



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS
Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE EN
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR-SERVICIO, RUBRO
POLLERÍAS, UBICADAS EN LA AVENIDA PACÍFICO DEL
DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, PROVINCIA DEL
SANTA, AÑO 2017. CASO “GRANJA LINDA”

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTORA:

KENIA MERCEDES DELGADO POMA

ASESOR:

MGTR. CARLOS ENALDO REBAZA ALFARO

CHIMBOTE- PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR

Dr. José Germán Salinas Gamboa

Presidente

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vázquez

Miembro

Mgtr. Yuly Yolanda Murillo Campos

Miembro

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto, brindándome la fortaleza necesaria para mantenerme firme durante todo mi camino, superando vicisitudes a lo largo de toda mi experiencia académica.

De manera especial, agradecer al Mgtr. Rebaza Alfaro Carlos Enaldo, asesor de mi tesis, por su gran apoyo y motivación, así también sus conocimientos, orientaciones y consejos, no solo como maestro sino como amigo, que han permitido que logre culminar este trabajo de investigación.

A mis padres, los seres que son mi inspiración y motivo de lucha diaria, por quienes he logrado concluir con éxito y perseverancia este proyecto que en un principio parecía inalcanzable.

DEDICATORIA

Dedico en primer lugar mi trabajo a Dios, por haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

De igual manera a mis padres, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, por haberme brindado su apoyo en todo momento, junto a sus consejos, valores y constante motivación que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por ser ejemplo de perseverancia y por su infinito amor.

Mis hermanas, por estar conmigo y apoyarme siempre en cada meta que me proponga, por siempre ser las primeras en brindarme su cariño y apoyo constantemente, las quiero mucho.

A mi maestros, Mgtr. Carlos Rebaza por su constante motivación y apoyo para que esta investigación se pueda realizar y la culminación de nuestros estudios profesionales, al Mgtr. Miguel Limo por su tiempo compartido y por impulsar el desarrollo de nuestra formación profesional.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector- servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “Granja linda”. Y tuvo como objetivos específicos: Determinar las características de los representantes. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas. Realizar un análisis comparativo de las características de la gestión de calidad con la pollería “Granja Linda”. Enunciado del problema: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “Granja Linda”? Donde se desarrolló la metodología de diseño descriptivo, no experimental, transversal. Así mismo, se obtuvo una muestra de 14 Mype, de una población de 14, dónde se aplicó un cuestionario de 23 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose como resultados: El 57% de los encuestados tienen de 18 a 30 años edad y son de sexo masculino. El 79% de las pollerías tienen de 3 a 6 años en el rubro, dónde el 71% no cuenta con un local comercial. Asimismo, se llegó a las siguientes conclusiones: La totalidad de las pollerías (100%) coinciden con el caso “Granja Linda” todos sus clientes se sienten identificados especialmente la calidad del servicio en atención al cliente; dónde la mayoría (86%) de las pollerías planifican sus actividades.

PALABRAS CLAVES: Atención, calidad, gestión, Mype.

ABSTRAC

The general objective of this research was to: Determine the characteristics of quality management under the focus on customer service in the micro and small companies of the service sector, poultry industry of the district of Nuevo Chimbote, province of Santa, year 2017. Case " Cute farm ". And had as specific objectives: Determine the characteristics of the representatives. Determine the characteristics of micro and small businesses. Carry out a comparative analysis of the characteristics of quality management with the poultry farm "Granja Linda". Statement of the problem: What are the main characteristics of quality management under the focus of customer service in micro and small companies in the service sector, poultry farms in the district of Nuevo Chimbote, province of Santa, year 2017. Case "Farm Cute"? Where the methodology of descriptive, non-experimental, transversal design was developed. Likewise, a sample of 14 Mype was obtained, from a population of 14, where a questionnaire of 23 questions was applied, using the survey technique, obtaining as results: 57% of the respondents are between 18 and 30 years of age and they are male. 79% of the pollerias have 3 to 6 years in the category, where 71% do not have a commercial establishment. Likewise, the following conclusions were reached: The totality of the poultry farms (100%) coincide with the "Granja Linda" case; all of their customers feel that they have identified the quality of the service in customer service; where the majority (86%) of the pollerias plan their activities.

KEY WORDS: Attention, quality, management, Mype.

Contenido

1. Título de la tesis.....	i
2. Hoja de jurado evaluador.....	ii
3. Agradecimiento.....	iii
4. Dedicatoria.....	iv
5. Resumen.....	v
6. Abstract.....	vi
7. Contenido.....	vii
8. Índice de tablas y figuras.....	viii
I.INTRODUCCION	1
II. REVISION DE LITERATURA	5
2.1 Antecedentes.....	16
2.2 Bases Teoricas.....	22
2.3Marcoconceptual.....	28
III HIPOTESIS	30
IV. METODOLOGIA	31
4.1.-Diseño de la Organización:.....	32
4.2.-Poblacion y muestra:.....	33
4.3 Definicion y operacionalización de las variables.....	36
4.4 Técnicas e instrumentos de recoleccion de datos.....	36
4.5 Plan de análisis.....	37
4.6 Matriz de Consistencia.....	37
4.7 Principios éticos.....	39
V. RESULTADOS	40
5.1 Resultados.....	40
5.2 Análisis de los resultados.....	44
VI. CONCLUSIONES	56
Referencias bibliograficas.....	57
Anexos.....	60

INDICE DE FIGURAS, TABLAS Y CUADROS

TABLAS:

TABLA 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector- servicio, rubro pollerías, ubicada en la Avenida Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso Granja linda.....29

TABLA 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector- servicio, rubro pollerías, ubicada en la Avenida Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso Granja linda.....30

TABLA 3. Características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las las micro y pequeñas empresas del sector- servicio, rubro pollerías, ubicada en la Avenida Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso Granja linda.....31

FIGURAS:

Figura 1. Edad del encuestado.....	47
Figura 2. Género del encuestado.....	47
Figura 3. Grado de instrucción.....	47
Figura 4. Cargo que desempeña.....	48
Figura 5. Años de permanencia de la empresa en el mercado.....	48
Figura 6. Empresas que cuentan con misión y visión.....	48
Figura 7. Finalidad de creación de la empresa.....	49
Figura 8. Empresas que cuentan con otros locales comerciales.....	49
Figura 9. La empresa conoce la gestión de calidad.....	49
Figura 10. Realiza una gestión de calidad.....	49
Figura 11. Actividades para realizar una gestión de calidad.....	50
Figura 12. Considera el servicio que brinda.....	50
Figura 13. Considera que lo clientes se sienten identificados.....	50
Figura 14. La empresa ha implementado el libro de reclamaciones.....	51
Figura 15. La empresa recepciona reclamos.....	51
Figura 16. Soluciona las quejas presentadas en el libro de reclamaciones.....	51
Figura 17. Tiempo que la empresa capacita a su personal.....	52
Figura 18. La empresa califica el desarrollo de su personal.....	52
Figura 19. Herramienta para medir el nivel de satisfacción.....	52
Figura 20. Canales de comunicación para relacionarse con los clientes.....	52
Figura 21. Se cuenta con procesos establecidos en atención al cliente.....	53
Figura 22. Nivel de satisfacción de los clientes con respecto al servicio.....	53
Figura 23. Nivel de satisfacción a la exigencia de los clientes.....	53

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación relacionado con el conocimiento de las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas tiene como objetivo servir como instrumento de información y orientación a los empresarios hoy en día.

Actualmente las micro y pequeñas empresas se han convertido en un fenómeno económico y principal centro de atención de las economías de todos los países del mundo, principalmente de los países en vías de desarrollo, debido a que a lo largo de las últimas décadas, el país ha sido testigo de un crecimiento acelerado del número de Micro y pequeñas empresas conducidas por un nuevo tipo de “empresarios emergentes”. Este segmento de empresas, concentran casi la totalidad del empleo reciente.

Según Galdón (2014) indica que en España, las Pequeñas y medianas empresas representan más del 90% del tejido empresarial y son las principales generadoras de empleo, ya que afrontan retos importantes. Donde la recuperación económica está en sus manos.

Roura (2017) menciona que en Argentina, las Pequeñas y medianas empresas, son la base del entramado productivo, generando un impacto positivo que excede el beneficio que recibe el propio empresario; porque se difunde por toda la sociedad. Además generar riqueza son importantes generadoras de mano de obra y; por lo tanto, de arraigo local, permiten una distribución geográfica más equilibrada de la producción y del uso de recursos y de la riqueza que generan, tienen una flexibilidad que les permite adaptarse a los cambios tecnológicos y económicos y en muchos casos detectar

nuevos procesos, productos y mercados. Sobre todo poseen una capacidad dinámica y una gran potencialidad de crecimiento.

Delgado (2007) indica que en México, la capacitación no se ha considerado tradicionalmente como un factor de desarrollo que permita a las empresas dentro de su plan estratégico lograr mejores beneficios y posicionamiento en los mercados. El objetivo del trabajo que se propone es demostrar la importancia del diseño e implementación de programas de capacitación para las Mypes. Se concluye que las Pequeñas y medianas empresas en México están ante la disyuntiva de invertir en la capacitación de capital humano o perder los espacios y oportunidades de mercados locales o extranjeros.

Pacheco (2005) sostiene que en Ecuador, la baja competitividad puede estar dada por la crisis de identidad de las empresas que convive con un problema de cultura, comunicación, toma de decisiones y acciones. La empresa, sobre todo las Mypes, deben basarse en una estrategia global que interactúe y se retroalimente de estrategias internas, entre una de esas estrategias debería estar la marca como generadora de valor, según se manifiesta.

Las Mypes en Latinoamérica representan 97,56% del total de empresas y frente a esto, sus Estados, buscan mejorar su competitividad y gestión, promoviendo leyes favorables, para su capacitación y acceso a tecnología. Fernández (2009).

Es importante conocer que el sistema económico en el Distrito de Chimbote, Provincia del Santa, se basa en sus actividades de la Pesca y el Acero, donde actualmente debido a la escases de los recursos hidrobiológicos y el desempleo, ha permitido el surgimiento de otras actividades económicas realizadas por

emprendedores que han generado su propia fuente laboral, conformando pequeñas unidades de producción, servicio y comercio denominadas Mypes, el cuál al poco tiempo de formarse, desaparecen, generando pérdidas para sus propietarios y dejando sin empleo a muchas personas, éstas requieren un tratamiento especial para su supervivencia es decir gestionarlas adecuadamente aplicando la atención al cliente como técnica moderna de gestión, beneficiando a estas Mypes para su permanencia e adecuado crecimiento y desarrollo.

En el distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, existen un gran número de Mype en los diferentes sectores servicios, comercio o producción, el cual algunos desaparecen en corto tiempo de su creación y otros permanecen en el tiempo y se desarrollan en el mercado desconociéndose si este fenómeno es como consecuencia de una gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente, como técnica moderna administrativa en sus diversas actividades empresariales, por lo que se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “Granja Linda”?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general:

Determinar las características de gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “Granja linda”.
Obteniéndose así los siguientes objetivos específicos:

Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “Granja linda”. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “Granja linda”. Realizar un análisis comparativo de las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente del sector-servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “Granja linda”.

Es por ello que la siguiente investigación se justifica por los siguientes puntos:

Esta investigación se justifica por permitir dar a conocer las características de los representantes de las Mypes.

Dónde, permitirá determinar las características de las Micro y pequeñas empresas, para así poder dar a conocer las características de la Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención cliente, Sector Servicio- Rubro pollerías, ubicadas en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

También se justifica, porque nos permitirá mejorar la atención al cliente, a mejorar el servicio, siendo eficientes y eficaces, donde ayudará a tomar mejores decisiones y a la vez permitirá obtener aspectos teóricos de calidad en la atención al cliente, dónde se aplicará a las Micro y pequeñas empresas para su desarrollo, crecimiento y perseverancia.

Por otro lado, se justifica también ya permitirá dar conocer la importancia y su nivel exploratorio de las principales características de las micro y pequeñas empresas que aplican la gestión de calidad en el ámbito de estudio, el cual permanecerán en el

mercado generando ingresos, puestos de trabajo y su vez será fuente beneficiadora en la sociedad, ya que permitirá a los gerentes aplicar gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas para ser competitivos y d éxito en el mercado.

También se justifica porque brindará beneficios a la comunidad empresarial y a los emprendedores proporcionándoles conocimientos sobre los diversos beneficios de una gestión de calidad usando la atención al cliente, como una técnica moderna administrativa para lograr la fidelización de los clientes, por lo tanto su permanencia y preferencia en el mercado.

Finalmente se justifica, porque esta investigación servirá de base para futuras investigaciones sobre la aplicación de una gestión de calidad. Para la presente investigación, se usó la siguiente metodología: Así mismo, se usó la técnica el instrumento del cuestionario y se empleó la técnica de la encuesta a una muestra conformada por 14 Mype, del sector servicio, rubro pollerías.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes.

Cruz (2016) en su tesis: “Caracterización del financiamiento y la capacitación de las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes de la Av. rosa toro (cuadra 3-9) en el distrito del San Luis, provincia y departamento de Lima, periodo 2014-2015”. Tuvo el siguiente problema. ¿Cuáles son las principales características del financiamiento y la capacitación de las MYPES del Sector Servicio; rubro restaurantes de la Av. Rosa Toro (Cuadras 3-9), en el distrito de San Luis, Provincia y Departamento de Lima, periodo 2014-2015?, dónde

se planteó el siguiente objetivo general: Describir las principales características del financiamiento y capacitación de las MYPES del Sector Servicio; rubro restaurantes de la Av. Rosa Toro (Cuadras 3-9), en el distrito de San Luis, Provincia y Departamento de Lima, periodo 2014-2015.

Y como objetivos específicos: Determinar el perfil del emprendedor de las MYPES del área de estudio. Determinar las características de las MYPES del área de estudio. Describir las características del financiamiento de las MYPES del Sector Servicio; rubro restaurantes en el distrito de San Luis, Provincia y Departamento de Lima, periodo 2014-2015; y Describir las características de la capacitación de las MYPES del área de estudio. Se obtienen los siguientes resultados; De acuerdo a los datos registrados, se tiene que el 85.71% del personal está capacitado, mientras que el 14.29% del personal no están capacitados. En cuanto al tipo de capacitación, el 100% de las MYPES capacita al personal en atención al cliente, el 100% en BPM y el 33.33% en gestión empresarial. De acuerdo a los resultados obtenidos, registrado por Gómez (2014), son parecidos pues indica que el 45% de los encuestados tienen educación superior universitaria completa, el 33% superior no universitaria completa. En el momento de la encuesta se encontró que el 61.90% era administrador del restaurante. Esta respuesta nos muestra que los restaurantes de esta zona han ido evolucionando y creciendo en el tiempo, pues sus propietarios tal vez se encuentren realizando otras inversiones o supervisando sus propias empresas, pues es necesario mencionar que el rubro de restaurantes es un negocio muy lucrativo. Esta respuesta coincide con la obtenida por

Heredia y Quintero (2014), quien también 57 registra que en cuanto a los encuestados el 64% tenía cargo de administrador y el 34% era dueño.

Barreta y Méndez (2003) en su tesis “Diagnóstico organizacional de la gasolinera “la recta” para realizar la propuesta de implementación de un sistema de gestión de la calidad basado en la norma ISO 9001:2000”. Tuvo como objetivo una propuesta para la implementación de un sistema de gestión de la calidad basado en la norma ISO 9001 edición 2000 aplicado para una gasolinera del grupo angeló polis. El tipo de investigación fue exploratoria y descriptiva, con una muestra enfocada en las áreas administrativas y operativas de la empresa antes mencionada el cual se encuentra ubicado en la ciudad de Cholula – Puebla – México. En su resultado más resaltante menciona que la organización cuenta con un sistema de gestión de la calidad a nivel administrativo, pero no se maneja como un sistema sino como una manera de hacer las cosas, como algo intrínseco al servicio que se debe prestar. No están bien definidos los puntos, existen claro está, pero como un todo. Sería necesario detallarlos para su mejor comprensión y así evitar falta de congruencia dentro de la empresa. A nivel operativo, los procesos, criterios, métodos y medición de procesos están bien identificados y claros. Donde se concluye que la empresa no cuenta con un presupuesto para llevar a cabo sus objetivos y políticas de calidad, pero este no se maneja bajo un esquema definido, no hay un rubro que trate por separado los recursos económicos destinados a las tareas de calidad, sino que estos se tratan como un gasto corriente. Y recomienda que se identifiquen los recursos para poder ser comparado el desempeño de la calidad con relación a su presupuesto. Esto

ayudará a la dirección a diferenciar entre lo que son gastos y lo que se puede ver como una inversión.

Beltrán (2014) en su tesis: Caracterización de la Capacitación y la Gestión de Calidad de las Mypes del sector Industria, Rubro Panaderías del Distrito de Chimbote, 2014". Obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los representantes: El 50,0% de los encuestados en las Mypes de panaderías son adultos, el 62,5% es de sexo masculino y el 37,5% de los propietarios tiene grado de instrucción secundario. Respecto a la Mypes: el 56,3% de las Mypes trabajan informalmente, a la vez que el 50,0% de Mypes encuestadas tienen entre 0 a 5 años en el rubro. Respecto a la gestión de la calidad: El 56,3% de las Mypes panaderas encuestadas señaló que no implementan sistemas o técnicas para mejorar la rentabilidad de sus productos o servicios, de las Mypes que implementaron sistemas o técnicas en gestión de calidad el 56,3% manifestó que utilizaron la técnica de la mejora continua, Asimismo el 87,5% de las Mypes encuestadas consideró importante utilizar hoy en día sistemas o técnicas de calidad en las empresas. Llegando a la conclusión de que la mayoría de los representantes de las Mypes son adultos, las panaderías en su mayoría son informales y considera que la capacitación es una inversión, y para ser 10 competitivos en el mercado es necesario implementar constantemente técnicas que nos permitan desarrollarnos empresarialmente y lograr que el cliente se identifique con la empresa.

Rubio (2014) en su tesis: “Caracterización del Financiamiento y la Gestión de Calidad en las Mype’s Del Sector - Comercio Rubro - Venta de Productos Agropecuarios, Equipos e Insumos del Distrito de Chimbote, Año 2011”. Obtuvo los siguientes resultados: Respecto a los microempresarios y las Mypes: el 44% representa entre los 41 y 55 años y el 56% de las microempresas viene desarrollando esta actividad en el mismo rubro más de 5 años, Respecto a la Gestión de Calidad, el 89% de estos microempresarios viene aplicando diferentes estrategias de gestión de calidad en sus empresas y el 89% reconoció que aplica los procesos administrativos como estrategia de gestión de calidad. Llegando a la conclusión que sus representantes legales son hombres, adultos jóvenes y estas microempresas tienen más de 5 años en el rubro, además aplican diferentes estrategias de gestión de calidad en sus empresas, aplican los procesos administrativos como estrategia de gestión de calidad.

Martínez (2014) en su tesis: “Gestión de calidad y formalización de las MYPE del sector comunicaciones rubro transporte de pasajeros de la ciudad Piura, año 2013”. Obtuvo como resultados que el 64% de los empresarios conocen de las facilidades que existen para formalizarse, y 60% opina que la formalización mejora la productividad y calidad del servicio al estar correctamente formalizados. También se pudo conocer que el 75% de los empresarios utiliza mediciones de desempeño de los procesos de calidad, se encontró que el nivel de liderazgo con 75% por parte de los empresarios es muy loable para éxito empresarial. Hay que resaltar según los resultados que los empresarios del rubro transportes muy poco les interesa las capacitaciones y de dar un buen servicio al cliente. Finalmente, las conclusiones son: la mayoría de las Mypes

encuestadas no tienen un manejo adecuado de la gestión de calidad y un tercio de las mismas tienen conocimiento de la formalización.

Guzmán (2014) en su tesis: “Caracterización Gestión de Calidad y Formalización de las Mype, rubro Librerías (Ciudad Piura) Año 2013”. Como resultados encontró que el 65% de los empresarios conocen de las facilidades que existen para formalizarse y el 71% opina que la formalización mejora la productividad y calidad del servicio al estar correctamente formalizados. Según los resultados el 54,3 % de los empresarios del rubro librerías muy poco les interesa las capacitaciones y dar un buen servicio al cliente, además el 58.7% utiliza métodos para evaluar la mejora de los procesos de gestión de calidad. Una de las principales razones por las que la MYPE no se formaliza es por procedimientos largos y complicados, generándoles altos costos por el tiempo que tienen que invertir para la formalización, concluyendo que se debe mejorar los factores de gestión de calidad de las Librerías, a pesar que se tiene conocimientos que la formalización vincula positivamente la competitividad y la rentabilidad. La mayoría de los microempresarios encuestados coincidieron en que la gestión de calidad del rubro librerías si les genera beneficio.

Espinoza (2014) en su Tesis: “Caracterización de Formalización y Gestión de Calidad de las Mypes comerciales rubro calzado (Piura) año 2013. Obtuvo los siguientes resultados: el 73.33% de los empresarios creen que la formalización mejora la productividad, el 96.67% de empresarios considera que el rubro calzado está en constante crecimiento en el mercado y el 83.34%

de los entrevistados manifestaron que la gestión de calidad permite determinar si se han alcanzado los objetivos planificados. Los empresarios consideran que la situación actual de las Mype es buena, debido a los datos oficiales de su representatividad, y por la apertura de nuevos mercados. En las conclusiones se logró comprobar que la formalización crea ventajas competitivas y tiene un vínculo muy estrecho con la gestión de calidad, porque ambos componentes les ha permitido analizar las fortalezas y debilidades de su empresa, una buena gestión de calidad basada en planificación les ha permitido alcanzar los objetivos programados.

2.2. BASES TEÓRICAS

La atención al cliente

La atención al cliente en la actualidad, es fundamental para las Micro y pequeñas empresas, porque estas buscan cada vez crear fidelización y hacer de ésta la mejor experiencia en los clientes, debido que al brindar una atención eficiente y eficaz, los clientes se sientan identificados, comprometidos por la calidad del producto, la excelencia en el servicio y el compromiso de parte de cada colaborador y así decidan volver debido a la experiencia que se les brinda.

Micro y Pequeña Empresa

Según la (Ley 28015), (2003). Las Micro y pequeñas empresas es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como único objeto desarrollar actividades de extracción , producción, comerlización y transformación de prestación o bienes de servicios.

Características y estructura empresarial de las Mypes

De acuerdo a la nueva (Ley 2013). Las Micro y pequeñas empresas y medianas empresas deben ubicarse en algunas de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles anuales:

Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 12 a 1700 unidades impositivas tributarias (UIT).

Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

El incremento de montos máximos de ventas anuales señaladas para las Mypes, pondrán ser determinados por decreto supremo refrendado por el Ministerio de Economía y Finanzas; y el Ministerio de la Producción cada dos años.

Aspectos Característicos de una Mype:

Una empresa u organización, puede ser definida como una entidad que, operando en forma organizada, combina la tecnología y los recursos para elaborar productos o prestar servicios con el único objetivo de colocarlos en el mercado para obtener una ganancia.

Esta definición, abarca todo tipo de empresa, (grande, mediana. Pequeña o microempresa independiente).

Es por ello, que generalmente la Micro y pequeña empresa se puede definir de distintos puntos de vista, tales como por su Dimensión, Tecnología, Organización.

Por su Dimensión, se considera el número de trabajadores, el monto de la inversión, valor de la producción, valor de ventas.

Por la Tecnología, Nivel de tecnología no sofisticada, inversión por trabajador.

Por su Organización, Nivel de organización, métodos de negociación directos (Anónimo, 2013).

Como podemos apreciar, obtener una definición eficiente de lo que es la Micro y pequeñas empresas, dependen de las dimensiones que tenga la organización, para hacer una clasificación de éstas.

La organización y servicio al cliente

En su texto, Gómez (2014) afirma que:

Para conservar más clientes es fundamental que tratemos muy bien al cliente entre esto se encuentra como punto central la amabilidad con el propósito de satisfacer la expectativa del cliente. Por ejemplo, nunca debemos hacer esperar a un cliente. En el caso que estemos por teléfono, debemos de regresar a la llamada cada 30 segundos para que nuestro cliente sepa que lo estamos atendiendo (p.70).

Según Escobar (2014) afirma que:

Las principales barreras que están en contra de un buen servicio son las siguientes:

- Cuando las políticas de la compañía no han sido diseñadas pensando en el cliente, sino en la propia conveniencia y en los entes de control.
- Cuando no existe una estrategia clara de servicio y no existe coordinación en todo el proceso de servicio.

- Cuando las personas que tienen el poder de tomar decisiones están muy lejos de los clientes.
- Alta prioridad en las rebajas de costos
- Personal indiferente, sin motivación, sin autoridad ni empoderamiento.
- No se escucha la voz del consumidor

La gente de primera línea no tiene autoridad para solucionar los problemas (p.9).

Clasificación de la atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas

Es importante mencionar, que por un lado una de las políticas seguidas por la mayoría de los gobiernos neoliberales ante los procesos de globalización se refiere al desarrollo de las Microempresas formales, mientras que por otro lado algunas personas no favorecidas por dicho proceso han puesto a funcionar microempresas de tipo informal.

Pese a la mayoría de las Microempresas no son registradas en las cuentas nacionales, actualmente representan un elemento, de gran relevancia en la estructura productiva de muchos países, tomando en cuenta que este tipo de empresas han cambiado substancialmente los llamados mercados de trabajo, asignándolos a éstos características muy específicas.

En la actualidad, podemos encontrar muchas definiciones, dónde podemos entender que las Micro empresas en su totalidad no se esmeran en una atención de calidad hacia el cliente, y se conforman con tan sólo permanecer en el mercado.

Sin embargo, esta característica aplica también para las pequeñas y medianas empresas, en algunos casos, para grandes empresas (Tunal, 2005, p. 6).

Importancia de una buena atención

Brindar una buena atención al cliente, es primordial y necesario, si lo que queremos lograr es que el cliente en primer lugar se fidelice con la marca, y así crearles una excelente experiencia cada vez que haga una visita al establecimiento, es por ello que la atención al cliente juega un papel de suma importancia, ya que también permitirá, que si un cliente queda satisfecho por la atención y/o servicio, lo más probable es que recomiende la marca y comente su experiencia.

Por lo tanto brindar un buen servicio, no solo debe darse durante el proceso, sino que también, hacer que el cliente se sienta satisfecho y vuelva a visitar el establecimiento.

Francisco (2009) define la atención al cliente como el servicio al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa con el fin de que el cliente obtenga los productos necesarios para satisfacer sus necesidades en el momento y lugar adecuados. Se puede considerar que el servicio al cliente, es una herramienta potente y muy importante del marketing actual. Su correcto desarrollo permite al empresario lograr los objetivos propuestos en el plan de marketing, ya que genera sinergias con el resto de las herramientas de marketing. Cada empresa organiza su programa de servicio de atención al cliente como le parece conveniente (p. 289).

Estrategias para una atención de calidad

Una de la forma más eficaz de posicionarse en la mente con consumidor, es poniendo en práctica la buena atención para diferenciarse de la competencia, ya que debido a ésta, es un no de los puntos más deficientes en la competencia actual que podamos encontrar.

Una estrategia primordial sería el de responder rápidamente las solicitudes de información, Responder rápida y oportunamente las quejas de los clientes, Responder las preguntas correctamente; esto ayudará a que el cliente se sienta bien atendido, Cumplir lo prometido; ya sea en caso de ofertas o promociones, Solicitar opiniones a los clientes; para así mejorar el servicio y/o atención, Hacer una entrega rápida y eficiente del servicio.

Ningún proceso de Servicio/Atención al cliente será apropiado si no está en una clara de valores morales y de un servicio adecuado. Es una desagradable experiencia estar del lado del mostrador en recibimos un trato descortés, irónico, plagado de incomprensión y respeto de vulgaridad. Es cuando el empleado encargado de “atender” el requerimiento, de escuchar la solicitud o de recibir la queja se distrae conversando por teléfono, y observa con displicencia o con barrera ceño fruncido psicológica al cliente. Es necesidad cuando de que un satisfacer implica pareciera que su comensal en el que el hambre, un enemigo, acuciado mantel es por sucio, un trámite o implica el mostrador, el escritorio o ventanilla de cristal.

En la espera por el servicio, la sopa fría, el pan duro, el bistec duro como suela de zapato, la lucha contra las moscas, el olor a frituras que se esparce por el local. Se está maltratando al cliente cuando se obliga al comprador/ consumidor a humillarse ante el prestador de servicio para lograr un atención regular o moderadamente buena. Es el

entreguismo de ciertos clientes que aparecen con regalos (sobornos) para evitar hacer una larga fila (Camacho, 2008, p. 53-54).

2.3. Marco Conceptual

Definición de Restaurante

Establecimiento comercial, en mayoría de casos los casos públicos, donde ofrecen su servicio a la venta de comida, en mucho de los casos brindan experiencia en el trato familiar, laboral y personal, en la actualidad existen diversos tipos de gastronomías y la vez modalidades de servicios.

Las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías y la gestión de calidad en atención al cliente

Son muchas los restaurantes de rubro pollerías que brindan su servicios a las personas amantes de un rico y sabroso pollo a la brasa, deleitando su paladar en las diferentes instalaciones a nivel local y nacional, donde muchas de éstas se esmeran por complacer a los distintos tipos de clientes en sus instalaciones, haciéndolos sentir como en casa y haciéndoles pasar una de las mejores experiencias que tengan en cada visita que tengan.

Gestión de calidad

Es una de la herramienta de gran importancia que permite a las organizaciones planear, organizar, controlar y ejecutar actividades, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad.

Atención al cliente

Según Serna (2006) define que:

“El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos” (p.19).

De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable y uno de los más importantes para el desarrollo de una organización, debido a que se puede generar expectativas de crecimientos si fortalecemos la atención al cliente en cada uno de los coladores en la organización.

III. HIPÓTESIS

En la presente investigación denominada: Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro pollerías, ubicadas en la Avenida Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “Granja linda” Pacífico. Caso Granja Linda

No se plantea hipótesis, por tratarse de una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

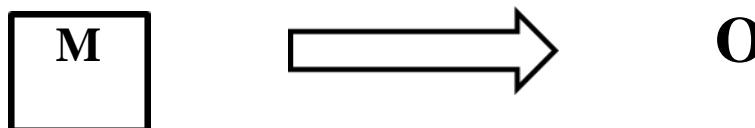
4.1. Diseño de la investigación:

El diseño de investigación fue descriptivo – no experimental – transversal.

La presente investigación fue no experimental, debido a que se realizó sin manipular la variable gestión de calidad en atención al cliente; ya que no está sujeto a experimentación ni modificaciones.

El estudio fue de tipo cuantitativo, debido a que esta estructura permite medir numéricamente la variable; y a la vez permite usar la recolección de datos para aprobar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico.

El nivel de esta investigación, fue descriptivo; porque solo se describió las características más relevantes de las Micro y pequeñas empresas, representantes y de la variable en estudio, sector-servicio, rubro pollerías, ubicadas en la Avenida Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “Granja linda” Pacífico.



Donde:

M: Representa la muestra

O: representa lo que observamos

4.2. Población y muestra:

Para determinar la población de la presente investigación, se realizó un sondeo obteniendo una población de 14 pollerías.

Donde, se determinó como población muestral 14 pollerías del distrito de Nuevo Chimbote las que aceptaron satisfactoriamente participar de la investigación realizada.

El criterio de selección muestral estuvo en función de la disponibilidad y voluntad de proporcionar toda información legal por parte de las micro y pequeñas empresas, como así también como de cada uno de los representantes.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

VARIABLE	DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Perfil de los representantes de las MYPES del sector servicios-rubro pollerías ubicadas en el distrito de Nuevo Chimbote.	Algunas características de los dueños, administrador y/o representantes legales de las MYPES.	Edad de los Representantes	18 a 30 años 31 a 45 años 46 a 60 años 61 a más años	Razón
		Género	Femenino Masculino	Nominal
		Grado de instrucción	Sin instrucción Primaria Secundaria Superior técnico Superior universitario	Nominal
		Cargo que desempeña	Titular-gerente Administrador Encargado Otro	Nominal

VARIABLE	DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Perfil de las MYPES del sector servicios-rubro pollerías ubicadas en el distrito de Nuevo Chimbote.	Algunas características de las MYPES del sector servicios-rubro pollerías ubicadas en el distrito de Nuevo Chimbote.	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)	0 a 3 años 3 a 6 años 6 a 9 años 9 a más años	Razón
		Empresa reglamentada	Misión Visión	Nominal
		Finalidad de la empresa	Generar Utilidades Generar empleo Satisfacer las necesidades del cliente Todas las anteriores	Nominal
		Empresa con sucursales	SI NO	Nominal

VARIABLE	DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios-rubro pollerías ubicadas en el distrito de nuevo Chimbote.	La gestión de la atención al cliente en la empresa. Consiste en planificar, ejecutar y controlar las actividades interrelacionadas de la empresa, con el único fin de que el cliente pueda obtener el producto y/o servicio en el momento y lugar adecuado y pueda asegurarse en uso correcto del mismo.	Conoce la Gestión de calidad	SI NO	Nominal
		Emplea la gestión de calidad	SI NO	Nominal
		Planifica sus actividades para realizar una gestión de calidad	SI NO	Nominal
		El servicio que brinda a sus clientes respecto al de su competencia	Malo Muy malo Bueno Muy bueno	
		Los clientes se sienten identificados	SI NO	Nominal
		Ha implementado un libro de reclamaciones para el uso de los usuarios	SI NO	
		Recepciona los reclamos del cliente	SI NO	Nominal
		Ha solucionado las quejas presentadas	Afronta rápidamente el problema y escucha Muestra aprobación, ofrece disculpas Ofrece disculpas, ofrece un valor agregado a la experiencia Ofrece disculpas, es indiferente	Nominal
		Tiempo su personal recibe capacitaciones	1 vez al mes cada 2 meses cada 3 meses cada 6 meses No recibe capacitación	Nominal

	Califica el desarrollo de su personal	Muy Insatisfecho Insatisfecho Regular Satisfecho Muy Satisfecho	Nominal
	Herramienta para medir el nivel de satisfacción	Encuesta Comunicación directa Internet No realiza	Nominal
	Canales de comunicación para relacionarse	Comunicación directa Página web Facebook correo electrónico T.A	Nominal
	Procesos establecidos en atención al cliente	SI NO	Nominal
	Nivel de satisfacción de los clientes	Muy Insatisfecho Insatisfecho Regular Satisfecho Muy Satisfecho	Nominal
	Nivel de satisfacción a la exigencia de los clientes	Muy Insatisfecho Insatisfecho Regular Satisfecho Muy Satisfecho	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Se aplicará la técnica de encuesta, también se utilizará el instrumento de cuestionario.

Para la selección de información se recurrió a la técnica de encuesta.

Como instrumento se aplicará un cuestionario que estará dirigido a los clientes internos como externos, el cual nos permitirá obtener información concreta, exacta y de gran importancia para la culminación de esta investigación.

4.5. Plan de análisis:

En la presente investigación se realizó el recojo de información en un trabajo de campo, utilizando el instrumento de cuestionario, el cuál contó con 23 preguntas, haciendo uso de la técnica de la encuesta. Para la ejecución de la encuesta se tomó como muestra por medio de un sondeo, a 14 pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, incluyendo a la pollería “Granja Linda”. Asimismo, se registró la información obtenida, hallando resultados y conclusiones; que a su vez dio lugar a recomendaciones. Dónde también, se utilizaron programas informáticos como Word y Excel, efectuando trabajos por medio de sus funciones modernas, donde se construyeron tablas y figuras.

4.6. Matriz de consistencia:

TÍTULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	METODOLOGÍA	TÉCNICA Y INSTRUMENTO
<p>Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro pollerías, ubicadas en la Avenida Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “Granja linda” Pacífico</p>	<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro pollerías, ubicadas en la Avenida Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso Granja linda Pacífico?</p>	<p>General: Determinar las características de gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro pollerías, ubicadas en la Avenida Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso Granja linda Pacífico.</p> <p>Específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro pollerías, ubicadas en la Avenida Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso Granja linda Pacífico. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro pollerías, ubicadas en la Avenida Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso Granja linda Pacífico. Determinar las características de una gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro pollerías, ubicadas en la Avenida Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso Granja linda Pacífico.</p>	<p>Gestión de calidad bajo el enfoque de la Atención al cliente</p>	<p><i>Cuantitativa</i>, debido a que esta estructura permite medir numéricamente la variable.</p> <p><i>Descriptiva</i>, porque solo se describirá las Características más relevantes de las Micro y pequeñas empresas, representantes y de la variable en estudio.</p> <p><i>No experimental</i>, ya que no está sujeto a experimentación ni modificaciones; <i>Transversal</i>.</p> <p><i>Población y Muestra, están conformadas por 14 Mypes del sector servicio-rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017.</i></p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

4.7. Principios éticos:

En la presente investigación, se puso en práctica los principios éticos como el respeto, la honestidad y solidaridad, así mismo se reconoce que toda información, será destinada a fines académicos.

- **Honestidad:** Virtud fundamental que consiste en decir siempre la verdad, ser decente y la vez justo.
- **Solidaridad:** Acción o interés ajeno, en situaciones comprometidas, es un valor y actitud humana que siembra confianza y a la vez es un valor moral positivo.
- **Confidencialidad:** Para este estudio solo se tomó en cuenta los datos relevantes que nos brindó el propietario, lo demás se mantuvo en reserva para el investigador.
- **Confiabilidad:** Los conceptos de esta investigación son confiables porque fueron obtenidos de libros, páginas de internet, leyes, normas.
- **Respeto a la persona:** Porque se respetaron las opiniones e ideas sin tener un enfrentamiento entre los representantes de las micro y pequeñas empresas y la persona quien hizo el estudio
- **Veracidad:** Los datos mostrados en el presente trabajo de investigación son verdaderos ya que se recogió información real.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “Granja linda” Pacífico.

Características	n	%	“Granja Linda”	%
Edad del encuestado				
18 a 30 años	8	57%	1	100%
31 a 45 años	4	29%	0	-
46 a 60 años	2	14%	0	-
61 a más años	0	-	0	-
Total	14	100%	1	100%
Género del encuestado				
Masculino	8	57%	0	-
Femenino	6	43%	1	100%
Total	14	100%	1	
Grado de instrucción				
Primaria	0	-	0	-
Secundaria	2	14%	0	-
Superior técnico	10	72%	1	100%
Superior universitario	2	14%	0	-
Sin instrucción	0	-	0	-
Total	14	100%	1	100%
Cargo que desempeña				
Titular gerente	0	-	0	-
Administrador	3	21%	0	-
Encargado	11	79%	1	100%
Otro	0	-	0	-
Total	14	100%	1	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector Servicio, rubro- Pollerías ubicadas en el distrito de Nuevo Chimbote, año 2018.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “Granja linda” Pacífico.

Características	n	%	“Granja Linda”	%
Años de permanencia de la empresa en el mercado				
0 a 3 años	11	79%	1	100%
3 a 6 años	3	21%	0	-
6 a 9 años	0	-	0	-
9 a más años	0	-	0	-
Total	14	100%	1	100%
Empresas que cuentan con misión y visión				
Sí	13	93%	1	100%
No	1	7%	0	-
Total	14	100%	1	100%
Finalidad de creación de la empresa				
Generar utilidades	5	36%	0	-
Generar empleo	0	-	0	-
Satisfacer las necesidades del cliente	1	7%	0	-
TA	8	57%	1	100%
Total	14	100%	1	100%
Empresas que cuentan con otros locales comerciales				
Sí	4	29%	1	100%
No	10	71%	0	-
Total	14	100%	1	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector Servicio, rubro- Pollerías ubicadas en el distrito de Nuevo Chimbote, año 2018.

Tabla 3

Características de la Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “Granja linda” Pacífico.

Características	n	%	“Granja Linda”	%
La empresa conoce la gestión de calidad				
Sí	12	86%	1	100%
No	2	14%	0	-
Total	14	100%	1	100%
Realiza una gestión de calidad				
Sí	12	86%	1	100%
No	2	14%	0	-
Total	14	100%	1	100%
Planifica sus actividades para realizar una gestión de calidad				
Sí	12	86%	1	100%
No	2	14%	0	-
Total	14	100%	1	100%
Considera el servicio que brinda				
Malo	0	-	0	-
Muy malo	0	-	0	-
Bueno	4	29%	0	-
Muy bueno	10	71%	1	100%
Total	14	100%	1	100%
Considera que lo clientes se sienten identificados				
Sí	14	100%	1	100%
No	0	-	0	-
Total	14	100%	1	100%
La empresa ha implementado el libro de reclamaciones para el uso de los usuarios				
Sí	12	86%	1	100%
No	2	14%	0	-
Total	14	100%	1	100%
La empresa recepciona reclamos				
Sí	12	86%	1	100%
No	2	14%	0	-
Total	14	100%	1	100%
Soluciona las quejas presentadas en el libro de reclamaciones				
Afronta rápidamente el problema, escucha	1	7%	0	-
Muestra aprobación, ofrece disculpas	9	64%	0	-
Ofrece disculpas, ofrece un valor agregado a la experiencia	4	29%	1	100%
Ofrece disculpas, es indiferente	0	-	0	-
Total	14	100%	1	100%

Tabla 3... Continuación

Tiempo que la empresa capacita a su personal				
1 vez al mes	5	36%	1	100%
Cada 2 meses	2	14%	0	-
Cada 3 meses	5	36%	0	-
Cada 6 meses	0	-	0	-
No recibe capacitación	2	14%	0	-
Total	14	100%	1	100%
La empresa califica el desarrollo de su personal				
Muy Insatisfecho	0	-	0	-
Insatisfecho	0	-	0	-
Regular	0	-	0	-
Satisfecho	11	79%	0	-
Muy Satisfecho	3	21%	1	100%
Total	14	100%	1	100%
Herramienta que la empresa utiliza para medir el nivel de satisfacción				
Encuesta	4	29%	1	50%
Comunicación directa	3	21%	1	50%
Internet	0	-	0	-
No realiza	7	50%	0	-
Total	14	100%	2	100%
Canales de comunicación con los clientes				
Comunicación directa	3	21%	0	-
Página web	2	14%	0	-
Facebook	6	44%	0	-
Correo electrónico	2	14%	0	-
T.A	1	7%	1	100%
Total	14	100%	1	100%
La empresa cuenta con procesos establecidos en atención al cliente				
Sí	14	100%	1	100%
No	0	-	0	-
Total	14	100%	1	100%
La empresa considera el nivel de satisfacción				
Muy Insatisfecho	0	-	0	-
Insatisfecho	0	-	0	-
Regular	1	7%	0	-
Satisfecho	10	72%	0	-
Muy Satisfecho	3	21%	1	100%
Total	14	100%	1	100%
La empresa considera el nivel de satisfacción a la exigencia de los clientes				
Muy Insatisfecho	0	-	0	-
Insatisfecho	0	-	0	-
Regular	1	7%	0	-
Satisfecho	12	86%	1	100%
Muy Satisfecho	1	7%	0	-
Total	14	100%	1	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector Servicio, rubro- Pollerías ubicadas en el distrito de Nuevo Chimbote, año 2018.

5.2. Análisis de resultados

Respecto al objetivo 1.

Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “Granja linda” Pacífico.

- El 57% del total de las micro y pequeñas empresas encuestadas la edad de sus representantes es de 18 a 30 años lo cual coincide con el caso “Granja Linda” que la edad de sus representantes es de 18 a 30 años por lo que significa que la mayoría de micro y pequeñas empresas apuestan por contratar a personas jóvenes que logren identificarse con la empresa para ser representados para cualquier toma de decisiones.
- El 57 % del total de las mype encuestadas el género de sus representantes son masculinos lo cual contrasta con el caso “Granja Linda” donde el representante de la empresa es de sexo femenino, siendo así que la mype apuesta por la capacidad de una mujer para dirigir a la empresa, a diferencia de las demás Mypes que sus representantes son de género masculino. Se concluye que las mujeres pueden tener un buen desempeño en la empresa a través de una buena imagen y responsabilidad que proyectan al mando de organización generando ganancias y rentabilidad al igual que un hombre.
- El 72% del total de las mype encuestadas su grado de instrucción de los representantes son superior técnico lo cual difiere con el caso “Granja Linda” donde el grado de instrucción de su representante es superior universitario esto quiere decir que la mayoría de mype prefieren tener en su organización personas

preparadas profesionalmente evitando posibles riesgos futuros de esta manera se podrá generar una mayor rentabilidad.

- El 79 % del total de las mype encuestadas sus representantes son encargados de la empresa en su mayoría los propietarios de la empresas prefieren contratar a una persona para que pueda supervisar a sus trabajadores lo cual coincide con el caso “Granja Linda” su representante de la mype también es un encargado y no el dueño se puede concluir que las Mype son manejadas por encargados y el dueño solo supervisa el negocio.

Respecto al objetivo 2.

Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “Granja linda” Pacífico.

- El 79% del total de las mype encuestadas la permanencia de la empresa en el mercado son de 0 a menos de 3 años lo cual contrasta con el caso “Granja Linda” donde la permanencia de la empresa es de 3 años a menos de 6 años por lo tanto esta mype tiene más tiempo de funcionamiento lo cual es una ventaja hacia las demás mype porque tiene clientes más fidelizados esto no quiere decir que no sean competencia para la empresa sino todo lo contrario están en constante innovación lo cual se asemeja con la teoría de Núñez (2013) que en el mundo globalizado en el cual nos encontramos. La competencia de las empresas es cada vez mayor. Queriendo decir que si te mantienes más en el mercado estas realizando bien las cosas.

- El 93% del total de las MYPE encuestadas tienen una visión y misión clara lo cual coincide con el caso “Granja Linda” también tienen una visión y misión esto quiere decir que las empresas están trabajando con metas claras con un objetivo trazado sin improvisación se concluye que si una organización sabe su misión y visión estará en ventaja con otras organizaciones.
- El 57% del total de las mype encuestadas la finalidad de su creación es para generar utilidades, generar empleo y satisfacer las necesidades del cliente lo cual coincide con el caso “Granja Linda” que la finalidad de su creación también es para generar utilidades, generar empleo y satisfacer a los clientes se concluye que la finalidad principal de una organización no solo es obtener rentabilidad si no también generar empleo aportando con el crecimiento de la economía del país satisfaciendo las necesidades de los consumidores.
- El 71% del total de las MYPE encuestadas se pudo obtener que no cuenta con local comercial lo cual difiere con el caso “Granja Linda” que si cuenta con un local comercial aparte ,esto quiere decir que la mype tiene más demanda de los clientes por tal motivo se expande más hay que tener en cuenta la teoría de Díaz (2014) donde señala que no hay que pretender que la empresa tenga el 100% de sus clientes satisfechos se concluye que es importante contar con varios clientes para así poder expandir el negocio y tener nuevos locales.

Respecto al objetivo 3.

Determinar las características de una gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “Granja linda” Pacífico.

- El 86 % del total de las MYPE encuestadas (100%) tienen conocimiento de gestión de calidad lo cual coincide con el caso “Granja Linda” donde también tiene conocimiento de la gestión de calidad esto quiere decir que todas las empresas encuestadas están realizando los diferentes procesos de gestión de calidad lo cual también coincide con la teoría de Zapatero (2013) que afirma que toda empresa en una gestión de calidad realiza procesos de planificación , organización , control y mejora enmarcadas en función de las estratégica de la empresa
- El 86 % del total de las MYPE encuestadas están realizando una gestión de calidad en el proceso de su organización lo cual coincide con el caso “Granja Linda” que también realizan un gestión de calidad estando en constante cambio para la mejora continua teniendo conocimiento de una gestión de calidad lo cual se asemeja con la teoría de Zapatero (2013) donde nos señala que lo más importante en una empresas es la calidad del servicio se concluye que las organizaciones estudiadas se preocupan por la calidad del servicio considerándolo como la clave para el éxito .
- El 86 % del total de las MYPE encuestadas están realizando la planificación de actividades en una gestión de calidad lo cual coincide con el caso “Granja Linda” “donde también aplican una planificación de actividades en una gestión de calidad esto les permite a las empresas tener un orden de seguimiento de

control de actividades coincidiendo ligeramente con la teoría de Serna (2014) donde deduce que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. Por lo tanto se concluye que estas organizaciones planifican sus actividades para desarrollarse como empresa con la finalidad de brindar un buen servicio al cliente.

- El 71% del total de las MYPE encuestadas se pudo obtener que el nivel de su servicio frente a la competencia es muy bueno coincidiendo con el Caso “Granja Linda” donde el nivel de su servicio frente a su competencia también es muy buena esto permite saber que el servicio brindado hacia los clientes es muy importante esto se asemeja con la teoría de Zapatero (2013) que señala que los servicios ofertados, permiten destinar los recursos necesarios para la ejecución del servicio ofrecido. Encontrando indicadores del nivel de servicio que se desea alcanzar estableciendo parámetros que permitan conocer el nivel de calidad de los servicios. Se concluye que los indicadores sirven para la medición del nivel del servicio con respecto a las mypes el nivel es muy bueno dando a entender que el servicio es óptimo.
- El 100% del total de las MYPE encuestadas nos dan a conocer que todos sus clientes están identificados con su empresa coincidiendo con el caso “Granja Linda” se pudo obtener que sus clientes si se sienten identificados con la empresa esto influye de acuerdo al tipo de clientes que visitan las empresa esto se asemeja con Méndez (2016) donde determinó que existe una relación significativa entre la variable producto de la Calidad de Servicio y Lealtad de los Clientes se concluye que las mype viene trazándose buenos procesos obteniendo clientes que se sienten parte de la empresa.

- El 86% del total de las mype encuestadas tienen en funcionamiento su libro de reclamaciones lo cual coincide con el caso “Granja Linda” donde se pudo obtener que también cuenta con el funcionamiento de su libro de reclamaciones cumpliendo con la ley siguiendo un proceso establecido. Esto es fundamental para poder saber los errores en el momento del servicio. Se sabe que el cliente a la hora de descargar su molestia permite que la empresa mejore su servicio cabe recalcar que difiere con Patiño (2015) donde el 63% de los usuarios opinan que el personal siempre o casi siempre recogen de forma adecuada las quejas y sugerencias se concluye que si las reclamaciones son atendidas de inmediato podrá convertirse en una ventaja competitiva porque se podrá mejorar los procesos mal realizados.
- El 86 % del total de las MYPE encuestadas cuentan con una recepción de reclamos dentro de la organización lo cual coincide con el caso “Granja Linda” también cuenta con una recepción de libro de reclamaciones con dando una importancia hacia los clientes contrastando a Obando (2016) que 47% de los usuarios opina que el personal de la empresa siempre o casi siempre conoce sus intereses y necesidades y por ello recepciona todo tipo de reclamos.
- El 64% del total de las MYPE encuestadas nos dicen que las reacciones frente a situaciones de quejas la organización ofrece disculpas y además ofrece un producto agregado por la experiencia que está pasando lo cual coincide con el caso “Granja Linda” considerando que el cliente se siente más a gusto cuando le piden disculpas y le ofrecen un producto agregado esto es una estrategia por parte de las organizaciones para tener contentos a sus clientes esto asemeja con Patiño (2015) que se observa que el 57% de los clientes considera que siempre

o casi siempre los empleados de la empresa tienen una reacción rápida para solucionar sus necesidades y problemas que se presentan. esto es un referente para las demás organizaciones que utilizan otras reacciones para imitar las acciones de estas organizaciones.

- El 36 % del total de las MYPE encuestadas se pudo saber que realizan capacitaciones a su personal una vez al mes y también cada 3 meses lo cual coincide ligeramente con el caso “Granja Linda” que realizan sus capacitaciones a su personal 1 vez al mes esto permite que sepan cómo atender a los clientes esto se asemeja a la teoría de Díaz (2014) que nos dice las diferentes forma de atender a un cliente de acuerdo a como sea su actitud por ejemplo para el cliente hablador se tiene que escuchar con empatía y asertividad. Se concluye que las organizaciones deben capacitar más seguido a su empleado mejorando más su servicio.
- El 79% del total de las MYPE encuestadas se pudo obtener una calificación frente al desarrollo del personal para la atención del cliente están satisfechos esto coincide con el caso “Granja Linda” la calificación frente al desarrollo del personal están satisfechos esto quiere decir que las Mype están muy conforme con los resultados obtenidos. lo cual se asemeja con Guardño (2014) que nos dice que tener una buena atención genera diversos beneficios que toda empresas pueden obtener al lograr una buena satisfacción del cliente.se concluye que las empresas vienen realizando un buena capacitación a su personal por consecuente el nivel es satisfactorio.
- El 50% del total de las MYPE encuestadas la herramienta que utilizan para medir el nivel de satisfacción del cliente es la encuesta, por lo tanto para estas

Mypes es más eficaz preguntar al cliente teniendo una información al instante de acorde a sus reacciones, pero también el 50% de las micro y pequeñas empresas no se preocupan por realizar una encuesta de satisfacción, es por ello que se les hace indiferente lo cual contrasta con el caso “Granja Linda” que utilizan para medir el nivel la comunicación directa y a la vez el internet que esto se asemeja con la teoría de Álvarez (2013) que un canal de comunicación es el proceso de transmitir información y comprensión entre dos personas se concluye que las herramientas sirven para obtener información real del cliente tanto en corto y largo plazo para saber si el servicio es satisfactorio.

- El 44% del total de los encuestados utilizan como canal de comunicación el Facebook debido a que es un medio de información más accesible para las personas llegando su publicidad a diferentes sectores lo cual difiere con el caso “Granja Linda” donde su canal de comunicación es de manera directa no con uso de las redes sociales optan por este proceso debido a que consideran que la información verbal es más eficaz .cabe recalcar que Alvares (2013) nos dice que las comunicaciones es el medio por el cual se transmite una señal con la información de intercambio entre el emisor y receptor. Se concluye que los medios ayudan a las organizaciones a transmitir sus promociones y servicios.
- El 100% del total de los encuestados cuenta con procesos establecidos en atención al cliente por lo tanto las MYPE tienden a mejorar día a día en el servicio que brindan esto coincide con la MYPE encuestada que también cuenta con procesos establecidos lo cual se asemeja con Díaz (2014) que nos dice que la insatisfacción de los clientes se da por los malos procesos para la mejora de atención al cliente. Se concluye que no solo se necesita contar con procesos

establecidos si no realizarlos bien si no caso contrario no se podrá satisfacer a los clientes.

- El 72 % del total de las MYPE encuestadas se obtiene que su nivel de satisfacción respecto al servicio están satisfechos esto coincide con el caso el caso “Granja Linda” que también la MYPE está muy satisfecha con el nivel de satisfacción que representa la empresa. Por lo tanto esto representa una buena elaboración de planificación de estrategias para la mejora continua de atención al cliente para poder analizar el nivel de satisfacción hay que tener en cuenta las posibles causas de insatisfacción al cliente lo cual se asemeja con la teoría de Díaz (2014) que hay posibles causa de insatisfacción como una de ellas es insatisfacción sobre el producto si el producto es malo nunca se podrá llegar a la meta planteada.
- El 86 % del total de los encuestado se pudo obtener que el nivel de satisfacción en la exigencia de la atención al cliente es satisfactoria coincidiendo con el caso “Granja Linda” que el nivel de satisfacción en la exigencia del cliente también es satisfactorio por lo tanto sus procesos son muy buenos cumpliendo con las expectativas del consumidor lo cual se asemeja con lo que nos dice Álvarez (2012) que la satisfacción del cliente en muchos casos depende del estado de ánimo del consumidor con este antecedente concluir que la MYPE pueden adelantarse a los hechos y ganar más territorio.

VI. CONCLUSIONES

Respecto al objetivo específico 1.

- La mayoría de las mype encuestadas coinciden con el caso “Granja Linda” el cual la edad de sus representantes es de 18 a 30 años (57%) incluido el de las mype estudiada, el sexo de los representantes es masculino (57%) salvo el del caso granja linda que es representada por una dama, el grado de instrucción es superior técnico (72%) donde contrasta con el caso donde es superior universitario, por último el cargo que cumplen dentro de la empresa los representantes son solo encargados (79%) lo cual coincide con el caso “Granja linda” que también el representante tan solo es un encargado.

La pollería “Granja Linda” opta por un personal joven, dinámico, carismáticos y buen presencia y con propuestas innovadoras por lo que decimos que utiliza una correcta capacitación de todos sus colaboradores haciendo que las mype sea reconocida por sus estrategias de atención al cliente posicionándose como una de las mejores tanto en Chimbote como en Nuevo Chimbote, diferenciándose de la competencia por su resaltante atención, buena infraestructura, amabilidad y excelencia en el servicio, brindado a cada cliente una experiencia distinta cada vez que visita uno de los establecimientos, dónde le dan gran énfasis a las celebraciones familiares, especialmente celebraciones de cumpleaños de sus clientes y trabajadores, dónde también cabe recalcar que la pollería “Granja linda” opta por un representante de sexo femenino y con estudio superior

técnico, haciendo que estén preparados para cumplir con sus funciones correctamente dentro de la empresa generando rentabilidad y posicionamiento.

Respecto al objetivo específico 2.

- La mayoría de las micro y pequeñas empresas encuestadas coinciden en el cual el tiempo de permanencia es de a menos de 3 años (79%) lo cual contrasta con el caso “Granja Linda” que es de 3 a menos de 6 años , la finalidad de su creación es para generar utilidades, generar empleo y satisfacer a los clientes (57%) lo cual coincide con el caso “Granja Linda”, dichas organizaciones no cuenta con un local comercial aparte (71%) a excepción del caso “Granja linda” que si cuenta con otros locales por ultimo en su totalidad las Mypes cuentan con una misión y visión .

El contar con locales a parte hace reconocimiento y expansión de la empresa gracias al reconocimiento de su cliente generando ganancia y mayores ventas, pues ofrecen un producto de calidad cumpliendo con las expectativas y exigencias de su público satisfaciendo esa necesidad que tanto tiene la gente de probar un rico pollo a la brasa.

Respecto al objetivo específico 3.

- La totalidad de las MYPE encuestadas coinciden con el caso “Granja Linda” todos sus clientes se sienten identificados especialmente la calidad del servicio en atención al cliente, porque los hacen sentir bien, son bien atendidos, y buscan que el cliente se sienta como en casa y satisfechos en su

totalidad, debido a que son bien recibidos desde el inicio hasta la hora de retirarse en cualquiera de los establecimientos de la pollería.

- La mayoría de las mype encuestadas coinciden con el caso “Granja Linda” en el cual tiene conocimiento sobre la gestión de calidad (86%) lo cual se asemeja con las mype encuestada, también realizan una gestión de calidad (86%) al igual que las mype encuestada además que planifican sus actividades (86%) coincidiendo con el caso “Granja Linda” el nivel de servicio frente a su competencia es muy bueno (71%) coincidiendo con el caso “Granja Linda” que el nivel es el mismo, Las reacciones frente a las situaciones muestra aprobaciones y muestra disculpas (64%) no coincidiendo con el caso donde ofrece disculpas y ofrece un valor agregado a la experiencia, la capacitación de personal es una vez al mes y cada 3 meses (36%) lo cual coincide ligeramente con el caso 1 vez al mes, la calificación frente al desarrollo del personal es satisfactoria (79%) de igual manera se suscita en el caso “Granja Linda” , las herramientas que utilizan para medir el nivel de satisfacción del cliente es la encuesta y muchas de las demás mype no realizan (50%) lo cual se distingue del caso que utilizan comunicación directa , el medio o canal de comunicación que utilizan es el Facebook (44%) lo cual contrasta con el caso que el medio es la comunicación directa, el nivel de satisfacción frente al servicio es satisfactorio (72%) coincidiendo con el caso que también es satisfactorio por último, el nivel con respecto a la exigencia de cliente es de manera satisfactoria (86%) de igual manera es en el caso “Granja Linda”.

6.2. RECOMENDACIONES

Se les recomienda a las pollerías lo siguiente:

- La mype “Granja Linda” con respecto a las demás mype se encuentra con mucha ventaja debido a las exigencias que presta en el servicio que brinda además de utilizar herramientas para medir el nivel de satisfacción lo cual se recomienda que debe seguir adaptándose a los nuevos cambios y mejorando constantemente para seguir posicionándose como una de las mejores Mypes por la calidad en el servicio personalizado que brinda, puntos a favor mantenerse a la vanguardia de su competencia. Teniendo siempre en cuenta que el cliente es quien tiene la razón tratándole de una buena manera, haciéndolos sentir en confianza, ofreciéndolo un servicio y producto de calidad, satisfaciendo sus necesidades desde el inicio que entrar hasta que lo se despidan, es por eso que tiene un alto nivel de posicionamiento a nivel de Chimbote y Nuevo Chimbote siendo reconocidos favorablemente.
- Por último se les recomienda que sigan complaciendo a sus clientes con nuevas estrategias de captación de clientes, expandirse a nivel nacional y adecuarse a los cambios tecnológicos constantemente e innovación en nuevos idiomas para clientes extranjeros cuando visiten la ciudad. La mayoría de las mype están realizando bien las cosas lo cual no quiere decir que se descuiden lo que se podría recomendar es que la innovación en su empresa sea constante, e invertir un poco más en la capacitación de su personal para que en un futuro puedan ser también uno de los mejores, de esta manera seguirán creciendo y manteniéndose también en el mercado competitivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aspilcueta, J. (2011). *MYPEs en el Perú*. [versión electrónica]. Perú. Recuperado el 18 de Noviembre del 2013 de <http://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml>
- Barroeta, C. y Méndez O. (2003). *Diagnóstico organizacional de la gasolinera La Recta para realizar la propuesta de implementación de un sistema de gestión de la calidad basado en la norma ISO 9001:2000* (tesis de posgrado). Universidad de las Américas Puebla. Cholula, Puebla, México.
- Beltrán, O. F. (2014). *Caracterización de la Capacitación y la Gestión de Calidad de las Mypes del Sector Industria, Rubro Panaderías del Distrito de Chimbote, 2014* (tesis de posgrado) . Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.Chimbote
Recuperado el 25 de Julio 2017 de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Blanco, G. M. D. C., & Lobato, G. F. (2009). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Madrid, ES: Macmillan Iberia, S.A..

Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=290&docID=10491297&tm=1497508655968>
- Camacho, J. (2008). *Marketing de servicios*. Madrid, ES: B - EUMED, 2008. ProQuest ebrary. Web. 5 Julio 2017
Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliotecauladechsp/reader.action?docID=10576900>
- Centurión, R. (2016). *“La gestión de calidad con el uso de técnicas modernas administrativas en las micro y pequeñas empresas, de la provincia del santa, 2016”* (tesis de pregrado). Chimbote.
- Centurión, M. (2016). *La gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas, del distrito de Chimbote, provincia del santa, Ancash, periodo 2016* (tesis de posgrado). Chimbote.
- Cruz, V. (2016). *“Caracterización del financiamiento y la capacitación de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes de la Av. rosa toro (cuadra 3-9) en el distrito del San Luis, provincia y departamento de Lima, periodo 2014-2015”*.
Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/41/CRUZ_HUAMAN_VICTOR_ANTONIO_FINANCIAMIENTO_%20CAPACITACION_MYPES.pdf?sequence=7&isAllowed=y

- Espinoza, L. de J. (2014) “*Caracterización de formalización y gestión de calidad de las MYPES comerciales rubro calzado Piura, 2013*”. Piura: ULADECH-Católica. Recuperado el 29 de Junio 2017 de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034225>
- Fernández, J. (2009). *Emprendedores y Pequeñas Empresas*. Recuperado el 29 de Junio del 2017.
Recuperado de http://www.degerencia.com/tema/emprendedores_y_pyme
- Galdón, B. (27 de Junio, 2014). *Las pequeña y mediana empresa, motor de la economía española*. Recuperado de <http://www.20minutos.es/noticia/2144813/0/pyme/economia/espana/>
- Guzmán, I. (2014) “*Caracterización Gestión de Calidad y Formalización de las Mype, rubro Librerías (Ciudad Piura) Año 2013*” Piura: ULADECH- Católica
Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Ramos, (2014). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro-pollerías del distrito de Carabayllo, provincia de Lima, departamento de Lima periodo 2012-2013* (tesis de pregrado). Lima.
- Roura, H. (2017). *Las mypes en el desarrollo de la Economía Argentina*. Recuperado de http://www.informeindustrial.com.ar/verNota.aspx?nota=Las%20PyMES%20en%20el%20desarrollo%20de%20la%20econom%C3%ADa%20argentina___169
- Rubio Y. N. (2014). “*Caracterización del Financiamiento y la Gestión de Calidad en las Mype’s del Sector Comercio, Rubro Venta de Productos Agropecuarios, Equipos e Insumos del Distrito de Chimbote, Año 2011*”. Chimbote: ULADECH- Católica.
- Sánchez B, (2012). *Las Mypes en Perú. Su importancia y propuesta tributaria*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/319655425_LAS_MYPES_EN_PERU_SU_IMPORTANCIA_Y_PROPUUESTA_TRIBUTARIA
- Serna, H. (5 de Agosto, 2006). *Conceptos básicos. En Servicio al cliente*. [Mensaje en un Blog]
Recuperado de <http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html>
- S/N, (2013, 16 de septiembre). *Características de una Micro y pequeña empresa: Constitución y Formalización*. Pymex.
Recuperado de <https://pymex.pe/emprendedores/constitucion-y-formalizacion/caracteristicas-de-una-micro-y-pequena-empresa>

Martinez, S. Q. (2014). “*Gestión de Calidad y Formalización de las Mype del Sector Comunicaciones Rubro Transporte de Pasajeros de la Ciudad Piura, Año 2013*” (Tesis de pregrado).

ULADECH-Católica Piura. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>

Tunal, G. (2 de Julio, 2017). El problema de clasificación de las microempresas. Mérida, VE: Red Actualidad Contable Faces. ProQuest ebrary.

Recuperado de <http://sitebrary.com/lib/bibliotecauladechsp/reader.action?docID=10074790>

Valdivia N. (2003). *El heterogéneo mundo de la Pequeña y Microempresa*. Revista Gerencia IPAE 30-04-2003

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Encuesta aplicada a los dueños, gerentes y/o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector Servicios- rubro pollerías, en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018.

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías del distrito de nuevo Chimbote.

La recopilación de la información que nos proporcionará será usada con fines exclusivamente académicos, respetándose así una política de privacidad.

ENCUESTADOR: Delgado Poma Kenia

FECHA:

I. Acerca de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

1.- ¿Cuál es su edad?

- a. 18 a 30 años
- b. 31 a 45 años

- c. 46 a 60 años
- d. 61 a más años

2.- ¿Cuál es su género?

- a. Masculino

- b. Femenino

3.- ¿Cuál es su grado de instrucción?

- a. Sin instrucción
- b. Primaria
- c. Secundaria

- d. Superior técnico
- e. Superior universitario

4.- ¿Qué cargo desempeña dentro de la empresa?

- a. Titular-gerente
- b. Administrador
- c. Encargado
- d. Otro

II. Acerca de las micro y pequeñas empresas.

5.- ¿Cuántos años de permanencia tiene su empresa en el mercado?

- a. 0 a 3 años
- b. 3 a 6 años
- c. 6 a 9 años
- d. 9 años a más

6.- ¿Cuenta su empresa con una misión y visión?

- a. Si
- b. No

7.- ¿Cuál es la finalidad por la que se creó su empresa?

- a. Generar Utilidades
- b. Generar empleo
- c. Satisfacer las necesidades del cliente
- d. Todas las anteriores

8.- ¿Cuenta su empresa con otro local comercial?

- a. Si
- b. No

III. Acerca de la Gestión de calidad bajo el enfoque en Atención al cliente

9.- ¿Conoce la Gestión de calidad?

- a. Si
- b. No

10.- ¿Realiza una gestión de calidad dentro su empresa?

- a. Si
- b. No

11. ¿La empresa planifica sus actividades para realizar una gestión de calidad?

- a. Si
- b. No

12. ¿Cómo considera usted el servicio que brinda a sus clientes respecto al de su competencia?

- a. Malo
- b. Muy malo
- c. Bueno
- d. Muy bueno

13. ¿Considera que los clientes se sienten identificados con su empresa?

a. Si

b. No

14. ¿Su empresa ha implementado un libro de reclamaciones para el uso de los usuarios?

a. Si

b. No

15. ¿Su empresa recepciona los reclamos del cliente?

a. Si

b. No

16. ¿Cómo ha solucionado las quejas presentadas en el libro de reclamaciones?

a. Afronta rápidamente el problema y escucha

b. Muestra aprobación, ofrece disculpas

c. Ofrece disculpas, ofrece un valor agregado a la experiencia

d. Ofrece disculpas, es indiferente

17. ¿Cada que tiempo su personal recibe capacitaciones para brindar una buena atención al cliente?

a. 1 vez al mes

b. cada 2 meses

c. cada 3 meses

d. cada 6 meses

e. No recibe capacitación

18. ¿Cómo califica el desarrollo de su personal para la atención al cliente?

a. Muy Insatisfecho

b. Insatisfecho

c. Regular

d. Satisfecho

e. Muy Satisfecho

19. ¿Qué herramienta utiliza usted para medir el nivel de satisfacción del cliente?

a. Encuesta

b. Comunicación directa

c. Internet

d. No realiza

20. ¿Qué canales de comunicación utiliza para relacionarse con sus clientes?

a) Comunicación directa

d) correo electrónico

b) Página web

e) T.A

c) Facebook

21. ¿Su empresa cuenta con procesos establecidos en atención al cliente?

a. Si

b. No

22. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de sus clientes con respecto a su servicio?

a. Muy Insatisfecho

b. Insatisfecho

c. Regular

d. Satisfecho

e. Muy Satisfecho

23. ¿Cuál es el nivel de satisfacción a la exigencia de los clientes?

a. Muy Insatisfecho

b. Insatisfecho

c. Regular

d. Satisfecho

e. Muy Satisfecho

**GRACIAS POR SU TIEMPO
Y COLABORACIÓN!**

Anexo 2: Nombre y dirección de las mypes encuestadas

Nº	NOMBRE	DIRECCIÓN
1.	Pollería Roki's	Av. Pacífico Mz. L2 2do. piso - Buenos Aires, Av. Pacífico, Nuevo Chimbote / Ancash - Santa - Nuevo Chimbote
2.	Napo's Chicken	Av. Pacífico Mz. L2 lote. 19 urb. Buenos aires / Ancash - Santa - Nuevo Chimbote
3.	Granja Linda Pacífico	Av. Pacífico 434 Bs. As. Nvo. Chimbote / Ancash - Santa - Nuevo Chimbote
4.	El banquete- Restaurant y pollería	Av. Pacífico c/Esquina Av. Country, Nuevo Chimbote / Ancash - Santa - Nuevo Chimbote
5.	La estancia R&T Chicken	Av. Pacífico (Ovalo de la familia) / Ancash - Santa - Nuevo Chimbote
6.	Gitanos pollería	Av. Pacífico Mz D' Lt 5 Urb. Casuarinas 2Da Etapa (Señor de la Vida), Nuevo Chimbote / Ancash - Santa - Nuevo Chimbote
7.	Pollería Brozetos	Av. Pacífico Mz. L2 1do. piso - Buenos Aires / Ancash - Santa - Nuevo Chimbote
8.	Kikirikì Chicken	Av. Pacífico Mz A1, Lt 8 A, Urb Las Casuarinas (Etapa II) / Ancash - Santa - Nuevo Chimbote
9.	Che Palermo Pollería	Av. Pacífico Mz A1, Lt 7 A, Urb. Las Casuarinas (Etapa II) / Ancash - Santa - Nuevo Chimbote
10.	Tin ton Pollería	Av. Pacífico Mza. S3 Lote. 17 Urb. Unicreto (a una cuadra del ovalo la familia) / Ancash - Santa - Nuevo Chimbote

11.	Pio Pio Chicken	Av. Pacífico N° 428, / Ancash - Santa - Nuevo Chimbote
12.	Pollería Napo's Chicken II- Mi abuelito Benjamín	Av. Pacífico Urb. Buenos Aires Lote. 19 Mz. L2 / Ancash - Santa - Nuevo Chimbote
13.	Pollería Canana	Av. Pacífico Mz. D1 Lote. 4 Urb. Las Casuarinas / Ancash - Santa - Nuevo Chimbote
14.	Pollería Pa' Picar	Av. Pacífico Mz D´ Lt 15 Urb. Casuarinas 2Da Etapa / Ancash - Santa - Nuevo Chimbote

Anexo 3: Figuras

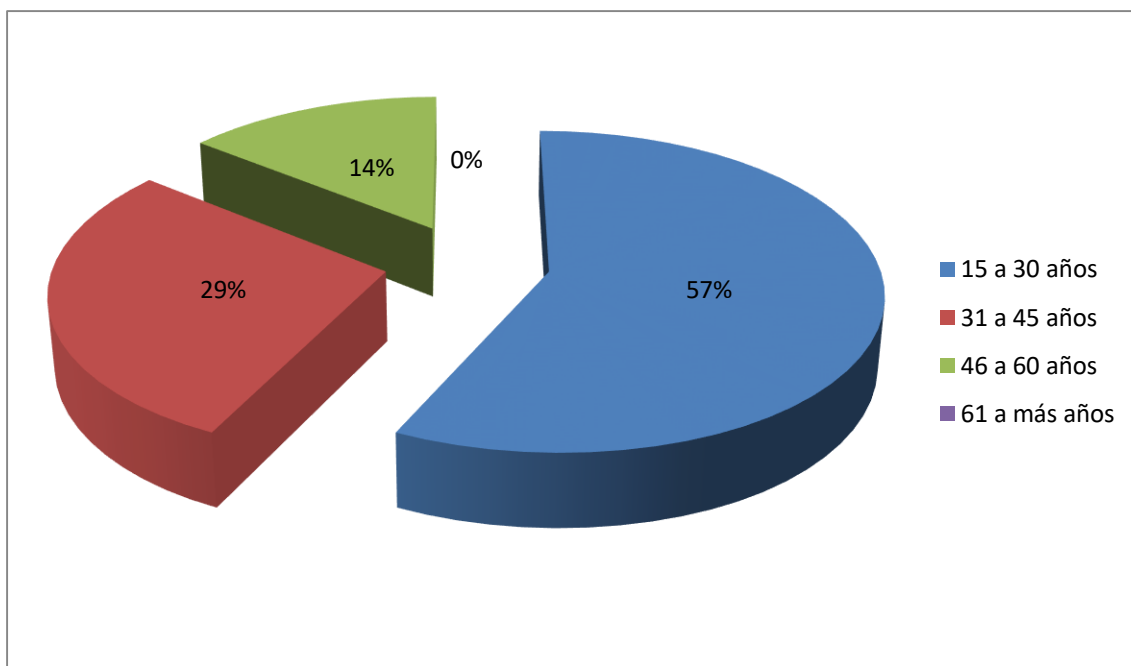


Figura 1: Edad del encuestado

Fuente: Tabla N° 1

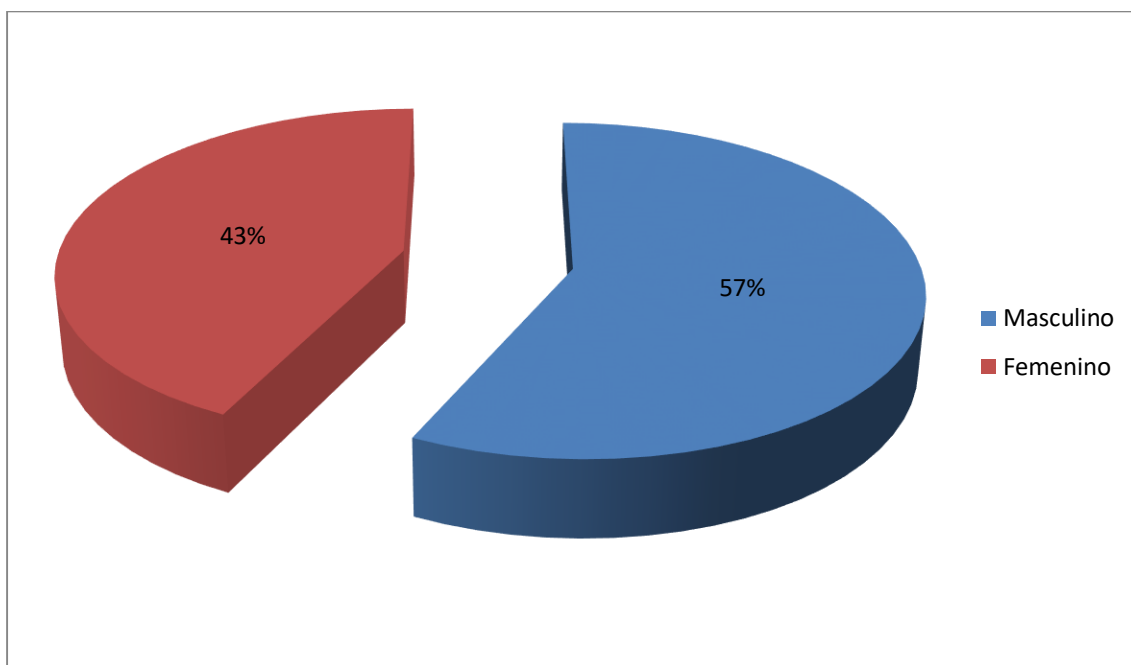


Figura 2: Género del encuestado

Fuente: Tabla N° 1

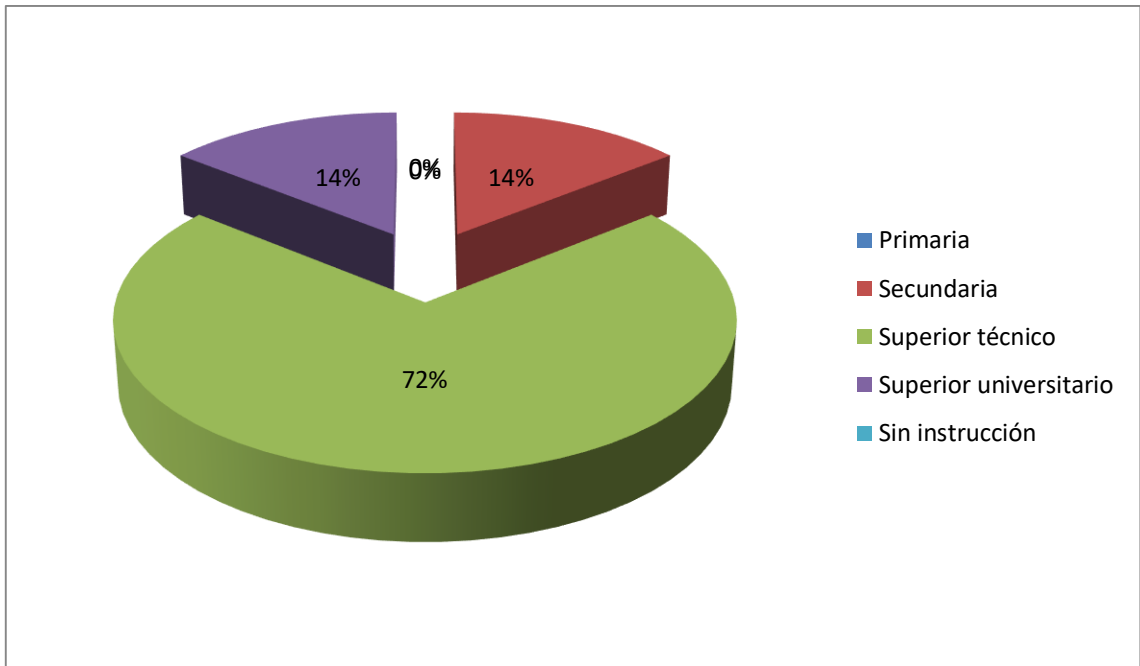


Figura 3: Grado de instrucción
Fuente: Tabla N° 1

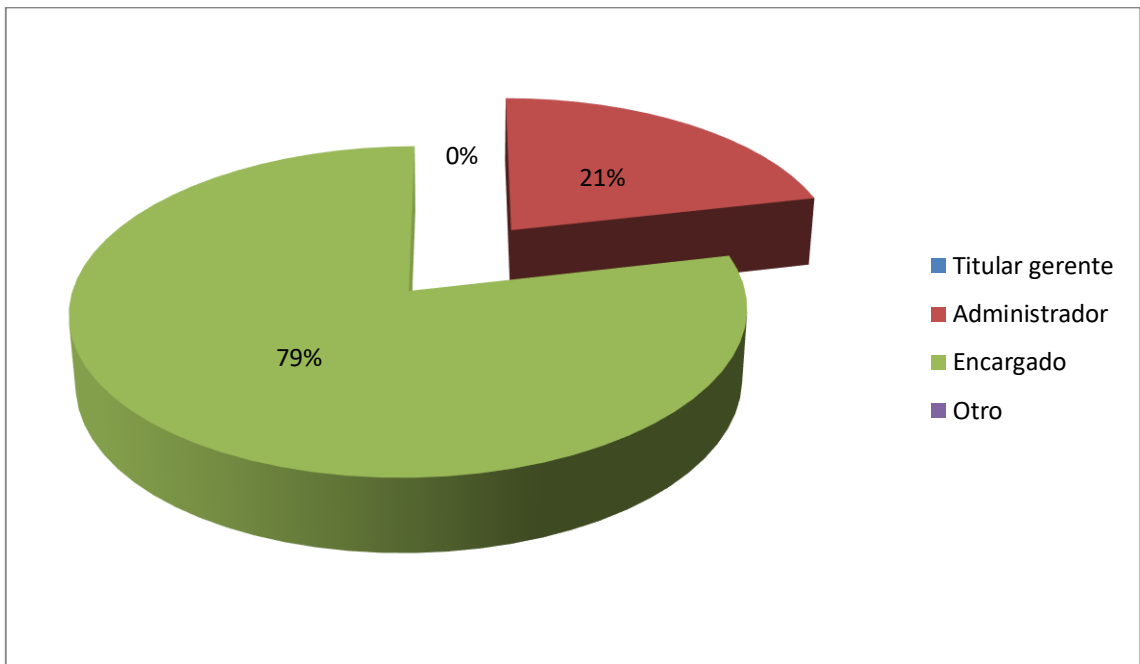


Figura 4: Cargo que desempeña
Fuente: Tabla N° 1

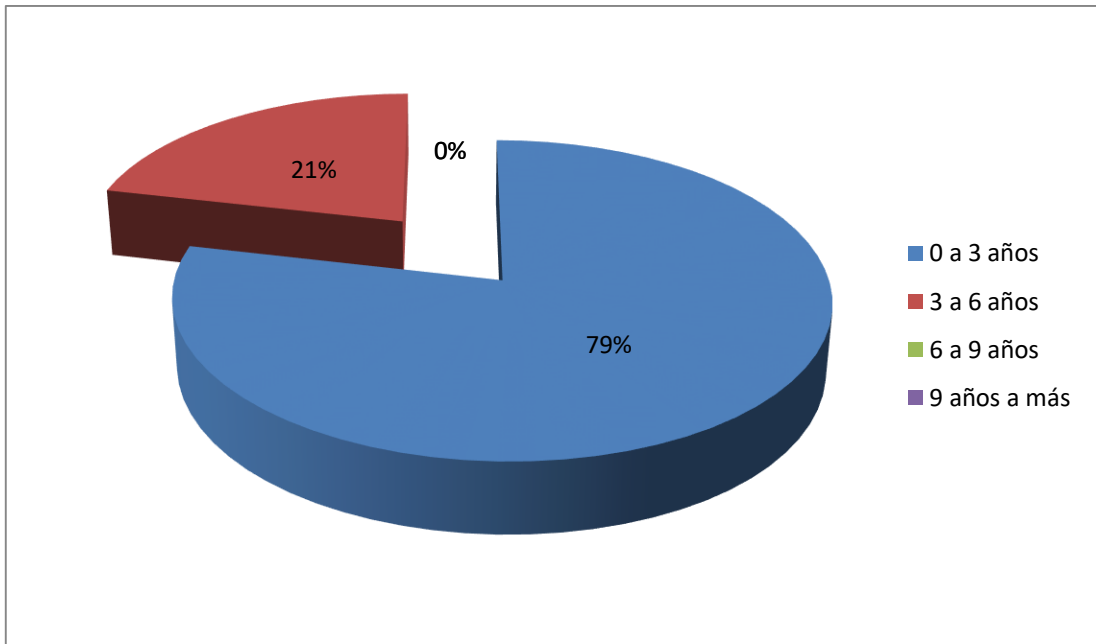


Figura 5: Años de permanencia de la empresa en el mercado
 Fuente: Tabla N° 2

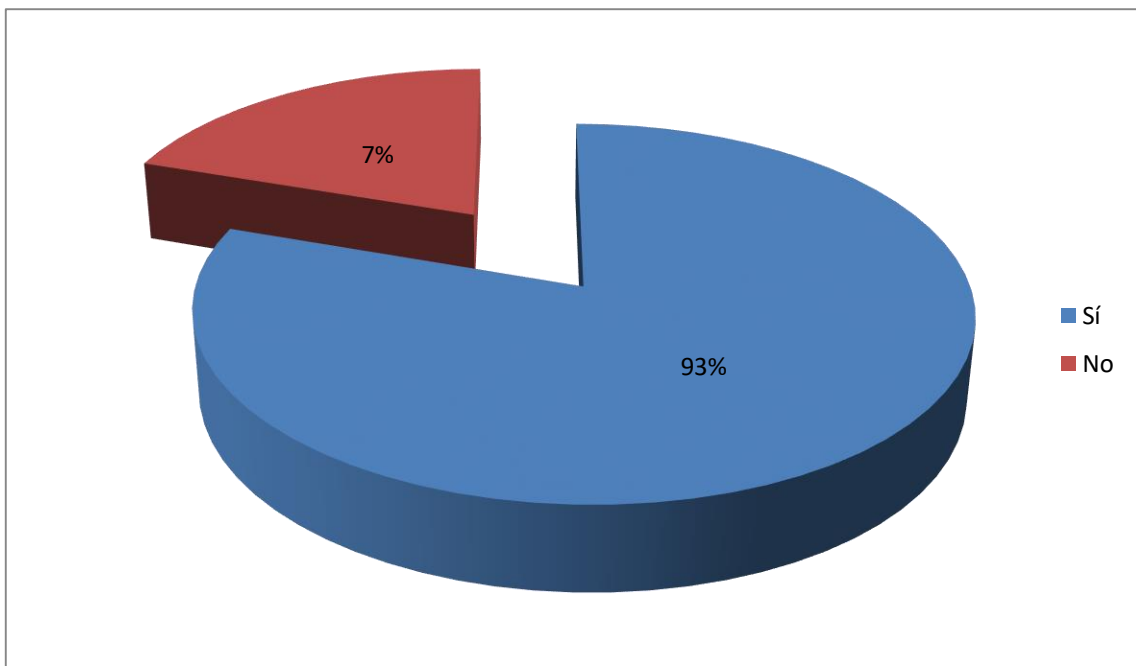


Figura 6: Empresas que cuentan con misión y visión
 Fuente: Tabla N° 2

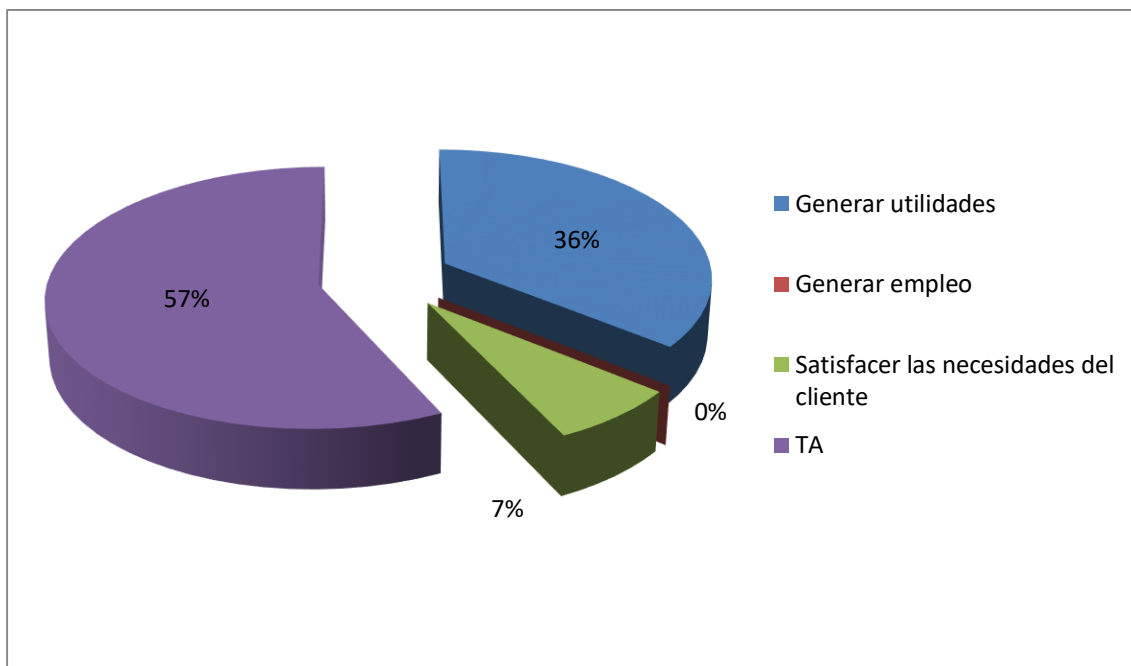


Figura 7: Finalidad de creación de la empresa
 Fuente: Tabla N° 2

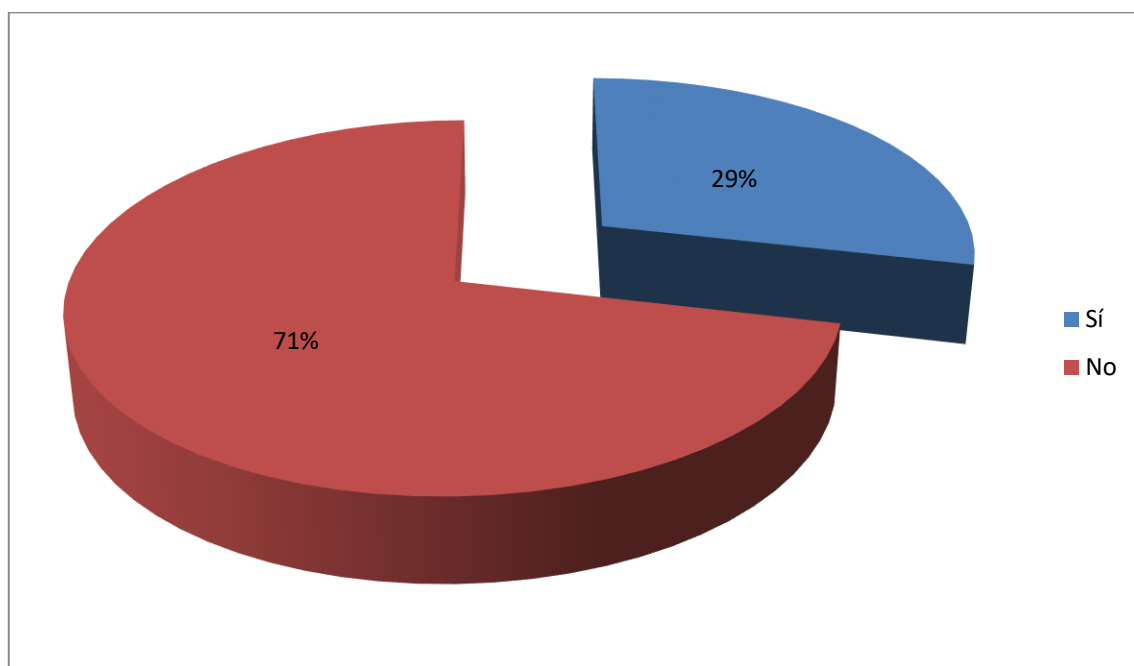


Figura 8: Empresas que cuentan con otros locales comerciales
 Fuente: Tabla N° 2

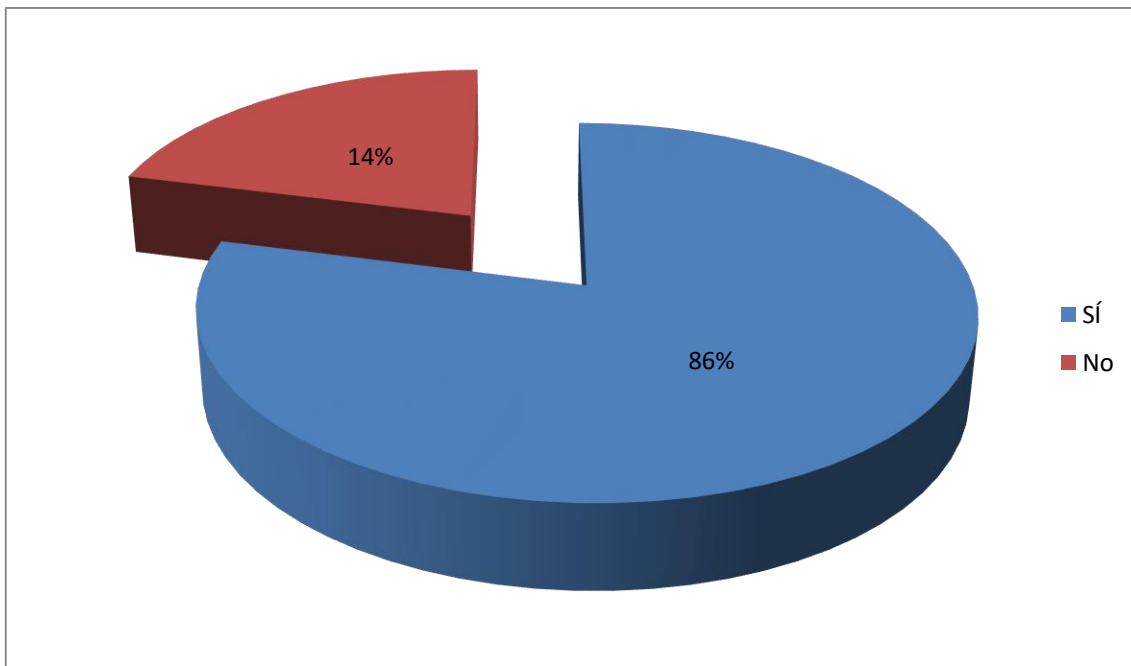


Figura 9: La empresas conoce la gestión de calidad
 Fuente: Tabla N° 3

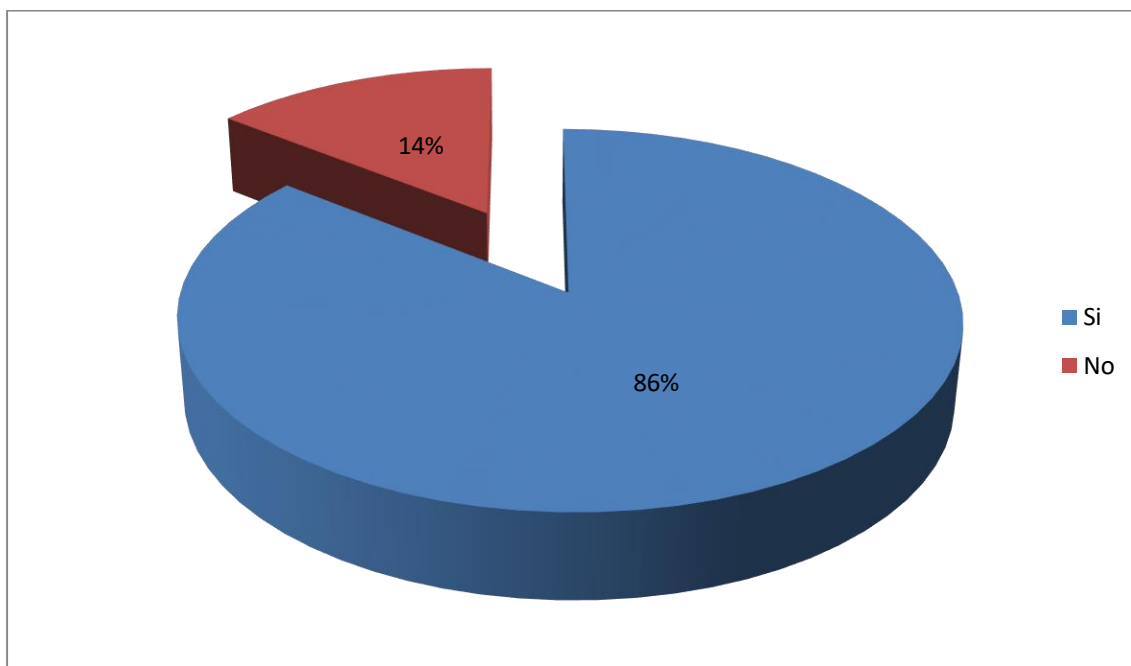


Figura 10: Realiza una gestión de calidad
 Fuente: Tabla N° 3

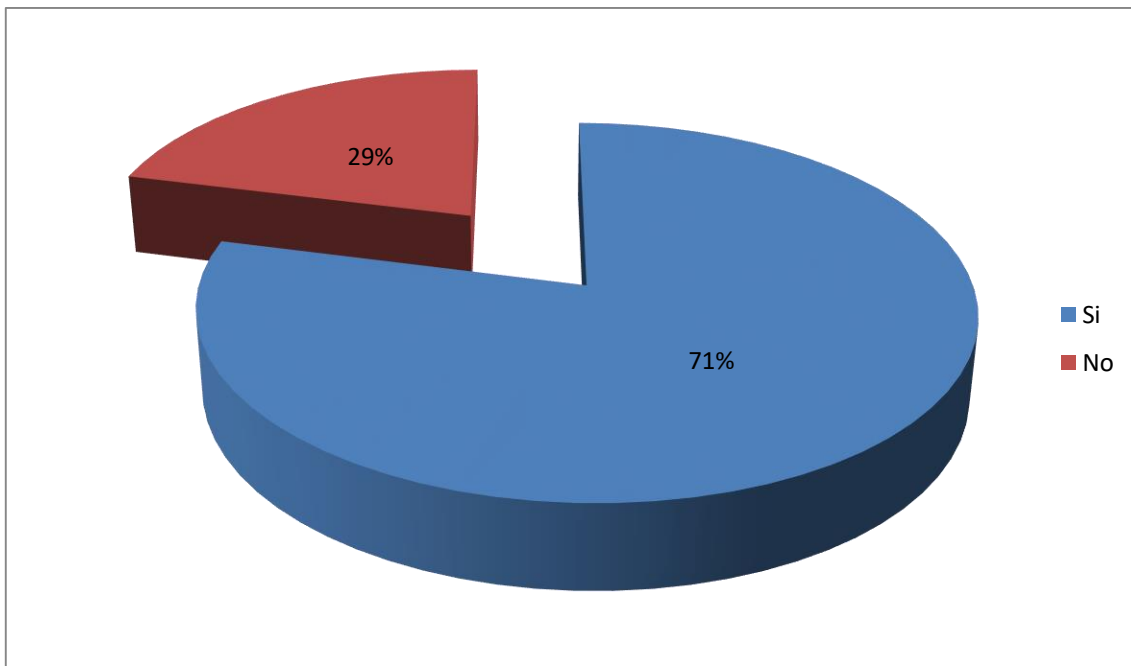


Figura 11: Planifica sus actividades para realizar una gestión de calidad
 Fuente: Tabla N° 3

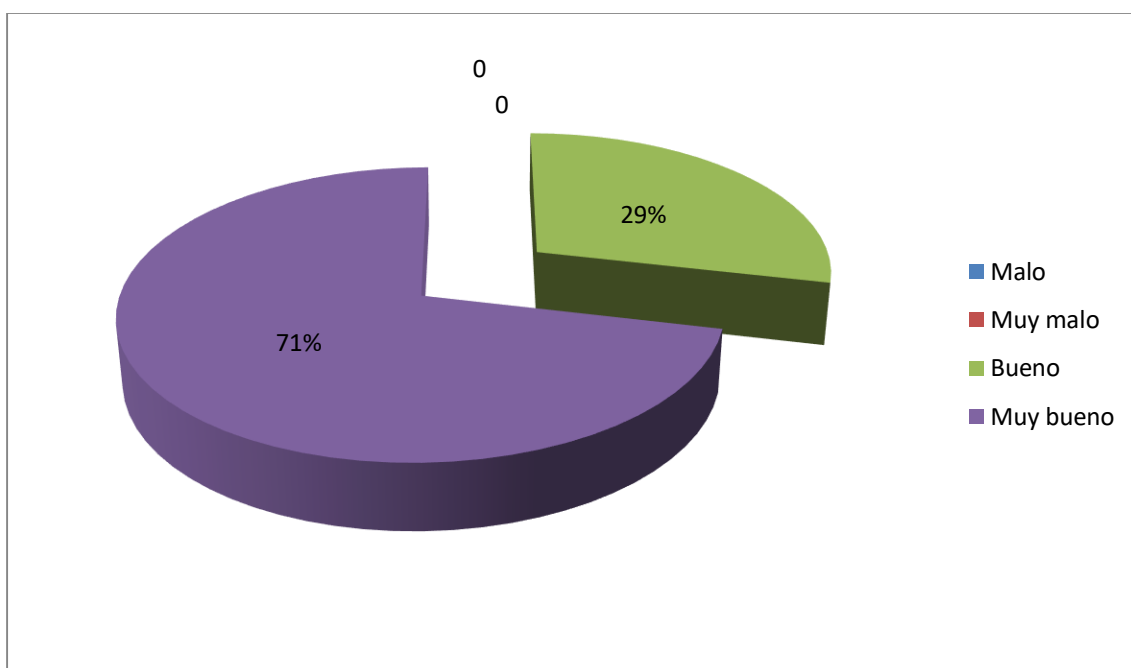


Figura 12: Considera el servicio que brinda
 Fuente: Tabla N° 3

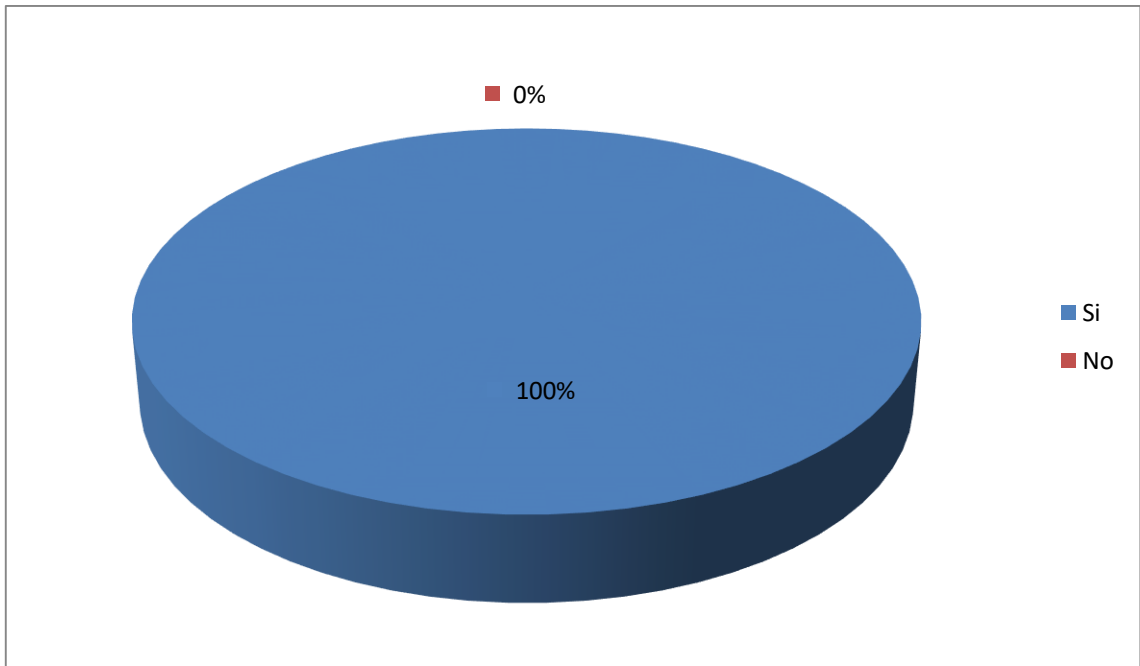


Figura 13: Considera que los clientes se sienten identificados
 Fuente: Tabla N° 3

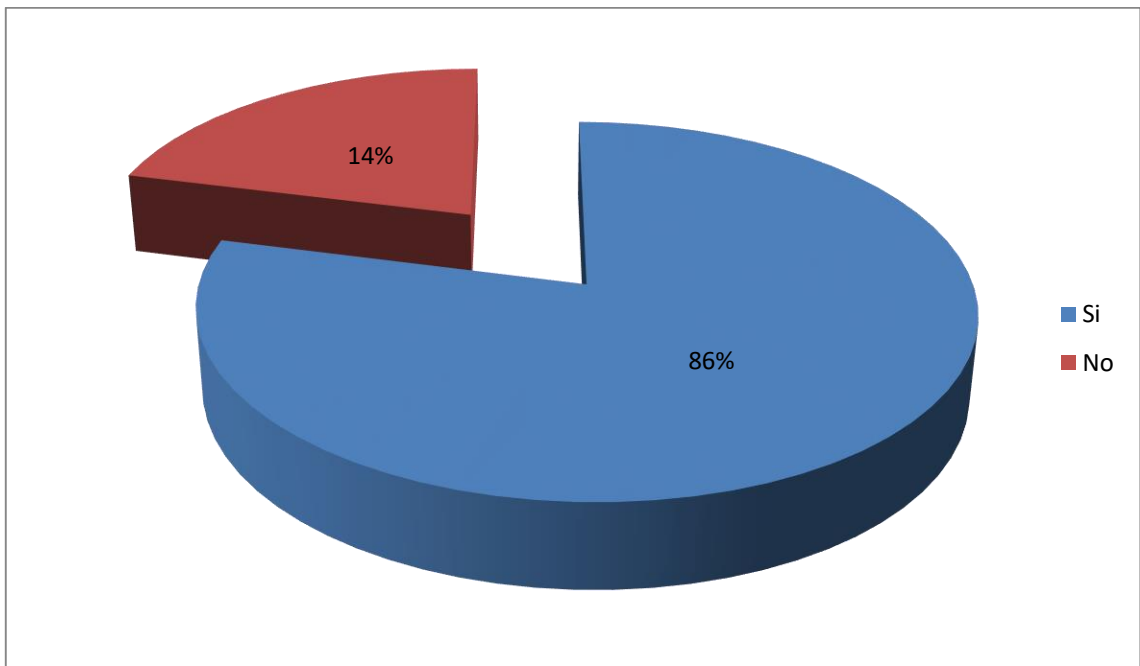


Figura 14: La empresa ha implementado el libro de reclamaciones para el uso de los usuarios
 Fuente: Tabla N° 3

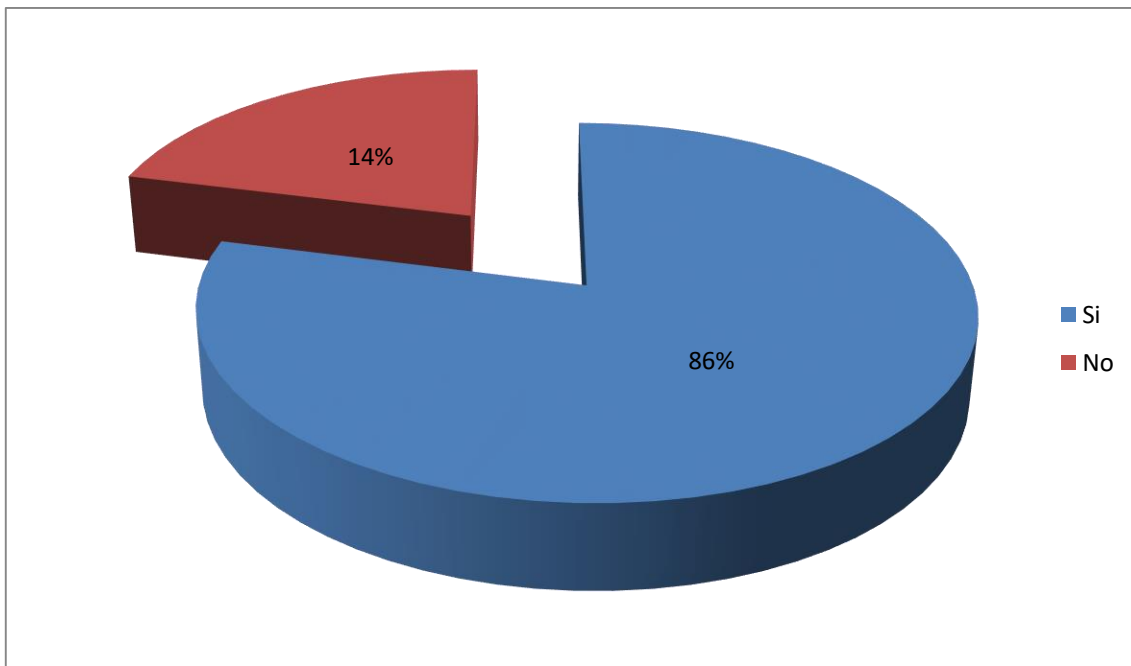


Figura 15: La empresa recepciona reclamos
 Fuente: Tabla N° 3

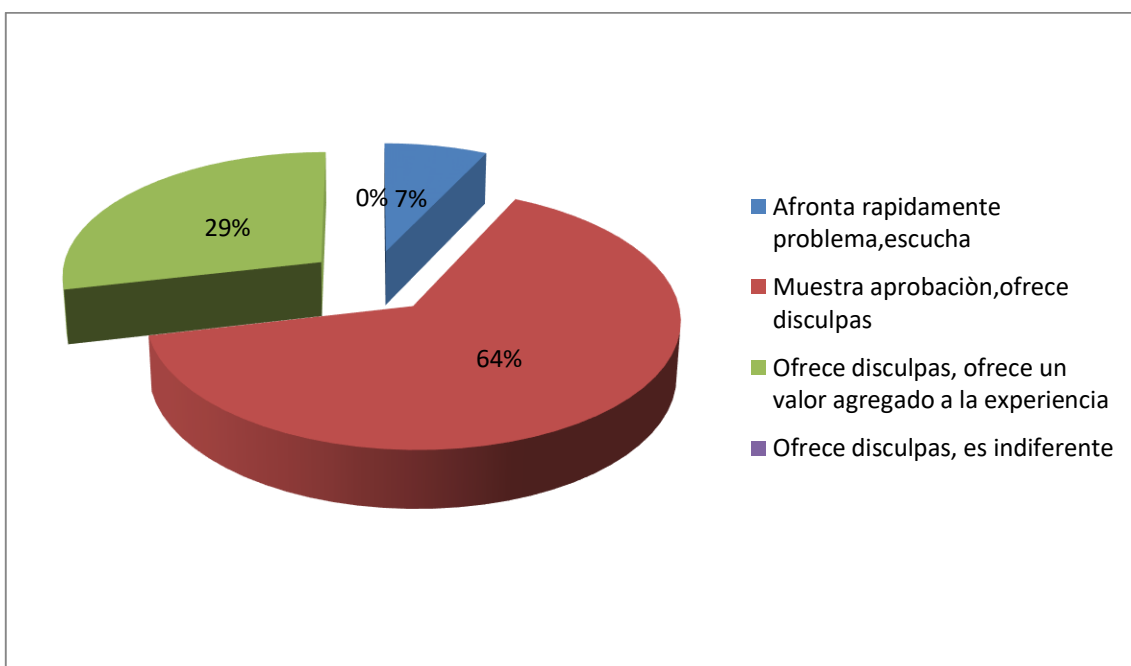


Figura 16: Soluciona las quejas presentadas en libro de reclamaciones
 Fuente: Tabla N° 3

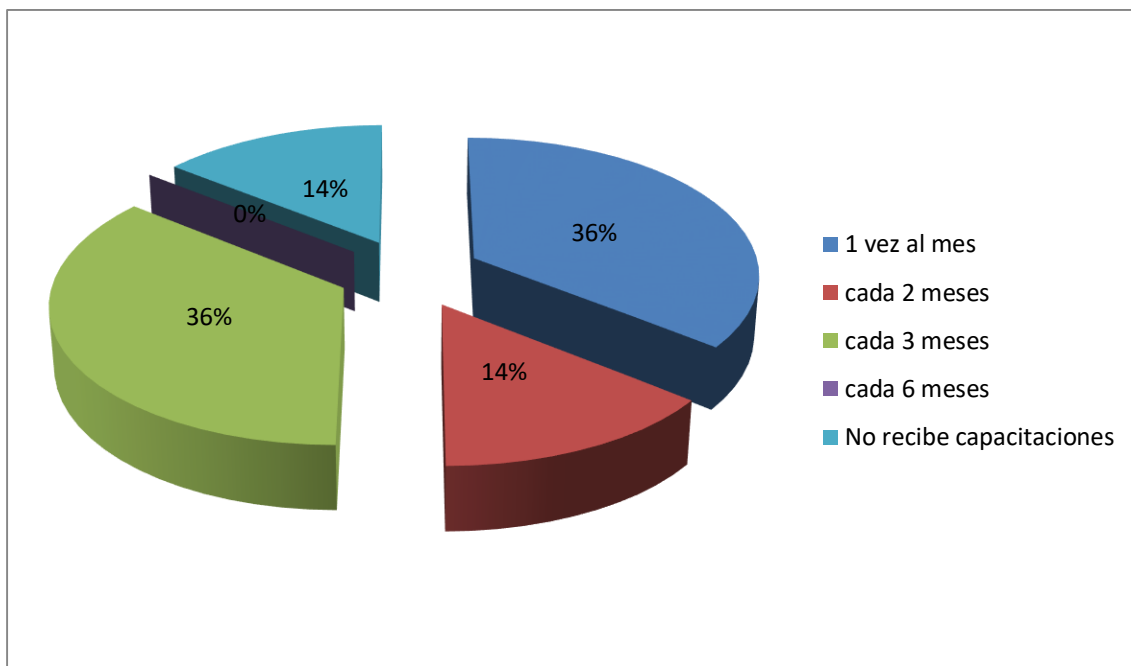


Figura 17: Tiempo que la empresa capacita a su personal
 Fuente: Tabla N° 3

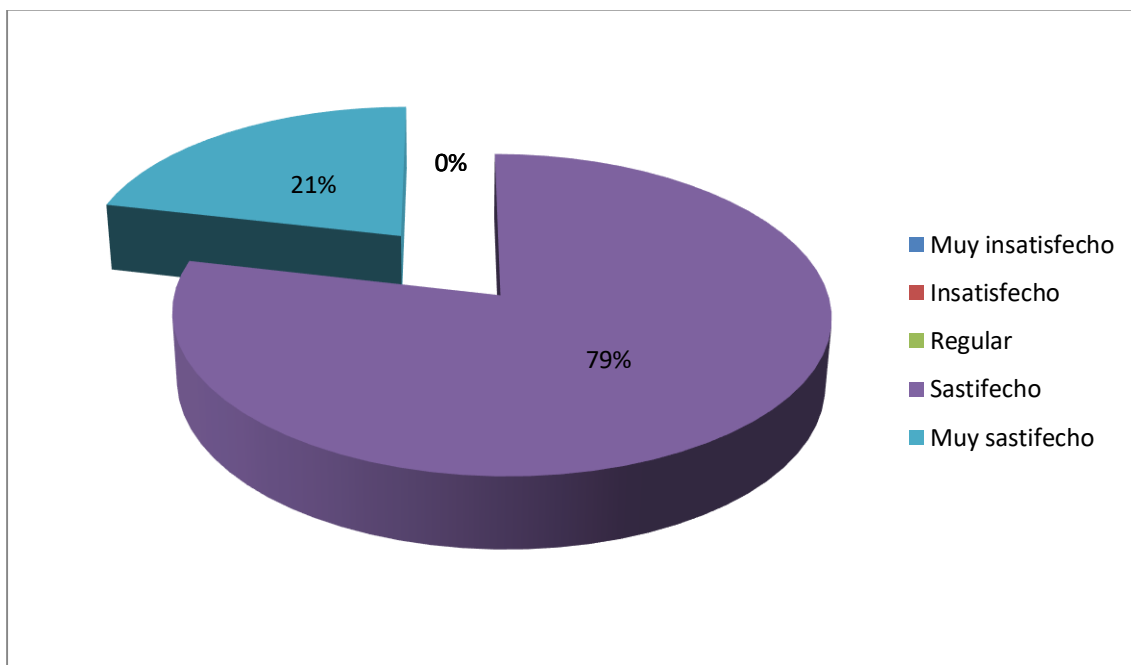


Figura 18: La empresa califica el desarrollo de su personal
 Fuente: Tabla N° 3

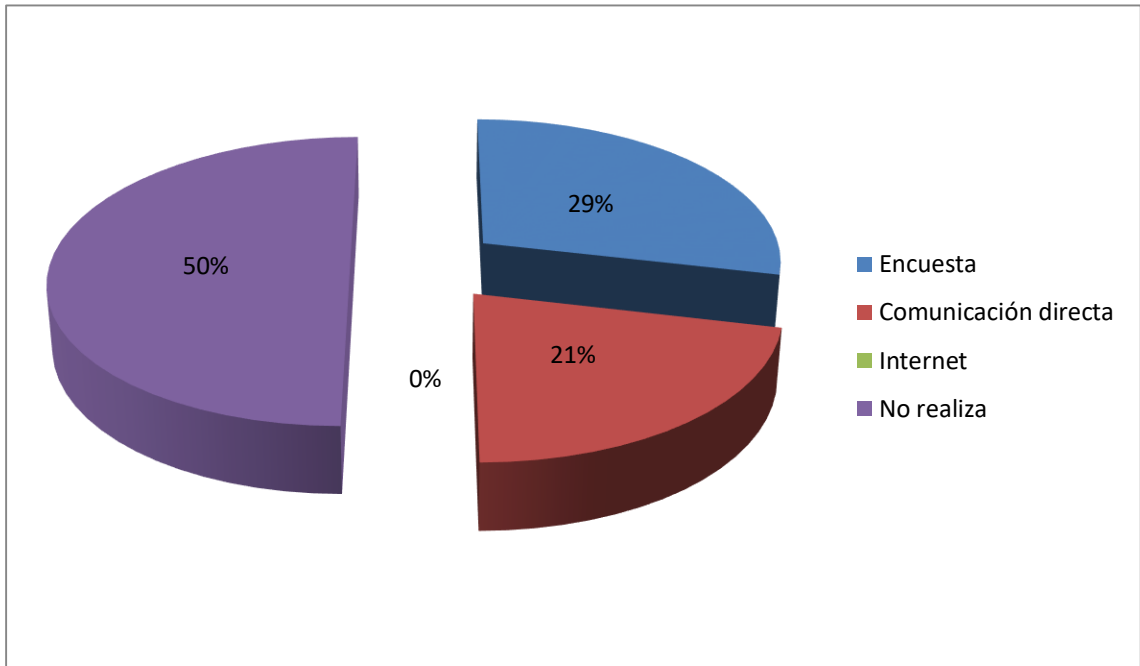


Figura 19: Herramienta que la empresa utiliza para medir el nivel de satisfacción
 Fuente: Tabla N° 3

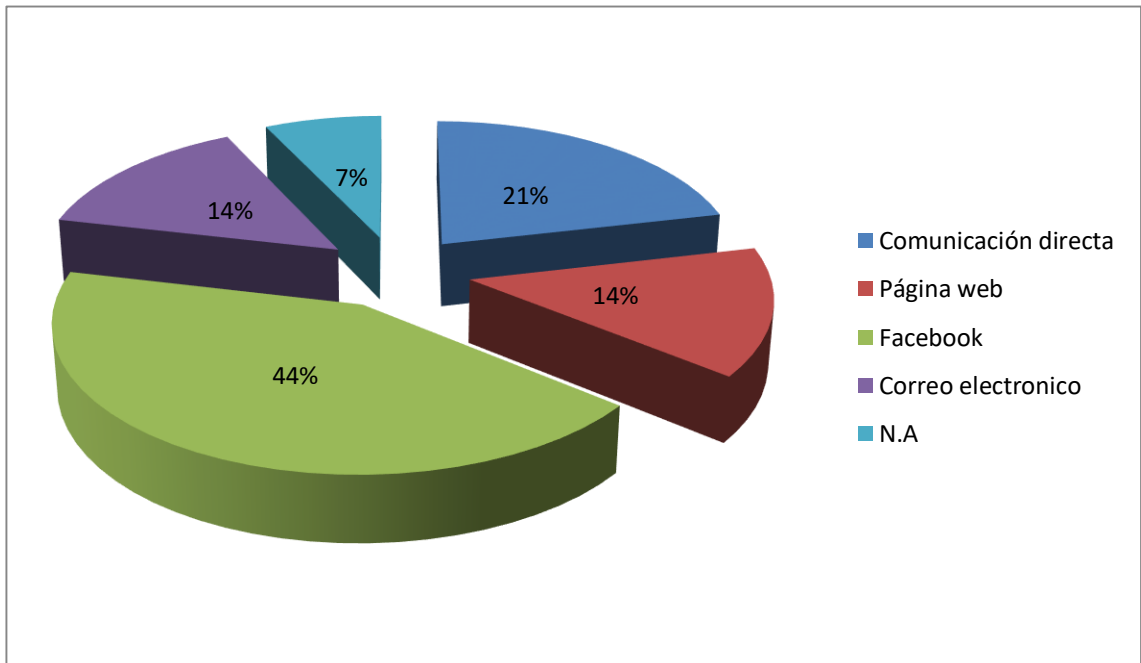


Figura 20: Canales de comunicación para relacionarse con los clientes
 Fuente: Tabla N°

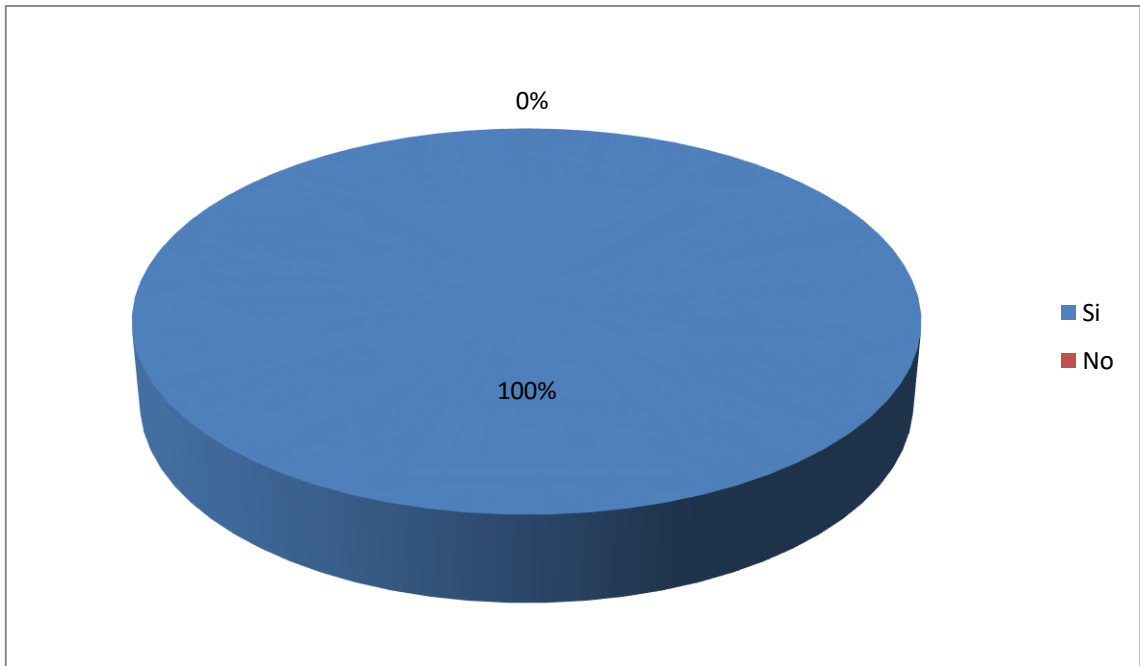


Figura 21: La empresa cuenta con procesos establecidos en atención al cliente
 Fuente: Tabla N° 3

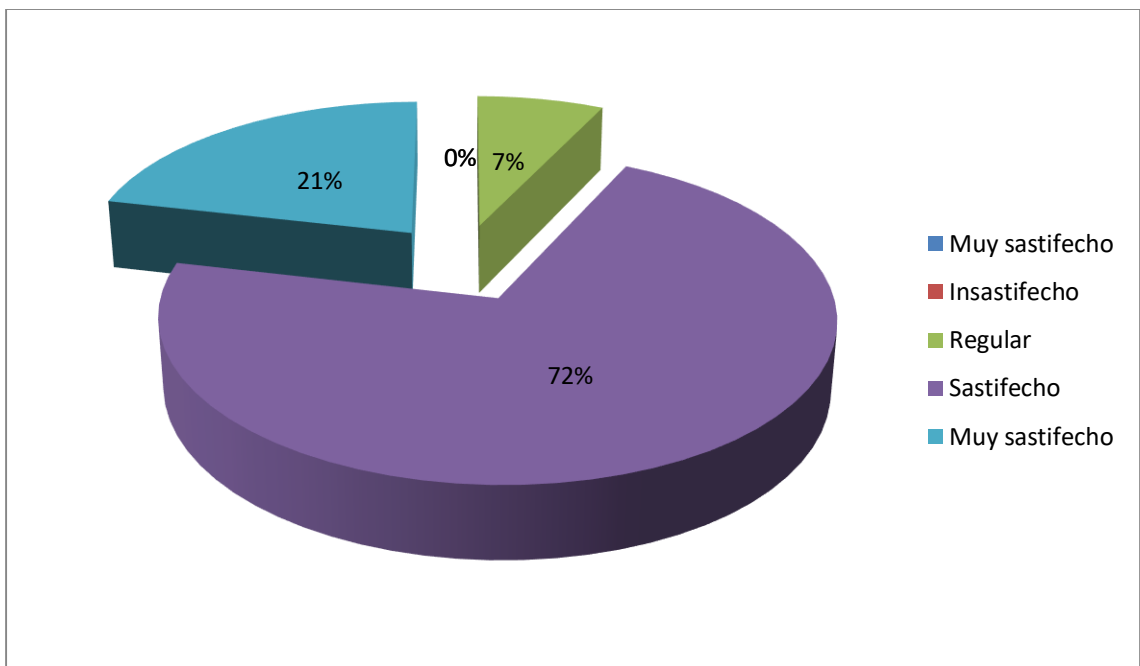


Figura 22: La empresa considera el nivel de satisfacción de los clientes con respecto al servicio
 Fuente: Tabla N° 3

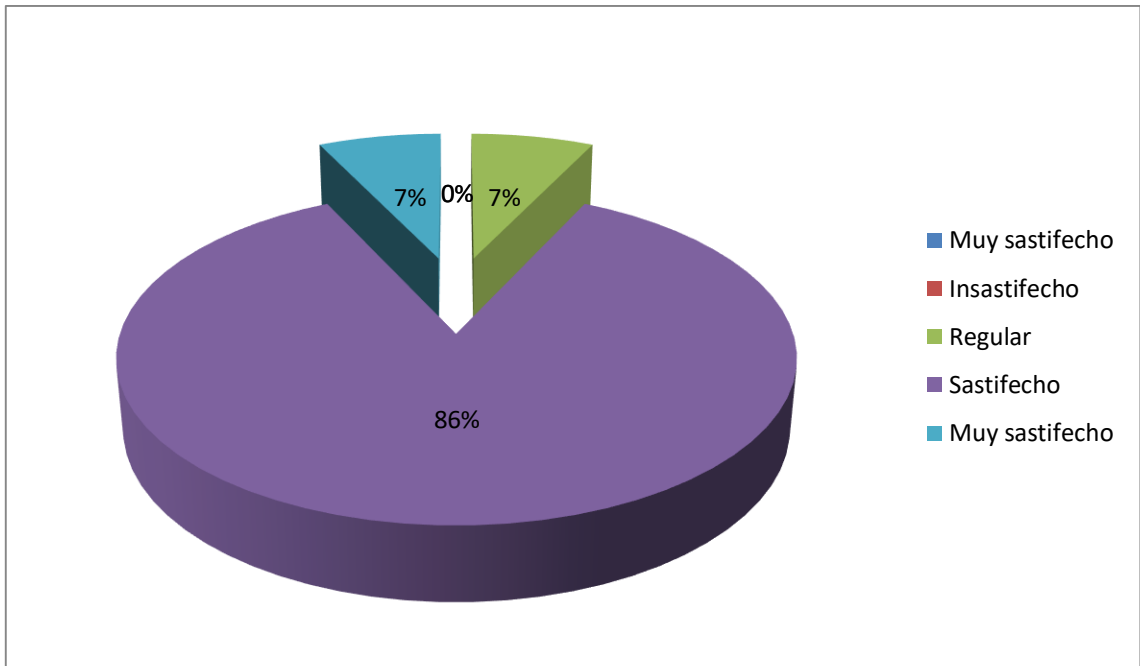


Figura 23: La empresa considera el nivel de satisfacción a la exigencia de los clientes
Fuente: Tabla N°3

Anexo 4: Presupuesto

CONCEPTO		COSTO UNITARIO (S/.)	CANTIDAD	VALOR TOTAL (S/.)
Costo del curso	Matrícula	200.00	1	200.00
	Pensión	240.00	4	960.00
Impresión		0.30	42	12.60
Folder		0.50	1	0.50
Fáster		0.50	1	0.50
Memoria USB		120.00	1	120.00
Pasajes por visitar a las mypes		2.60	40	104.00
Pasajes por tutorías en clase		4.60	16	73.60
Útiles	Lapiceros	1.00	2	2.00
	Encuestas	1.50	10	15.00
	Cuaderno	12.00	1	12.00
Pasajes por la aplicación de encuestas		4.60	12	55.20
Internet mensual		70	1	70.00
TOTAL				1625.40

Anexo 05: Cronograma de actividades

Actividades	Junio				Mayo				Junio				Julio			
	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Se recibió asesoramiento del docente para la realización del proyecto de investigación	x															
Redacción de las bases teóricas		x														
Cronograma para recolección de datos			x													
Instrumentos de recolección de Datos				x	x											
Recolección de datos						x	x	x	x							
Procesamiento de datos										x	X					
Presentación de los resultados de investigación												x	x	x	x	x
Descripción de la redacción del marco teórico de la investigación utilizando la norma APA considerando el programa anti plagio que acepta hasta el 30 % de similitud		x	x													
Ejecutar la metodología propuesta en la investigación de acuerdo a los objetivos planteados				x	x	x	x	x	x							
Elaborar tablas de frecuencia y gráficos de acuerdo a los datos obtenidos en la ejecución de la investigación con el apoyo de las Tic, considerando el programa anti plagio que acepta hasta el 30% de similitud											x	x	x	x	x	X
Interpretación de los resultados de la información obtenida en las tablas y/o gráficos													x	x	x	X
Elaboración de resultados, conclusiones considerando el programa anti plagio que acepta hasta el 30 % de similitud y culminando con referencias y Anexos														x		