECIMIENTO</i>	<i>iii</i>
<i>DEDICATORIA</i>	<i>iv</i>
<i>RESUMEN</i>	<i>v</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>vi</i>
<i>ÍNDICE GENERAL</i>	<i>vii</i>
<i>ÍNDICE DE TABLAS</i>	<i>x</i>
<i>ÍNDICE DE GRÁFICOS</i>	<i>xii</i>
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planeamiento de la Investigación.....	2
1.1.1 Caracterización del Problema	2
1.1.2 Enunciado del Problema	3
1.2 Objetivos de la Investigación.....	3
1.2.1 Objetivo General	3
1.2.2 Objetivos Específicos	3
1.3 Justificación de la Investigación	4
CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LITERATURA	5
2.1 Antecedentes de la Investigación.....	5
2.1.1 Antecedentes Internacionales	5
2.1.2 Antecedentes Nacionales	6
2.2 Bases Teóricas	9
2.2.1 Calidad	9
2.2.2 Servicio	11
2.2.3 Satisfacción del Cliente	12
2.3 Marco Conceptual	15
2.3.1 Agencia de Viaje	15
2.3.2 Gestión de Calidad	17
2.3.3 La micro y pequeña empresa	17
2.3.4 Glosario de Términos	22

<i>CAPÍTULO III. HIPÓTESIS</i>	25
3.1 Hipótesis General.....	25
3.2 Hipótesis Específicas	25
<i>CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</i>	26
4.1 Diseño de la Investigación	26
4.1.1 Tipo de investigación.....	26
4.1.2 Nivel de investigación	26
• No experimental	27
• Descriptivo	27
• Correlacional	27
4.2 Universo o Población	27
4.2.1 Población	28
4.2.2 Muestra	28
4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores	29
4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	30
4.4.1 Técnicas	30
4.4.2 Instrumentos	30
4.5 Plan de análisis de datos	30
4.6 Matriz de Consistencia.....	31
4.7 Principios éticos.....	34
<i>CAPÍTULO V RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN</i>	35
5.1 Resultados	35
A: DATOS GENERALES	35
B: DE LA EMPRESA	39
C: DE LA GESTIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE	48
5.2 Análisis de Resultados	60
<i>CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i>	66
6.1 Conclusiones	66
6.2 Recomendaciones	68
<i>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</i>	69
<i>ANEXOS</i>	71
1.- Presupuesto	71
2.- Cronograma	72

3. Encuesta	73
-------------------	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Caracterización de las Mypes según número de trabajadores (GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes).....	18
Tabla 2: Características de las Mypes en el Perú, según la Ley N°28015.....	19
Tabla 3 : Características de las Mypes en el Perú, según el DS N° 007-2008.....	20
Tabla 4: Características de las Mypes en el Perú, según la Ley N° 30056.....	20
Tabla 5: Ventajas y desventajas de las distintas definiciones encontradas acerca de Mypes.....	21
Tabla 6: Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	29
Tabla 7: Matriz de consistencia de la investigación.....	31
Tabla 8: Edad del emprendedor.....	35
Tabla 9: Sexo del emprendedor.....	36
Tabla 10: Grado de instrucción del emprendedor.....	37
Tabla 11: ¿Cuál es la profesión u ocupación del emprendedor?.....	38
Tabla 12: ¿Su empresa está formalizada?.....	39
Tabla 13: ¿Por qué motivo no se formalización?	40
Tabla 14: ¿Se ha constituido como persona jurídica?.....	41
Tabla 15: ¿En que régimen está constituido su empresa?.....	42
Tabla 16: ¿Ha recibido asesoría de entidades públicas o privadas en la formalización empresarial?.....	43
Tabla 17: ¿Qué beneficios identifica de la formalización?.....	44
Tabla 18: ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?.....	45
Tabla 19: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?.....	46

Tabla 20: ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?.....	47
Tabla 21: ¿Su empresa tiene definido y sigue un plan de negocios?.....	48
Tabla 22: ¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?.....	49
Tabla 23: ¿Evidencia una gestión de atención al cliente?.....	50
Tabla 24: ¿Las instalaciones y organización de su local, esta alineado al cliente?.....	51
Tabla 25: ¿Capacita al personal para mejorar su desempeño y brindar un buen servicio?.....	52
Tabla 26: ¿En su negocio promueve una cultura de buen servicio?.....	53
Tabla 27: ¿Su personal tiene actitud de servicio?.....	54
Tabla 28: ¿Se ha diseñado y se sigue técnicas de atención al cliente?.....	55
Tabla 29: ¿Se atiende al cliente de acuerdo a su llegada y cuando esta lo requiere?...	56
Tabla 30: ¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio?.....	57
Tabla 31: ¿Qué resultados experimenta con un enfoque de atención al cliente?.....	58
Tabla 32: ¿Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización?.....	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Edad del emprendedor.....	35
Gráfico 2: Sexo del emprendedor.....	36
Gráfico 3: Grado de instrucción del emprendedor.....	37
Gráfico 4: ¿Cuál es la profesión u ocupación del emprendedor?.....	38
Gráfico 5: ¿Su empresa esta formalizada?.....	39
Gráfico 6: ¿Por qué motivo no se formalizo?.....	40
Gráfico 7: ¿Se ha constituido como persona jurídica?.....	41
Gráfico 8: ¿En qué régimen está constituido su empresa?.....	42
Gráfico 9: ¿Ha recibido asesoría de entidades publicas o privadas en la formalización empresarial?.....	43
Gráfico 10: ¿Qué beneficios identifica de la formalización?.....	44
Gráfico 11: ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?.....	45
Gráfico 12: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?.....	46
Gráfico 13: ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?.....	47
Gráfico 14: ¿Su empresa tiene definido y sigue un plan de negocios?.....	48
Gráfico 15: ¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?.....	49
Gráfico 16: ¿Evidencia una gestión de atención al cliente?.....	50
Gráfico 17: ¿Las instalaciones y organizacion de su local, esta alineado al cliente?....	51
Gráfico 18: ¿Capacita al personal para mejorar su desempeño y brindar un buen servicio?.....	52
Tabla 19: ¿En su negocio promueve una cultura de buen servicio?.....	53

Gráfico 20: ¿Su personal tiene actitud de servicio?.....	54
Gráfico 21: ¿Se ha diseñado y se sigue técnicas de atención al cliente?.....	55
Gráfico 22: ¿Se atiende al cliente de acuerdo a su llegada y cuando esta lo requiere?.....	56
Gráfico 23: ¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio?.....	57
Gráfico 24: ¿Qué resultados experimenta con un enfoque de atención al cliente?.....	58
Gráfico 25: ¿Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización?...	59

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

Dentro de las primeras actividades comerciales de la ciudad de Iquitos y muy diferente a las extractivas, está el sector turismo. Sólo como referencia cabe citar que, en el reciente año 2016, el Perú obtuvo US\$4.303 millones de ingresos por esta actividad (**de La República.pe, 2017**) y se estima que para el 2018, Cuzco supere los 4 millones de visitas (**Fuente: RPP.pe, 2017**).

Estas cifras demuestran claramente que es un negocio muy rentable y entre los distintos tipos de negocios aparecen las agencias de viaje y tours turísticos como el enlace básico entre el turista y la oferta turística.

En la ciudad de Iquitos, esta actividad viene siendo muy atendida por distintos emprendedores que con mucha iniciativa canalizan el interés de los turistas ofreciendo pasajes aéreos, terrestre y tours a los distintos sitios turísticos de la vasta amazonía peruana.

Para llevarse a cabo el presente informe final de investigación, se desarrolló mediante el método descriptivo, correlacional y no experimental de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, agencia de viaje y tours turísticos, distrito de Iquitos, año 2017, donde se muestran total desconocimiento de modelos de gestión y atención al cliente. Elementos claves para que una organización pueda alcanzar el éxito a través de mecanismos diseñados para una mejora continua.

Las mypes de agencias de viaje y tours turísticos han diseñado estrategias para

brindar un adecuado servicio, que correspondería a una gestión con enfoque en atención al cliente, temas relacionados a un Plan de negocios, si el personal recibe capacitaciones periódicamente, si cuenta con un área de atención al cliente, diseñan nuevos productos, considerando las experiencias de los clientes; son temas que se desarrollaron en este proyecto de investigación.

La investigación se realizó según los lineamientos establecidos por la Universidad en contenido y forma, haciendo viable alcanzar las expectativas del rigor académico.

1.1 Planeamiento de la Investigación

1.1.1 Caracterización del Problema

En el contexto de atención al cliente, aún hay mucho por hacer en las mypes en general, porque el nivel de servicio que ofrecen actualmente sus trabajadores no esta al nivel aceptable que el cliente desea recibir y esta realidad se sustenta en que el personal no esta capacitado y de la otra parte, también está presente el desinterés de todavía una buena parte de los microempresarios.

Nuestro proyecto estuvo dirigido a la investigación del sector de servicios: Agencias de Viaje y Tours Turísticos del distrito de Iquitos. Pues aunque son negocios que tienen afluencia de clientes, esta se da por la buena referencia de los atractivos turísticos de la ciudad de Iquitos y no por la calidad del servicio; situación que se requiere conocer para brindar un diagnóstico y plantear un plan de mejoras para revertir esta realidad.

Para llevar adelante la investigación, se solicitó la colaboración de los emprendedores del sector, a quienes se pretendió colaborar, brindando una nueva visión orientada al cliente.

1.1.2 Enunciado del Problema

Con la exposición de la problemática, emitimos el siguiente enunciado: ¿Las mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos, que aplican una gestión con enfoque en atención al cliente evidenciarán un mejor posicionamiento en el mercado y la preferencia de los clientes?

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

Determinar si las mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos del distrito de Iquitos, se gestionan con un enfoque en atención al cliente.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar si las mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos están alineadas a la formalización.
- Determinar si las mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos, cuenta con estrategias de atención al cliente.
- Determinar si las mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos, capacita a su personal en atención al cliente.

1.3 Justificación de la Investigación

El interés en desarrollar el presente proyecto de investigación se justifica en determinar si las mypes del sector en estudio, operan bajo el aspecto de formalización; así mismo conocer si se gestionan con un enfoque en atención al cliente, como estrategia de crecimiento y posicionamiento en el mercado.

Consecuentemente, la investigación reviste importancia para el sector servicios y comercio de la localidad, porque impacta directamente en la actividad turística de la región, que es uno de los principales dinamos de la economía.

Por otro lado, el proyecto beneficia en la perspectiva de su utilidad y base para futuras investigaciones que requieran consultar nuevos investigadores en administración sobre temas de gestión.

CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes de la Investigación

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Aguilar, A. (2010). En su tesis: “Propuesta para Implementar un Sistema de Gestión de la Calidad en la empresa Filtración Industrial Especializada S.A. De C.V. de Xalapa, Veracruz (México)”. Investigación, que siguió la aplicación de una metodología del tipo observacional, prospectivo y transversal y tomando como población y muestra a 64 empleados que laboran en la empresa. Llegó a las siguientes conclusiones:

Identificación de las bases necesarias para establecer un plan de mejora continua. En el diagnóstico realizado, muestra las deficiencias que se presentan en la empresa en relación a calidad que se tiene en la misma. Existen puntos a poner un mayor énfasis para lograr un mejoramiento y la hipótesis planteada se cumplió debido a que se detectaron las áreas críticas y piloto a aplicar un plan de mejoras.

También se evidenció, una carencia de elementos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa; sin embargo, en general, se refleja un potencial de oportunidades que podrían ser la pauta para emprender acciones de mejora como antecedente a la implementación de un sistema de gestión de calidad.

La implementación de un sistema de calidad no le garantizará a “Filtración

Industrial Especializada S.A. de C.V.” que su servicio será de calidad si no existe un compromiso real de todas y cada una de las partes de la organización para cumplir con todos y cada uno de los requisitos y programas establecidos para tal fin y por otro lado se debe estar consciente de que cuando se quiere establecer un SGC se deberá estar dispuesto a pagar los costos que esto conlleva, esto con el propósito de mejorar las carencias existentes.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Maguiño Molina (2016, pág. 19) sobre la acreditación de la Mypes “Para estar comprendida en los alcances de la presente norma (Ley N° 28015, Ley de promoción y formalización de MYPES), deberán acreditarse ante el REMYPE (Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa)” que tiene por finalidad:

- Acreditar que una micro o pequeña empresa cumple con las características establecidas en la ley.
- Autorizar el acogimiento de la micro y pequeña empresa a los beneficios que le correspondan conforme a ley.
- Registrar a las micro y pequeñas empresas

La acreditación de una empresa como MYPE corresponde al Ministerio de la Producción y se realiza sobre la base de la información del monto de ventas anuales y el número de trabajadores declarados ante la SUNAT sin vulnerar la reserva tributaria; finaliza el autor “la Mype que recién inicia su actividad económica se resume su acreditada como tal, procediendo su posterior verificación de cumplir con las características establecidas en la ley cuando haya transcurrido un (1) año desde el

inicio de sus operaciones”.

El autor expone las ventajas de la formalización motivando su acogimiento.

Figuroa (2004). El autor coincide con la opinión de Gross Herbert (2000) que opina que el primer deber del gerente o administrador de una pequeña y mediana empresa consiste en crear, y luego dirigir, toda una serie de relaciones entre su empresa y sus trabajadores, proveedores, bancos y clientes. El primer paso para la creación de las relaciones deseadas consiste en establecer objetivos, tratando esos objetivos que desea establecer con aquellas personas que deberán alcanzarlos. Al fijarse estos objetivos debe ser de tal forma que pueda enfocarse el resultado en términos mensurables. Cualquier modificación en ellos debe contar con los medios apropiados.

Finalmente es necesario ponerlos a prueba continuamente ya que su intención en determinado momento puede no ser factible de alcanzarlo.

La organización de la pequeña y mediana empresa típica se suele establecer en función de las circunstancias. El propietario es el motor principal. La mayoría de las cosas que hay que hacer o son hechas por el mismo o bajo su directo control. Esto es cierto en los primeros años de vida de la empresa. Es de esperar que una persona empeñada en esta tarea no tenga que aplicar probados principios de organización a su negocio, cuando sean necesarios debido a la expansión del mismo y, en este sentido se llega a un punto que exceda las posibilidades de cualquiera para dirigirlo.

En cualquier caso, en toda pequeña y mediana empresa, llega un momento en que propietario o gerente tiene que delegar la responsabilidad de las decisiones en alguna otra persona. Es en ese punto cuando empieza a poner en práctica lo que se

llama organización

La gestión efectiva de las pequeñas y medianas empresas se realiza en el marco de la planeación, organización, integración de los recursos, dirección y control de las actividades.

Cárdenas, N. (2010), para optar el grado de Magister en Derecho de la Empresa, sobre “Influencia de la informalidad en la Competitividad de la Micro y Pequeña Empresa en la Región Arequipa 2010”, aquí se desarrolla dos variables y se determina la relación de una sobre la otra. Estas variables son la informalidad y la competitividad de la micro y pequeña empresa en la región de Arequipa, año 2010. Concluyendo en lo siguiente: “En la presente investigación se ha llegado a demostrar que el índice de formalidad del sector de la Micro y Pequeña Empresa en la región Arequipa es bajo, pues si bien el sector tiene la intención de ser formal mediante la inscripción en la SUNAT, sin embargo mantiene aspectos y realiza actos que los mantienen en la informalidad, como es la adquisición de insumos sin comprobante de pago, el no pago de impuestos y la situación irregular de sus trabajadores, que no le permiten acogerse a los beneficios de la Ley Mypes, creyendo erróneamente muchos de ellos que su no acogimiento trae mayores beneficios económicos, cuando lo que ocasiona son consecuencias nefastas como la pronta desaparición de empresa y la nula posibilidad de desarrollar y mejorar es su aspecto económico y de infraestructura total”.

Se investigará si la realidad descrita en este estudio se replica en las Mypes del Sector Comercialización de Agua Embotellada, del distrito de Iquitos, año 2016.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Calidad

William Edwards Deming (1989). Desarrolló este Control Estadístico de la Calidad orientándolo, en los años 40, hacia las operaciones que se desarrollaban en el ámbito de la administración de la empresa, demostrando que era tan efectivo como en el ámbito industrial. Edwards Deming fue invitado, en 1947, a ir a Japón para que ayudara a preparar los Censos de Agricultura, Nutrición y Vivienda. En 1950 el director administrativo de la Unión Japonesa de Científicos e Ingenieros (JUSE), Kenichi Koyanogi, le escribió para que dictara unas conferencias sobre los métodos de control de la calidad a investigadores, directores de plantas e ingenieros, y el 19 de Junio de 1950 pronunció la primera de una docena de conferencias, y enseñó técnicas estadísticas a cientos de ingenieros y estadísticos japoneses. En 1951 la JUSE, cuyo presidente en esos momentos era Kaoru Ishikawa, creó el Premio Deming anual con el fin de que fuera una distinción importante para aquellas empresas japonesas que más sobresalieran en el control de calidad, en la utilización de la teoría estadística en la organización, en la investigación de los consumidores y en el diseño del producto y de los procesos. También, en 1960, le entregaron la Segunda Orden del Sagrado Tesoro, por sus contribuciones a la mejora de la calidad y de la economía japonesa por medio del control estadístico de calidad, siendo el primer norteamericano en recibir tal honor.

En años anteriores recibió diversos premios y galardones de diferentes instituciones y universidades en EE.UU. Entre las numerosas aportaciones de Deming a la calidad, caben destacar dos: los catorce puntos de Deming, que se debe contemplar para la dirección de la empresa, y la divulgación del ciclo PDCA de Walter Shewhart,

que consiste en un modelo metodológico básico para asegurar las actividades fundamentales de mejora y mantenimiento: Plan-Do-Check-Act.

Los catorce puntos de Deming:

1. Crear constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio.
2. Adaptar la empresa a la nueva economía en que vivimos.
3. Evitar la inspección masiva de productos.
4. Comprar por calidad, no por precio, y estrechar lazos con los proveedores.
5. Mejorar continuamente en todos los ámbitos de la empresa.
6. Formar y entrenar a los trabajadores para mejorar el desempeño del trabajo.
7. Adaptar e implantar el liderazgo.
8. Eliminar el miedo, para que las personas trabajen seguras y en lo mejor de sí mismas.
9. Romper las barreras entre departamentos.
10. Eliminar eslóganes y consignas para los operarios, sustituyéndolo por acciones de mejora.
11. Eliminar estándares de trabajo, incentivos y trabajo a destajo, pues son incompatibles con la mejora continua.
12. Eliminar las barreras que privan a la gente de estar orgullosas de su trabajo.
13. Estimular a la gente para su mejora personal.
14. Poner a trabajar a todos para realizar esta transformación, aplicando el método PDCA Con sus “catorce puntos para la gestión”.

Deming pretende mostrar la importancia del papel de las personas, y, en especial, de la dirección, en la competitividad de las empresas. El ciclo de Deming

(ciclo PDCA). El ciclo de la calidad: Durante la segunda mitad del siglo XX, W. Edwards Deming popularizó el ciclo PDCA (Planificar, Desarrollar, Comprobar, Actuar), inicialmente desarrollado por Shewhart, que es utilizado extensamente en los ámbitos de la gestión de la calidad. Esta herramienta ayuda a establecer en la organización una metodología de trabajo encaminada a la mejora continua.

2.2.2 Servicio

Un servicio es una actividad o una serie de actividades generadoras de satisfacción por los consumidores, que se producen como resultado de la interacción entre los clientes y una persona o una máquina. **(Lehtinen, 1983).**

Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera; además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo. **(Horovitz, 1991).**

Servicio al Cliente

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. **(Kotler, 2003).**

Calidad de Servicio

Son las características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto o servicio; es por eso que hay que entender el servicio como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal, ya consista en un producto o en un servicio. **(Ruiz, 2001).**

Calidad de servicio es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos secundarios, cuantitativos y cualitativos de un producto o servicio principal. **(Larrea , 1991).**

Mejora continua de los Servicios

Mejorar un proceso, significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable. **(Harrington, 1993).**

Define el Mejoramiento Continuo como una conversión en el mecanismo viable y accesible al que las empresas cierran la brecha tecnológica que mantienen con respecto a otras. **(Fadi, 1994).**

2.2.3 Satisfacción del Cliente

Hoy para lograr la plena "satisfacción del cliente", hay que "ganarse" un lugar en la "mente" de los clientes y, en consecuencia, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de una empresa exitosa.

En consecuencia, resulta de importancia que tanto mercadólogos, como todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente, cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, cómo se forman las expectativas en los clientes y en qué consiste el

rendimiento percibido, para que de esa manera, estén mejor capacitadas para coadyuvar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la tan anhelada “satisfacción del cliente”. (Thompson , 2005).

Beneficios de Lograr la Satisfacción del Cliente

Se pueden enumerar muchos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, y para facilidad de nuestra investigación, se resumirá en tres grandes beneficios que brindan una idea bastante clara acerca de la importancia de lograr la “satisfacción del cliente”.

Primer Beneficio: “El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar, Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y, por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro”.

Segundo Beneficio: “El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos”.

Tercer Beneficio: “El cliente satisfecho deja de lado a la competencia, Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado”.

En síntesis, toda empresa que logre la satisfacción del cliente obtendrá como beneficios:

- La lealtad del cliente (futuras ventas).
- Difusión gratuita (nuevos clientes).

- Una determinada participación en el mercado

A la Satisfacción del Cliente lo define como “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”. (Thompson I. , 2005).

Elementos que conforman la Satisfacción del Cliente

Está conformada por:

1. El Rendimiento Percibido: Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió.

El rendimiento percibido tiene las siguientes características: Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa. Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio. Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.

2. Los Niveles de Satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:
 - “Insatisfacción”: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
 - “Satisfacción”: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
 - “Complacencia”: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las Expectativas del cliente. Dependiendo el nivel de satisfacción del cliente, se

puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: Un cliente insatisfecho cambiará de marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa). Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional)”. (Gibson, 2007).

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Agencia de Viaje

Es una empresa asociada al turismo, cuyo oficio es la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios, elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes, como por ejemplo: transportista (aerolíneas, cruceros), servicios de alojamiento (hoteles), con el objetivo de poner los bienes y servicios turísticos a disposición de quienes deseen y puedan utilizarlos.

Clasificación de una agencia de viaje y turismo:

Por su magnitud y operación:

- **Agencia de Viajes y Turismo Minorista:**

Aquella que vende directamente al turista pasajes y/o servicios turísticos no organizados, comercializa el producto de los operadores de turismo y de las agencias de viajes y turismo mayorista. La agencia de viajes y turismo minorista no puede ofrecer sus productos a otras agencias de viajes y turismo.

- **Agencia de Viajes y Turismo Mayorista:**

Aquella que proyecta, elabora y organiza todo tipo de servicios turísticos y viajes para ser ofrecidos a otras agencias de viajes y turismo, no pudiendo ofrecer ni vender sus productos directamente al turista.

- **Operador de viajes:**

Aquél que proyecta, elabora, diseña, organiza y opera sus productos y servicios dentro del territorio nacional, para ser ofrecidos y vendidos a través de las agencias de viajes y turismo mayoristas y agencias de viajes y turismo minoristas, pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al turista.

Por el tipo de corriente turística que manejan:

- **Agencias de turismo receptivo**

Organizan y manejan viajes y/o proporcionan ciertos servicios particulares, el detalle de la organización del viaje corre por cuenta de la misma agencia, como un servicio a otra del exterior.

- **Agencia de turismo de exportación**

Venden servicios aislados y viajes que son organizados por otra agencia, y que van dirigidos al turista nacional que visita el extranjero.

- **Agencia de turismo receptivo y de exportación**

Manejan simultáneamente viajes para turistas que entran y salen del país.

Por su carácter administrativo:

- Agencias de Viaje y Tours Turísticos

Son las empresas matrices.

- Sub agencias

Las sucursales en el país o el extranjero.

2.3.2 Gestión de Calidad

Gestión:

Según ISO 9000:2015, la gestión son actividades coordinadas, que tienen un orden para dirigir y controlar una organización, se fundamenta con la visión de la organización, hacia donde quiere llegar en el futuro, la misión, los objetivos y los propósitos son conceptos que ayudan a dirigir a la organización, las actividades, los procesos y los indicadores son aquellos que nos ayudan a ejecutar ese propósito que tiene la organización y lo controla, para saber si lo estamos cumpliendo o no.

Calidad (Norma ISO 9001). Es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos, entendiéndose por requisito necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria.

Gestión de Calidad:

Es el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad.

2.3.3 La micro y pequeña empresa

El concepto de “Mypes” tiene un sinnúmero de acepciones, dependiendo de la institución que lo define o a la realidad en la que se ubica. A continuación se exponen algunas de ellas, para posteriormente determinar qué acepción se tomará en cuenta en esta investigación.

Según un estudio promovido por la GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes, Álvarez y Durán proponen definir homogéneamente a las empresas según su tamaño, como se observa en la Tabla 1 (2009, pp.31-32):

Tabla 1. Caracterización de las Mypes según número de trabajadores (GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes).

Tamaño de economía vs Empresa	Micro	Pequeñas
Grandes	1 a 10	76 a 250
Medianas	1 a 10	11 a 50
Pequeñas	1 a 10	11 a 35

Adaptado de: Álvarez y Durán (2009)

Según este estudio, el Perú se encuentra caracterizado como una economía mediana, por lo cual, las Mypes, para este contexto, se definen como empresas que tienen entre 1 a 50 trabajadores (Álvarez y Durán, 2009, p.32).

Por otro lado, la Organización Internacional del Trabajo, define a las Mypes según el número de los asalariados, tal como se muestra en la Tabla 05 (Oficina Internacional del Trabajo, 2004, párr.322):

La definición de Mypes en el Perú ha variado a través del tiempo. Para este estudio analizaremos las tres últimas variaciones: la Ley N° 28015 correspondiente al año 2003, el Decreto Legislativo N°1086, correspondiente al año 2008, y la Ley N°30056, correspondiente al año 2013. A continuación, se exponen los dos casos:

Según la Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, la Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios ((Ley N° 28015, 03/07/2003).

Asimismo, según la Ley en mención, las Mypes tienen como características esenciales poseer de 1 a 50 trabajadores y ventas de 1 a 850 UIT, tal como se muestra en la Tabla 02:

Tabla 2. Características de las Mypes en el Perú, según la Ley N°28015

Tamaño de empresa	N° Trabajadores	Ventas anuales
Microempresa	1-10	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	1-50	De 150 a 850 UIT

Adaptado de: Ley N°28015 (2003)

Según el Artículo N°4 del Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley Mypes (Decreto Supremo N° 007-2008-TR,2008), se define a la Micro y Pequeña Empresa como “la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

De igual modo, según el Decreto Supremo en mención, las Mypes tienen como características esenciales poseer hasta 100 trabajadores y ventas anuales de hasta 1700 UIT, tal como se muestra en la siguiente **Tabla 3**:

Tabla 3. Características de las Mypes en el Perú, según el DS N° 007-2008

Empresa según criterio	N° Trabajadores	Ventas anuales
Microempresa	1-10	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	1-100	De 150 a 1700 UIT

Adaptado de: Decreto Supremo N° 007-2008-TR, 2008

De acuerdo con las modificaciones a los artículos 1, 5,14 y 42 Ley que Modifica Diversas Leyes para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial (Ley N° 30056), las Mypes se definen sólo por el volumen de ventas anuales, como se detalla en la **Tabla 04**:

Tabla 4. Características de las Mypes en el Perú, según la Ley N° 30056

Tipo de empresa	Ventas anuales
Microempresa	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	De 150 a 1700 UIT

Adaptado de: Ley N° 30056 (2013)

A partir de estos conceptos recogidos a través de estas tres instituciones, se ha elaborado un cuadro de ventajas y desventajas para poder definir el término MYPE para esta investigación. A continuación, se detalla en la **Tabla 5**:

Tabla 5. Ventajas y desventajas de las distintas definiciones encontradas acerca de Mypes

Propuesta según la entidad	Ventajas	Desventajas
GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y CenproMypes	Es un indicador que trata de abordar un concepto común de Mypes en el mundo, lo cual nos permitirá medir a las Mypes peruanas en términos de desarrollo de comercio electrónico, no sólo en el Perú, sino con respecto a otros países.	Sólo proponen un indicador, el cual aborda el número de trabajadores en la empresa, más no el de ventas u otras características. El indicador no es igual para las Mypes de todos los países, sino que difiere en función a tres niveles económicos, lo cual nos limita en cierto grado la comparación
Organización Internacional del Trabajo	Es un indicador que, dentro de un rango general, de 1 a50 trabajadores, es igual al que propone la GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes en la opción elegida para el Perú	Sólo proponen un solo indicador para medir a las Mypes: número de trabajadores en una empresa. Los rangos propuestos para este indicador son muy imprecisos y no se logra ubicar en qué posición se encuentra el Perú
Gobierno Peruano	Muestra dos indicadores: el número de trabajadores y el rango de ventas. Existen dos estudios para definir Mypes	Los rangos propuestos, sobre todo con el número de trabajadores, son muy disímiles a los propuestos por las otras dos entidades. El nivel de ventas se mide a través del indicador UIT (monto no fijo).

A partir de este análisis de ventajas y desventajas acerca del uso de conceptos, se ha optado por crear una definición apropiada de MYPE para esta investigación, al acoplar las definiciones propuestas por la GTZ-Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes y la definición propuesta por Gobierno Peruano en la Ley

N°28015 del año 2003. Con respecto a esto último, se tomará en cuenta la legislación anterior, ya que nos permitirá comparar el nivel de ventas y juntar este indicador con aquel propuesto por la GTZ- Cooperación Técnica Alemana, CEPAL y Cenpromypes, el cual es el número de empleados.

En este sentido la definición de Mypes que se utilizará en esta investigación estará definida por tener 1 a 50 trabajadores y ventas de 1 a 850 UIT.

2.3.4. Glosario de Términos

Para fines de una mejor comprensión del estudio, se cita una relación breve de principales términos de Agencias de Viaje y Tours Turísticos.

Agencias de turismo: Empresa organizada como sociedades de comercio que se dedican al negocio de viajes y promoción turística, a su vez sirven de intermediarias entre los usuarios y los prestadores de servicios turísticos.

Agroturismo: Se realiza en exportaciones agrarias, brindando alojamiento, comida y oportunidades de familiarización con trabajos agropecuarios.

Alojamiento: Lugar de establecimiento que provee de un espacio para pernoctar, puede ofrecer además servicios complementarios.

Atractivo turístico: Lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico.

Boleto: Tarjeta o documento que da derecho para entrar en alguna parte. Ejemplo, el boleto aéreo permite entrar al avión y recorre con este boleto un número de millas en un plazo determinado.

Cabaña: Unidad habitacional que cuenta con, por lo menos, dos áreas claramente diferenciadas (una social y otra habitacional) y con sus respectivos servicios sanitarios completos. Está generalmente aislada de los servicios generales o principales del establecimiento.

Cadena de hoteles: Integración de varios hoteles de organización semejante.

Camping: Deporte que consiste en la realización de actividades al aire libre, protegiéndose de la intemperie por medio de una tienda de campaña y realizado en terrenos debidamente acondicionados para tal fin.

Calendario turístico: Publicación que contiene en orden cronológico los acontecimientos de interés turístico de un país, una región, una localidad, dentro de un espacio de tiempo determinado.

Catalogo turístico: Lista selectiva de los sitios, objetos y acontecimientos de interés turístico de una localidad, región o país.

Centro vacacional: Instalaciones que constituyen un conjunto autónomo de turismo colectivo. Dispone de locales y servicios comunes para la alimentación, práctica de deportes y diversiones.

Centro turístico: Son lugares que por sus atractivos particulares, por sus medios de comunicación equipamiento son objeto de demanda turística.

Ecoturismo y desarrollo sostenible. Se espera que este tipo de turismo resulte no sólo en un mínimo impacto en el ambiente visitado, sino que a su vez aporte con acciones concretas para la protección y conservación de los recursos comunes, tanto

en términos de biodiversidad como en los aspectos socioculturales de las comunidades.

Desde el punto de vista de la participación de la comunidad local, si realmente son los miembros de esa comunidad los beneficiarios, en parte, del turismo y por lo tanto lo apoyan, el ecoturismo puede ser un motor para su desarrollo económico y para la distribución equitativa de los recursos, aliviando así la pobreza local. El ecoturismo, más que cualquier otro tipo de turismo, impulsa la sostenibilidad y depende de la buena fe y cooperación de las poblaciones locales. (Drum, 2002)

Turismo de Naturaleza: Dirigido primordialmente a los aspectos naturales, pero no necesariamente comparte los valores del ecoturismo, como son: bajo impacto negativo de la actividad turística, beneficios económicos para la conservación de la naturaleza, para la comunidad local y la educación ambiental.

Turismo de aventura: Turismo no convencional de experiencias al aire libre y con cierto esfuerzo físico: sufing, trekking, canotaje, andinismo o ciclismo, entre otros.

Turismo místico: Turismo no convencional referido a actividades religiosas de peregrinación, procesiones y ritos chamánicos, entre otros.

CAPÍTULO III. HIPÓTESIS

Las hipótesis son enunciados que necesitan ser comprobados por verdades. Para nuestra investigación la hipótesis reviste importancia porque facilitará despejar ciertas afirmaciones respecto al estilo de gestión de las mypes en estudio

3.1 Hipótesis General

Las mypes del sector servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos del distrito de Iquitos, se encuentran mejor posicionados en el mercado gracias a la dirección de gestión con enfoque en atención al cliente.

3.2 Hipótesis Específicas

- Las mypes del sector servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos del distrito de Iquitos, utilizan herramientas de gestión como la capacitación intensiva a su personal para mejorar su nivel de desempeño.
- Las mypes del sector servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos del distrito de Iquitos, diseñan sus productos o servicios, tomando en cuenta las sugerencias y experiencias tomada de sus clientes.

CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Diseño de la Investigación

El diseño de esta investigación es no experimental – correlacional- descriptivo. Es decir, la recolección de datos se efectuó en un solo momento, en un tiempo único.



Dónde:

M = Muestra conformada por las Mypes a encuestar.

O = Observación de las variables: Gestión de Calidad y enfoque de atención al cliente.

4.1.1 Tipo de investigación

Es cuantitativa. Para la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizó procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

4.1.2 Nivel de investigación

Es nivel descriptivo. Para el desarrollo de la investigación se priorizo comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado.

- **No experimental**

La investigación es no experimental. Porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran dentro de su contexto.

- **Descriptivo**

La investigación tendrá carácter descriptivo; porque sólo se describió las partes más relevantes de las variables en estudio.

- **Correlacional**

Porque el estudio se realizó con la explicación de dos variables.



Dónde:

M = Muestra conformada por las mypes encuestadas.

O = Observación de las variables: Gestión de calidad bajo el enfoque en atención cliente.

4.2 Universo o Población

4.2.1 Población

La población está constituida por las micros y pequeñas empresas dedicadas al Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos.

Para determinar el tamaño de la población, se acudió a las fuentes de información como la Municipalidad Provincial de Maynas, Sunat y la Cámara de Comercio. El número es de 26 mypes.

4.2.2 Muestra

Para determinar la muestra, se hará uso de instrumentos estadísticos como el siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N= Población (26 mypes del rubro)

Z = 95% (1.96) Nivel de confianza

E= 5% (0.05) Margen de error

P= 0.5 probabilidad de éxito

Q= 0.5 probabilidad de fracaso

$\epsilon = 1 - \alpha$; $\epsilon = 1 - 0.95 = 0.05$ P = 0.5

Q = 0.5; Z= 1.96

La muestra determinada resultó en 24 mypes a visitar para realizar la investigación.

Sin embargo, solo estuvieron disponibles a facilitar información, 20 mypes.

4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Tabla 6. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variables	Definición conceptual	Dimensión	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Gestión de Calidad	Es el estilo de conducción de una organización bajo un enfoque de mejora continua y cumpliendo los requerimientos del cliente con eficiencia y eficacia	Plan de Calidad	Posee, Administra.	Nominal
		Procesos Estandarizados	Posee, Administra.	Nominal
		Misión, Visión, Valores	Posee, Administra.	Nominal
Enfoque en el cliente	Es destinar el plan de acciones en identificar, organizar, satisfacer y evaluar los atributos que valora el cliente.	Nivel de Servicio	Plan Capacitación	Nominal
		Atención a quejas y sugerencias.	Calidad de Servicio Tiempo de atención	Nominal

Fuente: Elaboración Propia

4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

4.4.1 Técnicas

Se utilizó la observación, entrevistas y encuesta para la obtención de los datos necesarios de la investigación.

4.4.2 Instrumentos

Para la recolección de datos, se elaboró un cuestionario estructurado contenido en una encuesta.

4.5 Plan de análisis de datos

Los datos de la investigación fueron tratados bajo el análisis descriptivo y tabulación mediante el programa IBM SPSS STATISTICS versión 22.

4.6 Matriz de Consistencia

Tabla 7. Matriz de Consistencia de la investigación

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPÓTESIS GENERAL	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
Existe ausencia de buena disposición de las mypes del sector servicios, agencia de viaje y tours turísticos, distrito de Iquitos, año 2017. En	<p>Objetivo general.</p> <p>Determinar si las mypes del sector servicios, agencia de viaje y tours turísticos del distrito de Iquitos, se gestionan con un enfoque en atención al cliente.</p> <p>Objetivos específicos</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Representada por “enfoque de atención al cliente”.</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Representada por “gestión de calidad”.</p>	<p>Las mypes dedicadas a este sector servicios, agencia de viaje y tours turísticos del distrito de Iquitos, se encuentran mejor posicionados en el mercado gracias a la dirección de calidad bajo el enfoque en atención al cliente.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</p> <p>- Las mypes del sector servicios, agencia de viaje y tours turísticos del distrito de Iquitos, utilizan herramientas</p>	<p>TIPO. El tipo de investigación es cuantitativo.</p> <p>NIVEL: El nivel de la investigación es no experimental, descriptivo, transversal.</p>	<p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Aplicada a las mypes del sector servicios, agencias de viaje y tours turísticos del distrito de Iquitos.</p> <p>Instrumento:</p> <p>El instrumento que se utilizará para la recolección de datos</p>

<p>brindar un servicio de gestión de calidad, bajo el enfoque de atención al cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar si las mypes en el sector servicios, agencia de viaje y tours turísticos están alineados a la formalización. • Determinar si las mypes del sector servicios, agencia de viaje y tours turísticos, cuentan con estrategias de atención al cliente. • Determinar si las mypes del sector servicios, agencia de viaje y tours turísticos, capacita a 		<p>de gestión como la capacitación intensiva a su personal para mejorar su nivel de desempeño.</p> <p>-Las mypes del sector servicios, agencia de viajes y tours turísticos del distrito de Iquitos, diseñan sus productos o servicios, tomando en cuenta las sugerencias y experiencias tomadas de sus clientes.</p>	<p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p> <p>Población:</p> <p>La población en estudio está conformada por las mypes del sector servicios, agencia de viaje y tours turísticos del distrito de Iquitos. Se acudió a fuentes de información tales como Municipalidad Provincial de Maynas, INEI, Sunat.</p>	<p>será el cuestionario de preguntas en el que se aplicarán interrogantes que permitirán realizar un análisis descriptivo de la información a recabar.</p>
---	--	--	---	---	--

	<p>su personal en atención al clientelos</p>			<p>Muestra: Se determinará utilizando fórmula estadística disponible.</p>	
--	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración Propia.

4.7 Principios éticos.

Nuestra investigación ha procurado mantener presente dos principios básicos, en todo su desarrollo:

- Respeto por las personas, exige un trato cortés y amable, con respecto a las relaciones humanas, mostrar respeto hacia los demás es garantía de transparencia, generando así un ambiente de cordialidad y seguridad. Permite demostrar actitudes positivas en el medio que se desenvuelven, respecto al sector servicios.
- Equidad, esto es una condición de mérito que consiste en dar a cada a quien lo que se merece. Siendo el comercio una asociación basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, convirtiéndose así en una mayor equidad en el comercio internacional en los distintos sectores que se desarrollan, las relaciones muestran confianza al adquirir los productos que se les brinda.

CAPÍTULO V RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Resultados

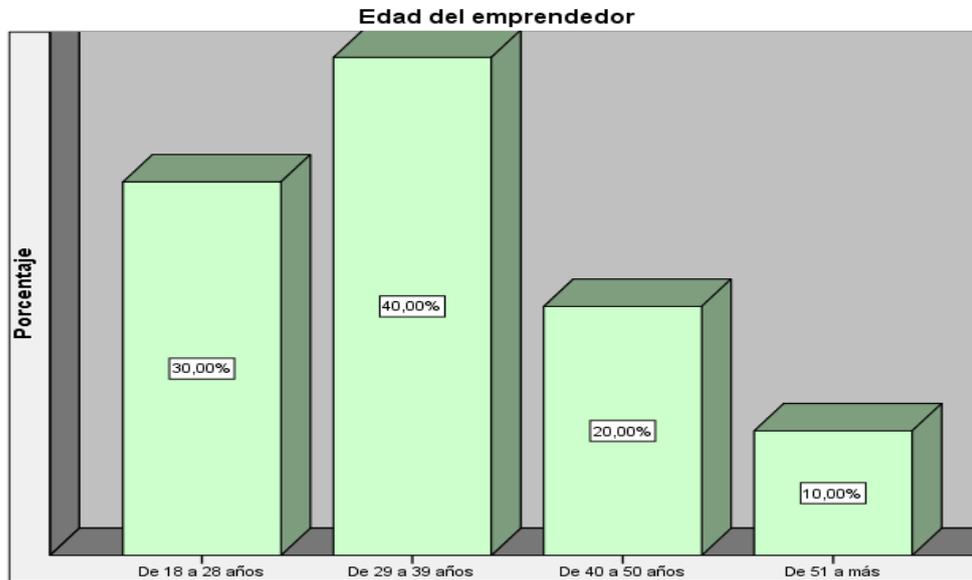
A: DATOS GENERALES

TABLA 8

		Edad del emprendedor			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 18 a 28 años	6	30,0	30,0	30,0
	De 29 a 39 años	8	40,0	40,0	70,0
	De 40 a 50 años	4	20,0	20,0	90,0
	De 51 a más	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 1



Fuente: Elaboración propia

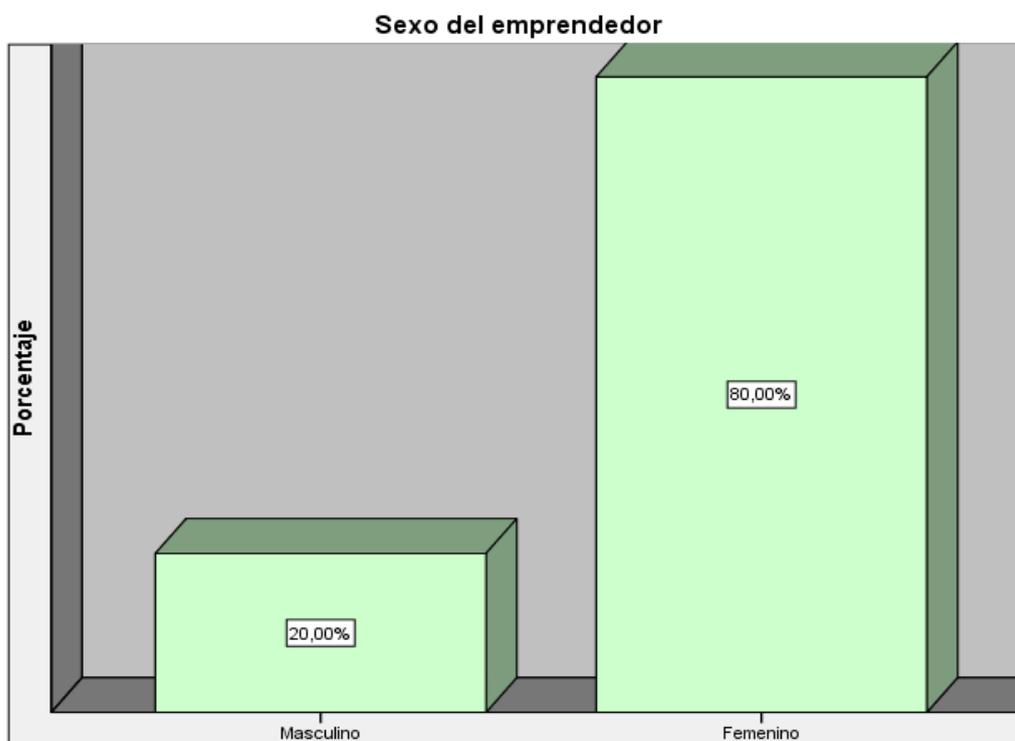
LECTURA: Los emprendedores en su mayoría están en el rango de 29 a 39 años 40,0%, de 18 a 28 años el 30,0%, de 40 a 50 años el 20,0% y en el rango de 51 años a más está representado por el 10,0%.

TABLA 9

		Sexo del emprendedor			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	4	20,0	20,0	20,0
	Femenino	16	80,0	80,0	100,0
Total		20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 2



Fuente: Elaboración propia

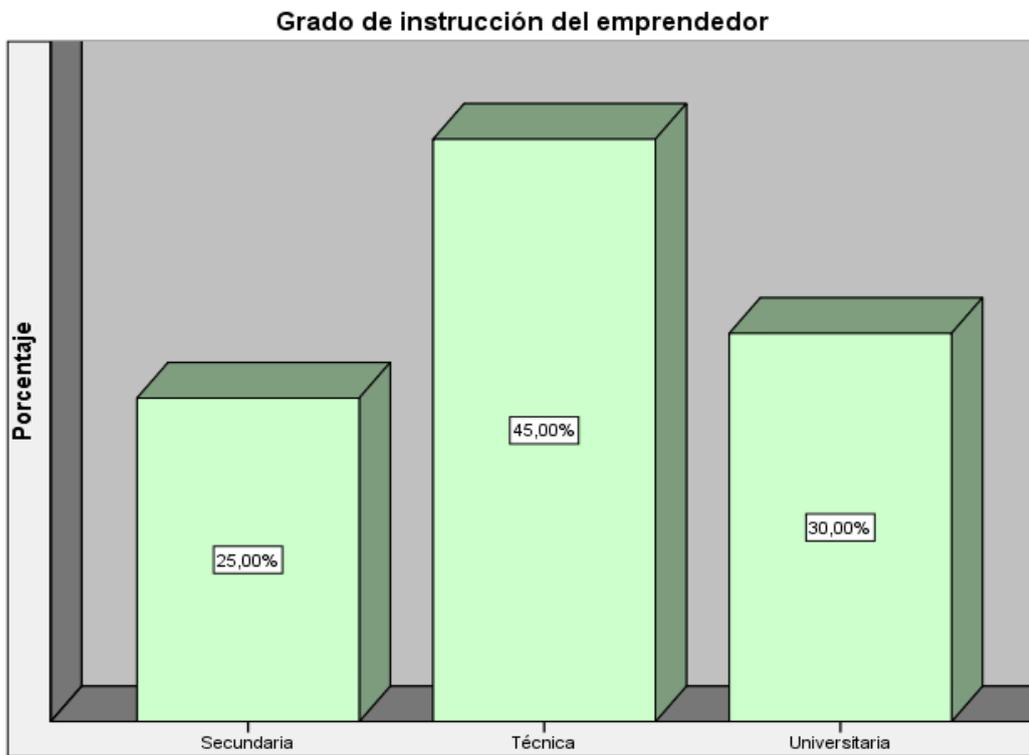
LECTURA: Los resultados indican que un 80,0% de los encuestados son de género femenino, mientras que un 20,0% son del género masculino.

TABLA 10

		Grado de instrucción del emprendedor			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	5	25,0	25,0	25,0
	Técnica	9	45,0	45,0	70,0
	Universitaria	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 3



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: Respecto al análisis de la investigación, se resuelve que el 45,0% presentan grado de instrucción técnica, el 30,0% universitaria y un 25,0%, el grado de instrucción secundaria.

TABLA 11

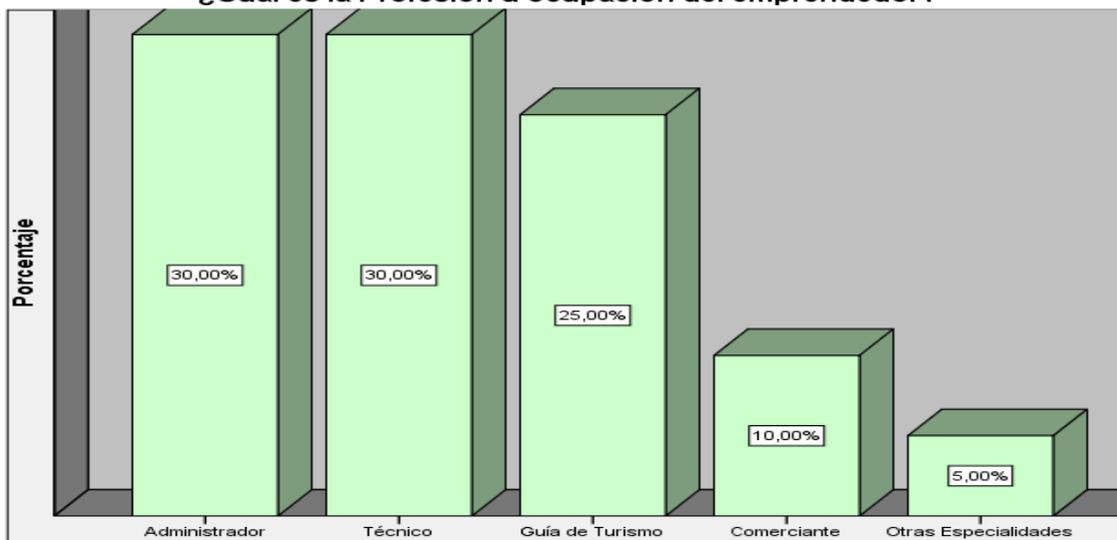
¿Cuál es la Profesión u ocupación del emprendedor?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Administrador	6	30,0	30,0	30,0
Técnico	6	30,0	30,0	60,0
Guía de Turismo	5	25,0	25,0	85,0
Comerciante	2	10,0	10,0	95,0
Otras Especialidades	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 4

¿Cuál es la Profesión u ocupación del emprendedor?



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: En la investigación destaca que tanto “administrador” y “técnico” presentan un 30,0% respectivamente, el 25,0% “guia de turismo”, “comerciante” con el 10,0% y “otras especialidades”, solo con el 5,0%.

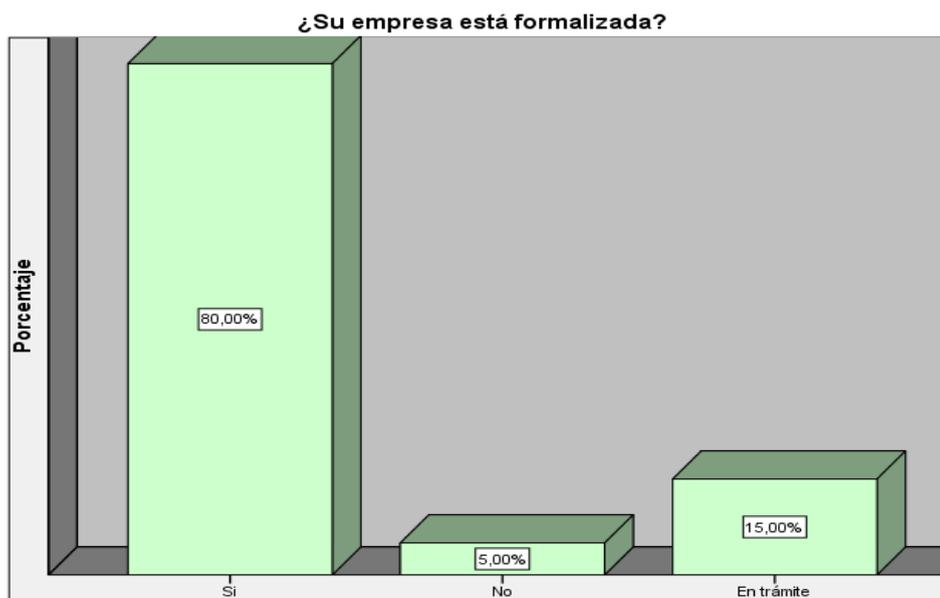
B: DE LA EMPRESA

TABLA 12

		¿Su empresa está formalizada?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	16	80,0	80,0	80,0
	No	1	5,0	5,0	85,0
	En trámite	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 5



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: De las mypes encuestadas señalan que, el 80,0% se encuentran formalizadas, y un 15,0% aun se encuentran en trámite, mientras que un 5,0% NO estan formalizadas.

TABLA 13

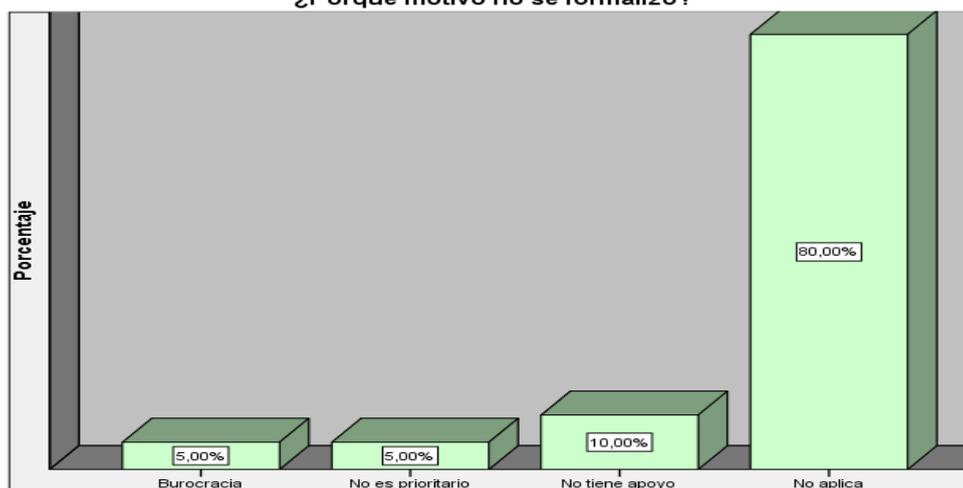
¿Por qué motivo no se formalizó?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Burocracia	1	5,0	5,0	5,0
No es prioritario	1	5,0	5,0	10,0
No tiene apoyo	2	10,0	10,0	20,0
No aplica	16	80,0	80,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 6

¿Por qué motivo no se formalizó?



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: Según el análisis de la investigación, indican que un 80,0% No aplica, ya que todos los microempresarios encuestados indicaron que formalizar su negocio ha sido prioritario, mientras que un 10,0% no tiene apoyo.

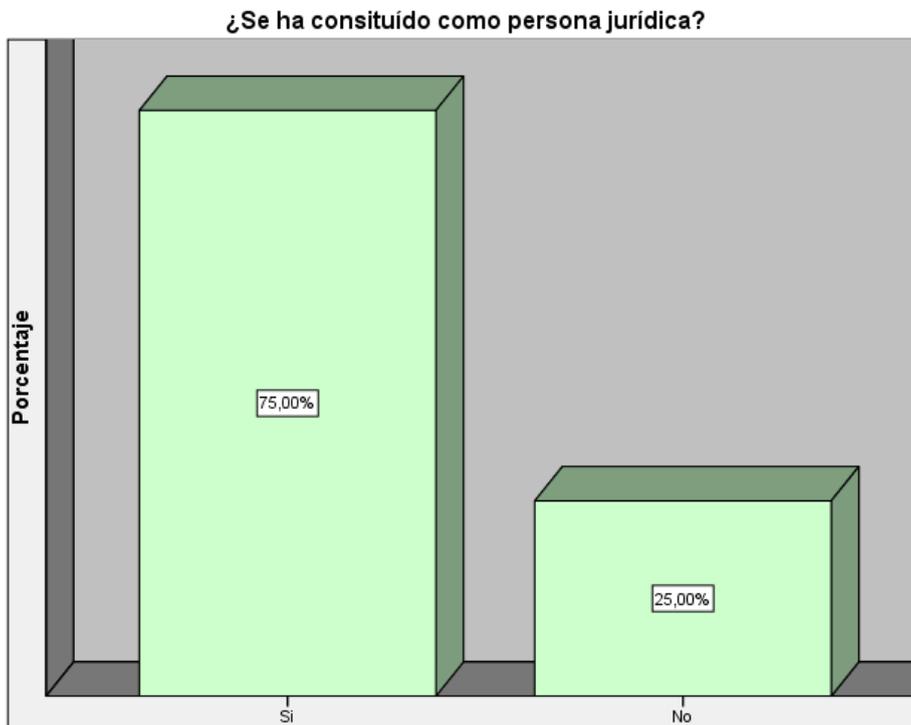
TABLA 14

¿Se ha constituido como persona jurídica?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	15	75,0	75,0	75,0
	No	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 7



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: Según la información obtenida de las encuestas señalan que el 75,0% esta constituida como persona juridica, mientras que un 25,0% no lo esta.

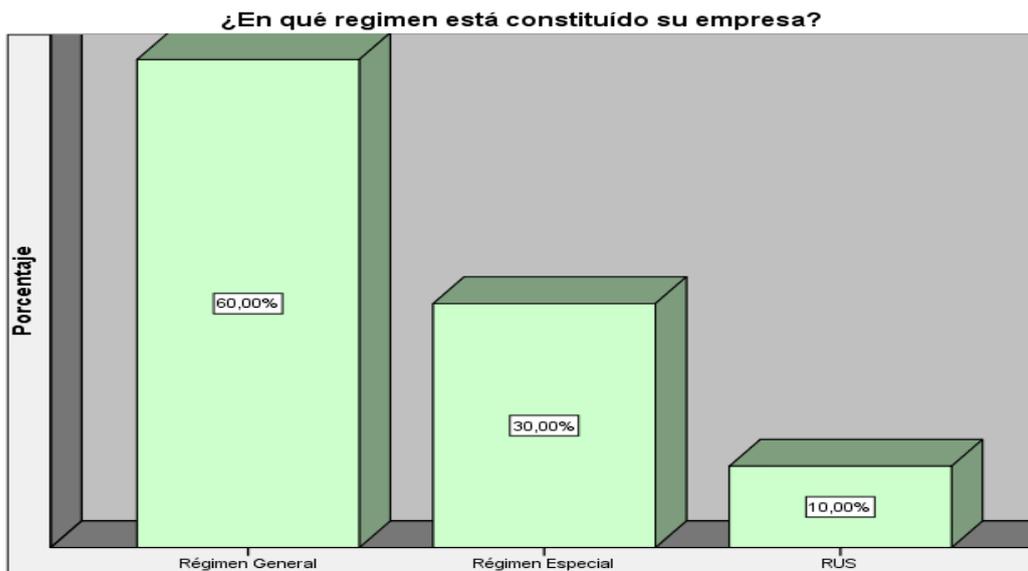
TABLA 15

¿En qué régimen está constituido su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Régimen General	12	60,0	60,0	60,0
	Régimen Especial	6	30,0	30,0	90,0
	RUS	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 8



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: Según el análisis del gráfico, un 60,0% están en el Régimen General, un 30,0% en el Régimen Especial, mientras que un 10,0% en el RUS.

TABLA 16

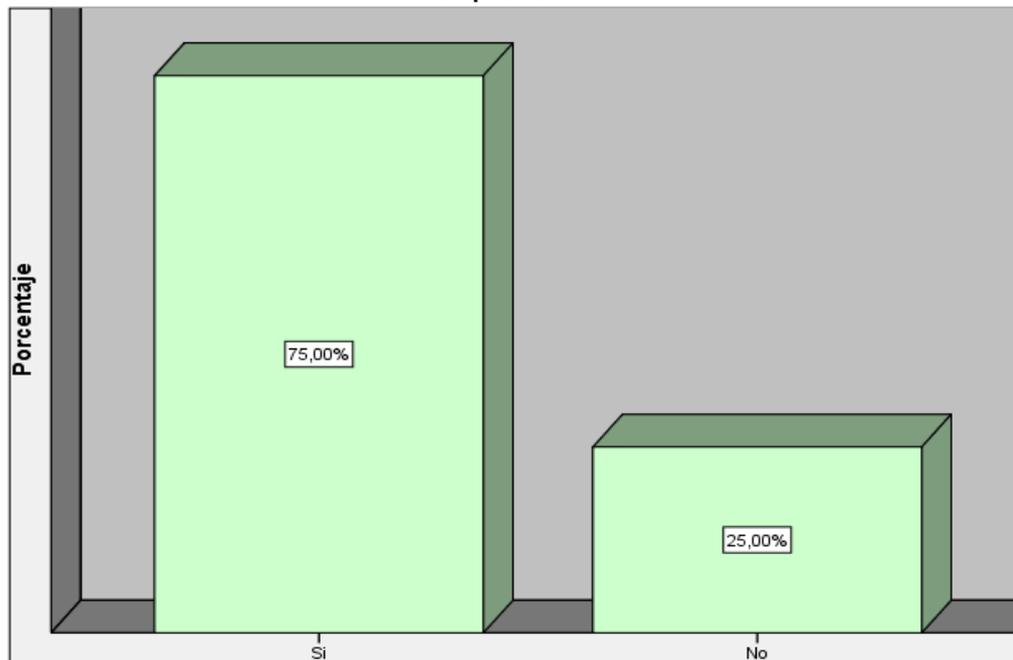
¿Ha recibido asesoría de entidades públicas o privadas en la formalización empresarial?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	15	75,0	75,0	75,0
	No	5	25,0	25,0	100,0
Total		20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 9

¿Ha recibido asesoría de entidades públicas o privadas en la formalización empresarial?



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: Los emprendedores indican que para constituir sus empresas SI recibieron asesoría el 75,0%, solo el 25,0% NO recibieron asesoría por parte de ninguna de las entidades

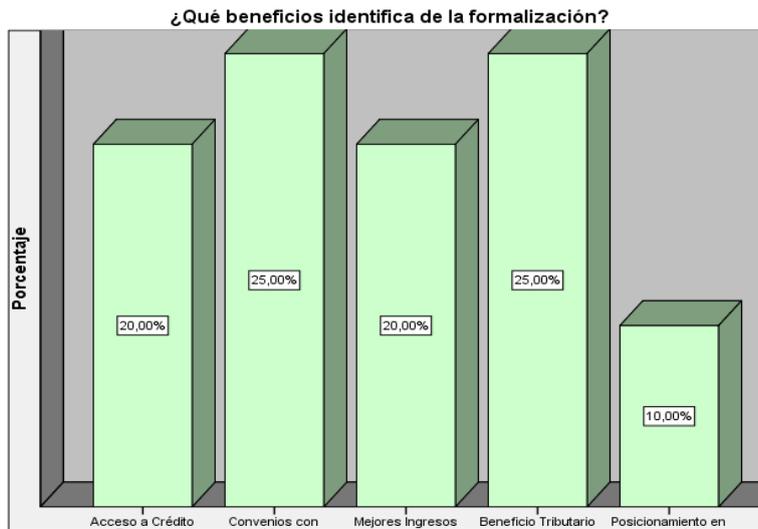
TABLA 17

¿Qué beneficios identifica de la formalización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Acceso a Crédito Bancario	4	20,0	20,0	20,0
Convenios con entidades	5	25,0	25,0	45,0
Mejores Ingresos	4	20,0	20,0	65,0
Beneficio Tributario	5	25,0	25,0	90,0
Posicionamiento en mercado	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 10



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: Según la información recogida de las encuestas, el 25,0% identifica los beneficios de “convenio con entidades” y “beneficio tributario” respectivamente, mientras que el 20,0% presenta “acceso a crédito bancario” y mejores ingresos respectivamente y con un 10,0% lograr un mejor posicionamiento en el mercado.

TABLA 18

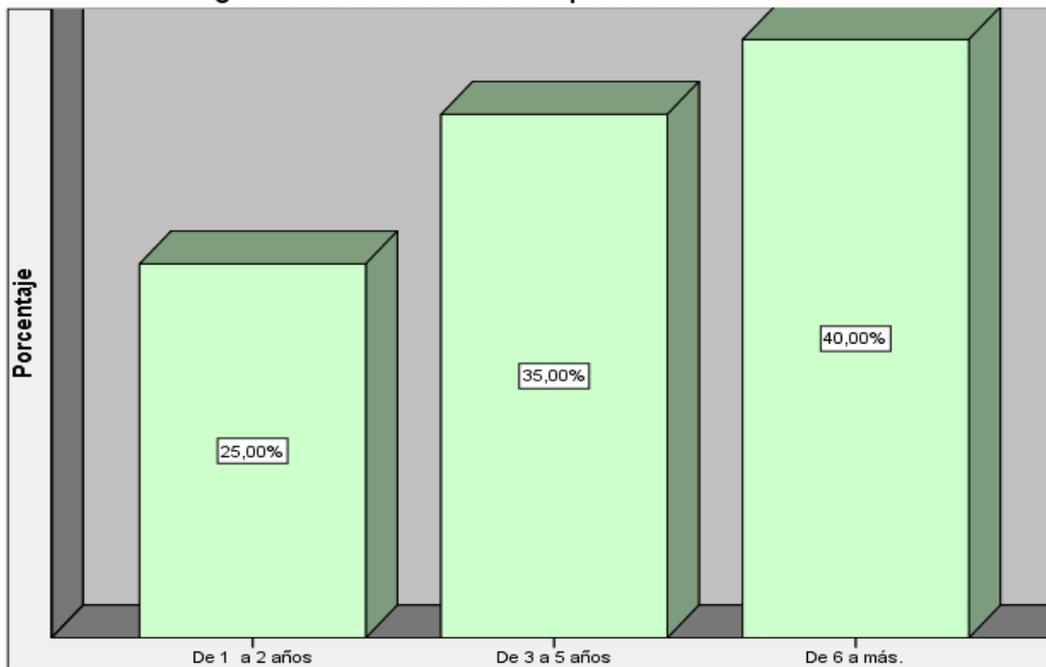
¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 2 años	5	25,0	25,0	25,0
	De 3 a 5 años	7	35,0	35,0	60,0
	De 6 a más.	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 11

¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: Las mypes encuestadas en su mayoría están en el rango de 6 a más años con un 40,0%, de 3 a 5 años 35,0%, y de 1 a 2 años 25,0%.

TABLA 19

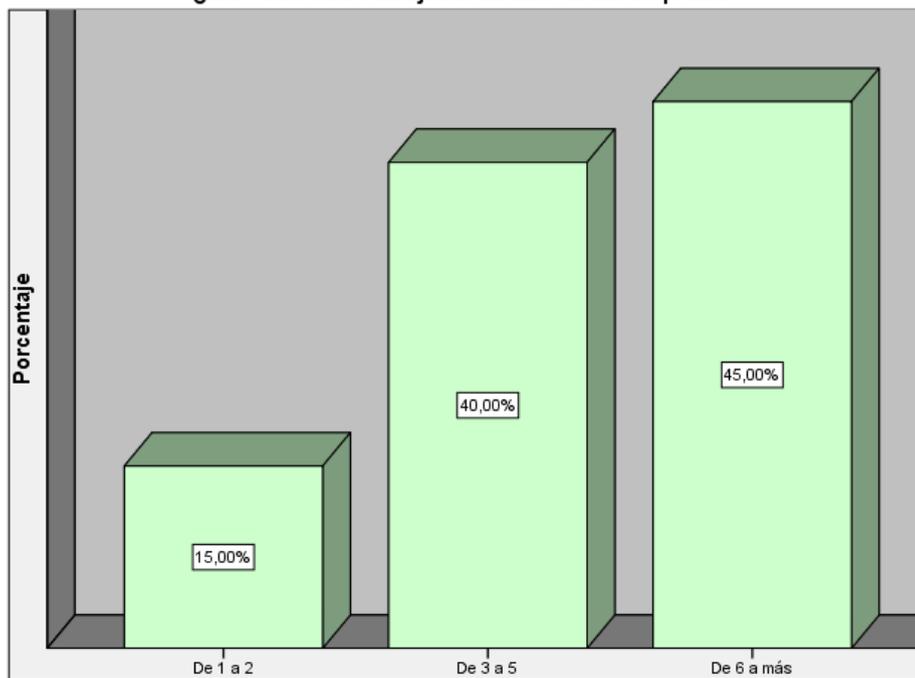
¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 2	3	15,0	15,0	15,0
	De 3 a 5	8	40,0	40,0	55,0
	De 6 a más	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 12

¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: La investigación nos muestra que las empresas de este sector tienen de 6 a más trabajadores 45,0%, de 40,0% de 3 a 5 trabajadores, mientras que un 15,0% de 1 a 2 trabajadores.

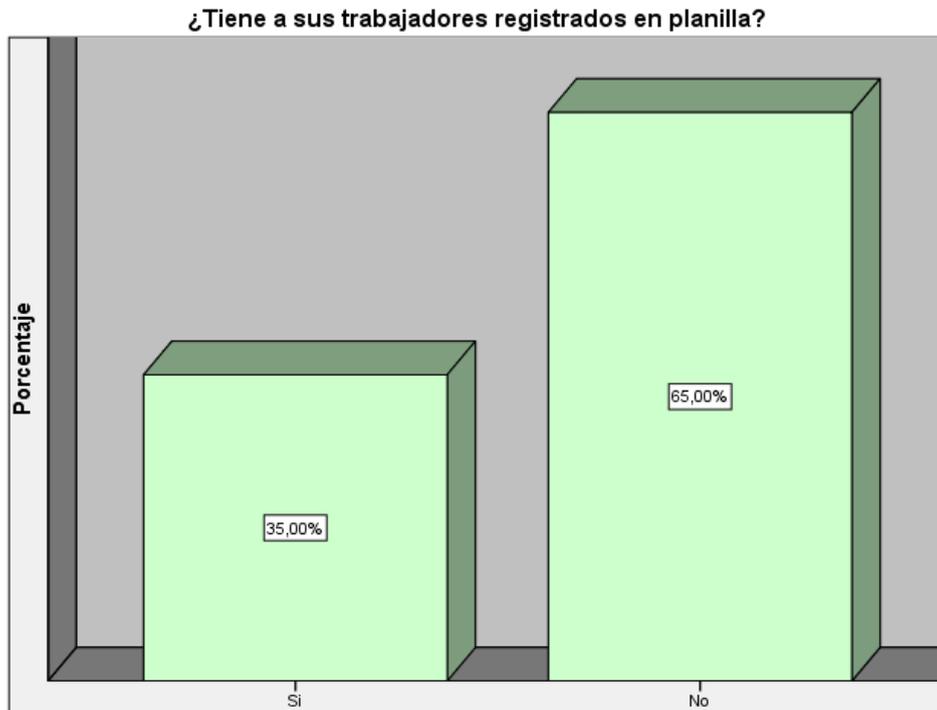
TABLA 20

¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	7	35,0	35,0	35,0
	No	13	65,0	65,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 13



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: Según la investigación, los emprendedores en su mayoría no registran a todos sus trabajadores en planilla 65,0% conllevando a la informalidad en el aspecto laboral, mientras que un 35,0% si tienen registrados a sus trabajadores en planilla.

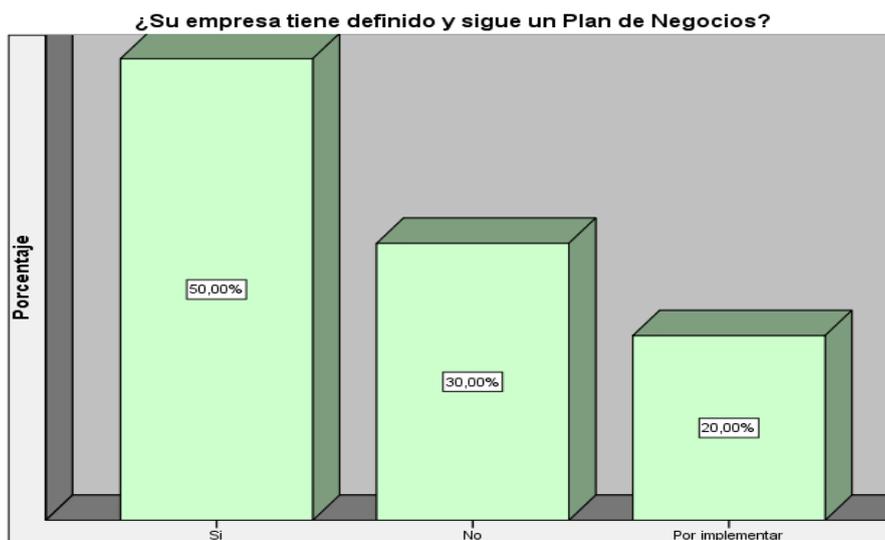
C: DE LA GESTIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

TABLA 21

		¿Su empresa tiene definido y sigue un Plan de Negocios?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	10	50,0	50,0	50,0
	No	6	30,0	30,0	80,0
	Por implementar	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 14



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: Con el propósito de organizar adecuadamente la mypes corresponde que el 50,0% si tiene definido y sigue un plan de negocios, y el 30,0% no presenta, mientras que un 20,0% esta por implementar.

TABLA 22

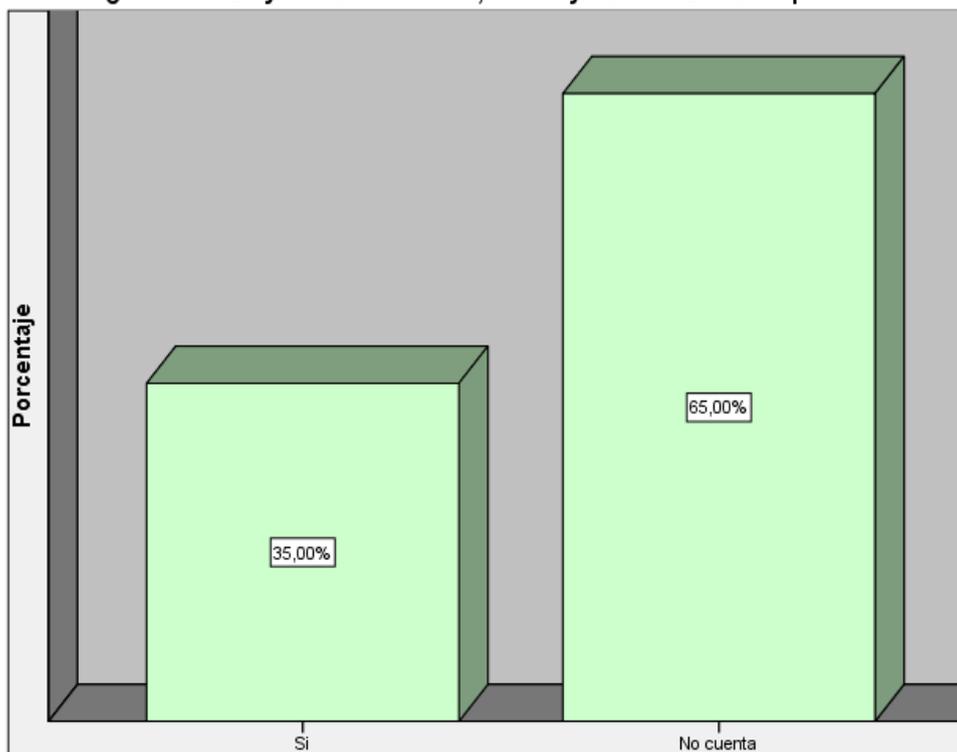
¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	7	35,0	35,0	35,0
	No cuenta	13	65,0	65,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 15

¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?



Fuente: Elaboración propia

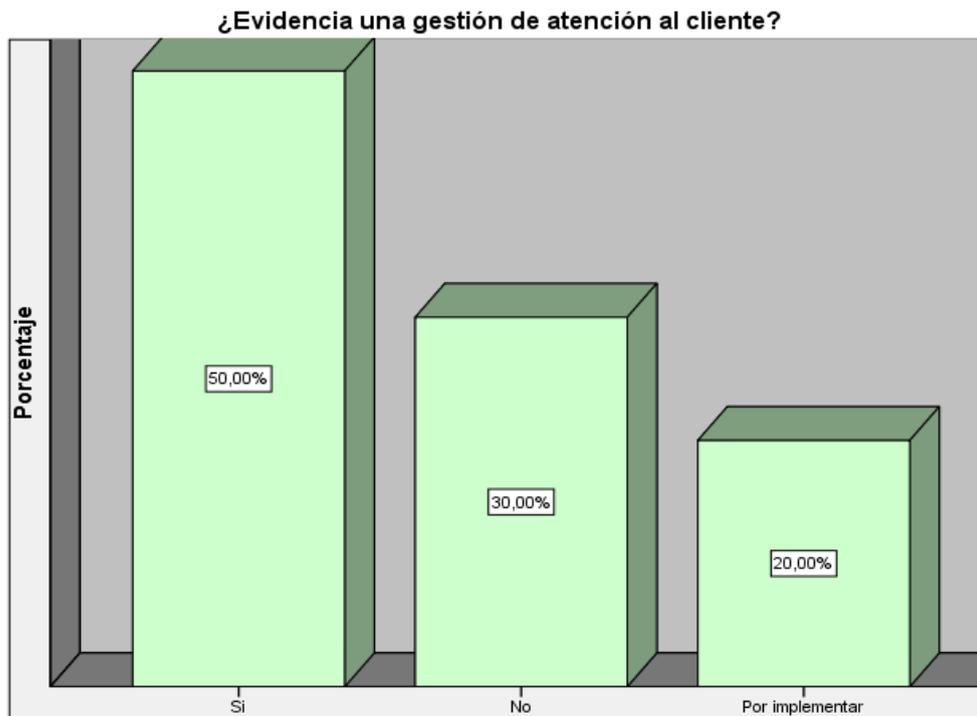
LECTURA: En su mayoría las mypes encuestadas de este sector no han definido y exhibe la misión visión y valores de su empresa (65,0%), mientras que un 35,0% si lo ha definido.

TABLA 23

		¿Evidencia una gestión de atención al cliente?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	10	50,0	50,0	50,0
	No	6	30,0	30,0	80,0
	Por implementar	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 16



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: Según la investigación, demuestra que el 50,0% SI evidencian una gestión de atención al cliente, un 30,0% aun NO lo evidencian, mientras que el 20,0% estan por implementar.

TABLA 24

¿Las instalaciones y organización de su local, está alineado al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	8	40,0	40,0	40,0
	No	12	60,0	60,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 17



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: La interpretación del gráfico señala que el 60,0% tanto las instalaciones como organización del local NO estan alineados al cliente, mientras que un 40,0% SI lo presenta.

TABLA 25

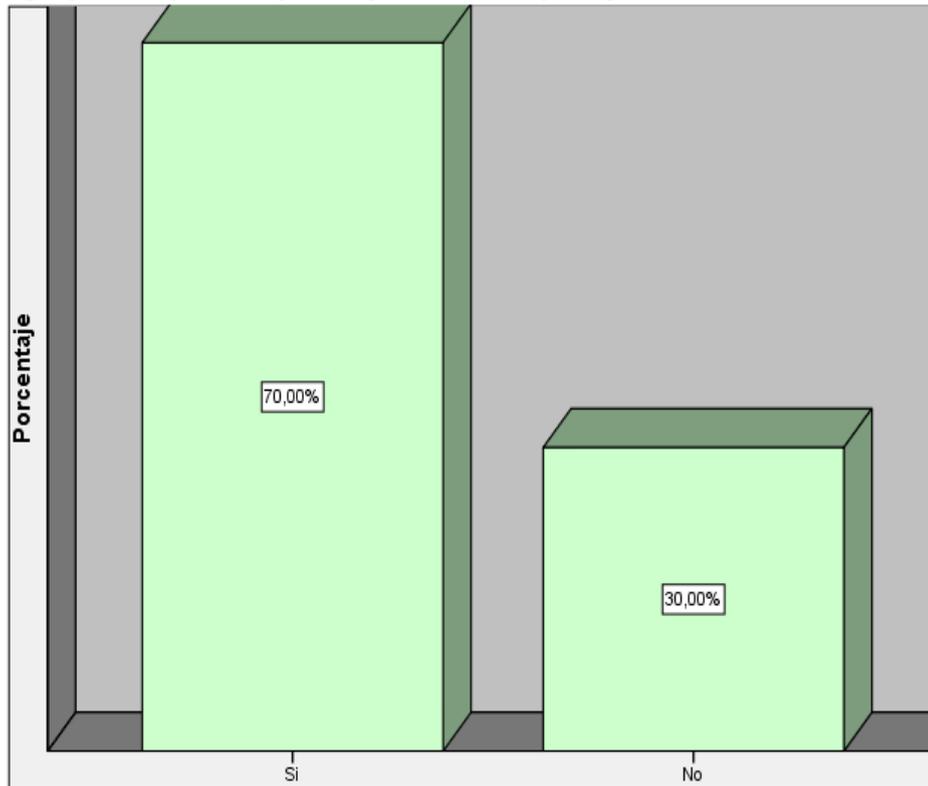
¿Capacita al personal para mejorar su desempeño y brindar un buen servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	14	70,0	70,0	70,0
	No	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 18

¿Capacita al personal para mejorar su desempeño y brindar un buen servicio?



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: El 70,0% de los emprendedores encuestados manifiesta que capacitan a sus trabajadores, mientras el 30,0% NO considera necesario, por la inversión que se requiere.

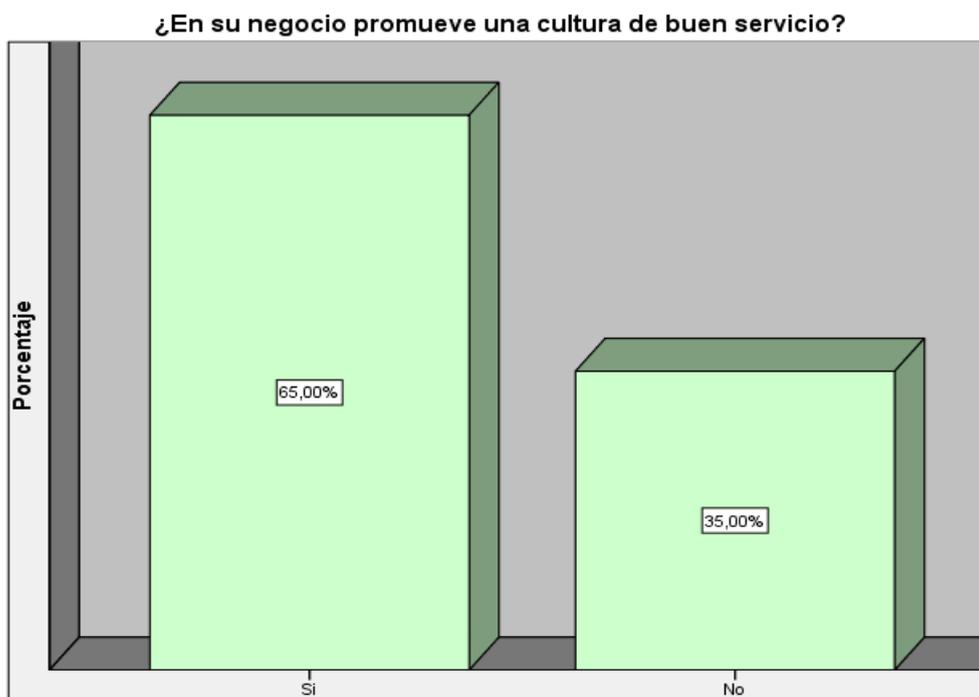
TABLA 26

¿En su negocio promueve una cultura de buen servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	13	65,0	65,0	65,0
	No	7	35,0	35,0	100,0
Total		20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 19



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: Según los datos obtenidos a través de la encuesta, muestran que el 65,0% SI promueven una cultura de buen servicio, mientras que el 35,0% NO la promueve.

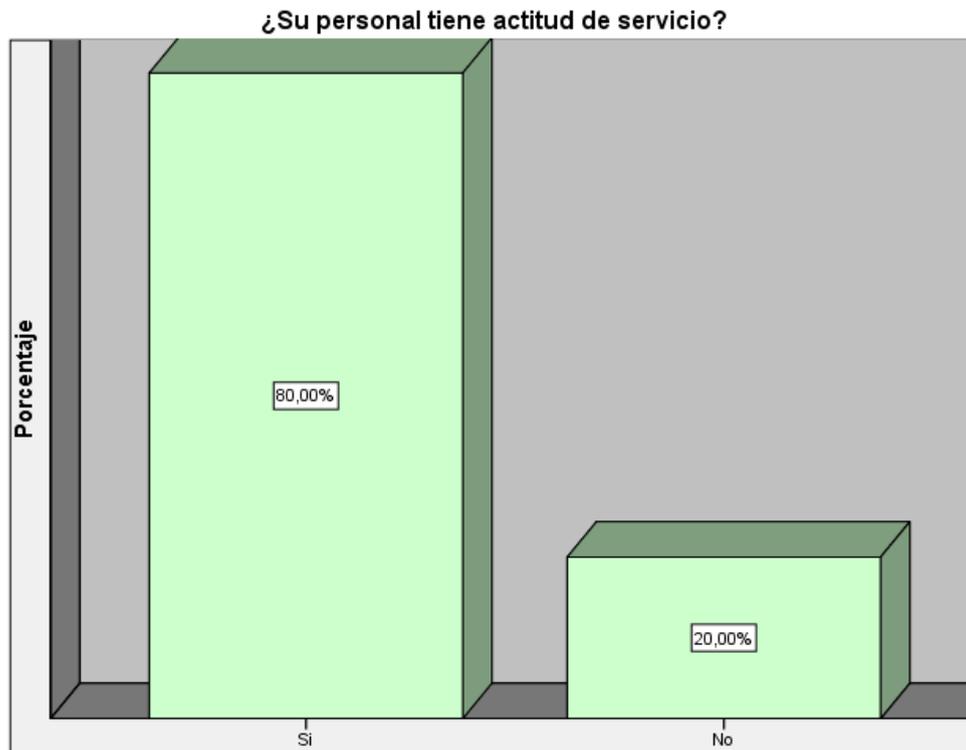
TABLA 27

¿Su personal tiene actitud de servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	16	80,0	80,0	80,0
	No	4	20,0	20,0	100,0
Total		20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 20



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: El 80,0% de las mypes encuestadas indican que su personal tiene actitud de servicio, mientras que el 20,0% no presenta.

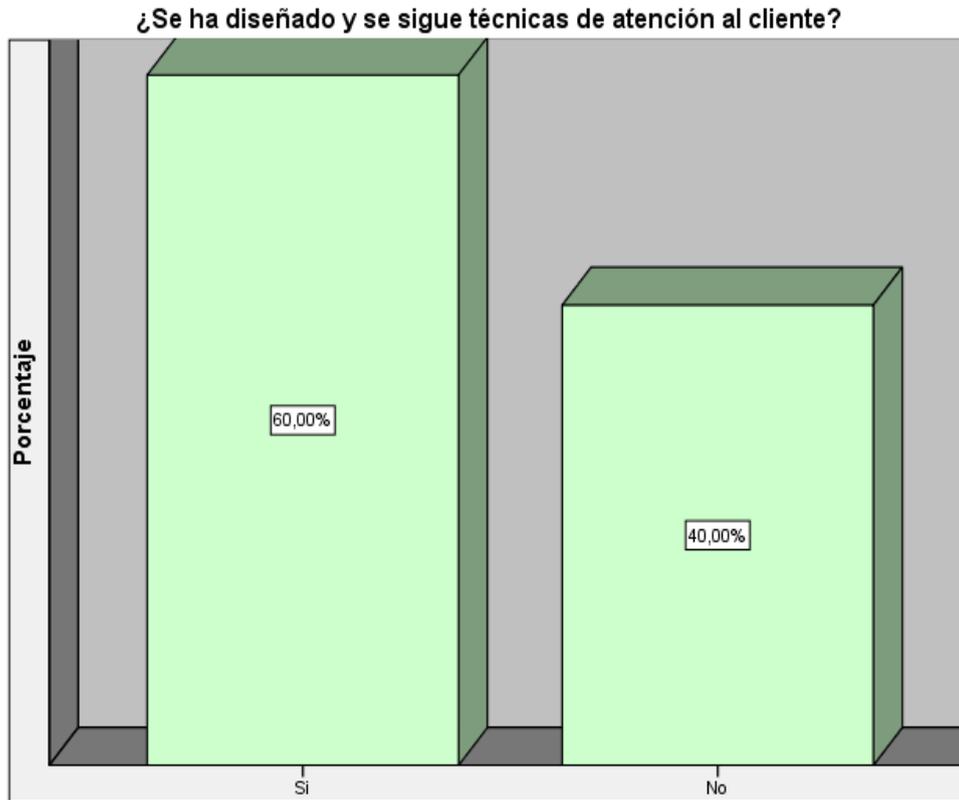
TABLA 28

¿Se ha diseñado y se sigue técnicas de atención al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	12	60,0	60,0	60,0
	No	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 21



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: Las mypes encuestadas de este sector demuestran que el 60,0% si ha diseñado y se sigue técnicas de atención al cliente, y el 40,0% no tiene diseñado.

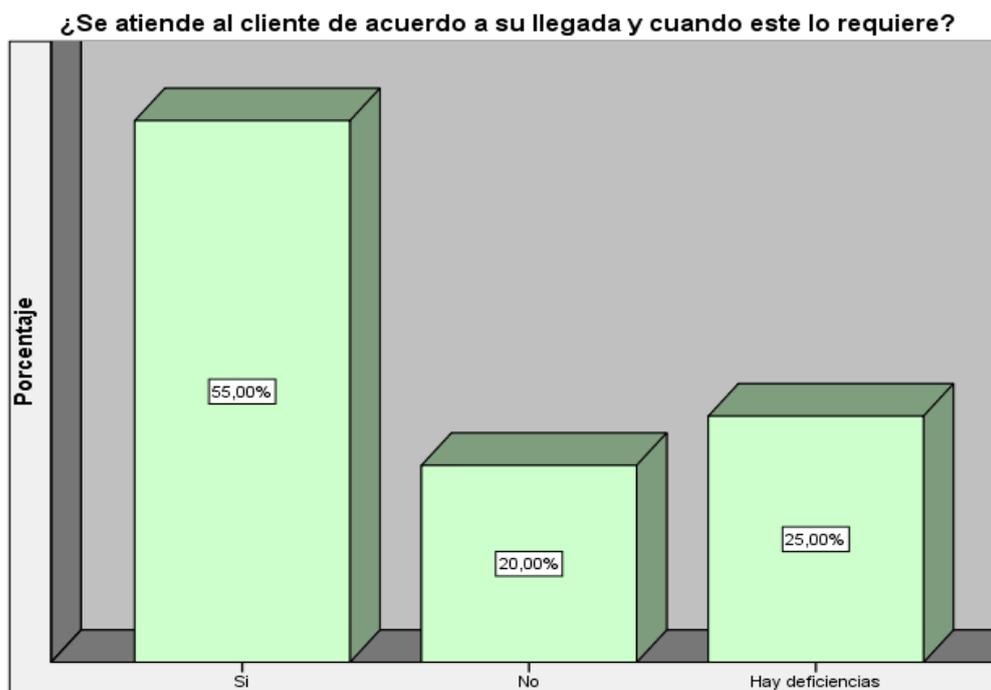
TABLA 29

¿Se atiende al cliente de acuerdo a su llegada y cuando este lo requiere?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	11	55,0	55,0	55,0
No	4	20,0	20,0	75,0
Hay deficiencias	5	25,0	25,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 22



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: Según el análisis de la investigación, el 55,0% si atiende a su cliente de acuerdo a su llegada y cuando este lo requiere, el 25,0% presenta deficiencias, mientras que el 20,0% no presenta.

TABLA 30

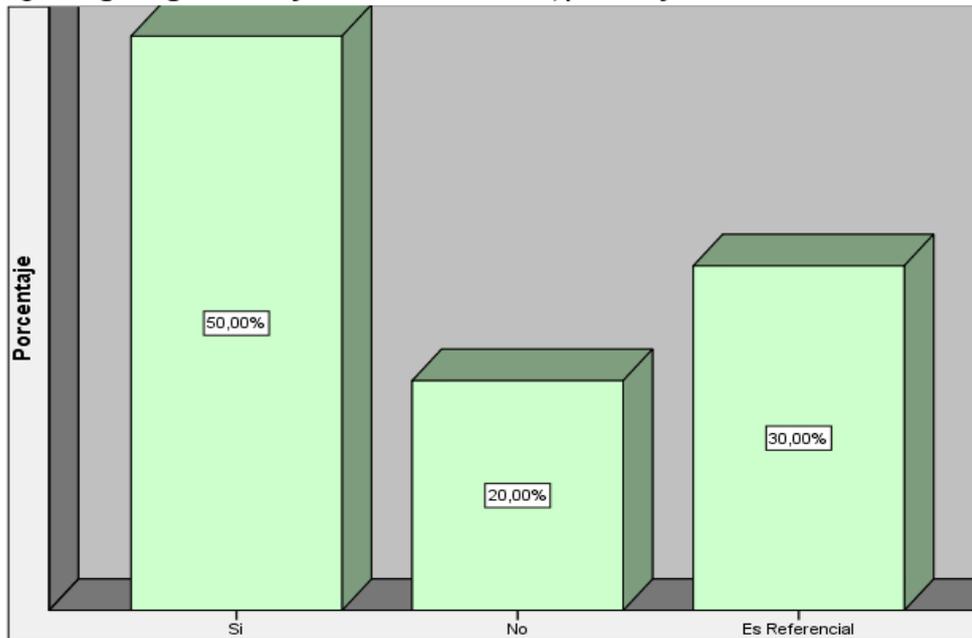
¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	10	50,0	50,0	50,0
No	4	20,0	20,0	70,0
Es Referencial	6	30,0	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 23

¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio?



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: En la encuesta recogida se demuestra que un 50,0% si recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio, mientras que el 30,0% indica que es referencial.

TABLA 31

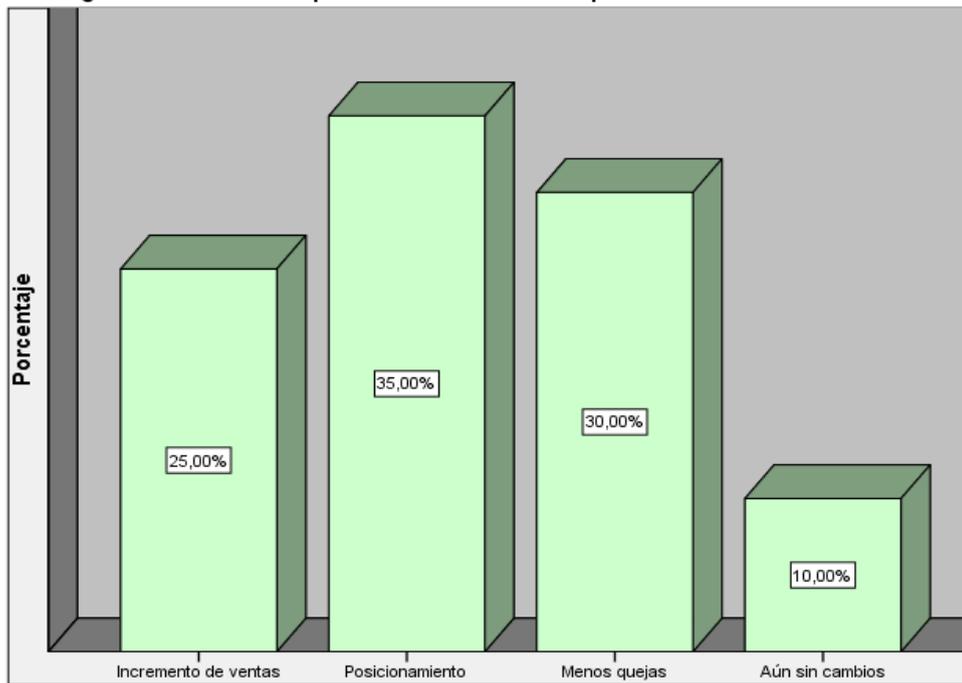
¿Qué resultados experimenta con un enfoque de atención al cliente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Incremento de ventas	5	25,0	25,0	25,0
Posicionamiento	7	35,0	35,0	60,0
Menos quejas	6	30,0	30,0	90,0
Aún sin cambios	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 24

¿Qué resultados experimenta con un enfoque de atención al cliente?



Fuente: Elaboración propia

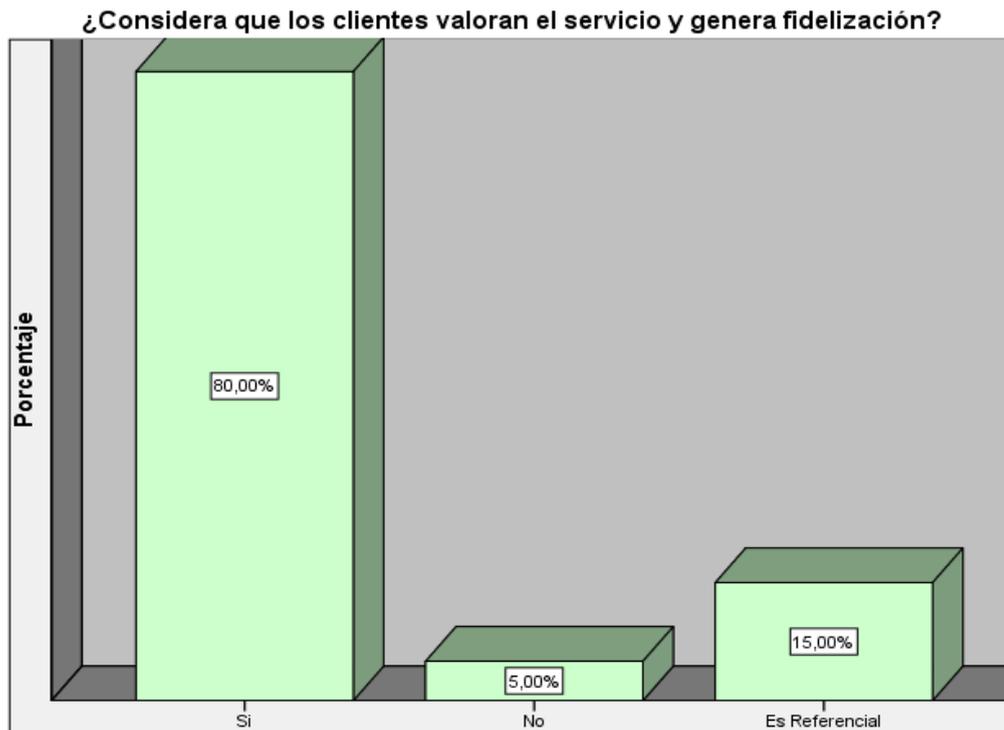
LECTURA: Los emprendedores entrevistados manifiestan que el 35,0% logran mejor posicionamiento en el mercado, el 30,0% menos quejas, el 25,0% incremento de ventas, mientras que el 10,0% presenta aun sin cambios.

TABLA 32

		¿Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	16	80,0	80,0	80,0
	No	1	5,0	5,0	85,0
	Es Referencial	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Muestra representativa del trabajo del campo.

GRÁFICO 25



Fuente: Elaboración propia

LECTURA: El 80,0% si considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización, mientras que el 15,0% considera que es referencial.

5.2 Análisis de Resultados

Relacionaremos los resultados obtenidos en la investigación, con los objetivos, marco teórico e hipótesis.

A. DATOS GENERALES

Al respecto, los emprendedores han tomado la iniciativa de dirigir sus negocios de Agencias de Viaje, constituyéndola y relacionándola con el medio, tal como coincide con **Figuroa (2004)**. “el autor coincide con la opinión de Gross Herbert (2000) que opina que el primer deber del gerente o administrador de una pequeña y mediana empresa consiste en crear, y luego dirigir, toda una serie de relaciones entre su empresa y sus trabajadores, proveedores, bancos y clientes”.

En esa perspectiva, la investigación comprueba que efectivamente el emprendedor explica que para iniciar su mype se ha planteado objetivos y relacionado con aquellos actores (proveedores) que facilitarán su alcance.

B. DE LA EMPRESA

En la investigación, **¿Su empresa esta formalizada?** De las mypes encuestadas señalan que el (80,0%) se encuentran formalizadas, y un 15,0% aun se encuentran en trámite, mientras que un 5,0% no están formalizadas.

¿Por que motivo no se formalizó? Según el analisis de la investigación,

indican que un (80,0%) No aplica, ya que todos los microempresarios encuestados indicaron que formalizar su negocio ha sido prioritario, mientras que un 10,0% no tiene apoyo.

En estas últimas preguntas responden el Objetivo Específicos de la presente investigación, se han preocupado por cumplir con los requisitos exigidos por parte de las autoridades pertinentes, para poder brindar un mejor servicio y de calidad a la población del distrito de Iquitos. Mostrando el interés para operar bajo la formalidad correspondiente.

¿Se ha constituido como persona jurídica? Según la información obtenida de las encuestas señalan que el (75,0%) esta constituida como persona jurídica, mientras que un 25,0% no lo esta.

¿En que régimen esta constituido su empresa? Según el análisis del gráfico, un (60,0%) estan en el Regimen General, un 30,0% en el Regimen Especial, mientras que un 10,0% en el RUS.

¿Ha recibido asesoría de entidades públicas o privadas en la formalización empresarial? Los emprendedores indican que para constituir sus empresas “Si” recibieron asesoría (75,0%), solo el 25,0% no recibieron asesoría por parte de ninguna de las entidades

¿Que beneficios identifica de la formalización? Segun la información recogida de las encuestas, el 25,0% identifica los beneficios de “convenio con entidades” y “beneficio tributario” respectivamente, mientras que el 20,0% presenta “acceso a credito bancario” y mejores ingresos respectivamente y con un 10,0% lograr

un mejor posicionamiento en el mercado.

¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado? Las mypes encuestadas en su mayoría están en el rango de 6 a más años con un (40,0%), de 3 a 5 años 35,0%, y de 1 a 2 años 25,0%.

¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa? La investigación nos muestra que las empresas de este sector tienen de 6 a más trabajadores (45,0%), de 40,0% de 3 a 5 trabajadores, mientras que un 15,0% de 1 a 2 trabajadores.

Respecto a la pregunta **¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?** Según la investigación, los emprendedores en su mayoría no registran a todos sus trabajadores en planilla (65,0%) conllevando a la informalidad en el aspecto laboral, mientras que un 35,0% se tienen registrados a sus trabajadores en planilla.

C. DE LA GESTIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Respecto a la pregunta **¿Su empresa tiene definido y sigue un plan de negocios?** Con el propósito de organizar adecuadamente la mype corresponde que el (50,0%) si tiene definido y sigue un plan de negocios, y el 30,0% no presenta, mientras que un 20,0% está por implementar.

¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa? En su mayoría las mypes encuestadas de este sector no han definido y exhibe la misión visión y valores de su empresa (65,0%), mientras que un 35,0% si lo ha definido.

¿Evidencia una gestión de atención al cliente? Según la investigación, demuestra que el (50,0%) si evidencian una gestión de atención al cliente, un 30,0% aun no lo evidencian, mientras que el 20,0% estan por implementar.

¿Las instalaciones y organización de su local, esta alineado al cliente? Según la investigación, demuestra que el (50,0%) si evidencian una gestión de atención al cliente, un 30,0% aun no lo evidencian, mientras que el 20,0% estan por implementar.

¿Capacita al personal para mejorar su desempeño y brindar un buen servicio? El (70,0%) de los emprendedores encuestados manifiesta que capacitan a sus trabajadores, mientras el 30,0% no considera necesario, por la inversion que se requiere. Esta claro que un servicio es una actividad o una serie de actividades generadoras de satisfacción por los consumidores, que se producen como resultado de la interacción entre los clientes y una persona o una máquina. **(Lehtinen, 1983).**

En esta última interrogante responde a las hipótesis específicas, que toman mayor interes en la capacitación intensiva a su personal encargado, para mejorar su nivel de desempeño, y generar mayor competitividad para lograr mejores ingresos económicos.

¿En su negocio promueve una cultura de buen servicio? Según los datos obtenidos a través de la encuesta, muestran que el (65,0%) si promueven una cultura de buen servicio, mientras que el 35,0% no promueve una cultura de buen servicio.

¿Su personal tiene actitud de servicio? El (80,0%) de las mypes encuestadas

indican que su personal tiene actitud de servicio, mientras que el 20,0% no presenta.

Se explica que servicio es todo el conjunto de prestaciones que el cliente espera; además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo. (Horovitz, 1991).

¿Se ha diseñado y se sigue técnicas de atención al cliente? Las mypes encuestadas de este sector demuestran que el (60,0%) si ha diseñado y se sigue técnicas de atención al cliente, y el 40,0% no tiene diseñado.

¿Se atiende al cliente de acuerdo a su llegada y cuando este lo requiere? Según el análisis de la investigación, el (55,0%) si atiende a su cliente de acuerdo a su llegada y cuando este lo requiere, el 25,0% presenta deficiencias, mientras que el 20,0% no presenta.

¿Recoge sugerencias y reclamos al cliente, para mejorar su nivel de servicio? En la encuesta recogida se demuestra que un (50,0%) si recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio, mientras que el 30,0% indica que es referencial.

¿Que resultados experimenta con un enfoque de atención al cliente? Los emprendedores entrevistados manifiestan que el (35,0%) logran mejor posicionamiento en el mercado, el 30,0% menos quejas, el 25,0% incremento de ventas, mientras que el 10,0% presenta aun sin cambios.

En las siguientes preguntas responden parte de los Objetivos Especificos como tambien a la Hipotesis General y Especificas, tomando como principal enfoque la

atención al cliente y todas las características que esta presenta. Evidenciándose si presentan técnicas estratégicas sobre el servicio de atención al cliente, recogiendo los reclamos y sugerencias, con la única finalidad de lograr la satisfacción de los clientes.

¿Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización? El (80,0%) si considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización, mientras que el 15,0% considera que es referencial.

Para tener una respuesta clara, la **Calidad de Servicio**, reúne todas las características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto o servicio; es por eso que hay que entender el servicio como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal, ya consista en un producto o en un servicio. **(Ruiz, 2001).**

CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Llegando a concluir con el proyecto final de la investigación, se llegará a las conclusiones correspondientes.

Respecto al perfil del microempresario

- Los emprendedores en su mayoría están en el rango de “29 a 39 años” significa que son jóvenes emprendedores quienes están a cargo de las mypes del sector servicios, agencia de viaje y tours turístico, también están al mando las mujeres con el 40,0%, están representadas mayoritariamente por el sexo femenino.
- Los microempresarios encuestados presentan grado de instrucción técnica y universitaria con el 30,0%. La profesión que destaca es la de administrador y técnico. Concluyendo que en el sector servicios, agencia de viaje y tours turísticos se tiene a emprendedores preparados académicamente.

Respecto a la empresa y formalización

- De las mypes encuestadas señalan que “Si” se encuentran formalizadas el 80,0% y que están constituidas como persona jurídica.
- El proceso de formalización presenta varios beneficios dentro de ello lo más resaltante es de convenio con entidades y beneficio tributario respectivamente, demostrando que la formalización no simplemente es un tema normativo sino

también que presenta múltiples beneficios al estar las microempresas bajo el marco de la ley.

- Las mypes del sector servicios, agencia de viaje y tours turístico presentan de 6 más trabajadores 45,0%, quienes están al a disposición de brindar un adecuado servicio de calidad.
- Los emprendedores en su mayoría no registran a todos sus trabajadores en planilla 65,0%, llegando a la conclusión que existe una gran informalidad en el aspecto laboral de las mypes en estudio.

Respecto a la Gestión de atención al cliente

- Con el propósito de organizar adecuadamente las mypes corresponde que el 50,0% si tiene definido un modelo de plan de negocio, encaminado con los objetivos que presenta la microempresa.
- Las mypes en estudio si evidencian y es de conocimiento una gestión de atención al cliente 50,0%. Demostrando que el personal encargado y conjuntamente con la microempresa tiene un mayor enfoque con las necesidades que exige el cliente.
- A raíz de que es de conocimiento la gestión de atención al cliente, los emprendedores encuestados manifiestan que si capacitan a sus trabajadores 70,0% y se interesa en el enfoque de la mejora continúa.
- El 80,0% de las mypes en estudio señalan que el personal a mando si tiene actitud de servicio y consideran que el objetivo de las mypes es lograr clientes satisfechos con el servicio que se les brinda.

- Las mypes encuestadas señalan que el 50,0% si recoge sugerencias y reclamos del cliente, logrando así superar las expectativas de los clientes. A través de modelos referente a la gestión de calidad y servicio de atención al cliente.
- El análisis concluyó que el 80,0% considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización.

6.2 Recomendaciones

Presentamos las siguientes recomendaciones.

- Se recomienda a los emprendedores del sector servicios en estudio, a respetar los derechos laborales de sus trabajadores, en el sentido de registrarlos en planillas y no escoger prácticas que desmedren sus beneficios y los envuelvan en informalidad.
- Se sugiere a los emprendedores que se sientan comprometidos con la misión, visión y valores de su empresa, para que de esta forma integren a todo el personal en un solo objetivo.
- Respecto a las estrategias en atención al cliente: las mypes deben desarrollar cual es el alcance de tales, asesorarse y establecer planes consistentes y monitorear los resultados periódicamente. Deben ser de conocimiento de toda la organización ya que son clave para una empresa que aspira a conducirse con gestión de calidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ambiente-MINAM, M. d. (2011). Obtenido de Compendio de la legislación ambiental Peruano. Lima. Dirección General de Políticas, normas e instrumentos de gestión ambiental. Recuperado de: http://www.minam.gob.pe/wpcontent/uploads/2013/10/compendio_01_-_marco_normativo_general_2.pdf
- Ambiente-SPDA, M. d.-M. (2016). Obtenido de "Manual de legislación ambiental". Recuperado de: http://www.legislacionambientalspda.org.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=64&Itemid=3963
- Armstrong, G. &. (2014). *"Principios de Marketing"*. (12a Ed.). Pearson. Estados Unidos.
- D'Alessio, F. (2014). *Planeamiento Estratégico Razonado: Aspectos conceptuales aplicados*. México D.F.: Pearson.
- Deming, E. (1986). *Out of the crisis*. MIT Press. Obtenido de Recuperado el 2 de Enero de 2016 http://es.wikipedia.org/wiki/William_Edwards_Deming
- Gastón, A. (4 de Enero de 2010). *El Comercio*. Obtenido de El comercio: Recuperado de: <http://elcomercio.pe/gastronomia/peruana/cuales-sonretos-gastronomia-peruana-este-ano-noticia-390630>
- INEI. (s.f.). Obtenido de "Participación de Gastos" Recuperado de: <http://www.inei.gob.pe/>
- INEI. (2012). Obtenido de "Ingreso de visitantes extranjeros, según zona geográfica. Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/tourism1/>
- INEI. (2014). Obtenido de "Participación del gasto". Recuperado de: <http://www.inei.gob.pe/>
- INEI. (2014). Obtenido de "Lugar de llegada de turistas extranjeros". Recuperado de: <http://www.inei.gob.pe/>

- Kambio, P. p. (2016). Obtenido de "Plan de gobierno". Recuperado de:
<http://ppk.pe/documentos/plandegobierno.pdf>
- Leal, M. P. (2011). Diversificación del destino turístico a través del turismo gastronómico: El caso de Vilanova i la Geltrú. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(1), 15-24.
- Mincetur. (2015). Obtenido de Resumen ejecutivo. PENTUR. "Plan estratégico Nacional de turismo. Recuperado de:
http://www.snip.gob.pe/contenidos/politicas/lineamientos/sectoriales/exterior_turismo/PENTUR-2021.pdf
- N., A., Jaimes, P. R., & S. & Izquiero, C. (2016). *Plan estratégico de marketing del turismo rural comunitario. (Tesis de Grado)*. CENTRUM Escuela de Negocios. Lima-Perú.
- PROMPERÚ. (2015). Obtenido de "Plan de turista extranjero". Recuperado de:
<http://media.peru.info/IMPP/2014/Perfil-Turista-Extranjero/Perfil-del-TuristaExtranjero-2014.pdf>
- Semana económica. Inversión en turismo sera mayor segun Conatur.* (25 de Agosto de 2015). Obtenido de Recuperado de:
<http://semanaeconomica.com/article/servicios/turismo/172399-inversiones-enturismo-superaran-los-us500-millones-en-el-2016-segun-canatur>
- Senlle, A. (2001). *Calidad y liderazgo. Ediciones Gestión 2000 S.A.* Barcelona: Recuperado el 5 de Enero del 2016:
<http://www.monografias.com/trabajos3/gerenylider/gerenylider.shtml#ixzz2tAzjW4gn>.
- Tramontana, R. (6 de Febrero de 2015). Informalidad afecta al 75% de la PEA. *Perú21*, págs. Recuperado de:
<http://peru21.pe/economia/inei-informalidad-afecta-al-75-pea-2211258> .
- Travel, P. (2015). Obtenido de "Perú elegido como mejor destino culinario en los world Travel Awards. Recuperado de: <http://www.peru.travel/es-pe/sobreperu/noticias/peru-elegido-como-mejor-destino-culinario-en-los-world-travel-awards-2015.aspx>

ANEXOS

1.- Presupuesto

Para la realización del Proyecto de Investigación, el presupuesto asciende a S/. 5,278.40.

Tabla 6

Item	Concepto	Unidad Medida	Cantidad	V Unitario S/.	C. Total S/.
1	Asesoramiento	Sesiones	12	200	2400
2	Adquisición de documentos y libros	Und	3	30	90
3	Adquisición de copias	Juegos	44	0.1	4.4
4	Redes / Celular.	Und	1	50	50
5	Kit Utiles de oficina	Und	2	30	60
6	Anillados	Und	1	14	14
7	Transportes	Und	14	10	140
8	Alimentación	Und	7	10	70
9	Curso de Titulación	Und	1	1650	1650
10	Gastos diversos	Und	1	800	800
				Total S/.	5278.4

Fuente: Elaboración propia.

2.- Cronograma

El cronograma de seguimiento y cumplimiento en el desarrollo del presente Proyecto, en semanas por mes es el siguiente:

Tabla 7

CRONOGRAMA DE AVANCE	2017															
	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Se recibió asesoramiento del docente para la realización del proyecto de investigación	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Identificación de las variables.		X	X	X												
Determinación del sector y rubro a estudiar.			X	X												
Título del proyecto de investigación.			X	X												
Elaboración de Planteamiento de la investigación.			X	X	X		X									
Elaboración del Marco Teórico y conceptual.					X	X	X									
Elaboración de Metodología de la investigación.							X	X								
Presentación de Proyectos de Investigación.									X	X	X	X				
Elaboración de Encuestas, tabulación, gráficos.											X	X	X			
Discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones.											X	X	X			
Revisión de referencias bibliográficas, APA.													X			
Presentación del informe final de investigación.													X	X		
Revisión turnitin.														X	X	
Elaboración de artículo científico y diapositivas.															X	
Prebanca y sustentación del informe final.															X	X

Fuente: Elaboración propia

3. Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado “**Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las mypes del Sector Servicios, Agencias de Viaje y Tours Turísticos, distrito de Iquitos, año 2017**”.

ENCUESTA

La información que usted nos proporcionará será utilizada con fines académicos y de investigación.

Desde ya, agradecemos por su valiosa colaboración.

Encuestado:

(a):.....Fecha:...../...../.....

I. DATOS GENERALES:

1. Edad del emprendedor

De 18 a 29 años (...), de 29 a 39 años (...),
de 40 a 50 años (...), de 51 a más (...)

2. Sexo del emprendedor

Masculino (...) Femenino (...)

3. Grado de instrucción del emprendedor

Primaria (...) Secundaria (...)
Técnica (...) Universitaria (...)

4. ¿Cuál es la Profesión u ocupación del emprendedor?

Administrador (...); Técnico (...);
Comerciante (...) Otras especialidades (...).

II. DE LA FORMALIZACIÓN

2.1 ¿Su empresa está formalizada?

Si (...) No (...) En trámite (...)

2.2 ¿Por qué motivo no se formalizó?

Burocracia (...) Trámites costosos (...)
No es prioritario (...) No tiene apoyo (...)

2.3 ¿Se ha constituido como persona jurídica?

Si (...) No (...)

2.4 ¿En qué régimen está constituida su empresa?

Régimen General (....) Régimen Especial (....) RUS (....)

2.5 ¿Ha recibido asesoría de entidades públicas o privadas en la formalización empresarial?

Si (....) No (....)

2.6 ¿Qué beneficios identifica de la formalización?

Acceso a crédito bancario (....) Ventas al Estado (....) Incrementar en ventas (....),
Posicionamiento en el Mercado (.....)

2.7 ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?

De 1 a 2 años (....) de 3 a 5 años (....) de 6 a más años (....)

2.8 ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

De 1 a 2 trabajadores (....) de 3 a 4 trabajadores (....) de 6 a más trabajadores (....)

2.9 ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?

Si (....) No (....)

III. DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE

3.1 ¿Conoce cuáles son los alcances de una gestión de calidad?

Si (....) No (....)

3.2 ¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?

Si (....) No (....)

3.3 ¿Su empresa tiene definido y sigue un Plan de Negocios?

Si (....) No (....)

3.4 ¿La gestión: ¿está enfocada en atención al cliente?

Si (....) No (....)

3.5 ¿Se ha diseñado y se sigue directivas de atención al cliente?

Si (....) No (....)

3.7 ¿Capacita al personal para mejorar su desempeño y brindar un buen servicio?

Si (....) No (....)

3.8 ¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente, para mejorar su nivel de servicio?

Si (....) No (....)

3.9 ¿Diseña nuevos productos o servicios, recogiendo las expectativas del cliente?

Si (....) No (....)

3.10 ¿Las mejoras en el servicio al cliente ha contribuido en los resultados del negocio?

Si (....) No (....) En trámite (....)

3.11 ¿Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización?

Si (....) No (....)

Pucallpa, Noviembre 2017