



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR
RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE
MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL
SECTOR SERVICIO, RUBRO HOTELERÍA EN LA ZONA
CÉNTRICA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2019

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

AUTOR

GARCIA CASTRO, LUIS ARIAN

ORCID: 0000-0003-2990-5017

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE-PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Garcia Castro, Luis Arian

ORCID: 0000-0003-2990-5017

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

ASESOR

Centurion Medina, Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

JURADO

Rosillo De Purizaca, Maria Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa, Jose German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, Maria Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Rosillo De Purizaca, María Del Carmen

Presidente

Salinas Gamboa, José German

Miembro

Mino Asencio, María Isabel

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecir mi vida, por derramar muchas bendiciones a lo largo de mi camino, por ser mi guía y mi fortaleza en todo momento y por darme las fuerzas necesarias para seguir adelante.

A mis padres, por motivarme y darme su apoyo incondicional en todo momento, por guiarme para ser una persona de bien, por haberme forjado como la persona que soy hoy en día, a ellos se lo debo todo.

DEDICATORIA

A Dios que me acompaña y que siempre me levanta de los obstáculos que se presentan en la vida, por darme fuerzas, cuidar de mi salud para seguir adelante, y por su amor incondicional.

A mis padres, Mario García y Merly Castro, por todo su amor y sacrificio que han hecho por mí, para poder ser una persona de bien en la sociedad, por creer en mí y apoyarme en todas las decisiones que he tomado, a ellos se lo debo todo.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019. La investigación fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo de propuesta. Para el recojo de información se tuvo en cuenta una población de 15 micro empresas y se utilizó una muestra de 10 mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 16 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 80% de los representantes desempeñan el cargo de dueños. El 40% tiene cierto conocimiento del término gestión de calidad. El 40% tiene como dificultad la poca iniciativa de los colaboradores para poder implementar la gestión de calidad. El 50% indicaron que el origen de una mala atención al cliente, se debe por una descoordinación que surge por parte de los trabajadores. Se concluye que la mayoría de las microempresas están dirigidas por los dueños, asimismo se ha registrado que existe poca iniciativa, debido a que no se les está motivando al personal, lo cual les dificulta al momento de implementar la gestión de calidad, ya que este sistema demanda de mucho compromiso y que la causa de una mala atención se debe a la falta de comunicación que existe, lo cual origina que haya una descoordinación en la empresa.

Palabras clave: Atención, gestión, hoteles, microempresas.

ABSTRACT

The present research work had as general objective: To determine the main characteristics of customer service as a relevant factor in quality management and improvement plan in micro and small companies in the service sector, hotel business in the downtown area of the district of Chimbote, 2019. The research was of a non-experimental-transversal-descriptive design of the proposal. To collect the information, a population of 15 micro-companies was taken into account and a sample of 10 mypes was used, to whom a 16-question questionnaire was applied through the survey technique. Obtaining the following results: 80% of the representatives hold the position of owners. 40% have some knowledge of the term quality management. 40% have as a difficulty the little initiative of the collaborators to be able to implement quality management. 50% indicated that the origin of poor customer service is due to a lack of coordination that arises on the part of the workers. It is concluded that most of the micro-enterprises are run by the owners, it has also been recorded that there is little initiative, because the staff is not being motivated, which makes it difficult for them to implement quality management, since this The system demands a lot of commitment and that the cause of poor service is due to the lack of communication that exists, which causes lack of coordination in the company.

Keywords: Attention, management, hotels, microenterprises.

Contenido

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Jurado evaluador y asesor.....	iii
4. Agradecimiento	iv
5. Resumen y abstract.....	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura.....	14
III. Hipótesis	47
IV. Metodología	48
4.1 Diseño de la investigación.....	48
4.2 Población y muestra.....	48
4.3 Definición y operacionalización de variables.....	49
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	51
4.5 Plan de análisis	51
4.6 Matriz de consistencia	52
4.7 Principios éticos.....	54
V. Resultados.....	56
5.1 Resultados.....	56
5.2 Análisis de los resultados	63
VI. Conclusiones y recomendaciones	82
Aspectos complementarios.....	83
Referencias bibliográficas	84
Anexos.....	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019.....	56
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019.....	57
Tabla 3. Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019.....	58
Tabla 4. Plan de mejora en función a los resultados de la investigación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad.....	104
Figura 2. Género... ..	104
Figura 3. Grado de instrucción	105
Figura 4. Cargo que desempeña.....	105
Figura 5. Tiempo de la empresa en el rubro.	106
Figura 6. Número de colaboradores.....	106
Figura 7. Conocimiento del término gestión de calidad.....	107
Figura 8. Técnicas modernas de la gestión de calidad.....	107
Figura 9. Dificultades para la implementación de la gestión de calidad.....	108
Figura 10. Conocimiento de técnicas para medir el rendimiento del personal.....	108
Figura 11. Conocimiento del término atención al cliente.....	109
Figura 12. Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda	109
Figura 13. La atención al cliente es fundamental	110
Figura 14. Herramientas de un servicio de calidad	110
Figura 15. Causa de una mala atención al cliente.....	111
Figura 16. Resultados de una buena atención al cliente	111

I. INTRODUCCIÓN

El origen de las micro y pequeñas empresas en nuestro país, surgió debido a la pobreza, el desempleo y las ganas de salir adelante para generar ingresos por falta de empleo, entre muchos otros factores más, es así como surge las micro y pequeñas empresas en nuestro país, gracias al ingenio, la creatividad y las ganas de superación de los emprendedores, muchos de ellos tomaron la decisión de emprender un pequeño negocio con la finalidad de generar entradas económicas para el sustento de su hogar y de su familia.

En la actualidad, el papel que desempeñan las micro y pequeñas empresas es de suma importancia, si bien es cierto los pequeños negocios en la gran mayoría de países son considerados como uno de los mayores impulsores del crecimiento económico debido a su gran aportación que tiene, ayudando a contribuir con Producto Bruto Interno, cabe resaltar que son los que más empleo ofrecen en el mercado, reduciendo la pobreza y mejorando la calidad de vida de muchas personas.

Las micro y pequeñas empresas son consideradas como unidades económicas, su principal función es desarrollar actividades de producción, extracción, transformación, comercialización de bienes y/o prestación de servicios. Las empresas son clasificadas según sus niveles de ventas que obtienen en un periodo anual, por ejemplo, se consideran micro empresas los negocios que logran alcanzar un monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), cuando sus ventas son superiores a 150 UIT pero no mayor de 1700 UIT es denominada pequeña empresa y se consideran mediana empresa los negocios que obtienen ingresos mayores a 1700 UIT hasta un monto máximo de 2300 UIT.

Sin embargo en la actualidad las micro y pequeñas siguen afrontado adversidades debido a que muchos de los emprendedores no cuentan con estudios superiores o no cuentan

con información necesaria, lo cual les dificulta adaptarse al mercado, es por ello que muchos de los pequeños negocios no logran surgir en el mundo empresarial y terminan desapareciendo por falta de estrategias y visión, cabe resaltar que muchos de emprendedores no tienen en cuenta la gestión de calidad en sus negocios, asimismo consideran que solo las empresas grandes puede implementar este sistema, ya que consideran que demanda mucho compromiso y de un gran gasto económico, es por ello que no lo toman en cuenta en sus negocios, sin embargo este pensamiento les lleva a no poder liderar en su rubro a estos negocios, debido a que no están preparados para hacerle frente a la competencia. Otro punto sumamente importante es la atención al cliente, si bien es cierto muchos de los emprendedores consideran que el buen trato ayuda a fidelizar cliente, sin embargo, este tiene que ir de la mano con el compromiso de la empresa para garantizar seguridad al cliente del servicio o producto que este demandando el consumidor.

En Estados Unidos, las pequeñas y medianas empresas son consideradas como el espíritu empresarial, ya que se han convertido en unos de los negocios más importante, contribuyendo mucho a la economía de su país, según estudios que se realizó a las personas, la mayoría prefieren ser sus propios jefes, es por ello que se animan a formar su propio negocio, a diferencia de los países latinoamericanos, para EE.UU es de suma importancia apoyar a las pequeños negocios ya que ayuda a generar empleo a millones de personas, además se le consideran como muy competitivas en el mercado y es importante resaltar que la mitad de puestos de trabajos son generados por empresas formales (World Bank, 2019).

Según resultados que realizó el departamento de Trabajo y de Comercio de EE. UU, arrojó que las industrias son los que más empleos generan, liderando con un 62%, luego le sigue el sector agrícola con un 53% y el sector servicio contribuyendo con un 51% para el crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI), el 99% de las empresas en EE. UU son micro y pequeñas y

medianas empresas (MIPYMES) y estas se clasifican mediante la recaudación de sus ventas anuales que logran obtener.

Uno de los datos más preocupantes de las micro y pequeñas y medianas empresas es que el 40% muere antes de los 5 años, esto se debe porque no implementan tecnología en sus negocios o no buscan expandirse o porque no tienen una visión a futuro o porque no implementan estrategias adecuadas a lo que busca el cliente, o porque no han recogido las necesidades que requiere el cliente.

Los emprendedores de EE. UU en la actualidad consideran de vital importancia implementar la gestión de calidad en sus negocios para poder generar confianza a sus clientes, consideran que si una empresa implementa este sistema podrá competir de igual a igual con las empresas grandes, generando un valor agregado para su empresa, pero también tienen en cuenta que este sistema demanda de mucho compromiso para toda la empresa. Sin embargo, no todos los emprendedores arriesgan por implementar este sistema ya que no existe el compromiso de sus colaboradores y es necesario que estén capacitados correctamente para que el sistema pueda ser eficaz y productivo para la organización.

Los emprendedores en EE.UU resaltan que para poder conseguir clientes fieles, se necesita de un buen servicio al cliente y mostrarse interesado con el cliente desde el primer contacto, teniendo en cuenta que el cliente siempre tendrá la razón, esto hará que las personas se conviertan en clientes potenciales a futuro, además tienen en cuenta que si un persona se lleva una mala impresión o no recibe un servicio adecuado lo podría captar la competencia, es por ello que ponen al cliente primero sobre todas las cosas, muchas de las pequeñas y micro empresas han alcanzado el éxito debido al buen servicio que brindan a sus clientes (Figuroa, 2017).

Con respecto al sector servicio es esencial en la economía estadounidense, según estudios de la Oficina de Estadísticas Laborales de Estados Unidos, el sector terciario que viene a estar incluido el (servicio) aporta más del 77% para el beneficio del crecimiento del PBI y arrojo que brinda empleo a más del 79.40%, es por ellos que este sector cumple con una gran participación en el desarrollo del país y de la economía.

España, se caracteriza por ser un país que depende más de las pequeñas y medianas empresas y su cifra lo demuestra, el 99% de los negocios son pequeñas y medianas empresas, hay que tener en cuenta que son los que más empleos brindan a las personas registrándose con un 74%, el Ministerio de Economía ha tomado la responsabilidad de fomentar e impulsar el crecimiento de los negocios españoles (CEPYMENEWS, 2018).

Las pequeñas y medianas empresas en España son definidas por el número de colaboradores y por las ventas anuales que alcanzan, se considera como un microempresa a los que cuentan con 10 empleados y que alcanzan un monto de ventas no mayor a 2 millones de euros, se caracteriza a las pequeñas empresas por contar con 11 a 50 empleados y cuando generan ventas no mayores a 10 millones de euros y por ultimo a las medianas empresas se les considera por tener 51 a 250 empleados como máximo, generando un monto anual que no sobre pase los 50 millones de euros (Colegio de Economistas de Madrid, 2016).

Una de las dificultades que afecta a las micro empresa en gran parte de los países es que no cuentan con la facilidad de obtener créditos para invertir en sus negocio, esto hace que mucho de ellos, a medida del tiempo desaparezcan, debido a que no pueden expandirse, asimismo se señala que muchas de las pequeñas y medianas empresas en España tienen dificultades para adaptarse a los cambios tecnológicos, pero también existen emprendedores que arriesgan a expandir sus negocios en otros territorios y muchos de ellos ha logrado prosperar en su negocio, se ha registrado más de un 50% de empresas que exportan a otro país

debido que han implementado correctamente un sistema tecnológico a su negocio y han mejorado los procesos para obtener sus productos, con el propósito de ser más competentes, lo cual ha resultado ser muy favorable para aquellos han conseguido emplearlo (Izquierdo, 2017).

Según los datos que ha proporcionado el Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social en el periodo de diciembre del 2018, el sector servicio cuenta con 10'439.485 de trabajadores, generando un 74,9% de empleo a las personas, se registró que el 81,4% de los negocios en España prefieren optar por ejercer su actividad en el sector servicio.

En España los emprendedores están considerando implementar la gestión de calidad a largo plazo, teniendo en cuenta que este sistema mejora la imagen de la empresa, ayudando a incrementar la productividad de la empresa y generado un mayor grado de satisfacción para los clientes, sin embargo, consideran que el gobierno debe motivar y brindar información a las microempresas para aplicar adecuadamente este sistema, con la finalidad de que no desaparezcan a lo largo de los años (López, 2016).

Los emprendedores en España consideran que en el negocio no debe faltar una correcta atención al cliente, tienen claro que una manera de captar es brindando un buen trato a los consumidores, para que ellos se sientan cómodos, así mismo rescatan que lo primero que se debe hacer es ganarse la confianza de la persona para poder saber llegar a ellos, otro punto que tienen en cuenta, son las constantes orientaciones que se debe dar al personal, esto hará que influya mucho en su servicio, el 90% de los emprendedores afirman que influye mucho en su negocio y es algo que deben de tener en cuenta todos los emprendedores para que su negocio siga surgiendo(Sánchez, 2016).

En Argentina las pequeñas y medianas empresas (PYME) son considerados como los principales motores del crecimiento de su país, es importante recalcar el rol que tiene los pequeños negocios, según estadísticas ocho de cada diez colaboradores son contratados por las

microempresas, llegando a la conclusión que estos pequeños negocios son los que más empleos generan, así mismo cabe resaltar que uno de cada dos pesos es generado por las pymes (Martino, 2018).

Existe un aproximado de 856,300 empresas, el 83% son microempresas, 16,8% son pequeñas empresas y un 0,2% son grandes empresas, las micro empresas en Argentina promueven un 66% de empleo, Sin embargo, uno de los principales factores que dificultan a las micro empresas a desarrollarse se debe a la falta de implementación tecnológica, también menciona que no hay instituciones que apoyen a los pequeños negocios y que lo mismo pasa en la gran parte de América Latina, a pesar de que las microempresas tengan un rol sobresaliente en el desarrollo del país, no existe un interés por parte del estado (Manzoni, 2017).

Cabe resaltar que debido a que su economía está estancada, lo cual no les permite que las microempresas puedan expandirse y esto les obliga a exportar sus productos, pero son pocas las empresas que logran llevar sus productos a otros países. Asimismo, Manzoni detalla que, exportar es un gran desafío para los pequeños negocios, ya que se le presenta varios desafíos, uno de ello es mejorar la calidad de su producto, lo cual muchas de las empresas no tienen en cuenta un estándar de calidad para garantizar seguridad en sus productos.

Las microempresas a su largo de su estadía se encontrarán con obstáculos que les impedirán seguir en el mercado, los cuales son: La administración tributaria, la legislación laboral, el acceso al financiamiento, inestabilidad política, competencia desleal y entre otros. Cabe mencionar que las pequeñas y medianas empresas se rigen de acuerdo a sus ingresos que logran alcanzar, es considerada una microempresa cuando alcanza ingresos anuales no mayor de 2 millones de euros, se le considera pequeña empresa a las que alcanzan un nivel de venta anual de 10 millones de euros y una Mediana empresa es considerada cuando tienen ingresos anuales no mayores a 43 millones de euros.

Se ha registrado que la gran mayoría de los emprendedores en Argentina no están tomando en cuenta la elección de la gestión de calidad para sus negocios, esto se debe a que cuentan con escasa información acerca del sistema, asimismo piensan que este sistema demanda de mucho ingreso económico lo cual no están dispuestos a pagar, es por ello que prefieren optar por instruir a su propia manera a sus colaboradores, teniendo en cuenta más la atención al cliente en vez de mejorar sus procesos (Murano, 2019).

Los emprendedores en Argentina le dan mucha importancia a la atención al cliente, tienen en cuenta que la capacitación es un instrumento muy importante para progresar en el mercado, toman en cuenta a la atención al cliente como un valor agregado que se le otorga a su producto o servicio para diferenciarse de la competencia, saben que al brindar una buena atención hará que el cliente vuelva y hasta recomiende su negocio, muchos de los emprendedores están buscando mejorar la calidad del servicio que brindan (Martínez, 2018).

Con respecto al sector terciario que comprende especialmente al servicio y al comercio, según información que proporciona el Ministerio del Trabajo de Argentina este sector es el que más empleo brinda a sus habitantes, registrándose con 4,1 millones de trabajadores, sus actividades económicas contribuyen con un 59.8% al PBI y son considerados como los sectores que mejor lideran en el mercado.

En el Perú las Micro y Pequeñas Empresas también conocidas como (MYPE), son esenciales en el crecimiento de nuestro país, ya que se encargan de desarrollar múltiples actividades como, producción, prestación de servicios, comercialización, extracción y entre otras, se ha registrado en el periodo del 2018 que existen cerca de 6 millones de micro y pequeñas empresas a nivel nacional, un porcentaje 93.9% son microempresas, el 0.2% son pequeñas empresas y el resto viene hacer mediana y grandes empresas con un 5.9% (Palacios, 2018).

Es de suma importancia que el gobierno y el ministerio incentive y promocióne a los pequeños negocios a seguir desarrollando sus actividades, a la vez debe invitar a través de campañas o programas a que lleguen a formalizarse, e informarles el beneficio y las ventajas que con lleva serlo, debido a que mucho de los emprendedores desconocen de ello, asimismo apoyarles a que tengan una visión a futuro clara y ayudarles a plantear estrategias para ser más competitivos.

Las micro y pequeñas empresas en el Perú se rigen generalmente por las ventas anuales que alcanzan, por ejemplo, una micro empresa es considerada cuando alcanza el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarios (UIT), son denominadas pequeñas empresas cuando estos alcanzan sus ventas anuales hasta un monto máximo de 1700 UIT y las Mediana empresa son considerada por sus ventas superiores que alcanzan hasta un monto máximo de 2300 UIT.

Uno de los más grandes problemas que encierra a los pequeños negocios es que no son formales y no tienen la iniciativa de querer serlo, son pocas las personas que formalizan sus negocios, esto se debe por la falta de desconocimiento de las personas o porque piensan que los impuestos son muy elevados, o porque piensan que los tramites son muy largos y tediosos (Bernilla, 2018).

En nuestro país son pocos de los emprendedores que se han preocupado en implementar un sistema de gestión de calidad, ya que muchos de ellos no cuentan con estudios superiores lo cual les obliga a improvisar en el mundo de los negocios, sin embargo los emprendedores que han implementado este sistema en sus empresas han obtenidos resultados favorables, por ejemplo obtenido mayores ingresos, mayor productividad y reducir costos, tienen mayor oportunidades para poder expandirse y garantizan seguridad tanto a su proveedores como a su clientes, obtenido una mejor imagen como empresa, asimismo cuentan con mayores posibilidades de poder trabajar con el mismo Estado facilitándole sus productos,

debido a que cuentan con un protocolo de seguridad para el proceso de sus producto además cuentan con el compromiso de toda la empresa para garantizar confianza a sus clientes (Lizarzaburu, 2016).

Los emprenderos de las micro y pequeñas empresas tienen en cuenta que de nada sirve un buen producto si no es acompañado con una excelente atención, muchos de los clientes optan por ingresar a los negocios por el buen trato que reciben, así que los emprendedores deben tener en cuenta ofrecer un servicio de calidad y acompañado de un buen trato, esto hará captar y fidelizar a los clientes, muchos de ellos han implementado programas o capacitaciones para mejorar el servicio al cliente, ya que gracias a ello se logra el éxito en muchas empresas.

En los últimos años, el sector hotelero ha tenido un crecimiento notorio y muy favorable para el crecimiento de nuestro país, en el periodo 2015 nuestro país ha acogido a más de 3,5 millones de extranjeros, esto ha permitido que el sector hotelero tenga una mayor acogida en el mercado, según datos estadísticos la provincia de San Martín es el que más establecimientos de hospedaje ha generado entre el periodo del 2011 al 2015 esto se debe a la gran acogida turistas que ha tenido, con un total 40% de participación, mientras que el departamento de Ancash incrementó el número de establecimiento a solo un 14% (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2017).

Se ha registrado que la gran mayoría de las microempresas en Áncash desconocen el tema de la gestión de calidad, debido a su falta de conocimientos, tampoco han sabido planificar hacia futuro, también se registró que muchos de las empresas no cumplen con los estándares de calidad, teniendo dificultades en la entrega de sus servicio, lo cual les obliga a abandonar el mercado debido a que no cuentan con estrategias, es por ello que es necesario que estos negocios tengan en cuenta implementar el sistema de gestión de calidad lo cual mejorará la productividad de la empresa, lo cual ayudará a recoger las necesidades y carencias para luego convertirlos en

oportunidades, con la finalidad de brindar un mejor servicio al cliente, ofreciéndoles seguridad y confianza en todo momento.

Asimismo hoy en día sigue aumentando la falta de información y conocimientos acerca de la importancia que tienen las micro y pequeñas empresas, si bien es cierto existen muchos negocios en nuestra localidad que siguen desarrollándose en las diferentes actividades, pero cabe resaltar que muchos de ellos no logran prosperar y en el transcurso de los años quiebran, son pocas las empresas que tienen una larga vida en el mercado y siguen vigentes, esto se debe porque no hay apoyo por parte de las instituciones ni del estado, a medida que van abriendo los negocios, la informalidad aumenta y esto no nos permite crecer.

Para el periodo del 2016, se registró que existirán aproximadamente 1,750,000 micro y pequeñas empresas formales, cabe indicar que el doble de las empresas de la cifra mencionada anteriormente son informales, mencionando que el estado deba encaminar y dirigir a las micro y pequeñas empresas para ser más competitivas y para que puedan brindar una mejor calidad de vida a las personas (Llenque, 2016).

La gran mayoría de emprendedores han descubierto que una adecuada atención, brinda buenos resultados en cualquier organización, sin embargo todos no lo aplican como debe ser, pero las empresas que lo han aplicado correctamente han notado una diferencia e incremento en sus servicios o productos que brindan, muchos de los dueños de los negocios entrenan como se debe dirigir el personal al cliente, esto se debe a que cuentan con un grado superior de estudio y están al tanto de lo que prefiere y necesita el cliente para estar satisfecho (Ochoa, 2018).

En el distrito de Chimbote específicamente en los hoteles de la zona céntrica, los emprendedores no poseen con los conocimientos necesarios para implementar la gestión de calidad en sus negocios, existiendo poca iniciativa por parte de los dueños para implementar

este sistema en sus empresas, lo cual conlleva a que no estén brindando un valor agregado o diferenciador en el servicio que ofrecen a sus clientes y por último se ha detectado que la causa de una mala atención al cliente se debe por una mala organización de parte de los trabajadores.

Por lo tanto, se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019.

Para alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Identificar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019. Identificar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019. Elaborar un plan de mejora en función a los resultados de la investigación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019.

La presente investigación se justificó, con la finalidad de informar a los representantes de las micro y pequeñas empresas, acerca de la adversidades o cambios que hay en el mercado, también acerca de los beneficios que genera al aplicar una buena atención al cliente, con el propósito de que brinden un servicio de calidad y que este vaya de la mano con una buena

atención y así poder diferenciarse de la competencia. A la vez se justificó porque permitió orientar a los representantes de las micro empresas del rubro hotelería, para que puedan tomar buenas decisiones y que este no les afecte el progreso de su negocio y puedan adaptarse fácilmente a los cambios que hay en el mercado, además a tener en cuenta el tema de la gestión de calidad en sus negocios, con la finalidad de que puedan ofrecer un valor agregado al servicio que están ofreciendo y puedan captar a clientes potenciales. Asimismo, esta investigación ayudó a detectar las carencias que hay en el mercado, ya que hoy en día suelen ser más exigentes al momento de adquirir un servicio o producto, también sirvió como ayuda para poder tener una visión hacia futuro, ya que muchos emprendedores no cuentan con ello lo cual origina que estos pequeños negocios con el tiempo desaparezcan del mercado. Por último, servirá como fuente de información para otros investigadores que quieran desarrollar una investigación a futuro referente al rubro.

La investigación fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo de propuesta. Fue no experimental porque el estudio se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad con el uso de la atención al cliente, solo se observó tal como se presenta en la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones. Fue transversal porque el estudio de investigación se realizó en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un final, específicamente en el año 2019. Fue descriptivo de propuesta porque solo se describió las principales características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019, y mediante ese resultado se tuvo que elaborar un plan de mejora.

Para el recojo de información se tuvo en cuenta una población de 15 micro y pequeñas empresas, pero solo se utilizó una muestra de 10, debido a que solo participaron las micro y

pequeñas empresas que brindaron información para el desarrollo de la investigación, a quienes se les aplico un cuestionario de 16 preguntas, a través de la técnica de la encuesta.

Obteniendo los siguientes resultados: El 80% de los representantes desempeñan el cargo de dueños. El 40% tiene cierto conocimiento del término gestión de calidad. El 40% tiene como dificultad la poca iniciativa de los colaboradores para poder implementar la gestión de calidad. El 50% indicaron que la causa de una mala atención al cliente se debe por la mala organización de los colaboradores. Se concluye que la mayoría de las microempresas están dirigidas por los propios dueños, asimismo se ha registrado que existe poca iniciativa, debido a que no se les está motivando al personal, lo cual les dificulta al momento de implementar la gestión de calidad, ya que este sistema demanda de mucho compromiso y que la causa de una mala atención se debe a la falta de comunicación que existe, lo cual origina que haya una descoordinación en la empresa.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Benalcázar (2016) en su trabajo de investigación *Programa de capacitación para mejorar la calidad del Hotel San Francisco, Cantón Daule, Provincia del Guayas*. Para realizar el trabajo de estudio se planteó el siguiente objetivo general: Diseñar un programa de capacitación para mejorar la calidad del hotel “San Francisco”. Para lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos que fueron los siguientes: Fundamentar teórica, histórica y legalmente la investigación relacionada con la evolución del turismo y la hotelería, programas de capacitación y calidad de servicio al cliente. Realizar un diagnóstico de la situación actual a partir de la aplicación de métodos y herramientas científicas. Estructurar la propuesta de un programa de capacitación para mejorar la calidad de servicio que impulse las habilidades y competencias del personal del hotel “San Francisco”. En la investigación se utilizó la siguiente metodología: Tipo investigación descriptiva-proyectiva-analítica-sintética, teniendo en cuenta una población muestral de 105, a quienes se le aplicó un cuestionario que abarcaba 20 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: El 43% de los encuestados se hospedan por motivo de turismo. El 48 % afirmó quedarse en el hotel por dos noches. El 48% de los encuestados opinaron que escogieron este hotel por su ubicación. El 68% de los clientes considera regular la opción de atención en la reserva de habitaciones. El 66% valoró su experiencia cuando realizó el check-in como regular. El 48% afirmaron que es buena la limpieza en las habitaciones. El 67% de los clientes califica que es bueno el estado del mobiliario de las habitaciones. El 63% de los encuestados considera buena la limpieza de los baños de las habitaciones. El 59% de los encuestados estima que, en cuanto a los meseros el servicio que brindan es regular. El 80% de los encuestados considera que son buenos los alimentos servidos

por el restaurante. El 65% de los encuestados optó por la alternativa mala en cuanto a la vigilancia y control de acceso al hotel. El 65% de los encuestados considera que son excelentes las instalaciones del hotel. El 88% de los encuestados considera que es apropiado el precio del servicio del hotel. El 61% de los encuestados no recomendaría el hotel a otras personas. El 43% de los representantes tienen entre 5 a 6 años en la actividad hotelera. El 57% de los representantes tienen estudios universitarios. El 100% de los trabajadores recibió un curso de inducción cuando ingresaron a laborar en el hotel. El 100% afirmaron tener a su disposición los materiales tecnológicos y utensilios necesarios para desarrollar su labor en el hotel. El 57% de los trabajadores escogió que se debería considerarse como prioridad capacitar en el servicio al cliente. El 100% de los involucrados en el estudio le apetece recibir capacitación que les ayude a superarse profesionalmente. Mediante los resultados se llegó a la siguiente conclusión: El objetivo general de la propuesta de tesis se cumplió ya que se diseñó un programa de capacitación para mejorar la calidad del hotel “San Francisco”, el mismo que ha sido el resultado de un proceso de estudio en el cual se tomó en cuenta las necesidades de formación profesional de los involucrados. Para que el análisis de resultados sea completo se requirió de la recolección de datos cuantitativos y cualitativos para así tener una fuente más completa de información que abarque todos los niveles clientes, trabajadores y gerente.

Muñoz (2017) en su trabajo de investigación *Análisis de la calidad del servicio del hotel perla verde de la ciudad de Esmeraldas*. Para realizar el trabajo de estudio se planteó el siguiente objetivo general: Analizar la calidad del servicio que brinda el personal del Hotel Perla Verde de Esmeraldas. Para lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos que fueron los siguientes: Identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en la gestión de la calidad en el servicio que ofrece el Hotel Perla Verde. Evaluar la

calidad del servicio brindado en el Hotel Perla Verde, con la aplicación encuestas sobre expectativa y percepción de los clientes bajo el modelo Servqual. Explicar un plan de mejoras para fortalecer la calidad del servicio en el Hotel Perla Verde, de Esmeraldas. En la investigación se utilizó la siguiente metodología: Método descriptivo, exploratorio, científico inductivo-deductivo, con una población muestral de 190, a las cuales se les aplicó la técnica de la entrevista y el instrumento del cuestionario que abarcaba 7 preguntas obteniendo los siguientes resultados: El 58% afirmó que su gestión administrativa y estratégica es eficiente. El 63% afirmó que si cuentan con las herramientas e instrumentos. El 83% afirmó que si existen manuales de procedimientos para la ejecución de sus actividades. El 92% expresó que sí están conformes con la manera establecida por los administradores para llevar a cabo las operaciones. El 71% afirmó que a veces reciben capacitaciones para actualizar sus conocimientos. El 92% afirmó que no se aplican procesos de motivación y recompensa para premiar el esfuerzo de los empleados que rinden más allá de las expectativas. El 75% afirmó que no se aplican procesos continuos que permitan medir la percepción de la calidad de los servicios brindados por el hotel a sus usuarios. Mediante estos resultados se llegó a la siguiente conclusión: El análisis FODA, identificó falencias como la deficiencia en la toma de decisiones de parte de la gerencia, una limitada planificación operativa, la falta de capacitación al personal del hotel, la inexistencia de manuales de procedimientos y de funciones y la falta de calidad en la entrega del servicio al cliente; la prestación de servicios carece de valor agregado. Al no tener suficiente información de la competencia, hay una limitada diferenciación del servicio brindado (hospedaje, alimentos y bebidas, eventos sociales, lavandería, internet, garaje, catering y seguridad), ya que no se nota una real preocupación por superar las expectativas de su cliente objetivo.

Rodríguez (2018) en su investigación “*Calidad del servicio turístico hotelero mediante la escala de Servqual*”. El cual tuvo como objetivo general: Analizar la calidad y características del servicio turístico de hospedaje. “de los hoteles de turismo de la localidad de Coroico del departamento de la Paz”. Para lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos que fueron los siguientes: Identificar las características de la oferta en servicios de Hotelería Turística, en la localidad de Coroico. Determinar las condiciones del servicio hotelero en la localidad de Coroico, en particular las características generales de las unidades de estudio. Aplicar el cuestionario de la Escala SERVQUAL para identificar los criterios de: Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad, Empatía y los Elementos Tangibles que presentan los servicios de Hotelería Turística de la localidad. En la investigación se utilizó la siguiente metodología: Método cuantitativo, descriptivo con un enfoque metodológico, contando con una población de 500 huéspedes y una muestra de 38, a las cuales se les aplicó la técnica de la entrevista y el instrumento del cuestionario que abarcaba 7 preguntas obteniendo los siguientes resultados: El 60% de los turistas encuestados son del género femenino. El 60% de los encuestados presentan una edad promedio de 21 a 30 años. El 40% de los turistas lo visita menos de 5 veces al año. El 60% de los visitantes, opina que la infraestructura del hotel es adecuada. El 80% de los turistas respondieron que están de acuerdo con la infraestructura hotelera. El 60% considera que la variedad del comercio que hay afuera del hotel es adecuada. El 60% está totalmente de acuerdo con el personal del servicio turístico hotelero. El 80% la califica como buena la imagen del personal que atienden en el hotel. El 80% la califica como buena la calidad de servicio recibido por parte del hotel. Mediante estos resultados se llegó a la siguiente conclusión: El trabajo de investigación posibilitó efectuar de acuerdo al objetivo general redactado, el análisis de la calidad y las características del servicio Turístico de Hospedaje de los Hoteles de Turismo: “El Viejo Molino”; “Los Jazmines”; y “Río Selva Resort” de la

localidad de Coroico del Departamento de La Paz, obteniendo como resultado general una calificación “Buena”. Se pudo identificar las características de la oferta en servicios de Hotelería Turística, en la localidad de Coroico, de los Hoteles “El Viejo Molino”; “Los Jazmines”; y “Río Selva Resort”. Resultados que se describen en el capítulo respectivo, así como las particularidades del entorno, atractivos, condiciones e infraestructura de la localidad de Coroico. Se pudo a su vez como parte del trabajo de campo y tareas realizadas por la investigación, aplicar el cuestionario de la Escala SERVQUAL lo cual permitió identificar los criterios de: Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad, Empatía y los Elementos Tangibles que presentan los servicios de Hotelería Turística de la localidad, en las empresas visitadas.

Antecedentes Nacionales

Angulo (2019) en su trabajo de investigación *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, hoteles, distrito de Iquitos, año 2018*. El cual tuvo como objetivo general: Determinar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, hoteles, distrito de Iquitos, año 2018. Para lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos que fueron los siguientes: Investigar si las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, se gestionan con uso de herramientas de administración y calidad. Investigar si las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, tienen como estrategia de servicio un plan de atención al cliente. La investigación fue de diseño no experimental, transversal-cuantitativa, descriptiva y correlacional, utilizando una población de 24 micro y pequeñas empresas y una muestra de 24, a las cuales se les aplicó la técnica que es la encuesta y el instrumento que es el cuestionario que abarcaba 21 preguntas. Los resultados que se obtuvieron de la investigación fueron los siguientes: El 66,7% de los microempresarios en su mayoría están en el rango de edad de “31 a

40 años". El 75,0% están dirigidos por gerentes del sexo masculino. El 70,0% de los microempresarios tiene estudios "universitarios". El 50% indicaron que sus negocios tienen presencia en el mercado en su mayoría más de 7 años. El 54,4% cuenta con un promedio de 5 a 8 colaboradores. El 87,5% práctica de la filosofía de la mejora continua. El 70,8% cuenta con una misión y visión que direcciona las operaciones que se realizan en la empresa. El 79,2% indicaron que ejecutan un plan de gestión en su administración. El 66,7% aplica técnicas de gestión de calidad, para un desempeño empresarial eficaz. El 91,7% han identificado y estandarizado los principales procesos de su empresa hotelera. El 62,5% utilizan técnicas para dar solución a los problemas de gestión. El 87,5% cuentan con una buena infraestructura. El 75,0% realiza capacitaciones para mantener preparados a sus trabajadores en temas de gestión, seguridad y atención al cliente. El 87,5% ha difundido en su personal, protocolos de atención al cliente, práctica de calidad que constituye una fortaleza. El 79,2% tiene como práctica de calidad la supervisión de sus servicios como garantía de calidad. El 75,0% ha difundido un protocolo que garantiza una buena actitud del personal para atender sugerencias y reclamos de los clientes. El 62,5% encuentran que la primera ventaja al brindar un buen servicio a sus clientes es la "rentabilidad". El 70,8% sí evalúa a su personal para brindar un mejor servicio. El 54,2% evalúa permanentemente la satisfacción del cliente. El 75,0% de las mypes cuentan con un plan de acción para mejorar la calidad de atención. El 83,3% utiliza como principal medio de comunicación las "redes sociales" para crear un vínculo con sus clientes. Mediante los resultados se llegó a la siguiente conclusión: Las mypes del sector servicios, hoteles del distrito de Iquitos, tienen una administración enfocada en la calidad y servicio al cliente. Los hoteles ejecutan buenas prácticas de gestión al haber identificado y estandarizado sus procesos, solucionar problemas de gestión mediante el uso de técnicas o planes de mejora y lo más importante seguir un plan de gestión que los acompaña en la administración, guiada por la

misión y visión estratégicamente diseñadas. En sus propietarios y/o gerentes, existe el compromiso y el interés de satisfacer a sus clientes, como evidencia se han difundido procedimientos, protocolos o planes de acción en su organización, que les permite accionar de manera eficaz ante eventualidades que se presenten.

Del Águila (2019) en su trabajo de investigación *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, ciudad de Pucallpa, año 2017*. El cual tuvo como objetivo general: Demostrar que la correcta aplicación de la gestión de calidad en la Mypes del rubro hoteles ecológicos dará como resultado una buena atención y plena satisfacción del cliente por parte de los empleados. Para lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos que fueron los siguientes: Determinar los beneficios que brinda un buen manejo de gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente. Conocer si las Mypes del rubro hoteles ecológicos manejan la gestión de calidad; y si lo están haciendo de la manera correcta. Determinar los conceptos básicos para desarrollar una buena atención al cliente en las Mypes del rubro hoteles ecológicos. Para la investigación se aplicó la siguiente metodología: La investigación fue de diseño no experimental, transversal-descriptivo, utilizando una población 8 micro y pequeñas empresas con una muestra de 6, a las cuales se les aplicó la técnica que es la encuesta y el instrumento que es el cuestionario que cuenta con 20 preguntas cerradas. Los resultados que se obtuvieron de la investigación fueron los siguientes: El 66.67% de los representantes manifiestan tener entre 36 a 50 años. El 50% es de género masculino. El 67% de los representantes de las empresas son solteros. El 50% de los representantes de las empresas tienen estudios técnicos. El 67% manifestaron que su profesión son otras respecto a licenciado en administrador y contador público. El 67% de los representantes encuestados señalan que el cargo que desempeñan en la empresa es de

administradores. El 67% de las empresas tienen de 5 años a más de permanencia en el rubro. El 50% de los representantes tiene de 6 a más colaboradores permanentes. El 67% de los representantes conocen poco acerca de la técnica de gestión empresarial. El 33% de los representantes conocen el planeamiento estratégico como una técnica de gestión empresarial. El 50% de los representantes se presentan como un líder antes sus colaboradores. El 67% de los representantes si hacen uso de las TIC. El 100% de los representantes si percibe que aplicando una gestión de calidad en su negocio. El 67% de los representantes obtuvo clientes satisfechos aplicando la gestión de calidad. El 50% de los representantes capacito a su personal unas 3 veces al año. El 83% de los representantes si evalúa el nivel de satisfacción de sus huéspedes. El 83% de los representantes si actualiza sus estrategias de servicio. El 100% de los representantes indica que las redes sociales si ayudan a ofrecer su servicio. El 100% de los representantes formalizaron sus empresas. El 100% de los representantes considera que la formalización contribuye a su negocio. Mediante los resultados se llegó a la siguiente conclusión: Las Mypes rubro hoteles ecológicos del sector Pucallpa 2017 si capacita a su personal, pero no cada año, hecho que trae cierta disminución en la actualización de los conocimientos adquiridos por los colaboradores de las empresas, sin embargo, existe un alto porcentaje en los resultados obtenidos respecto a los clientes satisfechos con el servicio que brindan. Las Mypes rubro hoteles ecológicos del sector Pucallpa 2017 no cumplen adecuadamente con la gestión de calidad ya que conocen poco al respecto, haciéndose complicada la aplicación de la misma en la empresa, cabe recalcar que esto sucede porque el alto porcentaje de los representantes no tienen como profesión las carreras profesional aptas para cumplir el rol de administrador.

Hidalgo (2018) en su investigación *Gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Iquitos, año 2016*. El cual tuvo como objetivo general: Determinar los beneficios que traería la gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles de tres estrellas en el distrito Iquitos, año 2016. Para lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos que fueron los siguientes: Determinar las características de la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles de tres estrellas en el distrito Iquitos, año 2016. Determinar si las micro y pequeñas empresas de hoteles de tres estrellas en el distrito Iquitos, año 2016, aplican la gestión de calidad. La investigación fue de diseño no experimental, transversal-cuantitativa, utilizando una población de 21 micro y pequeñas empresas, y una muestra de 20 las cuales se les aplicó la técnica que es la encuesta y el instrumento que es el cuestionario que cuenta con 36 preguntas. Los resultados que se obtuvieron de la investigación fueron los siguientes: El 80% respondieron que sus empresas si son formales. El 55% respondieron que los beneficios que obtendrían al ser formales es el acceso a créditos financiero. El 70% respondieron que no recibieron asesoría por parte de las entidades públicas para llegar a la formalización. El 65% respondieron que no consideran que la formalización aumente los costos laborales. El 75% respondieron que sus trabajadores si están en planilla. El 55% de las empresas están constituidas como personal natural. El 95% respondieron que, si están afiliados a una asociación. El 90% respondieron que, si formalizaría, si el estado concediera beneficios. El 75% respondieron que son propietarios del local. El 65% respondieron que su empresa si está acreditada en el REMYPE. El 65% respondieron que no fueron invitados a participar de compras estatales. El 70% respondieron que la formalización si contribuye en la empresa. El 50% tiene la percepción que la formalización Mypes del rubro es buena. El 55% de los representantes respondieron que tienen de 30 a 44 años. El 70% de los

representantes son del sexo masculino. El 65% de los representantes tienen como profesión administradores. El 65% de los representantes cuentan con estudios universitarios. El 90% de los representantes ocupan el cargo de gerente. El 50% de las empresas tiene 11 a 20 años en el rubro. El 55% respondieron que si trabajan con capital propio. El 50% respondieron que trabajan de 6 a 10 personas en la empresa. El 75% respondieron que si conocen las técnicas de gestión empresarial. El 55% respondieron que aplican la investigación de mercado como técnica de gestión empresarial. El 30% respondieron que una de sus áreas desarrolladas es de recursos humanos. El 55% respondieron que se presentan como jefe ante sus colaboradores. El 80% respondieron que exhibe Misión, Visión, Valores para un buen desarrollo de la empresa. El 95% respondieron que, si elabora y difunde valores que se practica en la empresa. El 65% respondieron que si brinda servicios mediante procesos estandarizados. El 75% respondieron que, si utiliza documentos de gestión para mejorar la calidad en la prestación del servicio. El 70% respondieron que, si conoce la norma ISO de certificación de calidad. El 65% respondieron que si han implementado servicio de pre y post venta. El 90% respondieron que sí capacita al personal. El 80% respondieron que sí actualiza los modelos de servicio de hospedaje. El 75% respondieron que sí evalúan el nivel de satisfacción de los clientes. El 55% respondieron que sí usa las TIC para mejorar la calidad de servicio. El 40% perciben que es buena la gestión de calidad que aplican. Mediante los resultados se llegó a la siguiente conclusión: Con respecto a las características de la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles de tres estrellas en el distrito Iquitos, 2016. La mayoría (80%) de micro y pequeñas empresas del rubro están formalizadas, el (55%) creen que el beneficio de la formalización les permitirá acceso a créditos financieros, sin embargo (70%) no recibieron asesoría, el (65%) considera que la formalización no aumenta los costos laborales, por tanto (75%) de trabajadores están en planillas, la mayoría (55%) están constituida como personas naturales, el (95%) está

afiliada a alguna asociación, el (90%) están de acuerdo con la formalización, el régimen de la propiedad del local es propio en (75%) y el (65%) está acreditado en el REMYPE, sin embargo la mayoría (65%) no fueron invitado a participar de compras estatales, el (70%) consideran que se hacen notar a través de sus servicios; en resumen el (50%) tiene la percepción que la formalización micros y pequeñas empresas del rubro es buena en (50%).

Lopez y Preciado (2018) en su investigación *Gestión de la calidad y servicio al cliente en los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos, Tumbes 2018*. El cual tuvo como objetivo general: Demostrar la influencia de la gestión de la calidad en el servicio al cliente en los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de zorritos, Tumbes 2018. Para lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos que fueron los siguientes: Identificar la influencia de los elementos tangibles en el servicio al cliente en los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos, Tumbes 2018. Determinar la influencia de la fiabilidad en el servicio al cliente en los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos, Tumbes 2018. Analizar la influencia de la capacidad de respuesta en el servicio al cliente en los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos, Tumbes 2018. Determinar la influencia de la seguridad en el servicio al cliente en los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos, Tumbes 2018. Para la investigación se aplicó la siguiente metodología: fue de diseño no experimental, aplicada-descriptivo, utilizando una población 2 micro y pequeñas empresas con una muestra de 70 clientes, a las cuales se les aplicó la técnica que es la encuesta y el instrumento que es el cuestionario que cuenta con 26 preguntas cerradas. Los resultados que se obtuvieron de la investigación fueron los siguientes: El 41.43% de los clientes son de procedencia nacional. El 47.14% visita los establecimientos de hospedaje por turismo. El 51.43% de clientes que visitan los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos lo hace en compañía de

amigos. El 45.71% de clientes seleccionó el hotel por recomendación de amigos. El 75.71% de clientes indicó estar de acuerdo con el espacio de las instalaciones de los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos. El 58.57% de clientes respondieron estar de acuerdo con los equipos modernos de los hoteles. El 72.86% de clientes está de acuerdo en que los empleados tienen una apariencia limpia y agradable. El 51.43% de clientes está de acuerdo en que son visualmente atractivos los materiales informativos que brindan los hoteles. El 64.29% de clientes respondió estar de acuerdo con el cumplimiento de promesas por parte de los hoteles. El 58.57% de clientes respondió estar de acuerdo con la solución de problemas por parte de los hoteles. El 65.71% de clientes está de acuerdo en que los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos sí entregan buen servicio a la primera vez. El 60.00% de clientes indicaron que los hoteles de playa de tres estrellas de distrito de Zorritos se preocupan por no cometer errores al ofrecer el servicio. El 55.71% de clientes manifestó estar de acuerdo en que el servicio brindado por los hoteles de tres estrellas del distrito de Zorritos ha generado satisfacción. El 62.86% de clientes manifestó estar de acuerdo en la puntualidad de los pedidos. El 58.57% de clientes indicaron estar de acuerdo en la rapidez del servicio. El 67.14% está representado por aquellos clientes que manifestaron estar de acuerdo respecto a la ayuda que reciben por parte de los empleados. El 62.86% de clientes manifestó estar de acuerdo en que los empleados siempre están a disposición para atender sus dudas. El 72.86% de clientes indicó estar de acuerdo en que el comportamiento de los empleados de los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos transmite confianza. El 78.57% opinó estar de acuerdo en que estos establecimientos actúan con discreción sobre la información que obtiene de ellos. El 57.14% de clientes opinó estar de acuerdo en que los empleados de los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos se caracterizan por ser amables. El 55.71% de clientes respondió estar de acuerdo en que los empleados son competentes y profesionales al brindar el servicio. El

54.29% de clientes opinó estar de acuerdo en que los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos ofrecen una atención personalizada. El 65.71% de clientes opinaron estar de acuerdo en que son fáciles de ubicar. El 60.00% de clientes manifestó estar de acuerdo en que fácilmente identifica al personal en los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos. El 57.14% de clientes respondió estar de acuerdo en que los establecimientos sí especifican las formas de pago antes de hacer uso del servicio. Mediante los resultados se llegó a la siguiente conclusión: Los clientes indicaron estar de acuerdo con los elementos tangibles de los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos y se afirma la influencia de estos sobre el servicio al cliente. Los clientes indicaron estar de acuerdo con la fiabilidad de los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos y se afirma la influencia de estos sobre el servicio al cliente. Los clientes indicaron estar de acuerdo con la capacidad de respuesta de los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos y se afirma la influencia de estos sobre el servicio al cliente.

Antecedentes Locales

Cabanillas (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales, ciudad de Santa, 2016*. El cual tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en la atención al cliente en las Mypes del sector servicio- rubro Hostales, ciudad de Santa, 2016. Para lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos que fueron los siguientes: Determinar las principales características del representante de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Hostales, en la ciudad de Santa, 2016. Determinar las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro Hostales, en la ciudad de Santa, 2016. Determinar las principales características de la Gestión de calidad en la atención al cliente en las Micro y pequeñas

empresas del sector servicio- rubro Hostales, ciudad de Santa, 2016. La investigación fue de diseño no experimental, transversal-descriptivo, utilizando una población muestral de 6 micro y pequeñas empresas, a las cuales se les aplicó la técnica que es la encuesta y el instrumento que es el cuestionario que cuenta con 23 preguntas cerradas. Los resultados que se obtuvieron de la investigación fueron los siguientes: El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 30 a 50 años. El 66,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino. El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas poseen un grado de instrucción superior no universitario. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños del negocio. El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas vienen desempeñando el cargo de 4 a 6 años. El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen una permanencia de 4 a 6 años en el rubro. El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores. El 66,7% de las micro y pequeñas empresas, tienen trabajando a personas no familiares y el 33,3% son familiares. El 100% de las micro y pequeñas empresas, se creó para generar rentabilidad. El 100% de las micro y pequeñas empresas si conoce el término de gestión de calidad. El 66,7% de las micro y pequeñas empresas conoce la técnica de Empowerment. El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen un aprendizaje lento. El 50% de las micro y pequeñas empresas, mide el rendimiento del personal a través de la evaluación. El 100% de las micro y pequeñas empresas, si contribuye con el mejoramiento del negocio. El 100% de las micro y pequeñas empresas, ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas. El 100% de las micro y pequeñas empresas conoce el término atención al cliente. El 100% de las micro y pequeñas empresas, brinda la gestión de calidad en el servicio a sus clientes. El 100% de las micro y pequeñas empresas, manifiestan que es fundamental la atención al cliente para que este regrese al establecimiento. El 67% de las micro y pequeñas empresas, la atención que se les brinda a sus clientes es buena.

El 66,7% de las micro y pequeñas empresas, brinda una buena atención al cliente. El 50% de las micro y pequeñas empresas, tiene horarios de atención que se adaptan fácilmente al cliente. El 100% de las micro y pequeñas empresas, siempre dan soluciones a los reclamos de los clientes. El 50% de las micro y pequeñas empresas, casi siempre la atención del cliente permite el posicionamiento de la empresa en el mercado. Mediante los resultados se llegó a la siguiente conclusión: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hostales, ciudad de Santa, 2016, tienen de 30 a 50 años; la mayoría de los representantes son de género femenino, así mismo la mayoría de los representantes poseen un grado de instrucción superior no universitario, la totalidad de los representantes son dueños del negocio, la mayoría de los representantes vienen desempeñando el cargo de 4 a 6 años. La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro hostales, ciudad de Santa, 2016, tienen una permanencia de 4 a 6 años en el rubro, la totalidad de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, así mismo la mayoría de las micro y pequeñas empresas, tienen trabajando a personas no familiares, la totalidad de las micro y pequeñas empresas se creó para generar rentabilidad.

Kano (2019) en su trabajo de investigación *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales del distrito de Nuevo Chimbote, 2019*. El cual tuvo como objetivo general: Determinar las características en atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales en el distrito de Nuevo Chimbote, 2019. Para lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos que fueron los siguientes: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales del distrito

de Nuevo Chimbote, 2019. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. Determinar las características de la Gestión de calidad en atención al cliente como factor relevante en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. Elaborar un plan de mejora en base a los resultados de la investigación obtenidos en la atención al cliente como factor relevante en las Mypes del rubro hostales en Nuevo Chimbote, 2019. En la investigación se utilizó la siguiente metodología: La investigación fue de diseño no experimental, transversal-descriptivo, para ello se utilizó una población de 40 y con muestra de 20 micro y pequeñas empresas, a las cuales se les aplicó la técnica que es la encuesta y el instrumento que es el cuestionario que cuenta con 22 preguntas cerradas. Los resultados que se obtuvieron de la investigación fueron los siguientes: El 40% de los representantes tienen entre 31 a 50 años. El 65% del género de los representantes encuestados es masculino. El 45% de los representantes tienen un grado de instrucción de educación básica. El 80% de los representantes son administradores. El 55% de los representantes tiene en cargo de 0 a 3 años. El 45% de las Mypes lleva en el rubro de 7 años a más. El 90% de las empresas cuentan con 1 a 5 colaboradores. El 85% de las personas con las que trabajan son personas ajenas al negocio. El 95% de las empresas tienen como finalidad de creación generar ganancias. El 85% si conoce el término de gestión de calidad. El 100% utiliza la atención al cliente como técnica moderna de gestión. El 100% si cree que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la empresa. El 95% si utiliza la gestión de calidad para mejorar el servicio. El 100% si cree que la atención al cliente es fundamental para que cliente retorne al establecimiento. El 60% de las herramientas del servicio de calidad es la comunicación. El 75% menciona que el principal factor para un servicio de calidad es la atención personalizada. El 100% de atención que brinda es buena. El 50% indica que los resultados de la atención al cliente son clientes satisfechos. El

100% cree que la atención al cliente es un factor relevante en la gestión de calidad. El 100% indica que la ventaja que se obtiene al brindar una atención adecuada es una buena imagen. El 90% usa reglamento interno en la empresa. Mediante los resultados se llegó a la siguiente conclusión: El 40% de representantes tienen entre 31 a 50 años. El 65% son del género masculino. El 45% tienen un grado de instrucción de educación básica. El 80% se desempeña como administrador y tienen en el cargo de 0 a 3 años. El 45% de Mypes tienen en el rubro de 7 a más años. El 90% tienen de 1 a 5 trabajadores. El 85% de empleados son personas ajenas al negocio. El 95% afirman que el objetivo de su creación es generar ganancia. El 85% de los representantes si conocen el término Gestión de calidad. El 100% afirma que la atención al cliente es la técnica moderna de gestión que usan. El 100% afirma que si se alcanzan los objetivos y metas trazadas gracias a la gestión de calidad. El 95% afirma que la gestión de calidad mejora el servicio de la empresa. El 100% afirma que la atención al cliente es fundamental para que el cliente retorne a la empresa. El 60% afirma que la comunicación es la herramienta de calidad que aplican en el servicio. El 75% comenta que la atención personalizada en uno de los principales factores para la calidad del servicio. El 100% señala que la atención que brindan es buena. El 50% afirma que tener clientes satisfechos son los resultados de su atención al cliente. El 100% la totalidad afirma que la atención al cliente es factor relevante en la gestión. El 100% afirma que la atención es un factor relevante para medir la satisfacción del cliente.

Villegas (2019) en su trabajo de investigación *La gestión de calidad en la atención al cliente de las mype en el sector servicio – rubro hoteles distrito de Chimbote provincia del Santa 2017. Caso del hotel Boulevard*. El cual tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y

pequeñas empresas en el sector de servicio rubro – hoteles distrito de Chimbote provincia del Santa 2017. Caso de hotel Boulevard. Para lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos que fueron los siguientes: Identificar las principales características del representante de las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro hoteles distrito de Chimbote provincia del Santa 2017. Caso del Hotel Boulevard. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro hoteles distrito Chimbote provincia del Santa 2017. Caso del Hotel Boulevard. Realizar un análisis comparativo de las características de la Gestión de Calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro hoteles distrito Chimbote provincia del Santa 2017. Caso del Hotel Boulevard. La investigación fue de diseño no experimental, transversal-descriptivo, utilizando una población muestral de 76 micro y pequeñas empresas, a las cuales se les aplicó la técnica que es la encuesta y el instrumento que es el cuestionario que cuenta con 28 preguntas cerradas. Los resultados que se obtuvieron de la investigación fueron los siguientes: El 59.2% total de los encuestados se obtuvo que tienen de 30 a menos de 40 años de edad. El 55.3% total de los encuestados son de sexo masculino. El 57.9% de los encuestados se obtuvo que su grado de instrucción es de secundaria. El 67.1% de los encuestados son encargados de las micro y pequeñas empresas. El 68.4% tiene de 6 años a más en el mercado. El 67.1% de las empresas cuenta con una misión y visión. El 53.3% de los encuestados manifestaron que se creó la empresa para generar utilidades. El 73.7% de los encuestados manifestaron que no cuenta con otro local comercial. El 86.8% de los encuestados tienen conocimiento lo que es gestión de calidad. El 80.3% de los encuestados manifestaron que si realiza gestión de calidad. El 82.9% de los encuestados manifestaron que planifican sus actividades para realizar una gestión de calidad. El 100% de los encuestados señala que su servicio es de calidad. El 100% de los encuestados consideran que su servicio del hotel satisface las necesidades de sus clientes. El

97.4% de los encuestados manifestaron que sus clientes son atendidos con amabilidad y cortesía en recepción. El 100% de los encuestados manifestaron contar con un ambiente adecuado para sus clientes. El 93.4% dijeron que el servicio de la empresa en la atención fideliza al cliente. El 83.9% de los encuestados considera que los clientes tienen una amplia información del servicio que brindan. El 82.9% considera que la empresa tiene un proceso establecido en la atención al cliente. El 98.7% comprenden a los clientes exigentes que visitan a su empresa. El 97.4% manifestó que sus precios son de manera justa para los clientes. El 97.4% cuenta con libro de reclamaciones. El 69.7% de encuestados manifiesta que el libro de reclamaciones está al alcance de los clientes. El 56.6 % considera que tiene un procedimiento para la atención de reclamos o quejas. El 69.7% dijeron que el canal de comunicación que más usan es de comunicación directa. El 68.4% no realiza encuestas para medir el nivel de satisfacción del cliente. El 84.2% manifestó que su personal recibe capacitaciones para brindar una buena atención al cliente. El 92.1% considera que los trabajadores muestran facilidad de comunicación ante los clientes. El 67.1% manifestó haber tenido inconveniente con algún cliente. Mediante los resultados se llegó a la siguiente conclusión: La mayoría de las mypes en estudio incluido el caso, los representantes tienen de 30 a menos de 40 años de edad (59.2 %) son de género masculino (55.3%) mientras en el caso la representante es de género femenino; tienen de grado de instrucción secundaria (57.9%) mientras en el caso la representante grado de instrucción universitario; se desempeña como encargados (67.1%) mientras el caso de la mype está administrada por la administradora. La mayoría de las mypes en estudio incluido el caso tiene de 6 años a más en el mercado (68.4%), su empresa cuenta con una misión y visión (67.1%), su finalidad por la que se creó la empresa es para generar utilidades (55.3%), no cuentan con otro local comercial (73.7%).

2.2 Bases teóricas de la investigación

Micro y pequeña empresa

Las micro y pequeñas empresas también conocidas con las siglas MYPE, son consideradas como una unidad económica, éstas pueden ser creadas ya sea por una persona jurídica o natural, que tiene por finalidad desarrollar actividades como de producción, transformación, comercialización y/o prestación de servicios, entre otras actividades más, cabe recalcar que las micro y pequeñas empresas juegan un rol determinante en nuestro país como a nivel mundial, gracias a estos pequeños negocios se generan millones de empleos, gracias a ellos se reduce la pobreza y sobre todo contribuyen con el crecimiento económico del país (Rodríguez, 2019).

Si bien es cierto que las micro y pequeñas empresas tienen una función vital en la economía del país, sin embargo deben tener en cuenta que el mercado está en constante cambios y esto hace que muchos de los pequeños negocios que no cuentan con una visión a futuro no sobrevivan a ello, pero una de las ventajas que tiene una micro y pequeña empresa es que son flexibles es decir que puede adaptarse a cualquier cambio que se presente, para ello es necesario que recoja las necesidades del mercado, sobre todo debe innovar constantemente para que pueda ser competitivo.

El emprendedor y el empresario

Es importante poder diferenciar el significado de cada uno de estas palabras, cuando nos referimos a un emprendedor se nos viene a la mente a una persona que le gusta innovar, crear o desarrollar nuevos productos o servicios, el Perú se caracteriza por ser un país lleno de emprendedores es que la genialidad y la creatividad que tienen las personas para poder superarse es algo que nos debe llenar de orgullo, pero cuando hablamos de un empresario nos referimos

a una persona que cuentan con estudios, que tiene conocimientos empresariales y sobre todo tiene algo muy importante que le diferencia y es la experiencia para poder encaminar a una empresa, a cambio de prestar su servicios por una compensación salarial, pero en la actualidad el mercado es cambiante y para ello se tiene que fusionar ambas partes, es decir hoy en día lo que se requiere es a un empresario emprendedor, es que de nada sirve contar con los conocimientos necesarios para dirigir una empresa sino innovamos con los productos o servicios que ofrecemos, es por ello que es importante que los empresarios emprendedores busquen siempre capacitarse y especializarse para poder ser más competitivos en el ámbito empresarial (Bernilla, 2018).

Las características de una micro, pequeña y una mediana empresa

La Ley MYPE, tiene en cuenta ciertos criterios para poder categorizar a una empresa, una de ella es a través de las ventas anuales que logren alcanzar. Se considera una microempresa cuando, sus ventas anuales logran alcanzar hasta un monto máximo, pero no mayor a 150 Unidades Impositivas Tributarias también conocidas con las siglas UIT, son consideradas pequeñas empresas, cuando consiguen ventas anuales mayores a 150 pero no superiores a 1700 UIT y una mediana empresa es considerada cuando sus ventas son superiores a 1700 UIT, pero no mayores a 2300 UIT (Castillo, 2016).

Régimen laboral que tienen las micro y pequeñas empresas

El régimen laboral especial también conocido con las siglas (RLE), fue creado con la intención de reconocer los beneficios laborales tanto como de la empresa como de los trabajadores, esto solo se aplicará para los negocios o empresas que estén regulados por la ley es decir que son formales (Bernilla, 2018). Este régimen está sujeto con los siguientes derechos:

Remuneración, como mínimo todo trabajar debe recibir el sueldo básico sometido por la ley. Una jornada de trabajo máximo de 48 horas semanales, en el caso de que haya horas

extras, se debe de llegar a un acuerdo con el empleador para que se le reconozca. Descansos pagados, en caso de que sufra un accidente dentro del área de trabajo, este debe de ser reconocido. Vacaciones, todo trabajador tiene derecho a gozar de vacaciones. Así como recibir una gratificación en el caso de las micro y pequeñas empresas solo están sujetas a pagar un 50% de una remuneración. Todo trabajador debe recibir una compensación por el tiempo de servicio.

Como registrar de forma rápida una micro y pequeña empresa

En la actualidad los pasos para registrar es cada vez más rápido y sencillo, para ello lo primero que debes hacer es entrar al sitio web del Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa también conocida con las siglas REMYPE, una vez de haber entrado a la página, te podrás registrar y podrás acceder a los ciertos beneficios que conlleva hacer formal, lo único que debes tener es tu Registro Único del Contribuyente también conocido con las siglas (RUC), luego de eso debes contar con tu usuario, tener tu clave (SOL), ya teniendo todos estos requisitos solo deberás registrar los datos del negocio, por ejemplo, tu actividad económica, razón social, la fecha en que iniciaras tus actividades y por último la real dirección en donde estará ubicada la empresa, para el caso del registro de los colaboradores, tendrás que colocar su número de Documento Nacional de Identidad también conocido con las siglas DNI, luego de haber brindado aquello, deberás elegir qué tipo de contrato estás ofreciendo al colaborados, la ocupación que desempeñará, tendrás que especificar también su régimen laboral, así mismo también su tipo de seguro, el régimen pensionario que tendrá, especificar si el colaborador es socio o si no lo es y por último deberás colocar el número de su celular, junto con su correo electrónico para poder finalizar con el registro de la empresa (Gestión, 2016).

El rol que cumplen hoy en día las micro y pequeñas empresas

Hoy en día no tenemos dudas de que los pequeños negocios son el motor de nuestro país, si bien es cierto la mayoría de los emprendedores no buscan tener un dueño o un gerente,

ellos mismos han tomado la iniciativa de ser sus propios jefes, sin embargo cuando se conforma una empresa formal también se genera puestos de trabajos, esto hace que beneficie a la sociedad porque ayuda a erradicar la pobreza, cabe recalcar que el 99.6% de negocios son micro y pequeñas empresas, generando un 80% de trabajo para las personas, aportando con un 47% al Producto Bruto Interno, gracias a estos pequeños negocios se brinda una mejor calidad de la vida, beneficiando a millones de personas, también gracias a los ingresos que genera las micro empresas ayuda a que nuestro país sea más estable económicamente (Poveda, 2017).

Los problemas que atraviesan las micro y pequeñas empresas

Las pequeñas empresas a lo largo de su estancia en el mercado se han encontrado con distintos factores que les ha impedido desarrollarse empresarialmente, esto hace que las micro empresas no puedan crecer en el mercado ni mucho menos expandir sus productos en territorios internacionales, es por ello que tanto como el estado y las diferentes instituciones deben involucrarse más en los problemas que tienen los pequeños negocios (Sánchez, 2018).

Uno de los tantos problemas es que muchos de ellos no cuentan con el capital suficiente para invertir más en sus negocios, muchos de los empresarios tienen la idea de exportar sus productos a mercados extranjeros pero la falta de dinero les limita a crecer empresarialmente, a parte las entidades financieras no les brinda préstamos, debido a que piensan que sus negocios son improvisados y que no cuentan con una visión a futuro, es por ello que el estado debe promover una ley que les facilite el capital a los pequeños negocios para que ellos puedan crecer en el mundo empresarial.

Así mismo Sánchez comenta que otro problema que podemos encontrar es que la gran mayoría de los pequeños negocios no cuentan con la accesibilidad a los mercados extranjeros, mucho de ellos tienen el deseo de llevar sus productos a territorios extranjeros, pero no existe el apoyo por parte del estado que les permita incursionar en nuevos mercados.

Este problema es preocupante en las micro empresas y es que la gran mayoría de los negocios no cuentan con implementación de tecnología, si bien es cierto hoy en día todo negocio va de la mano con la tecnología ya que depende mucho del éxito de la empresa, ya sea a través de la publicidad que se le haga a los productos o mejoras, para que el negocio sea más competente en el mercado, mucho de los emprendedores no saben los beneficios que conlleva contar con accesibilidad tecnológica en sus negocios, lo cual les obliga a abandonar el mercado a futuro por no adaptarse a los cambios modernos.

Las ventajas y desventajas de ser una micro y pequeña empresa

Las pequeñas empresas tienen una gran función con el crecimiento económico de nuestro país, éstas son algunas de sus ventajas: Estos pequeños negocios brindan un trato personalizado, a comparación de una empresa grande, es que estas pueden dar un trato directo al cliente acompañándole al consumidor hasta el momento de la compra. Ofrece una adecuada atención al cliente, como estos pequeños negocios tienen más cerca a sus consumidores, se les facilita saber sus preferencias o necesidades. Son más flexibles y tienen la capacidad de poder adaptarse a los cambios o necesidades del mercado, esto les ayuda conocer las preferencias de los clientes. Se le es más fácil recoger información de las necesidades del mercado, es decir al tener una mejor cercanía con los consumidores, esto hace que los pequeños negocios estén alertas a los cambios que puedan surgir en el mercado. Los pequeños negocios cuentan con una mejor capacidad para innovar constantemente, tienen la ventaja de lanzar un servicio o producto al mercado sin preocuparse tanto de los riesgos que hay en ello. Tienen la facilidad de tomar rápidas decisiones en el momento oportuno, a la vez también tienen la capacidad de enmendar sus errores de manera rápida (Pardo, 2017).

Así mismo Herмосilla, nos indica cuales son las desventajas que existen en las Micro y Pequeñas Empresas y lo que atraviesan en la actualidad: Carecen de implementación de

tecnología, esto hace que los pequeños negocios no sean competitivos en el mercado y en el transcurso de los años desaparezcan del mercado. Es muy complicado que puedan tener ingreso a los mercados internacionales, mucho de ellos no tienen la facilidad exportar sus productos. No cuentan con facilidad crediticia, muchas de las entidades financieras, no tienen confianza en otorgar préstamos a estos pequeños negocios. No cuentan con una visión o no tienen estrategias para ser competentes en sus rubros, lo cual los lleva en cualquier momento a salirse del mercado.

Concepto acerca del sistema de gestión de calidad

Viene hacer la manera en que la empresa conduce y verifica las tareas relacionadas ya sea directas o indirectas buscando complacer las necesidades que requiere el cliente, cualquiera de las empresas u organizaciones pueden implementar esta norma, no importa a que sector corresponda, ni muchos menos su dimensión, sin embargo para aplicar esta norma también es necesario que las empresas cuenten con el dinero suficiente para poder llevarlo a cabo, esto beneficiaría y mejoraría los procesos de las empresa para ser más eficientes e incrementar su productividad (Cuatrecasas y Gonzales, 2017).

Los beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad

La Organización Internacional de Estandarización 9001 también conocido con las siglas (ISO), el cual es considerado el mejor medidor de calidad a nivel mundial, nos indican cuales fueron los resultados que obtuvieron las empresas al implementar el estándar de calidad, comparando con las empresas que no lo han puesto en práctica aún, estos fueron los resultados: Se registró que generó crecimiento de las ventas. Tiene más probabilidad de poder sobrevivir en el mercado. Se logra economizar costos. Garantiza fidelidad y nuevos clientes. Incrementa el desempeño de los colaboradores. Genera mayores niveles de satisfacción para los clientes (Universidad ESAN, 2018).

La Calidad

El ser humano desde tiempos antiguos busca mejorar su calidad de vida, ya sea mejorando o innovando con nuevos productos que puedan satisfacer sus necesidades, la calidad encierra las características que contiene un producto o ya sea un servicio, cumpliendo ciertos requisitos que requiere el consumidor, es decir que el producto debe ajustarse a las necesidades del cliente para que pueda tener aceptación en el mercado (Cortés, 2017).

Los principios que debe tener la gestión de la calidad

La filosofía Total Quality Management también conocida con las siglas (TQM) ubica a la calidad en el medio de las actividades, gracias a ello se puede iniciar un sistema de cambio para reordenar la cultura, con la única finalidad de seguir mejorando y evitar posibles desviaciones en los procesos de producción (Gonzales, 2018). Estos son algunos de los principios que la norma ISO 9000 tiene en cuenta:

El enfoque al cliente, la empresa debe estar enfocado hacía el cliente, para ello debe recoger información acerca de sus necesidades y deben tener en cuenta la calidad de sus productos o servicios que están ofreciendo. Esta información lo debe tener claro toda mype, es por ello que el sistema de calidad se enfoca en aumentar el grado de satisfacción de los clientes. El liderazgo, se nota con el compromiso de la dirección y la colaboración activa, teniendo en cuenta los establecimientos de los canales de comunicación, además tienen en cuenta en brindar las herramientas adecuadas para que los colaboradores puedan hacer desempeñarse mejor en su área de trabajo. La participación de todo el personal, para poder lograr una buena gestión es necesario que los trabajadores se comprometan con la organización, para ello se debe motivar y valorar su trabajo. Los enfoques centrados en los procesos, son consideradas como actividades, para ello emplean recursos para poder transformarlos y obtener productos con valores agregados para satisfacer a los clientes. Los enfoques del sistema para mejorar la

gestión, es necesario conocer, comprender y manejar los procesos interrelaciones, buscando una eficacia en los sistemas. La mejora continua, toda empresa debe tener en cuenta esto, es importante que estén innovando nuevos productos que se ajusten a las necesidades de los clientes. Las tomas de decisiones centrado con los hechos, para ello es importante recoger datos y tener en cuenta los análisis. Relacionarse mejor con los proveedores, es importante el vínculo que se debe hacer con los proveedores ya que toda empresa depende mucho de ellos.

La implementación ISO 9001 en las micro y pequeñas empresas

Esta norma se adecua para las grandes y también para las pequeñas empresas, teniendo el mismo beneficio para ambas empresas, al emplear esta norma los negocios verán los resultados, como, por ejemplo, economizar dinero, complacer más a los consumidores, generar más utilidad y entre otros beneficios más (British Standards Intitution, 2018).

Trabajar con la norma ISO 9001, hará que la empresa sea más eficiente, así mismo señala que las pequeñas empresas podrán alcanzar la misma gestión de calidad como la que tienen las grandes empresas, saben que a pesar de que las pequeñas empresas cuenten con un capital limitado o poco tiempo en el mercado, solo es cuestión de emplear un buen sistema de gestión de calidad para poder enfrentar los desafíos y exigencias que requiere el mercado, sobre todo el cliente. Lo que busca esta norma es alcanzar y sostener un buen nivel de calidad, con la ayuda de todas sus funciones, generando mayores ingresos y brindando una mayor confianza para los consumidores.

Inconvenientes para la implementación del SGC

Carmona, Suárez, Calvo, y Perriñez (2016) señalan que existen muchos factores que habrá al momento de implementar este sistema, en las cuales podemos encontrar la mala orientación de la directiva, falta de compromiso por parte de la organización, oposición al cambio, entre otras, por ejemplo:

Falta de compromiso por parte de las organizaciones, muchos de los trabajadores y la directiva se resisten a este cambio, o también ya sea por la falta de dinero para poder implementar este sistema. Falta de comprensión de los beneficios de la norma, muchos de los trabajadores se oponen a este sistema porque se le tiene que capacitar constantemente y hacerle un debido seguimiento, pero no piensan en el beneficio que trae a la empresa cuando este sistema de resultado.

La atención al cliente y su importancia

Es muy importante el trato que tenga las empresas con los clientes, sino se brinda una buena atención no podrá ser competitiva y eso lo puede llevar al fracaso, es por ello que brindar un buen servicio desde el primer contacto que tenga con el cliente será un factor clave para el éxito de la empresa (Izquierdo, 2018). Estas son las razones por el cual debemos darle importancia a la atención al cliente:

Refleja la imagen de la empresa, los clientes saben cuándo las empresas se muestran interesados por ellos, si ellos no muestran interés y solo buscan su beneficio propio hará que pierda clientela, en cambio cuando la empresa se interesa por los clientes desde el momento que entran hasta que salen del negocio hará que estas personas se lleven una buena impresión por parte de la empresa.

Ayuda a fidelizar a los clientes, lo que toda empresa busca es fidelizar a sus clientes, es por ello que los negocios buscan mejorar cada vez más su servicio para que los clientes se sientan más satisfechos, con el propósito de brindar confianza en lo que ofrecen para que las personas puedan regresar.

Marca la diferenciación, muchas de las empresas saben que es importante brindar un buena atención al cliente, pero son pocas las empresas que alcanzan satisfacer a las personas, ya sea por muchas motivos, como por ejemplo, la falta de motivación, falta de comunicación y

sobre todo falta de liderazgo por parte de los gerentes, las empresas que cuenten con estos puntos saben cómo llegar al cliente, ya que están más capacitados para poder entablar una mejor comunicación con el cliente, esto ayuda mucho a mejorar el servicio al cliente.

Los resultados de la buena atención al cliente en las empresas

La atención al cliente influye mucho en todo negocio, ya que genera una buena imagen para la empresa, lo que busca el público es que se le brinde un buen servicio, el factor clave es saber tratar con ellos, aplicando una buena atención al cliente hará que los ingresos de la empresa mejoren y se posicione en el mercado, pero un mal servicio hará que no se sientan atraídos o que ya no vuelvan más al establecimiento, lo cual afectará en las ventas, al no tener muchas ventas no habrá ingresos y puede desaparecer en el tiempo, es por ello que siempre se debe escuchar al cliente y tener en cuenta sus sugerencias (Da Silva, 2018).

En todo negocio es importante hacer que la persona que compre un producto o servicio quede satisfecha, sobre todo si recibe un excelente trato por parte de la empresa, mucho de las personas vuelven al negocio por la atención que reciben, no basta de tener un buen producto sino viene acompañado de una buena atención, esto hace que genere fidelidad por parte de los clientes, hasta el punto de recomendar a sus conocidos, por el excelente servicio que recibió.

Factores que deben ir de la mano con la atención al cliente

Existen varios factores que se debe tener en cuenta al momento de brindar un buen servicio al cliente para poder ser más eficientes, dar una respuesta inmediata, ganarse la confianza, mostrar un buen clima laboral entre otros más, también es importante que el trabajador sepa cómo tratar al cliente, para ello debe mostrar respeto, ser amable, mostrarse interesado, esto hará que el cliente se sienta especial y pueda estar satisfecho de la atención de la empresa (Da Silva, 2018).

Técnicas para lograr una mejor atención al cliente

Zwilling (2016) indica que la gran mayoría de empresarios están de acuerdo que un mal servicio, influye mucho a que no prosperen, generando que no obtengan ingresos, debido a que no captarían clientes. Estos son algunos de los puntos que pueden ayudar a dar un mejor servicio:

Busca y retén a los trabajadores que sepan tratar con las personas, es muy importante conocer a las personas que vas a contratar, ya que depende de ellos que tu negocio sea más eficiente, para ello es necesario motivar y confiar en tu personal para que ellos puedan desempeñarse mejor y ser más eficientes en el momento de tratar con los clientes.

Entender a los clientes siempre debemos estar a la expectativa de las necesidades de los clientes, es por ello que es importante escuchar y comprender las necesidades que requieren, también es importante que los colaboradores entiendan eso, para que estén atento a los inconvenientes que tengan los clientes, para poder satisfacerlo en todo momento.

Preparar constantemente, muchas de las empresas invierten una cierta parte de sus ingresos para poder capacitar a los colaboradores para saber interactuar y complacer a los clientes esto hace que el trabajador sea más eficiente y se pueda corregir los pequeños errores, esto beneficia a la empresa a ser más competente.

Incluye, lidera y motiva, es esencial que los colaboradores se involucren con los inconvenientes de los clientes, el gerente deber ser una persona capaz de guiar y enseñar a los trabajadores en cómo llegar a las personas y motivar para que estos pueden desempeñarse mejor y este se vea reflejado en su trabajo con los clientes

Compensar e incentivar, es importante que los gerentes aprecien el esfuerzo que vienen desempeñando los colaboradores, esto hará que se sientan valorados, y se muestren más

comprometidos en su trabajo, lo cual generará un mejor servicio por parte de ellos hacia los clientes.

Sé el ejemplo que quieres que ellos sean con otros, es importante la posición del gerente, ya que él será el reflejo que vean los colaboradores al momento de trabajar, es por ello que el gerente debe apreciar por igual tanto a sus clientes como a sus trabajadores, ya que depende de ellos el éxito de su empresa.

Técnicas para mejorar el servicio al cliente

Sandoval (2018) señala que la atención al cliente debe ser un caso de preocupación para cualquier empresa, ya que es importante darle prioridad en todo momento al cliente. Estas son algunas de las técnicas que hará que mejore la atención al cliente:

Un saludo personalizado, cuando un consumidor va a menudo al negocio y ya hasta lo reconoces, es necesario ganarse la confianza con una buena bienvenida, mostrarle respeto y agradecerle por la confianza que tiene al preferir a la empresa, esto hará que el cliente se sienta especial y hacerle sentir como si estuviera en su casa.

Saber escuchar y mostrar interés, los empresarios muchas veces comenten el error de solo enseñar a vender a sus colaboradores, sin embargo, una buena atención se basa primeramente en saber las necesidades del cliente, es por ello que es importante saber escuchar y a la vez mostrar interés por la persona, esto te garantizará fidelidad por parte del cliente.

Contar con una solución extra, luego de haber escuchado la necesidad del cliente y ya sabiendo su problema, cuentas con dos simples opciones, ser sincero y decir que no cuentas con la solución que está buscando, o saber que tienes la solución y poder presentarlo, algo que nos puede respaldar, es contar con una solución extra, para ello primero se debe haber planificado antes de estar en el mercado.

Los diferentes tipos de clientes

Fernández (2017) comenta que es necesario poder distinguir a los clientes, por ello es mejor clasificarlos ya sea por su nivel de estatus o por la cantidad de compras que tiene dentro de un periodo o tiempo, por ejemplo:

Los clientes que son actuales, es decir que compran continuamente en un periodo determinado, estos clientes son indispensables para tu negocio. Los clientes que son activos son las personas que con más frecuencia vienen a tu negocio, es necesario retener y fidelizar a estos clientes para tener una mayor cartera de clientes. Los clientes que son inactivos, estas personas suelen recurrir a comprar en raras ocasiones, pero es necesario tenerlos en cuenta. Los clientes que son potenciales, estas personas son consideradas como aquellas que no han hecho compras en el negocio, pero han mostrado interés, pidiendo información o preguntando, se debe hacer un debido seguimiento a estas personas para convertirles en clientes. Los clientes que son probables, es decir que nunca han realizado una compra en la empresa, pero que tampoco han mostrado interés en el negocio, pero se debe de tener en cuenta para futuro.

Marco conceptual

Micro y pequeñas empresas: también conocidas con las siglas MYPE, son consideradas como unidades económicas, tiene como objetivo desarrollar actividades y se caracterizan por las ventas anuales que tienen, por tener una administración independiente, tiene áreas pequeñas, poco acceso a la tecnología, es importante que las micro y pequeñas empresas estén sujetas por la ley, para que puedan gozar de beneficios, con la finalidad de que puedan ser conocidas en el mercado nacional e internacional y poder exportar sus productos a otros territorios sin inconvenientes.

Gestión de calidad: son mecanismos o herramientas que permitirán tener una mejor organización, control, planificación y ejecución de las actividades que se realizarán, ya sea prestación de servicios o venta de productos, todo esto con la finalidad de alcanzar los objetivos y metas de la empresa, para que se pueda dar la calidad de un producto o servicio se tiene que seguir los procesos antes mencionados.

Atención al cliente: son las cualidades que tienen los trabajadores para llegar o dirigirse hacia a los clientes de tal manera que puedan atender sus necesidades y resolver sus dudas, con la finalidad de que los clientes se sientan satisfechos al momento de retirarse del establecimiento.

Hotel: es un establecimiento que brinda servicios de alojamiento temporalmente a las personas, especialmente a los turistas o las personas que necesitan de alguna estadía por algún motivo laboral o por vacaciones, contando con diversos servicios que se adapten a la comodidad de los clientes.

Emprendedor: cuando hablamos de emprendedor nos referimos a una persona que le gusta innovar, crear o desarrollar nuevos productos o servicios y siempre está buscando la forma de superarse, buscando estrategias para que su empresa pueda ser más competitivo.

III. HIPÓTESIS

En el presente trabajo de investigación titulada: La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019 no se planteó hipótesis por ser una investigación de tipo descriptiva de propuesta.

IV. METODOLOGIA

4.1 Diseño de la investigación

Para el presente estudio de investigación se utilizó el diseño de investigación, No experimental - Transversal - Descriptivo de propuesta.

Fue no experimental: porque el estudio se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad con el uso de la atención al cliente, solo se observó tal como se presenta en la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Fue transversal: porque el estudio de investigación la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas. Se realizó en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un final, específicamente en el año 2019.

Fue descriptivo de propuesta: porque solo se describió las principales características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas y mediante ese resultado se tuvo que elaborar un plan de mejora.

4.2 Población y muestra

Se tuvo en cuenta una población de 15 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo.

Se utilizó una muestra dirigida de 10 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019. Debido a que solo se ha considerado a las micro y pequeñas empresas que brindaron información para el desarrollo de la investigación (Ver anexo 3).

4.3 Operacionalización de la variable e indicadores

Aspecto complementario	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representante de las micro y pequeñas empresas	Un representante viene hacer la persona encargada de velar por la empresa, en base a sus conocimientos el cual tiene por objetivo llevar y conducir por un buen camino a la empresa, buscando mejores ingresos y la aceptación del mercado, para brindar un mejor servicio (Bernilla, 2018).	Las edades de los representantes de las microempresas varían, la gran mayoría son del género masculino, algunos de ellos poseen educación superior universitaria y otros solo educación básica, es por ellos que uno que otro de los representantes recurren a contratar a un administrador y los que cuentan con estudios superiores hacen la función de dueño.	Edad.	- 18 a 30 años. - 31 a 50 años. - 51 a más años.	Razón
			Género.	- Masculino. - Femenino.	Nominal
			Grado de instrucción.	- Sin instrucción. - Educación básica. - Superior no universitaria. - Superior universitaria.	Nominal
			Cargo que desempeña.	- Dueño. - Administrador.	Nominal

Aspecto complementario	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y pequeñas empresas	Rodríguez (2019) señala que, las micro y pequeñas empresas vienen hacer unidades económicas, muchas de ellos están constituidas por personas jurídicas o naturales, que tienen por finalidad prestar o brindar servicio a cambio de una retribución económica.	Las microempresas son negocios que en muchos casos son creados por familiares con la finalidad de generar ganancias, algunos de ellos tienen un buen tiempo de permanencia en el mercado y otros están buscando la permanencia en ella, asimismo las que tienen más tiempo requieren de más colaboradores y las que están luchando por ganarse la aceptación no requieren de tanto personal.	Tiempo de permanencia.	- 0 a 3 años. - 4 a 6 años. - 7 a más años.	Razón
			Número de trabajadores.	- 1 a 5 trabajadores. - 6 a 10 trabajadores. - 11 a más trabajadores.	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad.	La gestión de calidad en atención al cliente es la forma en cómo se dirige la empresa para lograr los objetivos y metas, utilizando la herramienta de atención al cliente la cual influye mucho para que los clientes puedan regresar al establecimiento (Cuatrecasas y Gonzales, 2017).	Muchos de los representantes carecen de conocimientos acerca del tema gestión de calidad, a la vez no todas las microempresas brindan una correcta atención al cliente, debido a que existe poca iniciativa por parte de los colaboradores, sin embargo, afirman que la atención al cliente es fundamental para atraer clientela y que el beneficio de ello genera más ingresos.	Términos de gestión de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Si. - Tengo cierto conocimiento. - No. 	Nominal
			Técnicas de gestión de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking. - Atención al cliente. - Empowerment. - La 5 S. - Outsourcing. - Otros. - Ninguno 	Nominal
			Dificultades para implementar la gestión de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa. - Aprendizaje lento. - No se adapta a los cambios. - Desconocimiento del puesto. - Otros. 	Nominal
			Técnicas para medir el del personal.	<ul style="list-style-type: none"> - La observación. - La evaluación. - Escala de puntuaciones. - Evaluación de 360°. - Otros. 	Nominal
			Términos de atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> - Si. - No. - Tengo cierto conocimiento. 	Nominal
			Gestión de calidad en el servicio de atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> - Si. - A veces. - No. 	Nominal
			Atención al cliente es fundamental	<ul style="list-style-type: none"> - Si. - A veces. - No. 	Nominal

		Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación. - Confianza. - Retroalimentación. - Ninguno. 	Nominal
		Se brinda una mala atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> - No tiene suficiente personal. - Mala organización de los trabajadores. - Si brinda una buena atención. 	Nominal
		Resultados de una buena atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> - Clientes satisfechos. - Fidelización de clientes. - Posicionamiento de la empresa. - Incremento en las ventas. 	Nominal

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la investigación se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario que abarcaba 16 preguntas las cuales están distribuidas en tres partes, las 4 primeras preguntas están referidas a los datos de la característica de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, las otras 2 preguntas se refiere a la características de las micro y pequeñas empresas y las 10 últimas preguntas están referidas a las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente (Ver anexo 5).

4.5 Plan de análisis

Después de la aplicación del cuestionario a través de la técnica de la encuesta se utilizó Microsoft Word para la redacción del trabajo de investigación, asimismo se usó el programa Microsoft Excel para procesamiento de la información y elaboración de las tablas y figuras estadísticas, además se empleó el programa PDF para la presentación final de la investigación, a la vez se usó el programa antiplagio turnitin para medir el porcentaje de similitud del trabajo de investigación con otros estudios y por último se usó el programa Power Point para la elaboración de la ponencia de la investigación.

4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Métodos		
¿Cuáles son las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019?	Objetivo General - Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019.	Gestión de calidad en atención al cliente	Se tuvo en cuenta una población de 15 micro empresas del sector servicio, rubro hotelería, zona céntrica de Chimbote, 2019. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo. Se utilizó una muestra de 10 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona	Fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo de propuesta. Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad con el uso de la atención al cliente solo se observó tal como se	Técnica: Encuesta Instrumentos: Cuestionario estructurado.

	<p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019. - Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019. - Identificar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, 		<p>céntrica del distrito de Chimbote, 2019. Debido a que solo se ha considerado a las micro y pequeñas empresas que brindaron información para el desarrollo de la investigación.</p>	<p>presenta en la realidad. Fue transversal porque el estudio de investigación la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019, se realizó en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un final, específicamente en el año 2019. Fue descriptivo de propuesta: porque solo se describió las</p>	
--	--	--	---	---	--

	<p>rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019.</p> <p>- Elaborar un plan de mejora en función a los resultados de la investigación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019.</p>			<p>principales características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019, y mediante esos resultados se tuvo que elaborar un plan de mejora.</p>	
--	--	--	--	---	--

4.7 Principios éticos

En el presente estudio se aplicó los principios éticos de investigación que están basados en el código de ética que estableció la universidad:

Protección a las personas. A las personas que apoyaron brindando su información, se les respetó su identidad, sus derechos fundamentales, su dignidad humana, y su privacidad.

Beneficencia y no maleficencia. Se aseguró el bienestar y seguridad a las personas que colaboraron en la investigación y a la vez que no se les causaría ningún daño.

Justicia. Se les trató equitativamente a las personas que participaron brindando información para el desarrollo de la investigación.

Integridad científica. Se sostuvo la integridad científica, ya que solo se declaró los conflictos de interés de la investigación, además no se declararon daños a las personas que apoyaron en la investigación.

Libre participación y derecho a estar informado. Las personas que colaboraron en la investigación lo hicieron con su consentimiento, brindando información solo para fines específicos establecidos en el informe.

Medio ambiente. Se tuvo en cuenta la reutilización de las hojas por ambas caras, para evitar el exceso de hojas, se utilizó con prudencia los equipos tecnológicos como la computadora y la impresora teniendo en cuenta el ahorro de la energía eléctrica.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019

Características de los representantes	n	%
Edad		
De 18 a 30 años	0	0.00
De 31 a 50 años	9	90.00
De 51 a más años	1	10.00
Total	10	100.00
Género		
Masculino	9	90.00
Femenino	1	10.00
Total	10	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	2	20.00
Superior no universitario	3	30.00
Superior universitario	5	50.00
Total	10	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	8	80.00
Administrador	2	20.00
Total	10	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019

De la micro y pequeña empresa	n	%
Tiempo de permanencia de la empresa		
De 0 a 3 años	0	0.00
De 4 a 6 años	8	80.00
De 7 a más años	2	20.00
Total	10	100.00
Número de trabajadores		
De 1 a 5 trabajadores	4	40.00
De 6 a 10 trabajadores	6	60.00
De 11 a más trabajadores	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019

Tabla 3

Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019

Gestión de calidad con la atención al cliente	n	%
Conocimiento del término gestión de calidad		
Si	3	30.00
Tiene cierto conocimiento	4	40.00
No	3	30.00
Total	10	100.00
Técnicas modernas de la gestión de calidad		
Benchmarking	0	0.00
Atención al cliente	4	40.00
Empowerment	1	10.00
Las 5 S	3	30.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	2	20.00
Total	10	100.00
Dificultades para la implementación de la gestión de calidad		
Poca iniciativa	4	40.00
Aprendizaje lento	1	10.00
No se adapta a cambios	3	30.00
Desconocimiento	2	20.00
Otros	0	0.00
Total	10	100.00
Conocimiento de técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	6	60.00
La evaluación	2	20.00
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	2	20.00
Total	10	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019

Continúa...

Tabla 3

Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019

Gestión de calidad con la atención al cliente	n	%
Conocimiento del término atención al cliente		
Si	6	60.00
Tiene cierto conocimiento	4	40.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda		
Si	3	30.00
A veces	2	20.00
No	5	50.00
Total	10	100.00
La atención al cliente es fundamental		
Si	9	90.00
A veces	1	10.00
No	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019

Continúa...

Tabla 3

Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019

		Concluye
Gestión de calidad con la atención al cliente	n	%
Herramientas de un servicio de calidad		
Comunicación	2	20.00
Confianza	1	10.00
Retroalimentación	3	30.00
Ninguno	4	40.00
Total	10	100.00
Causa de una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	1	10.00
Por una mala organización de los trabajadores	5	50.00
Si brinda una buena atención al cliente	4	40.00
Total	10	100.00
Resultados de una buena atención al cliente		
Cliente satisfecho	5	50.00
Fidelización de los clientes	2	20.00
Posicionamiento	0	0.00
Incremento en las ventas	3	30.00
Total	10	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019

Tabla 4

Plan de mejora en función a los resultados de la investigación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019

PROBLEMAS ENCONTRADOS	CAUSA DEL PROBLEMA	ACCIÓN DE MEJORA	RESPONSABLE
Falta de conocimiento del término gestión de calidad	Los representantes no poseen los conocimientos necesarios para realizar una buena gestión en su empresa, lo cual hace deficiente el servicio que va a brindar al cliente.	Asignar un presupuesto, para invertir en talleres o capacitaciones con la finalidad de instruir y preparar mejores líderes que estén a la altura del cargo en el cual se desempeñan.	Representantes Colaboradores
Dificultades para la implementación de la gestión de calidad	La falta de motivación, capacitación y retroalimentación al personal, dificulta que se pueda llevar a cabo este sistema en las empresas, que demanda de mucho compromiso.	Brindarle confianza e involucrar al personal en todo momento para que se sientan comprometidos y se identifiquen con la empresa, teniendo en cuenta la retroalimentación para que puedan tomar mejores decisiones en momentos oportunos.	Representantes Colaboradores
No se aplica de la gestión de calidad en el servicio que brinda.	No emplean la gestión de calidad en el servicio que ofrece, lo cual hace que la empresa no ofrezca un servicio diferenciador, a la vez que no genere confianza y seguridad en el servicio que está	Brindarle las herramientas necesarias al personal para que puedan realizar sus funciones de manera eficiente y puedan solucionar de manera independiente los problemas que se le pueda presentar en la empresa, con la	Representantes Colaboradores

	brindando a sus clientes.	finalidad de brindar un valor agregado en el servicio que están ofreciendo.	
Herramienta que aplica para un mejor servicio de calidad	Desconocimiento de las herramientas modernas y el beneficio de ello, lo cual no les permite corregir y mejorar los errores o inconvenientes que puedan tener en el servicio que están brindando.	Asignar a un responsable que se encargue de monitorear y reportar los errores o inconvenientes que haya en el servicio para volverlo en una fortaleza, teniendo en cuenta la retroalimentación para que los trabajadores puedan reforzar sus conocimientos y ser más eficaz al momento de cumplir con su labor.	Representantes Colaboradores
Causas de una mala atención al cliente	La falta de comunicación y de un buen clima laboral, genera que haya una descoordinación en la empresa, asimismo que se esté brindando un servicio deficiente al cliente.	Reunir al personal cada cierto periodo para mejorar y reforzar los vínculos de trabajo, a la vez para fomentar un buen ambiente de trabajo, asimismo realizar encuestas a cada huésped con la finalidad de medir el desempeño del servicio que están brindando, para poder mejorar el servicio y corregir los inconvenientes que pueda haber en la empresa.	Representantes Colaboradores

5.2 Análisis de los resultados

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas

Edad de los representantes: El 90,00% tienen entre 31 a 50 años. Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Angulo (2019) quien manifiesta que el 66,70% de los representantes tienen entre 31 a 40 años, de la misma manera coincide con lo encontrado por Cabanillas (2018) quien señala que el 50,00% tienen entre 30 a 50 años, asimismo estos resultados coinciden con Hidalgo (2016) el cual manifiesta que el 55,00% tienen entre 30 a 44 años, de tal manera coincide con lo encontrado por Del Águila (2017) quien señala que el 66,67% tienen entre 36 a 50 años, de la misma forma coincide con lo encontrado por Kano (2019) quien manifiesta que el 40,00% tienen entre 31 a 50 años y por ultimo coincide con los resultados de Villegas (2019) quien manifiesta que el 59,20% tienen entre 30 a 40 años. Mediante estos resultados se puede observar que la mayoría de las empresas están dirigidas por personas de la segunda edad, debido a que en su trayectoria de trabajo han podido ganar experiencia, lo cual permite que puedan conducir sus negocios.

Género de los representantes: El 90,00% son del género masculino. Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Angulo (2019) quien señala que el 75,00% son del género masculino, asimismo coincide con lo encontrado por Del Águila (2017) quien señala que el 50,00% son del género masculino, de la misma manera coincide con lo encontrado por Hidalgo (2016) el cual manifiesta que el 70,00% son del género masculino, de la misma forma coincide con Kano (2019) quien manifiesta que el 65,00% son del género masculino y por ultimo coincide con los resultados de Villegas (2019) quien señala que el 55,30% son del género masculino. Pero contrasta con los resultados encontrados por Cabanillas (2018) quien señala que el 66,70% son del género femenino. Al obtener estos resultados se puede observar que la mayoría de las empresas están dirigidas por personas del género masculino, debido a que

cuentan con el carácter y la aptitud necesaria para afrontar a las adversidades o inconvenientes que se pueda presentar en la empresa.

Grado de instrucción de los representantes: El 50,00% cuentan con un grado de instrucción superior universitario. Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Angulo (2019) quién indico que el 70,00% cuentan con un estudio superior universitario, de la misma manera coincide con Hidalgo (2016) quién manifiesta que el 65,00% cuentan con estudio superior universitario, asimismo coincide por lo encontrado por Del Águila (2017) quién señala que el 50,00% cuentan con estudio técnico. Pero contrasta con los resultados encontrados por Kano (2019) quién manifiesta que el 45,00% solo tienen un grado de instrucción de educación básica, de la misma manera contrasta con lo encontrado por Villegas (2019) quién señala que el 57,90% cuentan con grado de instrucción de secundaria. Por otro lado, los resultados que se obtuvieron en la investigación, coinciden con la teoría encontrada por Bernilla (2018) quién manifiesta que, es muy importante que lo empresarios cuenten con estudios superiores, con la finalidad de estar preparados para competir en el mercado, ofreciendo un mejor servicio al cliente y corrigiendo las necesidades que requiera el cliente, planteando estrategias adecuadas para poder posicionar a su empresa en la cima. Teniendo en cuenta estos resultados se puede observar que la mayoría de los representantes han ejercido una carrera universitaria para poder nutrirse de conocimientos, con la finalidad administrar de manera correctamente los recursos o problemas que pueda tener la empresa en el mercado.

Cargo que desempeñan los representantes: El 80,00% desempeñan el cargo de dueños. Estos resultados coinciden con los resultados de Cabanillas (2019) quién señala que el 100,00% ocupan el cargo de dueños. Pero contrasta con los resultados encontrados por Hidalgo (2016) quién manifiesta que el 90,00% ocupan el cargo de gerente, de la misma manera contrasta con lo encontrado por Del Águila (2017) quién señala que el 67,00% desempeñan el cargo de

administrador y por último contrasta con los resultados obtenidos por Kano (2019) quién señala que el 80,00% ocupan el cargo de administradores. Cabe recalcar que los resultados que se obtuvieron en la investigación coinciden con la teoría encontrada por Pantigoso (2015) quién manifiesta que, hoy en día la mayoría de los emprendedores han tomado la iniciativa de ser sus propios dueños, antes que trabajar para otras personas, esto se debe a que no confían en dejar sus negocios a personas desconocidas por temor a que no tengan la capacidad de conducir correctamente sus negocios. Mediante estos resultados se puede observar que la mayoría de los representantes optan por dirigir sus propios negocios debido a que tienen más confianza y seguridad en ellos mismos, que en vez de darles a personas desconocidas.

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas

Tiempo de permanencia de la empresa: El 80,00% tienen de 4 a 6 años en el rubro. Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Angulo (2019) quien manifiesta que el 50,00% cuentan con 4 a 6 años en el rubro, de la misma forma coincide con Del Águila (2017) quién manifiesta que el 67,00% cuenta con 5 años a más de permanencia en el rubro. Pero contrasta con los resultados encontrados por Hidalgo (2016) quién manifiesta que el 50,00% tienen de 11 a 20 años de permanencia en el rubro, de la misma forma contrasta con Kano (2019) quién señala que el 45,00% de las empresas cuentan con 7 a más años en el rubro y por último contrasta con los resultados obtenidos por Villegas (2019) quién señala que 68,40% cuentan con más de 6 años en el rubro. Sin embargo, los resultados que se obtuvieron en la investigación, coinciden con la teoría encontrada por Sánchez (2018) quién manifiesta que, la mayoría de las empresas no logran permanecer mucho tiempo en el mercado, debido a que no innovan en sus productos o no ofrecen un valor diferenciador a la competencia, o por falta de ingresos les obliga a los dueños a tener que cerrar sus negocios Al obtener estos resultados se puede observar que la mayoría de las empresas cuentan con buen tiempo en el mercado debido

han sabido sacar provecho las oportunidades que se han presentado, buscando estrategias para poder permanecer en mercado.

Número de trabajadores. El 60,00% cuenta con 6 a 10 trabajadores. Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Hidalgo (2016) quién señala que el 50,00% cuentan con 6 a 10 personas, de la misma manera coincide con los resultados encontrados por Del Águila (2017) quién manifiesta que el 70,00% cuentan con 6 a más trabajadores. Pero contrastan con los resultados obtenido por Angulo (2019) quién señala que el 54,40% cuentan con 1 a 5 trabajadores y por último contrasta con los resultados por Kano (2019) quién manifiesta el 90,00% cuentan con 1 a 5 trabajadores. Teniendo en cuenta estos resultados se puede observar que la mayoría de las empresas considera que cuentan con el personal suficiente para brindar un buen servicio, sin embargo, es necesario que estos trabajadores tengan la capacidad de poder desempeñarse de forma eficiente en su labor y estar comprometidos con la empresa.

Tabla 3. Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas

Conocimiento del término gestión de calidad. El 40,00% de los representantes tienen cierto conocimiento. Esto coincide con los resultados obtenido por Cabanillas (2018) quién señala que el 100,00% conocen del término gestión de calidad, asimismo coincide con los resultados de Villegas (2019) quién manifiesta que el 86,80% conocen del término gestión de calidad. Por otro lado, los resultados que se obtuvieron en la investigación, coinciden con la teoría encontrada por British Standards Intitution (2018) quién manifiesta que, la gran de mayoría de las empresas no conoce acerca del tema de la gestión de calidad, lo cual hace que desconozcan acerca de su beneficio que conlleva aplicarlo en su empresa, es por ello es necesario instruir a los emprendedores para que puedan ser tan competentes como una empresa grande sin necesidad de invertir tanto dinero. Mediante estos resultados se puede observar que la minoría

de los representantes conoce el tema de gestión de calidad, más no saben cómo emplear este sistema en sus negocios y desconocen el beneficio que genera el aplicarlo en su empresa.

Técnicas modernas de la gestión de calidad. El 40,00% de los representantes señalaron que conocen la técnica moderna de la atención al cliente. Estos resultados coinciden con lo encontrado por Kano (2019) quién manifiesta que el 100,00% conocen la técnica moderna de la atención al cliente. Pero contrasta con los resultados obtenidos por Cabanillas (2018) quién señala que el 66,70% conoce la técnica moderna del Empowerment. Por otro lado los resultados que se obtuvieron en la investigación, coinciden con la teoría encontrada por Izquierdo (2018) quién manifiesta que, las empresas le dan prioridad a la atención al cliente, ya que han observado que a los clientes les gusta que se interesen por ellos, es por eso que la empresas se han mostrado en entrenar a su personal para poder atender todas las necesidades que pueda tener el cliente y sobre todo buscar solucionar rápidamente los inconvenientes que se pueda presentar, con la finalidad de llevarse un buena experiencia por parte de la empresa. Al obtener estos resultados se puede observar que la minoría de los representantes conoce la técnica moderna de la atención al cliente, pero sin embargo no lo aplican de forma correcta.

Dificultades para la implementación de la gestión de calidad. El 40,00% de los representantes señalaron que la dificultad se debe a la poca iniciativa. Estos resultados contrastan con los resultados obtenidos por Cabanillas (2018) quién sostiene que el 50,00% tiene como dificultad el aprendizaje lento. Sin embargo, los resultados que se obtuvieron en la investigación, coinciden con la teoría encontrada por Calvo, Carmona, Perriñez y Suárez (2016) quienes manifiestan que, muchas veces los trabajadores tienen poca iniciativa o se resisten al cambio, lo cual conlleva a que este sistema no pueda marchar correctamente, lo cual hace que la empresa no pueda ser muy productiva. Teniendo en cuenta estos resultados se puede observar que la minoría de los representantes indicó que cuentan con poca iniciativa por parte de los

trabajadores para implementar la gestión de calidad en sus negocios, debido a que el personal no se adapta tan fácil a los cambios que pueda haber en la empresa.

Conocimiento de técnicas para medir el rendimiento del personal. El 60,00% de los representantes utilizan la técnica de la observación. Estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Angulo (2019) quién sostiene que el 70,80% aplican la técnica de la evaluación para medir el rendimiento del personal, de la misma manera coincide con Villegas (2019) quién señala que 50,00% aplican la técnica de la evaluación. Mediante estos resultados se puede observar que la mayoría los representantes emplean la técnica de la observación para evaluar el rendimiento del personal, debido a que se pueden percatar en la forma como se desempeña el trabajador al momento de cumplir con su labor, sin la necesidad de hacerle una evaluación.

Conocimiento del término atención al cliente. El 60,00% de los representantes si conocen el término atención al cliente. Esto coincide con los resultados encontrados por Cabanillas (2018) quién sostiene que el 100,00% si tienen conocimiento del término atención al cliente. Por otro lado, los resultados que se obtuvieron en la investigación, coinciden con la teoría encontrada por Zwilling (2016) quién manifiesta que, los empresarios si conocen acerca del término de la atención al cliente y lo tienen en cuenta en sus negocios, saben que es un aspecto fundamental que no debe faltar en ninguna empresa, ya que ayuda a fidelizar y captar nuevos clientes. Al obtener estos resultados se puede observar que la mayoría de los representantes si conocen el término atención al cliente, debido que han adquirido conocimiento a raíz del tiempo que vienen desempeñando en el cargo, pero no lo tienen tan claro al momento de aplicarlo.

Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda. El 50,00% de los representantes señalaron que no lo aplican. Esto contrasta con los resultados encontrados por Cabanillas (2018) quién manifiesta que el 100,00% si aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda. Sin

embargo, cabe resaltar que los resultados que se obtuvieron en la investigación, coinciden con la teoría encontrada por Rubio y Uribe (2015) quienes manifiestan que, las empresas deben aplicar la gestión de calidad en el servicio que van a ofrecer para poder beneficiarse y aumentar el grado de satisfacción de sus clientes, lo cual ayudará a tener a un personal más preparado al momento de atender a sus clientes. Teniendo en cuenta estos resultados se puede observar que la mayoría de los representantes indicaron que no aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda, lo cual hace que la empresa no tenga credibilidad o seguridad en el servicio que está brindando a sus clientes.

La atención al cliente es fundamental. El 90,00% de los representantes señalaron que "Si". Esto coincide con lo encontrado por Kano (2019) quién sostiene que el 100,00% considera que la atención al cliente es fundamental. Por otro lado los resultados que se obtuvieron en la investigación, coinciden con la teoría encontrada por Izquierdo (2018) quién manifiesta que, en la actualidad las empresas consideran que la atención al cliente no debe faltar en su negocio, ya que refleja la imagen de la empresa, de tal modo es que tiene que preocuparse por atender bien al cliente desde el momento de ingresar a su establecimiento y hasta el momento de retirarse, si se aplica una buena atención al cliente la empresas obtendrá mayores ingresos. Mediante estos resultados se puede observar que la mayoría de los representantes consideran que la atención al cliente es fundamental en los negocios, asimismo consideran que esta herramienta no debe faltar en ningún momento ya que garantiza fidelidad por parte de sus clientes, lo cual hará que regrese al establecimiento.

Herramienta que aplica para un mejor servicio de calidad. El 40,00% no utilizan ninguna de las herramientas. Esto contrasta con los resultados Kano (2019) quién señala que el 60,00% aplica la comunicación para un mejor servicio de calidad. Teniendo cuenta desde otro punto los resultados que se obtuvieron en la investigación, coinciden con la teoría encontrada por Da

Silva (2018) quién manifiesta que, es importante brindarle confianza a los trabajadores para que puedan comunicarse de una manera más eficiente, lo cual ayudará a resolver los inconvenientes que se pueda presentar, también teniendo en cuenta el clima laboral para que el cliente se pueda contagiar de ello y llevarse una buena impresión de la empresa. Al obtener estos resultados se puede observar que los representantes no han tomado en cuenta las herramientas modernas para poder brindar un servicio de calidad, lo cual hace que brinde un servicio deficiente y el cliente se lleve una mala impresión.

Causa de una mala atención al cliente. El 50,00% de los representantes señalaron que se debe por una mala organización de los trabajadores. Esto contrasta con los resultados obtenidos por Kano (2019) quién señala que el 100,00% si da una buena atención al cliente, de la misma manera coincide con Cabanillas (2018) quien indica que el 100,00% siempre da soluciones a los reclamos de los clientes. Por otro lado, los resultados que se obtuvieron en la investigación, coinciden con la teoría encontrada por Zwillling (2016) quién manifiesta que, es necesario preparar constantemente a los trabajadores para poder tener una mejor llegada al cliente y poder entender las necesidades que esta persona requiera, es decir contar con personal preparado beneficiará a la empresa a ser más competitivo. Teniendo en cuenta estos resultados se puede observar que la mayoría de los representantes considera que la causa de una mala atención se origina por una mala organización por parte de los trabajadores, sin embargo, cierta responsabilidad también recae en los altos mandos ya que no están fomentando una buena comunicación en la empresa.

Resultados de una buena atención al cliente. El 50,00% de los representantes señalaron que el resultado es de un cliente satisfecho. Esto contrasta con los resultados obtenidos por Cabanillas (2018) quién manifiesta que el 50,00% considera el posicionamiento de la empresa en el mercado. Sin embargo, los resultados que se obtuvieron en la investigación, coinciden con la

teoría encontrada por Da Silva (2018) quién manifiesta que, el beneficio de implementar la atención al cliente en una empresa hace que los clientes queden satisfechos y se lleven un buen concepto de tu empresa, lo cual hará que regresen frecuentemente al establecimiento, asimismo ayudará a tener ingresos extras debido a que se le está brindando un buen servicio. Mediante estos resultados se puede observar que la mayoría de los representantes indicaron que el resultado de una buena atención al cliente genera un cliente satisfecho, es por ello que se debe tener en cuenta en todo momento la comodidad de la persona y buscando siempre satisfacer las necesidades que éste demande.

PLAN DE MEJORA ACERCA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO HOTELERÍA EN LA ZONA CENTRICA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2019

1. Datos Generales

Las Hoteles también conocido con el nombre de alojamiento u hospedajes entre otros, nuestro país posee lugares turísticos muy atractivos, haciendo que muchas personas de distintos lugares del mundo se interesen en conocer y vengan a visitar, es por ello que los emprendedores vieron esa necesidad que faltaba en el mercado y decidieron poner hospedajes, con la finalidad que los turistas tengan un lugar donde quedarse para que puedan conocer las costumbres de nuestro país.

2. Misión

- Brindar un servicio personalizado, ofreciendo a los huéspedes seguridad y comodidad en todo momento, brindando un servicio de calidad, teniendo en cuenta una buena atención al cliente, siendo una empresa responsable con valores empresariales.

3. Visión

- Posicionar a nuestra empresa como líder en el mercado, teniendo en cuenta la satisfacción y el bienestar de los huéspedes, buscando siempre la mejora continua para diferenciarnos de la competencia.

4. Objetivos empresariales

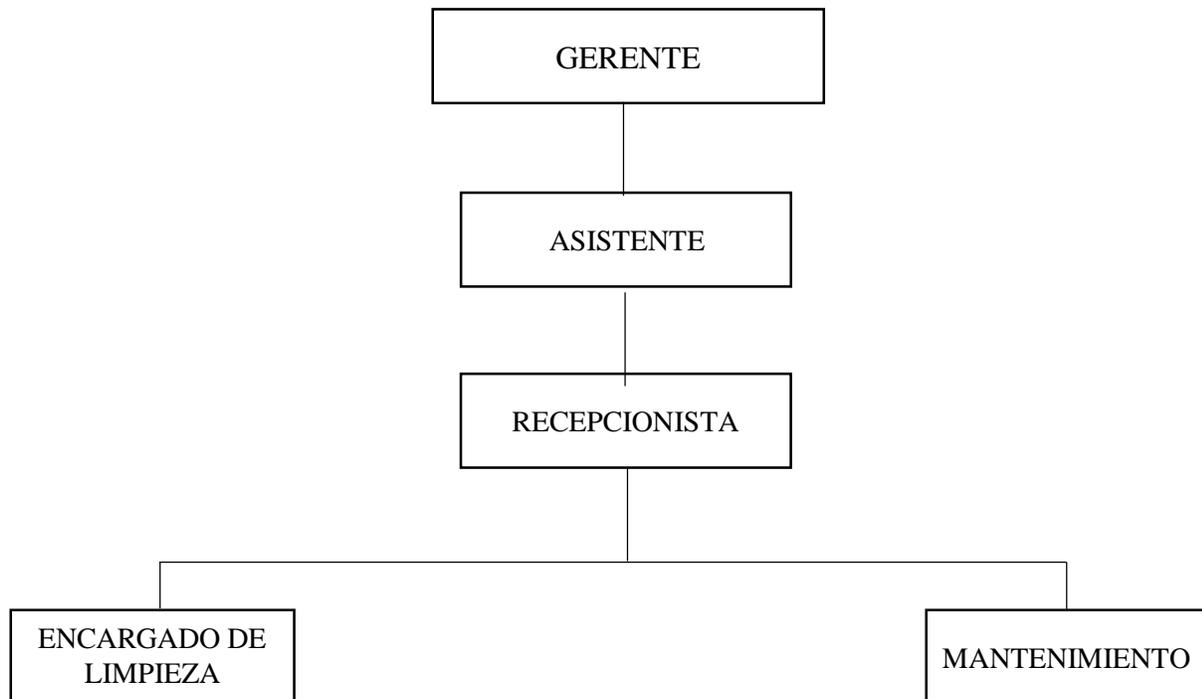
- Lograr satisfacer plenamente brindando una buena atención a los huéspedes, clientes o turistas.
- Brindar seguridad a los huéspedes, clientes o turistas para poder captar clientela.

- Mantener la higiene y comodidad en todas las habitaciones.
- Fidelizar a los huéspedes a través de un buen servicio.

5. Servicios

- Hospedaje
- Seguridad y privacidad
- Servicio de Internet y teléfono
- Baños privados
- Cable TV

6. Organigrama de la empresa: Descripción de las áreas (Áreas, puesto, perfil, funcionarios)



7. Diagnóstico empresarial

MATRIZ FODA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor demanda en días festivos. - La variedad de servicios que la empresa pueda ofrecer. - El incremento de la población en la ciudad. 	<ul style="list-style-type: none"> - La competencia, ofreciendo promociones o precio más cómodos. - La crisis económica, generando que baje la demanda del rubro. - Las nuevas preferencias y gustos de los consumidores en los servicios.
FORTALEZAS	F-O	F-A
<ul style="list-style-type: none"> - Cuenta con buena ubicación debido a que está en la zona céntrica. - Los precios accesibles para los clientes. - El compromiso del personal para brindar un buen servicio. 	<p>FO 1: Al estar situado en una buena ubicación incrementará sus ventas, sobre todo en días festivos.</p> <p>FO 2: Al brindar precios cómodos hará que capte más clientela.</p> <p>FO 3: Al aumentar la población se tendrá que esforzar por brindar una mejor atención para captar más clientela.</p>	<p>FA 1: Con la buena ubicación del negocio se puede poner promociones llamativas para atraer a los clientes.</p> <p>FA 2: Al poner precios accesibles para el cliente se podrá tener demanda del servicio a pesar de la crisis económica.</p> <p>FA 3: Con el buen servicio que brinden se logrará atraer a nuevos clientes potenciales y poder fidelizarlos.</p>
DEBILIDADES	D-O	D-A
<ul style="list-style-type: none"> - La falta de estrategias para poder diferenciar de la competencia. - La falta de capacitación al personal para brindar un mejor servicio. - La falta de promociones para ofrecer sus servicios. 	<p>DO 1: Tener más habitaciones y estrategias para abastecer a la clientela en días festivos.</p> <p>DO 2: Con la capacitación constante al personal se podrá ofrecer un mejor servicio generando un valor agregado.</p> <p>DO 3: Se ofrecerá nuevas promociones que satisfaga al aumento de población y que haga frente a la competencia.</p>	<p>DA 1: Las promociones y estrategias que se darán para hacer frente a la competencia.</p> <p>DA 2: Se capacitará al personal para que brinde una buena atención fidelizando así a los clientes.</p> <p>DA 3: Se hará un estudio de mercado para saber las nuevas preferencias de los clientes y así sacar nuevas promociones que capte más clientela.</p>

8. Indicadores de gestión

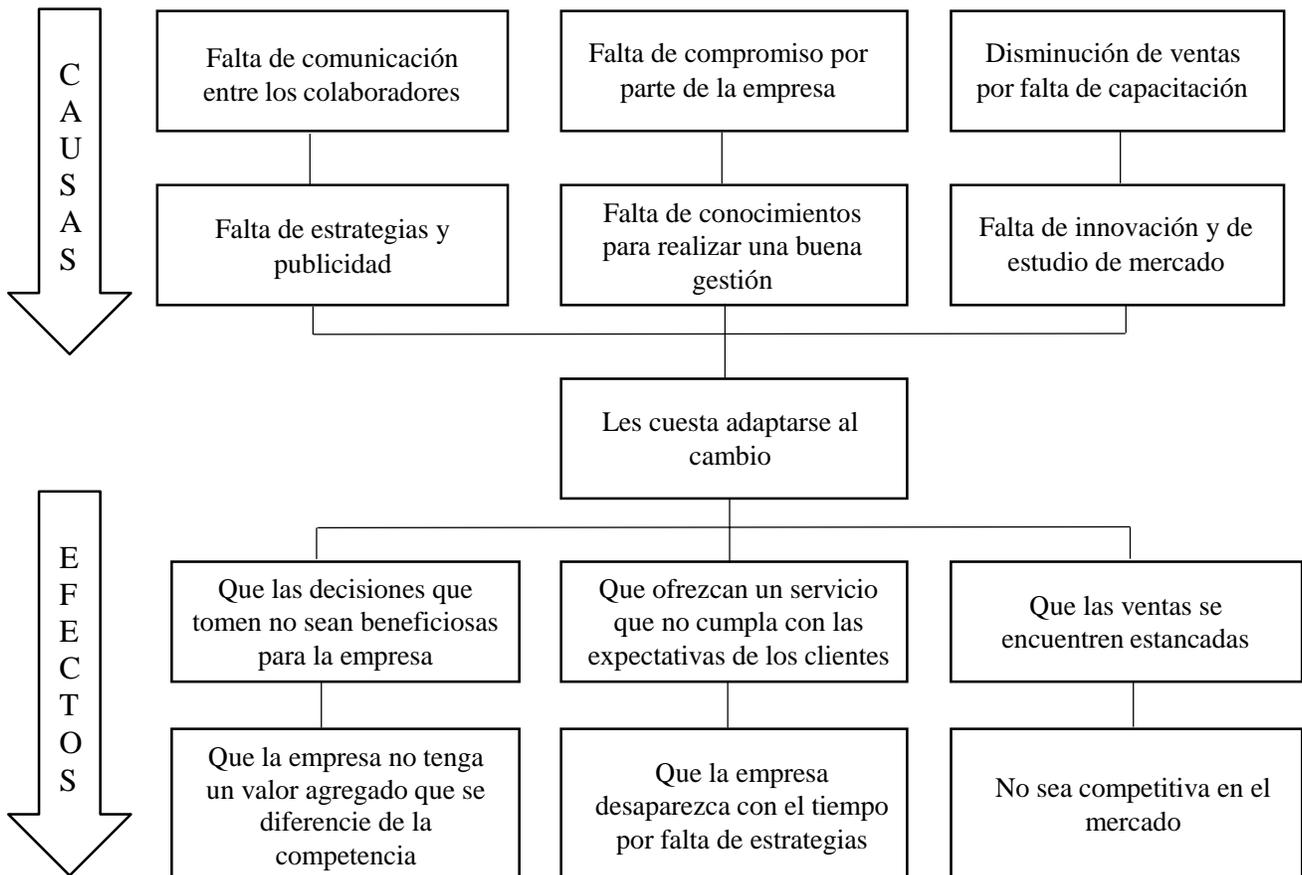
Indicadores	Evaluación de indicadores dentro la microempresa
Conocimiento del término gestión de calidad	Los representantes desconocen las técnicas modernas para realizar una buena gestión de calidad, lo cual genera que su gestión dentro de la empresa sea deficiente.
Dificultades para la implementación de la gestión de calidad	La falta de compromiso por parte de la gerencia, de no capacitar y retroalimentar al personal para desempeñarse mejor en sus funciones, genera que no haya un compromiso y no se pueda implementar este sistema.
Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda	La empresa no recogido las necesidades de los clientes, lo cual ha hecho que desconozcan si están brindando un buen servicio o no.
Herramienta que aplica para un mejor servicio de calidad	La empresa no ha evaluado la satisfacción de los clientes, tampoco aplica ninguna herramienta moderna debido a que no tienen la capacidad necesaria para emplearlo, lo cual hace que no genere ingresos extras para la empresa.
Causas de una mala atención al cliente	La empresa no ha tenido en cuenta una escala valorativa sobre el servicio que ofrece, lo cual hace que desconozca sus debilidades y no sea muy competitiva y no se pueda diferenciar de las demás empresa.

9. Problemas

Indicadores	Problemas	Surgimiento del problema
Conocimiento del término gestión de calidad	Los representantes cuentan solo con conocimientos básicos acerca del término gestión de calidad.	Esto se debe porque los representantes no se han interesado en llevar cursos o talleres para adquirir conocimientos e implementarlo en su empresa, lo cual lo menos competente en su rubro.
Dificultades para la implementación de la gestión de calidad	Tanto los representantes y los trabajadores cuentan con poca iniciativa para implementar este sistema en su empresa.	Esto se debe a que no existe el compromiso por parte de la empresa, para mejorar el servicio a los clientes, lo cual hace no capte clientes potenciales.

Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda	Los representantes no tienen idea de cómo implementarlo correctamente en su empresa.	Esto se debe por los representantes que no cuentan con los conocimientos necesarios para realizar una buena gestión en su empresa, lo cual hace que ofrezca un servicio conformista y que no cumpla con las expectativas del cliente.
Herramienta que aplica para un mejor servicio de calidad	Los representantes no aplican ninguna de las herramientas para mejorar el servicio de calidad.	Esto se debe porque los representantes no han medido el nivel de satisfacción, tampoco se han preocupado en implementar alguna herramienta que les ayude a mejorar su servicio.
Causas de una mala atención al cliente	Los representantes consideran que se debe por una mala organización de los colaboradores, a la vez no se han preocupado en evaluar el servicio y la atención que están brindando.	Esto se debe porque no está habiendo una buena comunicación en la empresa y cada responsable actúa por su cuenta, lo cual genera que el cliente se pueda llevar una mala experiencia de la empresa.

10. Causas



11. Establecer soluciones

Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Conocimiento del término gestión de calidad	Los representantes carecen de conocimiento acerca del término gestión de calidad.	Contratar a un personal experto para que pueda les pueda instruir acerca del tema, con la finalidad de que puedan emplearlo y obtengan mejores los resultados para la empresa.
Dificultades para la implementación de la gestión de calidad	Tanto los representantes y los trabajadores cuentan con poca iniciativa para implementar este sistema en su empresa.	Comprometer a toda la organización y capacitarlos constantemente, teniendo en cuenta la mejora continua para que puedan entregar un servicio de calidad.
Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda	Los representantes tienen cierto conocimiento acerca de la gestión de calidad, pero no lo aplican en el servicio que brindan.	Contar con un pequeño taller en la organización, donde puedan nutrirse de conocimientos y ver las falencias o necesidades de la empresa para corregirlo.
Herramienta que aplica para un mejor servicio de calidad	Los representantes no aplican ninguna de las herramientas para mejorar el servicio de calidad.	Contar con un plan estratégico que le permita conocer la situación real tanto interna como externa de la empresa para brindar un mejor servicio.
Causas de una mala atención al cliente	Los representantes manifestaron que la causa de una mala atención al cliente se debe por una mala organización de los trabajadores	Evaluar cada cierto tiempo el desempeño de los trabajadores e instruirlos constantemente para llevarlo a la práctica al momento de atender a los clientes y realizar una pequeña encuesta a los clientes de vez en cuando para ver si el servicio que están recibiendo por parte de los trabajadores es buena o no.

Estrategias

N°	Acción de mejora	Dificultades	Plazo	Impacto	Priorización
1	Contar con un personal experto para que pueda les pueda instruir acerca del tema y poderlo aplicar en la empresa.	No cuenta con persona experta en el tema para aplicar la gestión de calidad en la empresa.	2 Meses	Hará que se brinde un servicio a la altura de lo que espera el cliente, lo cual será un valor agregado que no lo encontrará en cualquier otro establecimiento.	Instruir a los colaboradores para que se puedan desempeñar de manera eficiente y ofrezcan una mejor atención al cliente.
2	Comprometer a toda la organización y capacitarlos constantemente, teniendo en cuenta la mejora continua.	La falta de compromiso por parte de los trabajadores y de los representantes, debido a que no se adaptan fácilmente al cambio.	2 Meses	Hará que cada colaborador sea responsable al momento de desempeñar en su labor, buscando una solución por propia cuenta, para resolver los inconvenientes de manera rápida.	Involucrar a toda la organización y orientarlos a través de capacitaciones para tener mejores resultados.
3	Contar con un pequeño taller en la organización, donde puedan nutrirse de conocimientos y corregir sus falencias.	La falta de disponibilidad y de conocimientos del administrador para instruirlos a los colaboradores.	3 Meses	Genera que los trabajadores tengan seguridad y estén preparados al momento de brindar el servicio al cliente.	Traer una persona experta en el tema para entrenar y retroalimentar e implementar este sistema, con la finalidad de brindar seguridad y confianza a los clientes.
4	Contar con un plan estratégico que les permita conocer la situación real tanto interna	No planifican a largo plazo debido a que no planifican a futuro, solo llevan sus	2 Mes	Hará que la empresa sea más competitiva y se pueda diferenciar a la competencia, ofreciendo un	Trazar una visión y misión clara y específica, plantear estrategias

	como externa de la empresa.	registros diariamente y no se trazan metas claras.		servicio que se diferencie de las demás empresas	adecuadas de acuerdo a la necesidad de los clientes.
5	Realizar estudio de mercado cada cierto tiempo y realizar publicidad para para captar clientes potenciales.	No cuentan con personal experto en el área de marketing para poder analizar el mercado e incrementar las ventas para la empresa.	2 Mes	Hará que tengan una base de datos de sus clientes, buscando la manera de satisfacer sus necesidades con la finalidad de fidelizar a los clientes.	Planificar un estudio de mercado y realizar publicidad a la empresa constantemente, para captar nuevos clientes y a la vez poder fidelizarlos.
6	Implementar un sistema de gestión de calidad en la empresa, para darle un valor agregado y ser más eficiente.	El administrador desconoce acerca de la gestión de calidad, lo cual hace que la empresa no pueda aplicar este sistema en su empresa.	3 Meses	Ayudará a mejorar el servicio que se está ofreciendo, hará que toda la organización se involucre para tener mejores resultados e incrementará las ventas y mejorará el desempeño de los trabajadores.	Aplicar el sistema de gestión de calidad para ofrecer un valor agregado al servicio y ofrecer una atención rápida y eficiente, para que el cliente se lleve una buena imagen de la empresa.

12. Recursos para la implementación de las estrategias

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológico	Tiempo
1	Contar con un personal experto para que pueda les pueda instruir acerca del tema.	Coach	S/. 1500	Laptop Proyector Internet	2 Meses
2	Comprometer a toda la organización y capacitarlos constantemente, teniendo en cuenta la mejora continua.	Supervisor	S/. 1000	Laptop Proyector Internet	2 Meses
3	Contar con un pequeño taller en la organización, donde puedan nutrirse de conocimientos.	Administrador	S/. 1500	Laptop Proyector Internet	3 Meses
4	Contar con un plan estratégico que le permita conocer la situación real tanto interna como externa de la empresa.	Administrador	S/. 1500	Computadora Internet	2 Meses
5	Realizar estudio de mercado cada cierto tiempo y realizar publicidad para para captar clientes potenciales.	Persona experta en el marketing	S/. 1200	Computadora Redes sociales Televisión Internet	2 Meses
6	Implementar un sistema de gestión de calidad en la empresa, para darle un valor agregado y ser más eficiente.	Administrador	S/. 1.600	Laptop Cámaras de seguridad Internet	3 Meses

13. Cronograma de actividades

N°	Actividades	Enero	Febrero	Marzo
1	Contar con un personal experto para que pueda les pueda instruir acerca del tema.			
2	Comprometer a toda la organización y capacitarlos constantemente, teniendo en cuenta la mejora continua.			
3	Contar con un pequeño taller en la organización, donde puedan nutrirse de conocimientos.			
4	Contar con un plan estratégico que le permita conocer la situación real tanto interna como externa de la empresa.			
5	Realizar estudio de mercado cada cierto tiempo y realizar publicidad para para captar clientes potenciales.			
6	Implementar un sistema de gestión de calidad en la empresa, para darle un valor agregado y ser más eficiente.			

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

La mayoría de los representantes tienen de 31 a 50 años de edad, son parte del género masculino, cuentan con un grado de instrucción superior universitario y desempeñan el cargo de dueño.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de permanencia de 4 a 6 años y cuentan con 6 a 10 trabajadores laborando en su negocio.

La mayoría de los representantes utilizan la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, indicaron que si conocen el término atención al cliente, señalaron que no aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan, manifestaron que la atención es fundamental en la empresa, no emplean ninguna herramienta moderna para dar un servicio de calidad, señalaron que la causa de una mala atención al cliente se debe por una mala organización de los trabajadores, por último indicaron que el resultado de dar una buena atención al cliente es que genera un cliente satisfecho. La minoría de los representantes tiene cierto conocimiento acerca del término gestión de calidad, conocen como técnica moderna la atención al cliente, señalaron que las dificultades que tienen implementar la gestión de calidad se debe a la poca iniciativa por parte de los trabajadores y por último no aplican ninguna de las herramientas para dar un servicio de calidad.

En relación al plan de mejora, está basado en conocer la situación real de las empresas referente al rubro hotelería, para luego evaluar las debilidades y amenazas que puedan tener los negocios, para ello se propuso estrategias de mejoras, que está enfocado en orientar a los representantes de las empresas para que puedan tomar mejores decisiones, asimismo ayuda a que tengan un la visión y misión más clara que puedan alcanzar a futuro, recomendando que tengan en cuenta la innovación y un servicio personalizado que les ayude a diferenciarse de la competencia.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Aplicar los conocimientos que se han adquirido a raíz del tiempo que vienen desempeñándose en el cargo, buscando innovar en sus servicios para poder diferenciarse de la competencia, teniendo en cuenta estrategias que más requiera el mercado y que este vaya de la mano con un valor agregado.

Plasmar un plan estratégico para conocer mejor la situación de la empresa tanto interna como externa, con el propósito de conocer sus fortalezas y debilidades o amenazas con las que cuentan la organización, con la finalidad de volverlos en oportunidades, asimismo se les recomienda emplear un sistema de gestión de calidad para promover el compromiso de los trabajadores y del mismo dueño, para garantizar un servicio de calidad a los clientes.

Implementar pequeños talleres o cursos dentro de la empresa para mejorar el rendimiento del personal, asimismo generar un buen clima laboral dentro de la organización para que los trabajadores tengan un mayor grado de confianza al momento de cumplir con sus tareas, brindarles las herramientas necesarias para que el personal puede desempeñarse mejor, con la finalidad de entregar un mejor servicio al cliente, por último se les recomienda conocer a su competencia para ofrecer un servicio que se diferencie al resto de los negocios y buscar la mejora continua para el beneficio de la empresa.

Ejecutar el plan de mejora que se realizó en la investigación, el cual le ayudará a la empresa a tener una forma más clara sus objetivos y estrategias, para luego corregir y explotar sus debilidades, lo cual hará que la empresa obtenga mejores ingresos, por último se les recomienda hacer un previo estudio de mercado cada cierto tiempo y que implementen un calendario con promociones y estrategias en cualquier época del año, teniendo en cuenta la mayor demanda de visitas de turistas, para incrementar ventas y marketear a la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Angulo, A. (2019). Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, hoteles, distrito de Iquitos, año 2018 (Tesis de pregrado). Universidad Uladech Católica. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9309/GESTION_ENFOQUE_CLIENTE_ANGULO_CAMPOS_ANTHONI.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Benalcázar, K. (2016). Programa de capacitación para mejorar la calidad del Hotel San Francisco, Cantón Daule, Provincia del Guayas (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/10160>

Bernilla, M. (2018). Micro y Pequeña Empresa Oportunidad de Crecimiento. Lima, Perú: EDIGRABER

British Standards Intitution. (2018). ISO 9001 para PYMES. Recuperado de: <https://www.bsigroup.com/es-PE/gestion-de-calidad-iso-9001/iso-9001-para-pymes/>

Cabanillas, A. (2018). Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales, ciudad de santa, 2016 (Tesis de pregrado). Universidad Uladech Católica. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14559/GESTION%20DE%20CALIDAD%20CABANILLAS%20RAMOS%20ANGELICA%20MARIA.p>

df?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR3Kkza3nSdjDFmZDBQjOUzHEUjTzp
2K7lcxomS7OIJjSMuJ9I6cEvn7aME

Carmona, M., Suárez, E., Calvo, M. y Perriñez, R. (2016). Sistemas de gestión de la calidad: un estudio en empresas del sur de España y norte de Marruecos. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252315000428>

Castillo, A. (09 de octubre de 2016). Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa. Apuntes iniciales, a propósito de las modificaciones introducidas por la Ley N° 30056 y la aprobación del T.U.O. de la Ley MIPYME mediante Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE. [Mensaje en un Blog]. Recuperado de: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/agustinacastillo/2016/10/09/regimen-laboral-especial-de-la-micro-y-pequena-empresa-apuntes-iniciales-a-proposito-de-las-modificaciones-introducidas-por-la-ley-no-30056-y-la-aprobacion-del-t-u-o-de-la-ley-mipyme-mediante-decre-2/>

CEPYMENEWS. (2018). La economía española es una de las más dependientes de las pymes de toda Europa. Recuperado de: <https://cepymenews.es/la-economia-espanola-una-las-mas-dependientes-las-pymes-toda-europa/>

Colegio de Economistas de Madrid. (2016). La evolución de las Pymes en España. Recuperado de: <http://www.cemad.es/wp-content/uploads/2016/11/0149.pdf>

Cortés, J. (2017). Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015). Recuperado de:<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5349794&query=gesti%25C3%25B3n%2Bde%2Bcalidad>

Cuatrecasas L., Gonzales J. (2017). Gestión integral de la calidad: Implantación, control y certificación. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books/about/Gesti%C3%B3n_integral_de_la_calidad.html?id=k449DwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Da Silva, K. (2018). ¿Por qué la calidad en el servicio al cliente es importante? Recuperado de:
<https://www.cuidatudinero.com/13075766/por-que-la-calidad-en-el-servicio-al-cliente-es-importante>

Del Águila, M. (2019). Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, ciudad de Pucallpa, año 2017 (Tesis de pregrado). Universidad Uladech Católica. Recuperado de:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9212>

Fernández, E. (2017). Cómo clasificar y segmentar a tus clientes. Recuperado de:
<https://artyco.com/como-clasificar-segmentar-clientes/>

Figuroa, E. (2017). La importancia del servicio al cliente para su empresa. Recuperado de:
<https://wellsfargoworks.com/es/planificacion-de-empresas/articulo/la-importancia-del-servicio-al-cliente-para-su-empresa>

Gestión (15 de noviembre 2016). ¿Cómo registrar una micro y pequeña empresa en el Perú? Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/empresas/registrar-micro-pequena-empresa-peru-remtype-ruc-nnda-nnlt-249799>

González, A. (2018). Los principios de calidad. Recuperado de:
<https://www.emprendepyme.net/los-principios-de-calidad.html>

Hidalgo, E. (2018). Gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Iquitos, año 2016 (Tesis de pregrado). Universidad Uladech Católica. Recuperado de:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2750>

Izquierdo, R. (2017). 7 ventajas y 7 desventajas de ser una pyme. Recuperado de:
<https://integriaims.com/ventajas-y-desventajas-de-las-pymes/>

Izquierdo, R. (2018). ¿Por qué es tan importante la atención al cliente en una empresa? Recuperado de: <https://integriaims.com/importancia-de-la-atencion-al-cliente/>

Kano, M. (2019). Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales del distrito de nuevo Chimbote, 2019 (Tesis de pregrado). Universidad Uladech Católica. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16032/ATENCION_CLIENTE_KANO_MIRANDA_MARIA_ANTONIETA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lizarzaburu, E. (2016). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/295844110_La_gestion_de_la_calidad_en_Peru_un_estudio_de_la_norma_ISO_9001_sus_beneficios_y_los_principales_cambios_en_la_version_2015

Llenque, F. (2016). LA COLUMNA DEL DÍA. Día Nacional de las Micro y Pequeñas Empresas. Recuperado de: <https://radiorsd.pe/opinion/la-columna-del-dia-dia-nacional-de-las-micro-y-pequenas-empresas>

López, P. (2016). Herramientas para la mejora de la calidad: Métodos para la mejora continua y la solución de problemas. Recuperado de: https://elibro.net/es/ereader/uladech/114213?as_all=Herramientas__para__la__mejora__de__la__calidad:_M%C3%A9todos__para__la__mejora__continua__y__la__soluci%C3%B3n_de_problemas._&as_all_op=unaccent_icontains&prev=as

Lopez, R. y Preciado, A. (2018). Gestión de la calidad y servicio al cliente en los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos, Tumbes 2018 (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Tumbes. Recuperado de: <http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/239/TESIS%20-%20LOPEZ%20Y%20PECIADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Manzoni, C. (2017). El mapa empresarial de un país donde las pymes son las grandes empleadoras. Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/economia/el-mapa-empresarial-de-un-pais-donde-las-pymes-son-las-grandes-empleadoras-nid1985790>

Martínez, O. (2018). Pymes: balance y perspectivas para 2018. Recuperado de: https://www.clarin.com/economia/pymes-balance-perspectivas-2018_0_H1Pte4p7z.html

Martino, G. (2018). Las pymes son el motor de la Argentina. Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/economia/las-pymes-son-el-motor-de-la-argentina-nid2119790>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). La evolución hotelera en el Perú. Recuperado de: <http://prensarealestate.com/evolucion-hotelera-peru/>

Muñoz, G. (2017). Análisis de la calidad del servicio del hotel perla verde de la ciudad de Esmeraldas (Tesis de postgrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado de: <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf>

Murano, C. (2019). “Gestión de calidad en argentina: la implementación de la norma iso 9001:2015”. Recuperado de: <http://ri.unsam.edu.ar/bitstream/handle/123456789/953/TFPP%20EEYN%202019%20MCH.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ochoa, V. (2018). Un 67% de clientes se aleja de un servicio por mala atención. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/67-clientes-aleja-servicio-mala-atencion-240918-noticia/?ref=gesr>

Palacios, A. (2018). Perú: situación de las micro y pequeñas empresas. Recuperado de: <https://www.expreso.com.pe/opinion/alfredo-palacios-dongo/peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas/>

Pardo, D. (2017). 7 ventajas y 7 desventajas de ser una pyme. Recuperado de: <https://integriaims.com/ventajas-y-desventajas-de-las-pymes/>

Poveda, M. (2017). Modelo conceptual y procedimientos para contribuir al éxito de la puesta en marcha de micro, pequeñas y medianas empresas ecuatorianas. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5426305&query=micro%2By%2Bpeque%25C3%25B1as%2Bempresas>

Rodríguez, D. (2019). La gestión del recurso humano en la micro y pequeña empresa. Editorial UPTC. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/131476>.

Rodríguez, E. (2018). “Calidad del servicio turístico hotelero mediante la escala de Servqual” (Tesis de pregrado). Universidad Mayor De San Andres. Recuperado de: <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/19349/TUR-530.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sánchez, J. (2016). La importancia de la comunicación en la atención al cliente. Recuperado de: <https://www.pymesyautonomos.com/marketing-y-comercial/la-importancia-de-la-comunicacion-en-la-atencion-al-cliente>

Sanchez, J. (2018) ¿Qué problema enfrentan las Pequeñas y Medianas Empresas? Recuperado de: <https://expansion.mx/opinion/2018/03/01/opinion-que-problema-enfrentan-las-pequenas-y-medianas-empresas>

Sandoval, L. (2018). Técnicas de Atención al Cliente ¡No pueden faltar! Recuperado de: <https://www.emprender-facil.com/es/tecnicas-de-atencion-al-cliente/>

Universidad ESAN. (2018) ¿Por qué implementar un sistema de gestión de calidad en tu empresa? Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/por-que-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad-en-tu-empresa/>

Villegas, M. (2019). La gestión de calidad en la atención al cliente de las mype en el sector servicio – rubro hoteles distrito de Chimbote provincia del Santa 2017. Caso del hotel Boulevard (Tesis de pregrado). Universidad Uladech Católica. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15008/GESTION_DE_CALIDAD_VILLEGAS_VILLANUEVA_MILAGROS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

World Bank (2019). Estados Unidos: política y economía. Recuperado de: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>

Zwilling, M. (2016). Cómo dar un gran servicio al cliente. Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/article/266128>

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																			
N°	Actividades	Año 2019								Año 2020								Año 2021	
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II				Semestre II	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Elaboración del Proyecto	X	X																
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación			X															
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación				X														
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación					X													
5	Mejora del marco teórico y metodológico						X	X											
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información								X	X									
7	Elaboración del consentimiento informado (*)									X									
8	Recolección de datos										X								
9	Presentación de resultados											X							
10	Análisis e interpretación de los resultados												X						
11	Redacción del informe preliminar													X					
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación														X				
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación															X			
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación																X		
15	Redacción de artículo científico																	X	

Anexo 2. Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Unidad	Precio unitario	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones.	30	0.30	9.00
• Fotocopias.	2	0.20	0.40
• Anillado.	1	2.00	2.00
• Libro.	1	20.00	20.00
• Lapicero.	1	2.00	2.00
Servicios			
• Uso de turnitin.	1	50.00	50.00
Sub total.			83.40
Gastos de viaje.			
• Pasajes para recolectar información.	4	10.00	40.00
Sub total.			123.40
Total de presupuesto desembolsable.			123.40
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Unidad	Precio unitario	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD).	4	30.00	120.00
• Búsqueda de información en base de datos.	2	35.00	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University – MOIC)	4	40.00	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional.	1	50.00	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	4	63.00	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			775.40

Anexo 3.**Cuadro de Población**

N°	Razón social	Ubicación
1	HOSTAL BOLOGNESI	AV. FRANCISCO BOLOGNESI N° 592 CASCO URBANO
2	J & L HOSPEDAJE	JR. MANUEL RUÍZ 648-652 CASCO URBANO
3	HOTEL VIERA	JR. LEONCIO PRADO N° 690 ESQUINA CON JR. MANUEL RUIZ CASCO URBANO
4	HOSTAL PLAZA	JR. ENRIQUE PALACIOS N° 313 2° Y 3° PISO CASCO URBANO
5	HOTEL BUENOS AIRES SRL	JR. MANUEL VILLAVICENCIO N°231 - CASCO URBANO
6	HOSTAL CASANOVA	JR. DIONICIO DERTEANO N°158 - PJ. BOLIVAR BAJO
7	HOTEL IGUAZU	JR. ELIAS AGUIRRE N° 648 - 650 CASCO URBANO
8	HOSTAL PAYOLK EIRL	JR. DEARTEANO N°249 - PJ. BOLIVAR BAJO
9	HOSTAL SAND'S	JR. ENRIQUE PALACIOS N° 795 P.J. BOLIVAR BAJO
10	HOSTAL AIJIN	JR. MANUEL VILLAVICENCIO N° 717 MZ. M LOTE 26 URB. BOLIVAR BAJO
11	HOTEL LUZANTY	JR. ELIAS AGUIRRE N° 127 CASCO URBANO
12	HOTEL VERTIZ SAC	AV. FRANCISCO BOLOGNESI N°305 -309 - CASCO URBANO
13	HOTEL SAN FELIPE S.R.L.	AV. JOSE PARDO 514 CASCO URBANO
14	HOTEL CANTONES	JR. MANUEL VILLAVICENCIO N° 197 CASCO URBANO
15	HOTEL IVANSINO INN	AV. JOSÉ PARDO 738, CASCO URBANO

Cuadro de Sondeo

N°	Razón social	Ubicación
1	HOSTAL BOLOGNESI	AV. FRANCISCO BOLOGNESI N° 592 CASCO URBANO
2	J & L HOSPEDAJE	JR. MANUEL RUÍZ 648-652 CASCO URBANO
3	HOTEL VIERA	JR. LEONCIO PRADO N° 690 ESQUINA CON JR. MANUEL RUIZ CASCO URBANO
4	HOSTAL PLAZA	JR. ENRIQUE PALACIOS N° 313 2° Y 3° PISO CASCO URBANO
5	HOTEL BUENOS AIRES SRL	JR. MANUEL VILLAVICENCIO N°231 - CASCO URBANO
6	HOTEL IGUAZU	JR. ELIAS AGUIRRE N° 648 - 650 CASCO URBANO
7	HOTEL LUZANTY	JR. ELIAS AGUIRRE N° 127 CASCO URBANO
8	HOTEL VERTIZ SAC	AV. FRANCISCO BOLOGNESI N°305 -309 - CASCO URBANO
9	HOTEL SAN FELIPE S.R.L.	AV. JOSE PARDO 514 CASCO URBANO
10	HOTEL IVANSINO INN	AV. JOSÉ PARDO 738, CASCO URBANO

Anexo 4. Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
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 titulado: “La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019”. Para obtener el título de Licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

CUESTIONARIO

REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. Edad

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

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Educación básica
- c) Superior no universitaria
- d) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

5. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

6. Número de Trabajadores

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

REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

7. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) Tengo poco conocimiento.
- c) No

8. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:

- a) Benchmarking
- b) Atención al cliente
- c) Empowerment
- d) La 5 s
- e) Outsourcing
- f) Otros
- g) Ninguno

9. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?

- a) Poca iniciativa
- b) Aprendizaje lento
- c) No se adapta a los cambios
- d) Desconocimiento del puesto
- e) Otros

10. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:

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

REFERENTE A LA TÉCNICA ADMINISTRATIVA: ATENCIÓN AL CLIENTE

11. ¿Conoce el termino atención al cliente?

- a) Si
- b) Tengo cierto conocimiento
- c) No

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

- a) Si
- b) A veces
- c) No

13. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?

- a) Si
- b) A veces
- c) No

14. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad

- a) Comunicación
- b) Confianza
- c) Retroalimentación
- d) Ninguno

15. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente

- a) No tiene suficiente personal.
- b) Por una mala organización de los trabajadores.
- c) Si brindan una buena atención al cliente.

16. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente.

- a) Clientes satisfechos
- b) Fidelización de los clientes
- c) Posicionamiento de la empresa
- d) Incremento en las ventas.

Anexo 5. Hoja de tabulación

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Edad de los representantes	De 18 a 30 años	I	1	10.00%
	De 31 a 50 años	IIII-III	9	90.00%
	De 51 a más	-	0	0.00%
	Total	IIII-IIII	10	100.00%
Género	Masculino	IIII-III	9	90.00%
	Femenino	I	1	10.00%
	Total	IIII-IIII	10	100.00%
Grado de institución	Sin instrucción	-	0	0.00%
	Primaria	-	0	0.00%
	Secundaria	II	2	20.00%
	Superior no universitario	III	3	30.00%
	Superior universitario	IIII	5	50.00%
	Total	IIII-IIII	10	100.00%
Cargo de desempeño	Dueño	IIII-III	8	80.00%
	Administrador	II	2	20.00%
	Total	IIII-IIII	10	100.00%

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Tiempo de permanencia de la empresa	De 0 a 3 años	-	0	0.00%
	De 4 a 6 años	IIII-III	8	80.00%
	De 7 a más años	II	2	20.00%
	Total	IIII-III	10	100.00%
Número de trabajadores	De 1 a 5 trabajadores	III	4	40.00%
	De 6 a 10 trabajadores	IIII-I	6	60.00%
	De 11 a más trabajadores	-	0	0.00%
	Total	IIII-III	10	100.00%

Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conocimiento del término gestión de calidad	Si	III	3	30.00%
	Tiene poco conocimiento	III	4	40.00%
	No	III	3	30.00%
	Total	IIII-III	10	100.00%
Técnicas modernas de la gestión de calidad	Benchmarking	-	0	0.00%
	Atención al cliente	III	4	40.00%
	Empowerment	I	1	10.00%
	Las 5 S	III	3	30.00%
	Outsourcing	-	0	0.00%
	Otros	II	2	20.00%
	Total	IIII-III	10	100.00%
Dificultad para la implementación de la Gestión de Calidad	Poca iniciativa	III	4	40.00%
	Aprendizaje lento	I	1	10.00%
	No se adapta a cambios	III	3	30.00%
	Desconocimiento	II	2	20.00%
	Otros	-	0	0.00%
	Total	IIII-III-II	10	100.00%
Técnicas de medición de rendimiento	La observación	IIII-I	6	60.00%
	La evaluación	II	2	20.00%
	Escala de puntuaciones	-	0	0.00%
	Evaluación de 360°	-	0	0.00%
	Otros	II	2	20.00%
	Total	IIII-III	10	100.00%
	Si	IIII-I	6	60.00%

Conocimiento del término atención al cliente	Tiene cierto conocimiento	III	4	0.00%
	No	-	0	0.00%
	Total	IIII-IIII	10	100.00%
Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda	Si	III	3	30.00%
	A veces	II	2	20.00%
	No	IIII	5	50.00%
	Total	IIII-IIII	10	100.00%
La atención al cliente es fundamental en su negocio	Si	IIII-III	9	90.00%
	A veces	I	1	10.00%
	No	-	0	0.00%
	Total	IIII-IIII	10	100.00%
Herramienta para un servicio de calidad	Comunicación	II	2	20.00%
	Confianza	I	1	10.00%
	Retroalimentación	III	3	30.00%
	Ninguno	IIII	4	40.00%
	Total	IIII-IIII	10	100.00%
Las causas de una mala atención al cliente	No tiene suficiente personal	I	1	10.00%
	Por una mala organización de los trabajadores	IIII	5	50.00%
	Si brinda una buena atención al cliente	III	4	40.00%
	Total	IIII-IIII	10	100.00%
Resultados que se obtienen de una buena atención al cliente	Cliente satisfecho	IIII	5	50.00%
	Fidelización de los clientes	II	2	20.00%
	Posicionamiento	-	0	0.00%
	Incremento en las ventas	III	3	30.00%
	Total	IIII-IIII	10	100.00%

Anexo 6. Figuras

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019

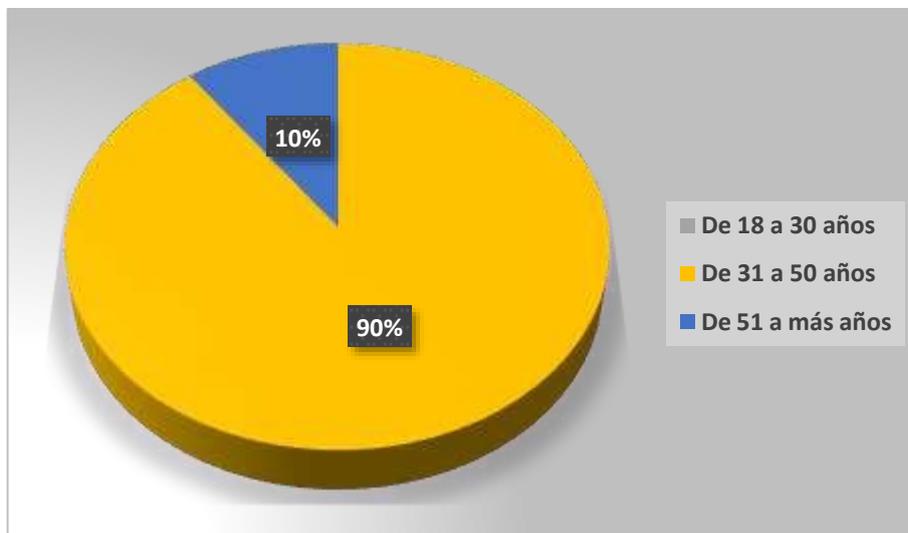


Figura 1. Edad de los representantes

Fuente. Tabla 1

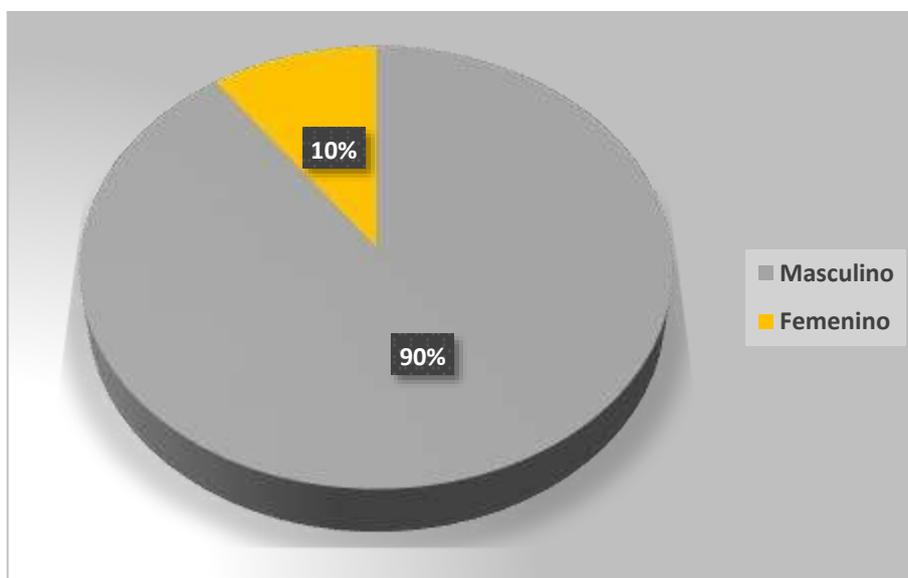


Figura 2. Género de los representantes

Fuente. Tabla 1

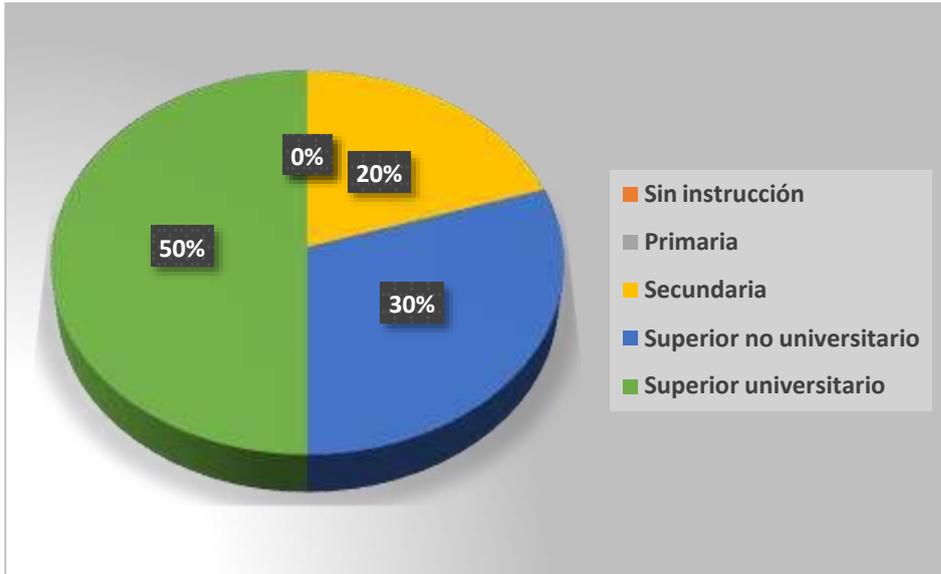


Figura 3. Grado de instrucción de los representantes
Fuente. Tabla 1

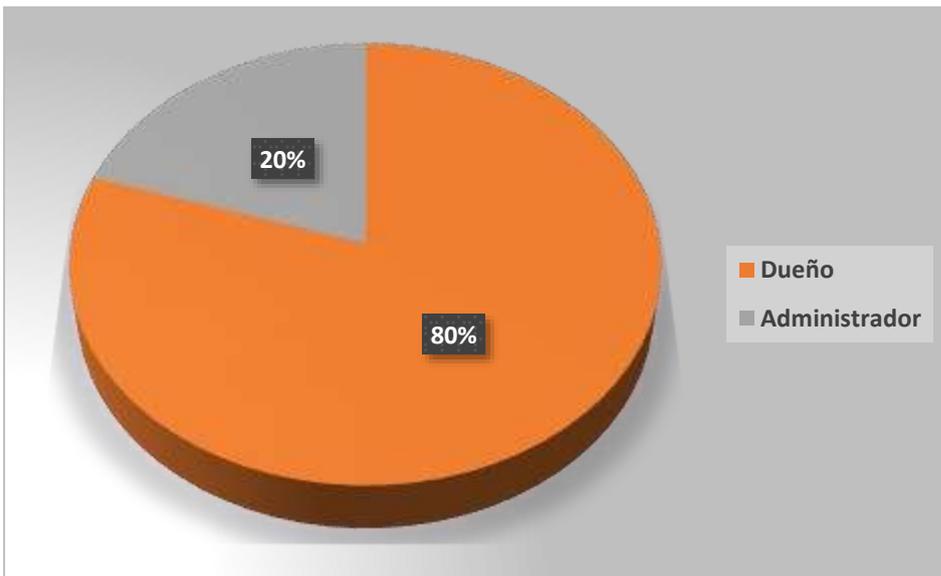


Figura 4. Cargo que desempeñan los representantes
Fuente. Tabla 1

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019

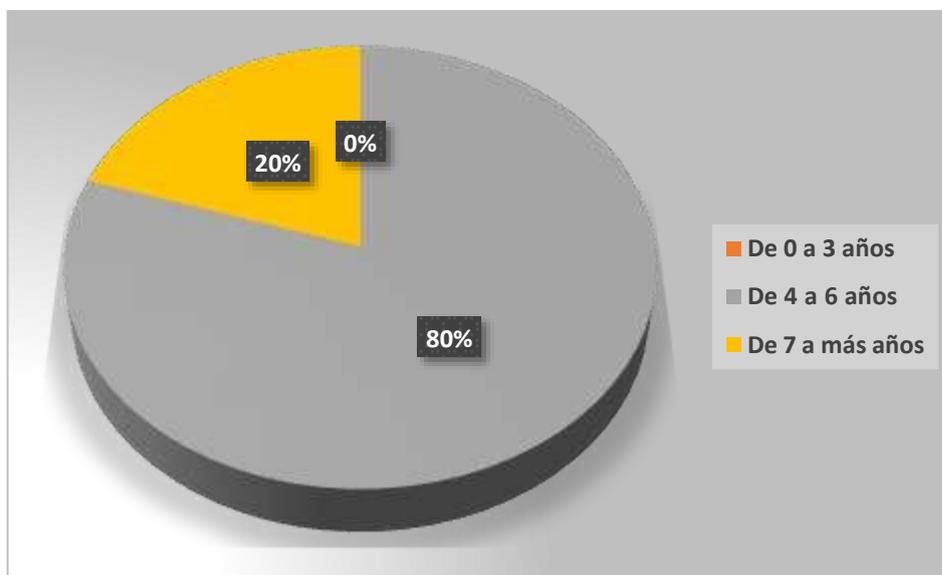


Figura 5. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

Fuente. Tabla 2

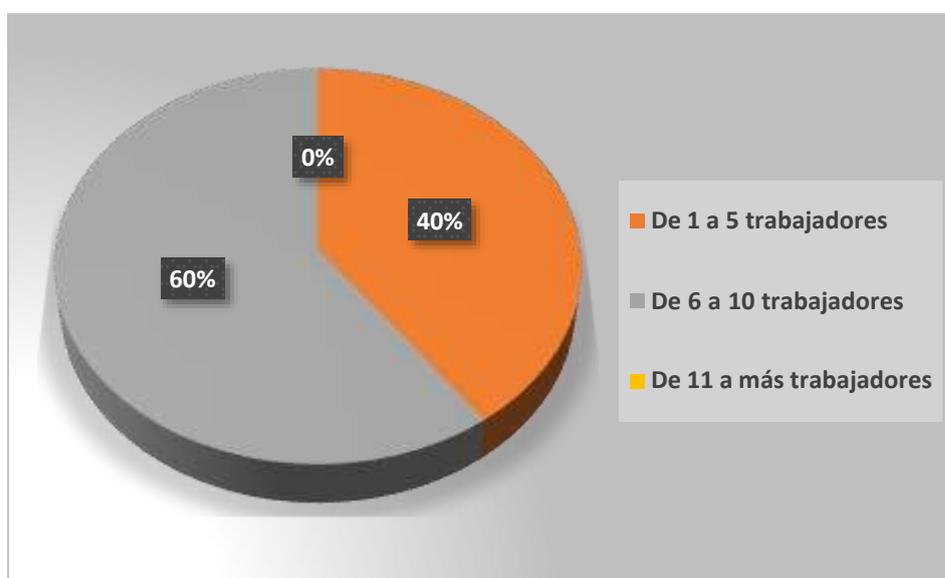


Figura 6. Número de trabajadores en las micro y pequeñas empresas

Fuente. Tabla 2

Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019

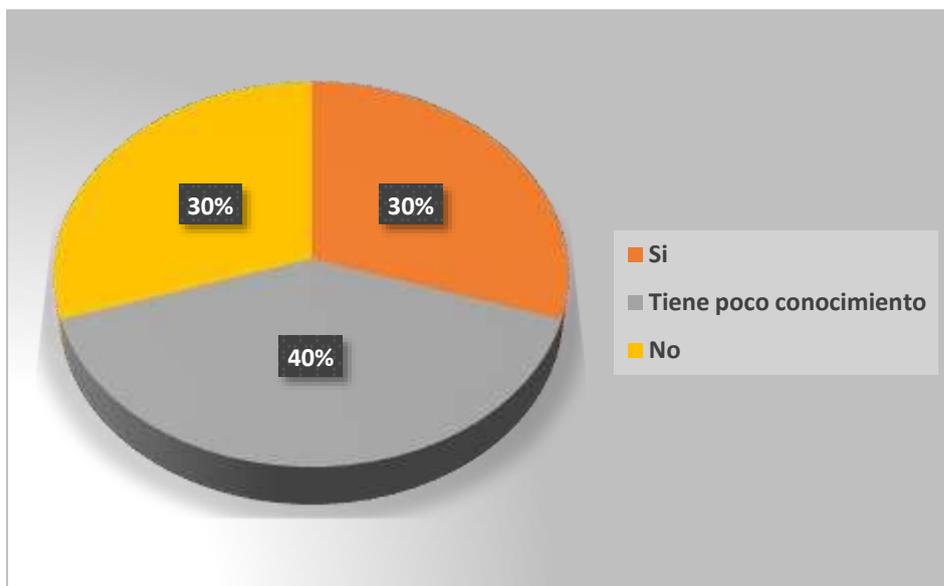


Figura 7. Conocimiento del término de gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

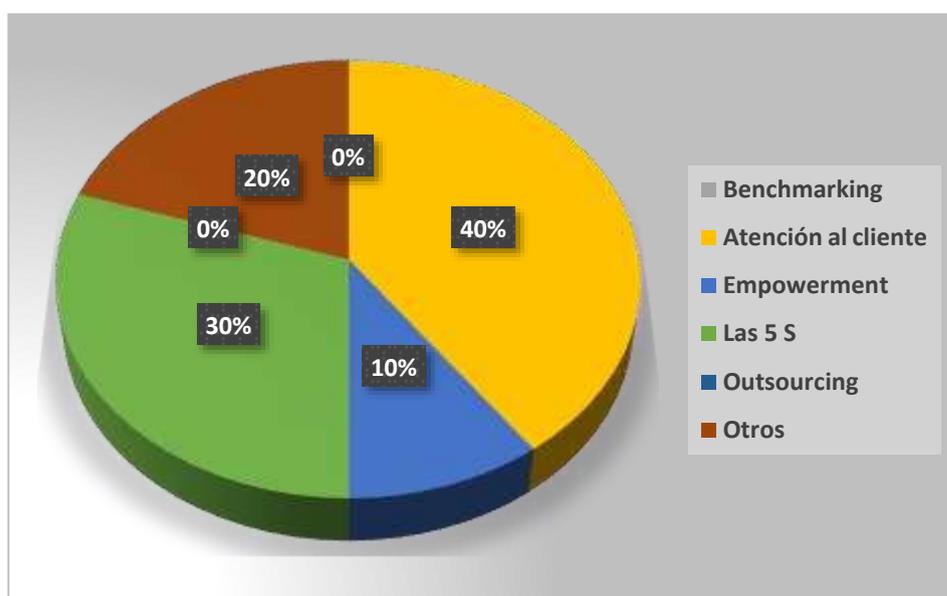


Figura 8. Conocimiento de las técnicas de la gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

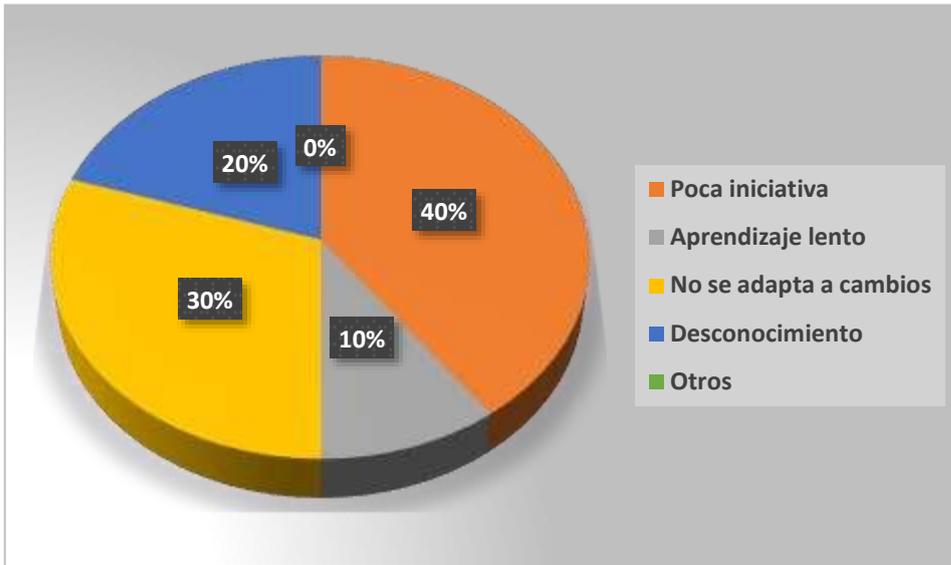


Figura 9. Dificultades para la implementación de la gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

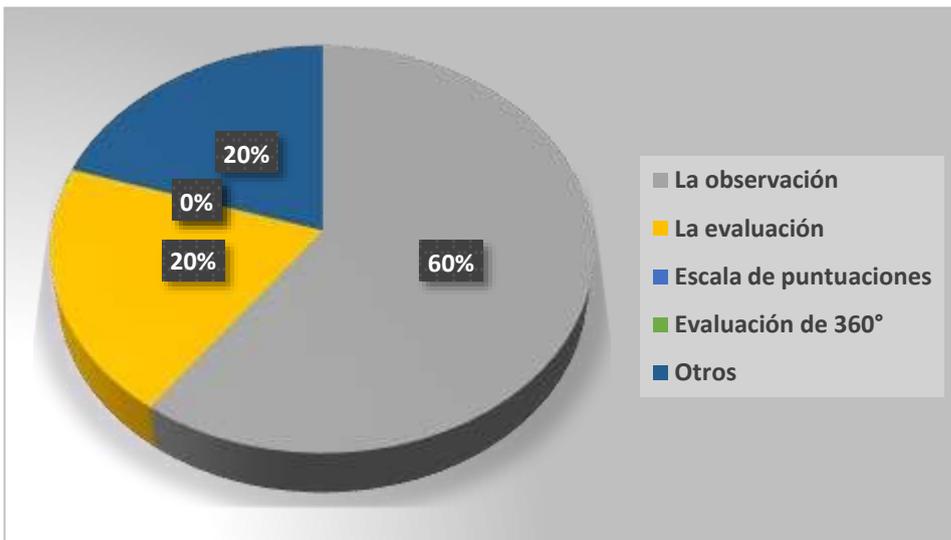


Figura 10. Técnicas para medir el rendimiento del personal
Fuente. Tabla 3

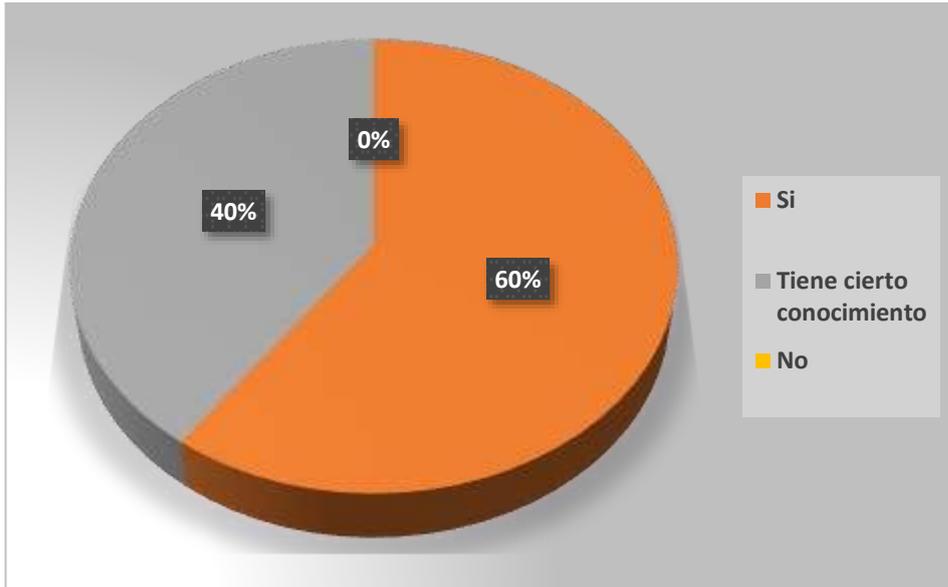


Figura 11. Conocimiento del término atención al cliente
Fuente. Tabla 3

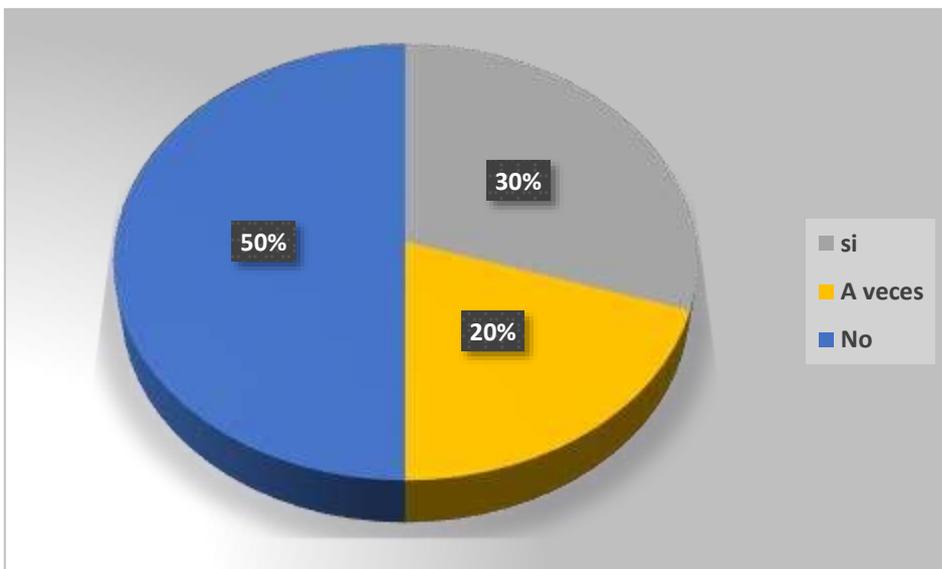


Figura 12. Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda
Fuente. Tabla 3

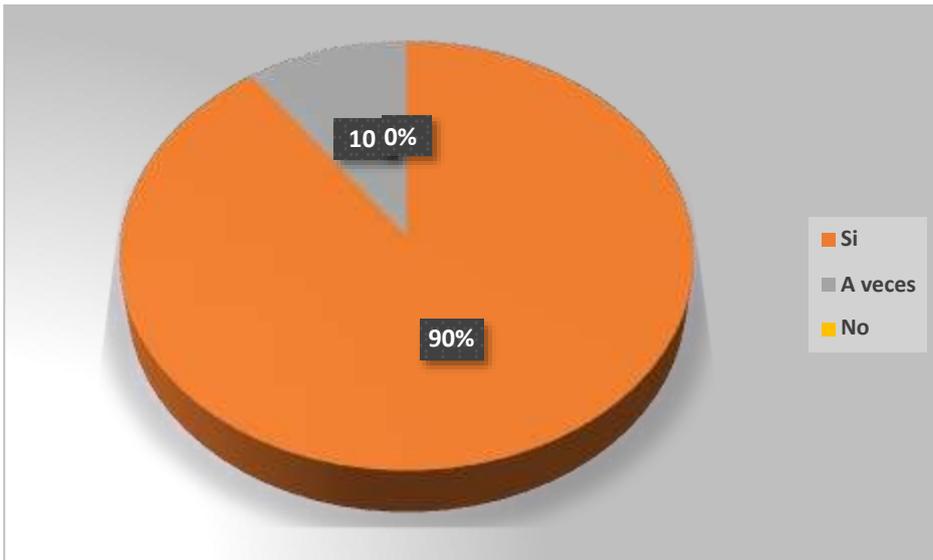


Figura 13. La atención al cliente es fundamental en su negocio
Fuente. Tabla 3

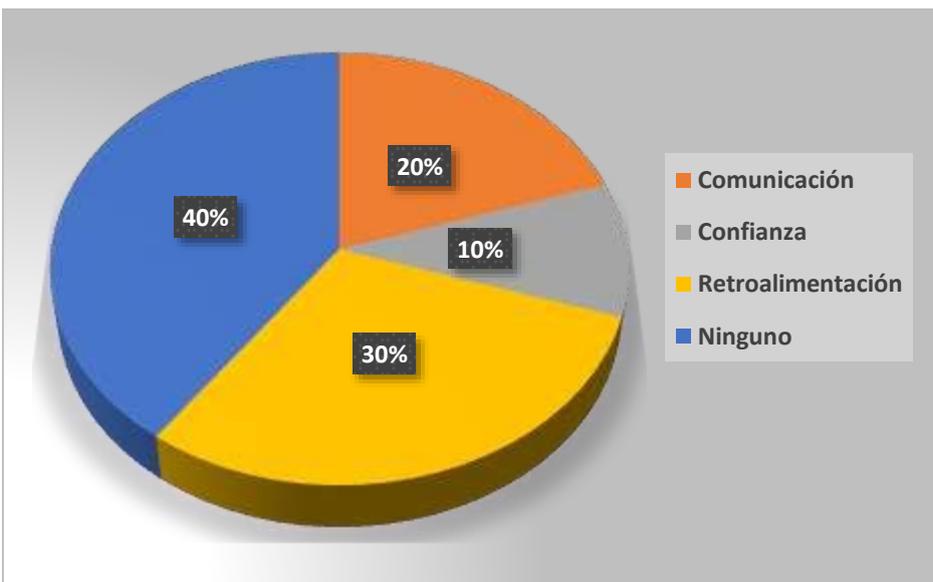


Figura 14. Herramientas que aplica para mejorar el servicio de calidad
Fuente. Tabla 3

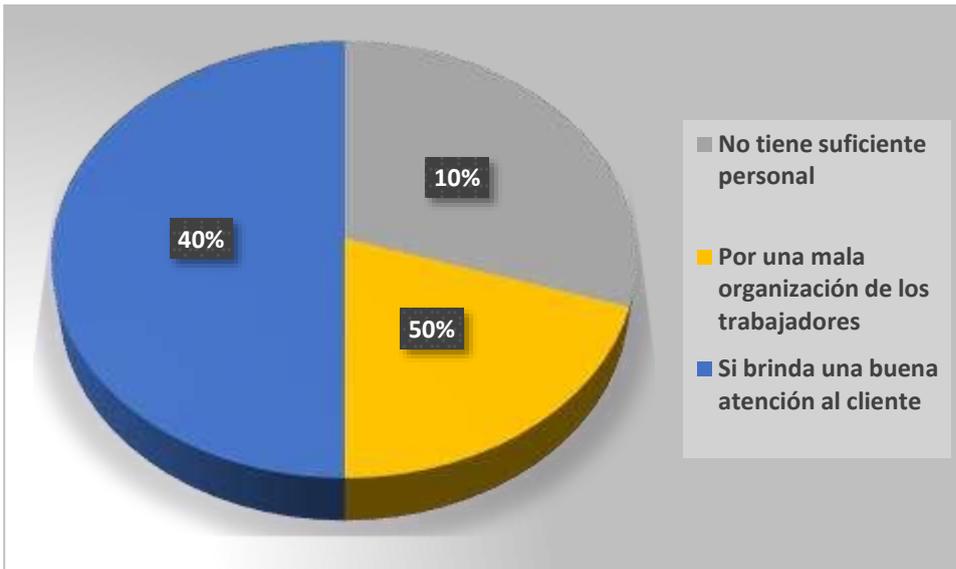


Figura 15. Las causas de una mala atención al cliente
Fuente. Tabla 3

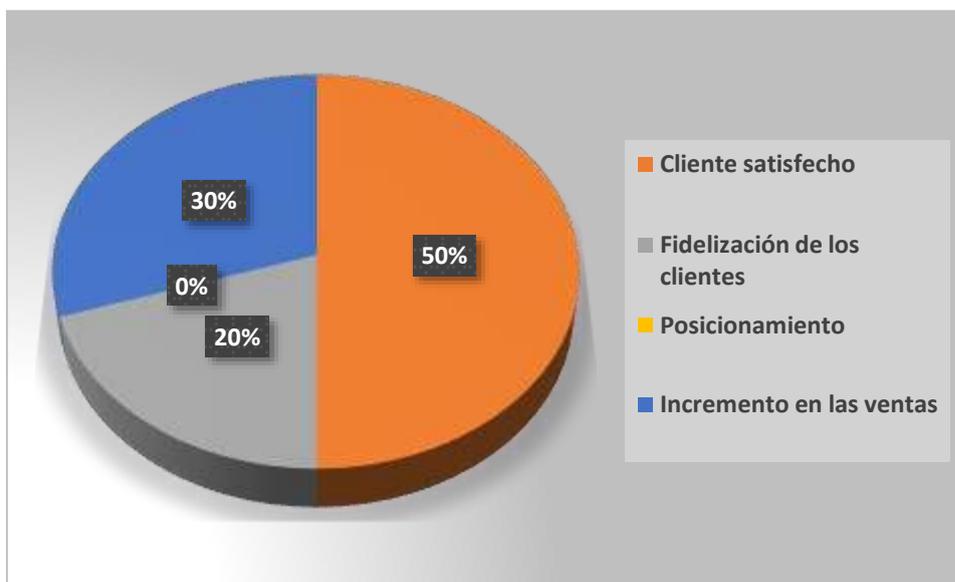


Figura 16. Resultados que se obtienen de una buena atención al cliente
Fuente. Tabla 3

Anexo 7. Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO HOTELERÍA EN LA ZONA CENTRICA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2019

Sr. Blas Moreno Arturo Horacio / Hotel Iguazu

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar la incidencia **La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019**

Participación

Para ello, se está pidiendo su participación en el estudio, si usted acepta, quiere decir que el investigador le ha indicado a usted de forma verbal, así como escrita lo siguiente: los pasos a seguir, riesgos, beneficios, confidencialidad y preguntas resueltas.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es investigar acerca de **La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019**

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si utiliza o no **La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019**

Riesgos, incomodidades y costos de su participación

Con respecto a los riesgos, estos ya han sido estudiados y su empresa no pasará por riesgos identificados, por lo que se ha planteado que usted ni su empresa no tendrá mayor riesgo que la población general. El estudio no tendrá costo para usted. En todo momento se evaluará si usted se encuentra en posición de poder hacer uso de la palabra, su negativa a no participar en el estudio, será respetada.

Beneficios

Se ha planteado en los participantes, recomendaciones sobre **La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas**

empresas del sector servicio, rubro hotelería en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2019

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial, los nombres y apellidos de cada participante quedará a custodia del investigador, por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Problemas o preguntas

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de Chimbote, Perú estudiante: García Castro Luis Arián al celular 961 541 764 si tienes dudas acerca de tus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la Escuela profesional de Administración, Telf.: 350190, E-mail: escuela_administracion@uladech.edu.pe

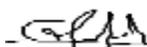
Consentimiento / Participación voluntaria

Por lo expuesto comprendo que seré parte de un estudio de investigación. Sé que mis respuestas a las preguntas serán utilizadas para fines de investigación y no se me identificará. También se me informó que, si participo o no, mi negativa a responder no afectará negativamente a la empresa. Comprendo que el resultado de la investigación será presentado a la comunidad científica para su mejor comprensión.

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con esto no renuncio a mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

García Castro, Luis Arian



Nombre del investigador

Dr. Reinerio Z. Centurión Medina
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD. 02106



Nombre del docente tutor

Firma del docente tutor

14-07-2019

Fecha

7.00 p.m

Hora

Blas Moreno Arturo Horacio



Nombre del participante

Firma del participante

15-07-2019

Fecha

4:00 p.m

Hora

TALCOCUR-2021-01 -A -GCastroA-Informe-Turnitin

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo