



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS  
MYPES DEL SECTOR COMERCIAL, RUBRO POLLERÍA, DISTRITO DE  
CALLERÍA, AÑO 2017.**

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

AUTOR

FENNER FISHLERAL VILLACORTA HUANSI

ASESORA

SANTILLAN TUESTA MILAGROS MERCEDES

PUCALLPA – PERÚ

2018

## FIRMA DE JURADO Y ASESOR

-----  
Mgtr. Sergio Ortiz García  
Secretario

-----  
Mgtr. José Luis Meza Salinas  
Miembro

-----  
Dr. Geider Grandes García  
Presidente

-----  
Mgtr. Santillán tuesta milagros mercedes  
Asesora

## **AGRADECIMIENTO**

A mi esposa e hijas por el apoyo absoluto en esta etapa de preparación profesional, por ser mi motor y motivo y el empuje a nuevos objetivos, así mismo a los docentes que con su conocimiento, paciencia y dedicación contribuyen en hacer realidad mis anhelos.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo dedico a Dios, por ser mi fortaleza en los momentos más complicados en esta etapa de mi vida y por ser mi guía al poner a mi disposición el conocimiento por medio de personas idóneas en este campo de aprendizaje

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo describir la gestión bajo el enfoque en atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro pollería, distrito de Callería, año 2017, se trata de un estudio de nivel descriptivo, transversal, cuyo objetivo principal es determinar si en las mypes del sector comercial rubro pollerías del distrito de Callería, año 2017, se aplica correctamente, gestión bajo el enfoque en atención al cliente.

El universo lo conforman 45 mypes del sector comercial rubro pollerías y en este caso según criterio del investigador la muestra es de 15 mypes, la técnica de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento un cuestionario de preguntas debidamente estructurado para cada variable, a sí mismo la información fue procesada utilizando el software la hoja de cálculo Microsoft Excel 2016, sistema que ha permitido, definir una base de datos, elaborando tablas de distribución de frecuencias, graficas tipo barras cada cual, con sus respectivas interpretaciones, mediante la estadística descriptiva, la hipótesis manifiesta que, sí, se aplica gestión bajo el enfoque en atención al cliente en las mypes del sector rubro pollerías en el distrito de Callería , se logrará satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes y por ende se obtendrá mejores resultados, la principal conclusión al cual se llegó con esta investigación es que la gran mayoría de los dueños de las mypes encuestadas del rubro pollerías del distrito de Callería, desconocen el significado de gestión de calidad y consideran que atención al cliente es solo un servicio mas no una herramienta de gestión útil que ayudara a lograr satisfacer las expectativas de los clientes, es por ello que existe una gran deficiencia en atención al cliente.

**Palabras claves:** Gestión y atención al cliente.

## **ABSTRACT**

The objective of this research is to describe the management under the focus on customer service in the mypes of the commercial sector, poultry industry, Callería district, 2017, this is a descriptive, cross-sectional study, whose main objective is to determine if in the mypes of the commercial sector, poultry industry of the district of Callería, year 2017, it is correctly applied, management under the focus on customer service.

The universe is made up of 45 mypes from the commercial sector, chicken and in this case according to the researcher's criteria, the sample is 15 mypes, the data collection technique was the survey and the instrument a questionnaire of questions properly structured for each variable, The information was processed using the Microsoft Excel 2016 spreadsheet software, which allowed us to define a database, elaborating frequency distribution tables, bar graphs each, with their respective interpretations, through descriptive statistics. the hypothesis states that, yes, management is applied under the focus on customer service in the mypes of the poultry industry sector in the district of Callería, it will be possible to satisfy the needs and expectations of the customers and thus obtain better results, the main The conclusion reached with this investigation is that the vast majority of the owners of e the mypes surveyed in the poultry business of the Callería district, do not know the meaning of quality management and consider that customer service is only a service but not a useful management tool that will help to satisfy the expectations of the clients, that is why that there is a great deficiency in customer service

Keywords: Management and customer service.

## ÍNDICE

### GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL

SECTOR COMERCIAL, RUBRO POLLERÍA, DISTRITO DE CALLERÍA, AÑO 2017.....i

FIRMA DE JURADO Y ASESOR.....ii

AGRADECIMIENTO.....iii

DEDICATORIA.....iv

RESUMEN..... v

ABSTRACT.....vi

INDICE DE TABLAS ..... x

INDICE DE FIGURAS .....xii

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN ..... 14

CAPITULO II PLANTEAMIENTO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN..... 16

2.1) Planteamiento del problema ..... 16

a). Caracterización del problema: ..... 16

b). Enunciado del problema:..... 17

2.2. Objetivo de la investigación..... 17

2.2.1. Objetivos generales..... 17

2.2.2. Objetivos específicos ..... 17

2.3. Justificación de la investigación ..... 18

CAPITULO III. REVISIÓN DE LITERATURA .....	19
3.1. Antecedentes.....	19
3.1.1. Antecedentes internacionales .....	19
3.1.2. Antecedentes Nacionales.....	20
3.1.3. Antecedentes locales.....	22
3.2. Marco teórico.....	23
3.2.1. Gestión.....	23
3.2.2. Atención al cliente.....	28
3.3. Marco conceptual.....	32
CAPITULO IV. HIPÓTESIS .....	33
4.1. Hipótesis generales.....	33
4.2. Hipótesis específica.....	33
CAPITULO V. METODOLOGÍA.....	34
5.2. Población y muestra.....	35
5.3) Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	37
5.4) Técnica e instrumento de recolección de datos .....	40
5.5) Plan de análisis .....	40
5.6) Matriz de consistencia .....	41
5.7) Principios éticos.....	43



CAPITULO VI. RESULTADOS.....	46
6.1 Resultados.....	46
7.1 CONCLUSIONES .....	69
7.2 RECOMENDACIONES.....	70
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	72
ANEXOS.....	75

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Edad Del Emprendedor De La Empresa .....	46
Tabla 2 Genero .....	47
Tabla 3 Grado de Instrucción .....	48
Tabla 4 ¿Cuántos años tiene en el rubro pollería? .....	49
Tabla 5 ¿Usted tiene conocimiento del término gestión? .....	50
Tabla 6 ¿Usted tiene un plan para mejorar los procesos administrativos en su empresa? .....	51
Tabla 7 ¿Usted tiene elaborado un reglamento interno en su empresa? .....	52
Tabla 8 ¿Usted ejecuta alguna estrategia para atraer a los clientes en su empresa? .....	53
Tabla 9 ¿Usted cree que cuenta con el personal idóneo para realizar funciones en su empresa? .....	54
Tabla 10 ¿Usted en su empresa dirige con motivación a sus trabajadores? .....	55
Tabla 11 ¿Usted evalúa el desempeño de sus trabajadores en su empresa? .....	56
Tabla 12 ¿En su empresa tienen conocimiento del concepto de atención al cliente? .....	57
Tabla 13 ¿Usted considera que atención al cliente es una herramienta útil para el logro de la satisfacción o considera que solo es un servicio? .....	58
Tabla 14 ¿Usted al brindar productos de calidad a sus clientes que reacciones positivas puede observar? .....	59
Tabla 15 ¿Usted considera que la rapidez del servicio es una ventaja que contribuye en complacer a sus clientes? .....	60
Tabla 16 ¿Usted considera que al mostrarse con amabilidad, cortesía y simpatía el cliente percibe una excelente atención? .....	61

Tabla 17 ¿Considera usted que la higiene, el establecimiento, imagen del personal, inspire confiabilidad a sus clientes?.....	62
Tabla 18 ¿Usted considera que un cliente satisfecho se convierte en un potencial para su empresa?.....	63
Tabla 19 ¿Usted capacita a su personal para asegurar la eficiencia de la atención?.....	64
Tabla 20 ¿Usted cree que el tiempo de espera en la atención cumple las expectativas de sus clientes?.....	65

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Edad del emprendedor de la empresa .....	46
Figura 2 Genero .....	47
Figura 3 Grado de instrucción .....	48
Figura 4 ¿Cuántos años tiene en el rubro pollería? .....	49
Figura 5 ¿Usted tiene conocimiento del término gestión? .....	50
Figura 6 ¿Usted tiene un plan para mejorar los procesos administrativos en su empresa? .....	51
Figura 7 ¿Usted tiene elaborado un reglamento interno en su empresa? .....	52
Figura 8 ¿Usted ejecuta alguna estrategia para atraer a los clientes en su empresa? .....	53
Figura 9 ¿Usted cree que cuenta con el personal idóneo para realizar funciones en su empresa? .....	54
Figura 10 ¿Usted en su empresa dirige con motivación a sus trabajadores? .....	55
Figura 11 ¿Usted evalúa el desempeño de sus trabajadores en su empresa? .....	56
Figura 12 ¿En su empresa tienen conocimiento del concepto de atención al cliente? .....	57
Figura 13 ¿Usted considera que atención al cliente es una herramienta útil para el logro de la satisfacción o considera que solo es un servicio? .....	58
Figura 14 ¿Usted al brindar productos de calidad a sus clientes que reacciones positivas puede observar? .....	59
Figura 15 ¿Usted considera que la rapidez del servicio es una ventaja que contribuye en complacer a sus clientes? .....	60
Figura 16 ¿Usted considera que al mostrarse con amabilidad, cortesía y simpatía el cliente percibe una excelente atención? .....	61

Figura 17 ¿Considera usted que la higiene, el establecimiento, imagen del personal, inspire confiabilidad a sus clientes?.....	62
Figura 18 ¿Usted considera que un cliente satisfecho se convierte en un potencial para su empresa?.....	63
Figura 19 ¿Usted capacita a su personal para asegurar la eficiencia de la atención? .....	64
Figura 20 ¿Usted cree que el tiempo de espera en la atención cumple las expectativas de sus clientes?.....	65

## **CAPITULO I. INTRODUCCIÓN**

La presente investigación, pretende conocer y al mismo tiempo buscar alternativas de soluciones para la problemática encontrada en las mypes dedicadas al rubro pollerías, se inicia haciendo referencia al gran movimiento comercial que existe actualmente en la ciudad de Pucallpa en especial en el Distrito de Callería, los empresarios invierten en diferentes negocios y las pollerías no son ajenas a esta realidad ya que existen muchos emprendedores que se dedican a este rubro y se percibe una gran demanda de clientes que buscan satisfacerse, la gran preocupación es ¿porque? existiendo esta gran oportunidad de mejoras en el desarrollo económico en la ciudad de Pucallpa, algunas de las mypes del sector comercial rubro pollerías desde su constitución hasta la actualidad no se han consolidado y fortalecido económicamente, no crecen, no se expanden, en muchos casos simplemente desaparecen.

Esta investigación determina, que el gran problema que existe en estos negocios del rubro pollerías, es la falta de aplicación de gestión bajo el enfoque en atención al cliente, los dueños o administradores no planifican tampoco dirigen las actividades laborales de sus trabajadores enfocados en los clientes, por diferentes factores entre ellas tenemos la, falta de conocimiento en gestión de calidad, porque consideran que atención al cliente es solo un servicio y no lo ven como una herramienta importante para lograr objetivos en sus negocios, el poco interés que muestran en capacitar a sus trabajadores y algunos cayeron en el conformismo, lo cual obstaculiza, el desarrollo de sus negocios.

Los dueños de las mypes del sector rubro pollerías al no considerar que atención al cliente es una herramienta importante en sus negocios, demuestran una gran deficiencia en la cortesía, la rapidez de la atención, la confiabilidad y la simpatía, las cuales son características fundamentales de los negocios y por medio de ellas obtienen fidelidad e identificación de los clientes con los negocios, al no operar de esta manera, genera un impacto negativo en los clientes al no lograr satisfacer sus necesidades y expectativas, queda reflejado que en la mayoría de estas mypes solo se interesan en las utilidades, dejando de lado el servicio de calidad en la atención a sus clientes.

En esta investigación se describe la metodología, es de tipo cuantitativo, nivel es descriptivo y el diseño no experimental, descriptivo, transversal.

## CAPITULO II PLANTEAMIENTO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

### 2.1) Planteamiento del problema

El presente estudio de investigación determina el gran problema que existe en las mypes, del sector comercial rubro pollerías, a la falta de gestión bajo el enfoque en atención al cliente, ya que al no aplicar gestión conlleva a muchas consecuencias negativas, la falta de planificación, organización, dirección y el control, conlleva a no lograr los objetivos deseados de las empresas y obstaculiza el proceso de una mejora en la atención al cliente.

Lo que se plantea para esta problemática, es que los dueños de las mypes se interesen por conocer a fondo el concepto de la administración y aplicarla, que consideren que atención al cliente es una herramienta importante para el logro de la satisfacción y la fidelidad de sus clientes.

#### **a). Caracterización del problema:**

Mediante esta investigación, se pretende dar a conocer los factores que crean la gran problemática en las mypes del sector comercial rubro pollerías del distrito Callería año 2017.

se puede mencionar algunos factores que afectan el desarrollo de estas mypes.

- La falta de interés de los dueños por aplicar gestión en sus empresas.
- La ausencia de capacitación en tema de atención al cliente a los trabajadores.
- Falta de cortesía, rapidez, amabilidad y carisma en la atención.

No considerar la importancia de la gestión y atención al cliente en las mypes, es un grave error, ya que estas dos variables son vitales para la rentabilidad y competitividad de las mypes del sector comercial rubro pollerías en el distrito de Callería, año 2017.



**b). Enunciado del problema:**

¿Es posible que, con la correcta aplicación de gestión bajo el enfoque en atención al cliente, se logre satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes en las Mypes del sector comercial rubro pollería, en el distrito de Callería, año 2017?

**2.2. Objetivo de la investigación**

**2.2.1. Objetivo general.**

Determinar si en las mypes del sector comercial rubro pollerías del distrito de Callería, año 2017, se aplica gestión bajo el enfoque en atención al cliente.

**2.2.2. Objetivos específicos**

O<sub>1</sub> Determinar si las mypes del sector comercial rubro pollerías del distrito de Callería, año 2017 aplican la planificación.

O<sub>2</sub> Determinar si las mypes del sector comercial rubro pollerías del distrito de Callería, año 2017 aplican organización.

O<sub>3</sub> Determinar si las mypes del sector rubro pollerías del distrito de Callería, año 2017 aplican la dirección.

O<sub>4</sub> Determinar si las mypes del sector rubro pollerías del distrito de Callería, año 2017 aplican el control.

O<sub>5</sub> Determinar si las mypes del sector rubro pollerías del distrito de Callería, año 2017 satisfacen a sus clientes con el servicio.

O<sub>6</sub> Determinar si las mypes del sector rubro pollerías del distrito de Callería, año 2017 satisfacen con los productos.

### **2.3. Justificación de la investigación**

Se justifica esta investigación, porque se consideró que existen grandes deficiencias en gestión bajo el enfoque en atención al cliente en las mypes del sector comercial rubro pollerías, en el distrito de Callería, debido a la falta de conocimiento y la falta de interés de los emprendedores por conocer y aplicar la administración eficiente en sus negocios.

Es por ello que, esta investigación procura brindar a los microempresarios del sector rubro pollerías, la alternativa de conocer cómo gestionar sus negocios y mejorar la atención al cliente.

La justificación de esta investigación es porque se considera que va a servir como guía para otros estudios del mismo interés.

## **CAPITULO III. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **3.1. Antecedentes.**

Esta investigación, está realizada en base, al estudio y la recopilación de información de diferentes fuentes de tesis y temas relacionados.

#### **3.1.1. Antecedentes internacionales**

Coronel, V. (2011) Mejoramiento de calidad en el servicio y atención al cliente en el Restaurante los pollos de la Colón, de la ciudad de Riobamba-Ecuador.

Tesis para adquirir la licenciatura en gestión gastronómica, esta investigación tiene el objetivo general, mejorar la calidad del servicio y la atención, en el restaurante.

Se percibe el interés de los dueños en invertir en capacitaciones de sus trabajadores con la finalidad de obtener resultados positivos en relación con los clientes y ante la competencia, la población de la investigación fue de 4500 clientes reales y 3 mypes del mismo rubro, la muestra es la población en estudio es el 13% igual a 367 y 3 mypes que son la competencia, el tipo de la investigación es descriptivo, transversal no exploratorio, el instrumento que utilizó es el cuestionario y encuesta, las principal conclusión es que esta mype no cuenta con una adecuada campaña publicitaria que logre llegar a los clientes de una manera clara el mensaje donde describan el interés por mantener la ,higiene, el cuidado por la manipulación de los alimentos y los precios.

Mendoza, F. (2015) Atención al cliente en restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa-Guatemala,2015.

En la tesis para obtener el título de administradora de empresas en el nivel académico de licenciada, el objetivo general de este estudio es comprobar de qué manera brindan los servicios de atención al cliente en los restaurantes ubicadas en la cabecera de Jutiapa - Guatemala, la población de la investigación fueron 345 restaurantes y la muestra con la que se realizó el estudio fueron 185 restaurantes, es una investigación tipo descriptivo, el diseño de esta investigación es no experimental, el instrumento utilizado fue el cuestionario de preguntas, la principal conclusión es que los restaurantes ubicadas en la cabecera de la municipalidad de Jutiapa, tienen bien definido al tipo de clientes que frecuentan son del tipo afirmativo, firmes y seguros saben lo que quieren, sus gustos son la higiene, comodidad y seguridad en el establecimiento, mientras que las preferencias son buena atención, precios cómodos y accesibles, que los atiendan con rapidez.

Se estableció que los clientes de los restaurantes ubicados en la cabecera de la municipalidad de Jutiapa no están satisfechos con el servicio recibido porque consideran que el precio pagado no va de acorde ya que no reciben atención amable y hay retrasos en el servicio.

### **3.1.2. Antecedentes Nacionales**

**Ponce, M. (2017)** Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las mypes del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna, año 2018.

En la tesis para optar el título profesional de licenciada en la carrera de administración, el objetivo general del estudio fue describir las características que existen en la gestión de la calidad en la atención al cliente en la mypes del sector servicios rubro restaurantes.

Su población fue de 14 mypes, la muestra lo efectuó al 100% de la población porque consideró que es una cantidad mínima, el tipo de la investigación fue básico porque se incrementó el conocimiento, el diseño fue no experimental-transversal, el instrumento de la investigación fue el cuestionario y encuesta, las principales conclusiones fueron que los empresarios aplican la gestión de calidad en las mypes y consideran que la atención a su clientela es esencial en el logro de sus objetivos.

**Medina, M. (2015)** Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las mypes, rubro pollería del distrito de vice-sechura, periodo 2015.

En la tesis para optar el título de licenciada en la carrera de administración, el objetivo general de esta investigación fue identificar qué características tiene la gestión de calidad y la atención a la clientela en las mypes, la población en esta investigación fue de tres mypes del sector servicios, rubro pollerías, la muestra estimada es de 68 clientes, el tipo de la investigación es cuantitativa, el diseño es no experimental, transversal, el nivel es descriptiva, el instrumento de la investigación fue el cuestionario.

Las principales conclusiones fueron, en relación a los principios de gestión de calidad se consideró resaltante ya que sus trabajadores en general les interesa el tema de enfoque hacia el cliente, la participación y el compromiso y los recursos utilizados son de muy buena calidad, por lo que para cualquier empresa el cliente es lo más importante ya que sin ellos las empresas no tendrían razón de ser.

Determina que la mayoría de estas mypes dedicadas al rubro de pollerías no cuentan con un manual y su productividad de los trabajadores lo miden a medias, sí, consideran la planificación

en general ya que aceptan que ayuda al logro de sus objetivos, determina que aplican estrategias de mejora en la atención entre ellas ofrecen precios bajos y accesibles.

**Rosas, G. (2017)** Gestión en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías bajo el enfoque de atención al cliente y propuestas de mejora, El Porvenir,2017.

En la tesis para obtener el título de licenciada en la carrera de administración, el objetivo general, fue conocer las características fundamentales de la gestión de las mypes y plantear la mejora continua, la población fue de 30 mypes del rubro pollerías, la muestra fue en base a una población pequeña por la cual encuestó a las 30 mypes en el distrito del porvenir,2017.

Tipo de la investigación fue cuantitativo, el diseño fue no experimental y transaccional, el instrumento utilizado fue el cuestionario ,las principales conclusiones fueron que para la mayoría de los representantes de las mypes la mejor estrategia para atraer a los clientes son los precios bajos dejando de lado la herramienta estratégica más importante que es atención al cliente y manifiestan que solo el 17% son capacitados al mes, eso quiere decir que los empresarios de estas mypes, no consideran importante esta práctica y en casos lo definen como una pérdida de tiempo.

### **3.1.3. Antecedentes locales**

**Vela, W. (2018)** Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, rubro restaurant, distrito de Callería, año 2018.

En la tesis para optar el título de licenciada en la carrera de administración, el objetivo general de esta investigación fue conocer el grado de gestión de calidad alcanzado y la ejecución de estrategias de atención al cliente, la población fue de 188 mypes y la muestra se dio en base a 18 mypes del rubro restaurant, el tipo de la investigación fue cuantitativa, el diseño fue no

experimental transversal, descriptiva-correlacional, el nivel fue descriptivo, las principales conclusiones fueron según los resultados de la investigación de las mypes rubro restaurant tienen apertura para los emprendedores de diferentes sexo, edades e instrucciones educativas.

Se ve que hay un interés por la práctica de mejora continua en la realización de sus operaciones y de brindar un buen servicio a los clientes, sin embargo, el conocimiento de gestión de calidad es insipiente y el uso de los indicadores de monitoreo de la gestión es empírica, los gerentes de las mypes se involucran en las preferencias y necesidades de sus clientes e incluso algunas mypes se proyectan al futuro.

### **3.2. Marco teórico**

Se analizó y considero algunas posiciones de distintos autores referente al objeto de investigación.

#### **3.2.1. Gestión**

**Hurtado, D. (2008)** Principios de administración, en su libro define que la gestión es el proceso particular, permanente en las actividades de la planeación, organización, dirección, ejecución y control, que son aplicadas con la finalidad de llegar a concluir los objetivos marcados por las empresas, con la contribución de las fuerzas de personas y otros recursos añadidos.

Define a los procesos administrativos como herramientas que son aplicados en las empresas para el logro de lo propuesto y que logran satisfacer las necesidades lucrativas y sociales, si los administradores o gerentes de las empresas realizaran debidamente sus trabajos

a través de una eficiente y eficaz gestión sería mucho más probable que las empresas alcancen sus metas.

**Chiavenato, I. (2007)** Introducción a la teoría general de la administración, en esta obra define como el proceso de planear, organizar, integrar, direccionar y controlar los recursos (materiales, financieros, intelectuales, humanos, entre otros) de las empresas con el propósito de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos.

**Drucker, P. (2010)** La Práctica de la administración, afirmó que la gente para aprender a administrar algún negocio en aquel entonces era difícil ya que solo una elite lo hacía, ante estos sucesos la administración llegó a ser una verdadera disciplina y el libro en gestión, fue fundamental porque el análisis de la administración es una excelente guía para todos los que ocupan cargos gerenciales en diferentes empresas y que es preciso necesitan aprender y conocer sus propias ganancias y mejorar las fallas existentes.

**Drucker, P. (1973)** Management: tasks, responsibilities and practices, la administración es un organismo de conocimiento, que permite que el administrador esté debidamente equipado con conocimiento, habilidades y entendimiento para realizar con éxito actividades que serán encomendadas en cualquier circunstancia, Drucker, señala que son fundamentales las herramientas y técnicas en el logro de una exitosa administración en las empresas.

### **Gestión de calidad**

**Udaondo, M. (1992)** En su libro gestión de calidad, señala que es el conjunto de caminos mediante el cual se consigue calidad, integrando al proceso de gestión, de este modo la dirección planifica el futuro, implanta programas y controla los resultados de toda la función de calidad en



las empresas, con una visión a la mejora permanente, la cual brindara garantía de los productos y servicios ofertados por la empresa.

Al hablar de calidad en la gestión empresarial nos referimos a dos procesos ya que la gestión empresarial es un factor muy importante que por medio de este se logran evidenciar diversos procesos de la empresa mediante sus consultores, productores y gerentes que velan para que la empresa se mantenga siempre competitiva y productiva de una manera positiva y efectiva, por otro lado cuando hablamos de calidad nos referimos a la parte de un producto o servicio el cual como la palabra lo dice su calidad debe ser totalmente excelente es decir se debe destacar entre los servicios y productos de la competencia debe tener un alto grado de superioridad.

Si nos ponemos a mirar a los dos juntos trabajan muy bien ya que logran una mejora continua y servirá a la empresa a ser exitosa.

### **Importancia**

La importancia de la calidad pasa de ser una opción a una necesidad sea cual sea la posición en la que este una empresa, la calidad no es una cuestión que solo deben recibir las empresas grandes, hay que tener en mente que es necesario sea cual sea el tamaño, su sector e incluso hasta el país donde operan ya que el mundo de las transacciones comerciales ya no tiene fronteras.

Hay que reconocer que los tiempos están cambiando, las empresas tienen en frente a consumidores muy bien informados al mismo tiempo exigentes y ni que hablar de la competencia están debidamente organizadas por lo tanto son muy capaces, hace tiempos atrás, se creía que los pilotos de gestión de empresas basados en la calidad o mejor dicho la excelencia eran exclusivos para las grandes compañías.

Fueron tiempos donde el cliente resignado consumía servicios y bienes con fallas y que no cumplían las expectativas aceptando con resignación la falta de calidad, las empresas incompetentes seguían operando en el mercado, pero esto se daba por la ausencia de competidores válidos, en esos tiempos a los clientes las empresas los llamaban usuarios cuyo único criterio de fidelización fue el monopolio y sumado a ella la falta de alternativas en donde la calidad brillaba por su ausencia.

### **El coste de la mala calidad**

**Harrington, H. (1990)** En su libro coste de la mala calidad, señala, que la mejor manera de que una empresa pueda gastar el dinero del coste de la mala calidad es cuando invierten en la acción de prevención, sin embargo, la gran mayoría de empresas están pasando por alto esta valiosa inversión porque es difícil atinar a un rendimiento de la inversión.

la mala calidad definitivamente no es gratis para las empresas, los costes son muchos, el primero y más importante es que en un tiempo se producirá la inevitable muerte de la empresa porque constantemente no cumplen sus compromisos y decepciona a sus clientes, otro coste de la mala calidad es el contacto inicial con el cliente ya que lo correcto sería que en primera ocasión de trato se lleve una buena imagen tanto con el servicio y el producto, de no tener en consideración la primera impresión los costes empresariales se incrementarían y para revertir esa mala primera impresión lo más probable es que para ese cliente potencial, la empresa ya no exista pero si la defunción de la empresa fuera poco, que no lo es, la mala calidad es cara entre otros costes están los de atender la queja de los clientes enfadados, el doble coste de productos e insumos tirando a la basura lo defectuoso y volviendo a crearlo con calidad.

Porque si el cliente tiene la razón y es que casi siempre la tiene porque él elige lo que compra y la paga, habrá que volver a producir, esta vez con calidad, lo que el cliente vino a comprar y no se le dio en términos que él estaba solicitando, la no calidad supone doble consumo de materias primas, doble gasto de recursos a si como energía, agua, empleados de producción para tratar de subsanar los fallos, doble dedicación de los trabajadores del área de ventas y post venta al tener que atender al cliente que se siente defraudado por lo que ha recibido a cambio de su dinero y también se tiene que sumar la pérdida de confianza de imagen y como si fuera poco la huida de un cliente y de los clientes potenciales a quienes nuestros clientes defraudados les contaran que somos malos en productos y servicios, la no calidad se soporta en la ausencia de procesos, al no existir estandarización los trabajadores de las empresas improvisan realizando actividades como buenamente pueden en empresas desordenadas con baja productividad y de una mala administración.

### **Control de calidad**

**Ishikawa, K. (1986)** El autor señala que la calidad total es un concepto, ideología, estrategia y un ejemplar para realizar empresas direccionados específicamente hacia el cliente, por costumbre este concepto se relacionaba con el servicio y el producto, actualmente lo relacionan con la aplicación a todo proceso o actividad en las empresas, considera que no se trata solo de productos y servicios es una cuestión general.

### **Círculos de la calidad.**

Según el **autor Ishikawa, k. (1986)** afirma que representa un grupo pequeño, que realiza actividades de alta calidad dentro de un mismo lugar, dicho grupo ejecuta continuamente como

parte del trabajo de control de la calidad en toda la empresa, desarrollo propio y el desarrollo compartido control y mejoramiento dentro de un lugar haciendo uso de técnicas con participación de todos los trabajadores.

Las ideas referentes al círculo son las siguientes:

- Ayuda el progreso y desarrollo empresarial
- Respetar a las personas y construir un lugar de labor amable, donde se sienta contentos de estar.
- Practicar las capacidades humanas enteramente y con el tiempo beneficiar capacidades perdurables.

### **Ventajas**

- Acrecienta la calidad y reduce los productos imperfectos.
- La calidad se hace más pareja y reduce la cifra de reclamos.
- Reducen los costos.
- Los productos se pueden vender a precios más beneficiosos.
- Desaparece el trabajo malgastado, reduce los costos de inspección.

### **3.2.2. Atención al cliente**

**Blanco, A. (2008) atención al cliente**, Define que en el mundo empresarial contemporáneo la sentencia es, El cliente es el rey, este término debería a ayudar a reflexionar profundamente el contenido y la función de atención al cliente, la formación de los trabajadores en contacto con los clientes y los supervisores de las diferentes áreas en la difícil tarea de suplir las expectativas de los usuarios por medio de la interacción social.

**Velandia, N. (1989)** Dice que el servicio al cliente es un acumulado de actividades que están debidamente relacionadas que ofrece un proveedor con el fin de que los clientes obtengan los productos en el lugar adecuado y en el momento, se asegure un uso correcto del mismo.

**Damaso, J. (1987)** El buen servicio al cliente significa que los clientes regresen contentos y también de hacer que se vayan felices lo necesariamente para difundir opiniones positivas a los demás usuarios con la finalidad de que en el futuro puedan experimentar también los beneficios de lo que se brinda en la empresa y hacer que se conviertan en clientes nuevos, añade que la esencia del buen servicio es formando una relación con los clientes, serás juzgado por lo que haces, no por lo que dices.

**Humberto, S. (2006)** En su obra Atención al cliente, señala que atención al cliente es un diseño que las empresas realizan con la finalidad de mejorar y satisfacer a los clientes.

A este diseño lo considera como un conjunto de estrategias, que son necesarias aplicarlas para obtener mejores resultados y mantenerse de esta manera en el mercado competitivo mediante la aceptación de los clientes”

**Figuerola, E. (2009)** En su libro ¿Quién se llevó a mi cliente? Señala que todas las personas se quedan en el lugar que se sienten bien, donde les transmiten atención, se sienten a gusto, son felices, ya sea en el trabajo, en un súper mercado, restaurante y se alejan de los lugares donde no se sienten a gusto, se aburren, no los tratan bien, podemos entender que con nuestras actitudes bien alejamos o atraemos a los clientes.

**Philip, K. (2006)** Atención al cliente para relacionarse con el comprador, señala que la forma de alcanzar el éxito en un servicio de atención al cliente se debe a la muy buena calidad de relación

y asegurar al cliente que ellos siempre serán muy importantes para la empresa y que no solamente son clientes, sino que son un potencial, con quienes se puede mantener una relación integral.

**Fornell, C. (2008)** En su libro cliente satisfecho, donde señala la relación que existe entre la satisfacción del cliente con las ganancias de la empresa, los gerentes deberían ver a los clientes satisfechos como verdaderos activos económicos lo cual significa un potencial, es preciso comprender las causas y atender lo que significa satisfacción del cliente con un enfoque que reconozcan por lo que realmente son, activos económicos o potenciales para las empresas.

### **Excelencia en servicio**

**Tigani, D. (2006)** Señala que definitivamente que la excelencia en el servicio reside en saber cómo brindar felicidad a sus usuarios, tener en consideración las expectativas del cliente es saber, que es, el combustible indispensable de una empresa que aspira en brindar a sus clientes un servicio excelente y estas obligan a generar valor lo cual se debería conocer como un principio básico.

La excelencia solo se logra cuando todas las empresas logren entender razonablemente si es posible crear potencial, lo cual es considerado atributo intangible que son una ventaja, limpieza, rapidez, sonrisa.

**Tigani, D. (2006)** Señala que el servicio es después de todo, la única razón de ser de cualquier empresa, y si las empresas no pueden ser líderes en invención y los costos de trabajadores no pueden disputar con los países desarrollados, entonces se podría orientar en estrategias de servicios que generen acogida por tener satisfacción y lograr la fidelidad, deberán crear vínculos que perduren con el fin de mantener la relación.

## **La importancia de la excelencia en servicio**

**Tigani, D.(2006)** Señala que sin servicio no hay atractivo, estadísticamente la gran mayoría de los usuarios insatisfechos jamás reclaman el mal servicio, simplemente se van y no regresan jamás, los clientes completamente satisfechos expresan y difunden su felicidad al menos a tres personas mientras que los clientes insatisfechos expresan y transmiten su molestia, incomodidad al menos a 9 personas, esta gran diferencia se debe a que por lo general la mala experiencia vivida será una buena razón de charla, se debería tener en consideración que es muy difícil conseguir un nuevo cliente, que costara 5 veces más que venderle un producto o servicio.

**Joan, E. (2007)** Señala que la globalización está obligando a las compañías a orientarse en entender al mundo y a la colectividad en la comprensión de la economía, confirma que actualmente se puede hablar de una sociología del cliente, el propósito fundamental es como conseguir mantener y fidelizar al cliente al largo de su planteamiento aborda sin reparos y con toda su objetividad, todos los elementos que desde una vertiente estricta empresarial deberán tener en cuenta.

**De lama, E. (2012)** En su libro cultura de calidad de servicios, señala que cambiar o mejorar la cultura organizacional de una empresa por una cultura de calidad de servicios es muy importante para aquellos empresarios que deseen llegar a ser o a mantenerse en el mercado como líderes de calidad en diferentes campos como en producción y el campo de prestación de servicios mediante aplicación de procesos.

El significado de calidad en las empresas está cambiando, antes pensaban los empresarios que cumplir las demandas del cliente con relación al producto era todo, para realizar un buen

negocio, actualmente no significa todo eso, el servicio está llegando hacer la mejoría competitiva del ahora, al compararse en importancia con la calidad de los productos, es considerable que la filosofía de las empresas es encontrar el equilibrio entre el servicio y la calidad.

**Beckwith, H. (2004)** El autor señala que enamorar a sus clientes está en comprender lo significativo de lo innecesario a comprender las tendencias que determinan al comportamiento de los consumidores del futuro y a seguir las reglas esenciales para alcanzar el éxito, haciendo bien las cosas pequeñas y mejor aún las grandes.

**Brinkman, R. (2006)** El autor señala que la frase más común que conocemos es, el cliente tiene la razón, como máxima incontestable a la hora de mejorar la eficiencia en el trato de cara al público, la forma acertada y la formula de cortesía son un atractivo punto de partida, pero ¿alcanza para que un cliente se sienta totalmente satisfecho con nuestro trabajo? Esta interacción es decisiva y de ella depende no solo el futuro del negocio, si no también nuestra realización personal.

### **3.3. Marco conceptual**

Fijaremos significados de algunas expresiones que se utilizó en la investigación.

**Satisfacer:** Es un concepto utilizado mucho en el marketing y que implica como su denominación nos lo dice, la satisfacción que experimenta una persona en relación a un producto o servicio que adquiere.

**Atención:** Es la actitud que muestra una persona hacia la otra persona ya sea relacionado al bienestar o seguridad, cortesía, amabilidad.

**Calidad:** La excelencia de un producto o servicio, capacidad que posee un producto para satisfacer necesidades.



## **CAPITULO IV. HIPÓTESIS**

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

### **4.1. Hipótesis general**

Si se aplica gestión bajo el enfoque en atención al cliente, en las Mypes del sector comercial, rubro, pollería, se logrará satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes y por ende se obtendrá mejores resultados.

### **4.2. Hipótesis específica**

H<sub>1</sub> Si se aplica correctamente los procesos de gestión se lograrán mejores resultados en las mypes del rubro pollerías y ello conllevará a una administración eficiente.

H<sub>2</sub> Si se mejora la atención al cliente en las mypes del rubro pollerías, se obtendrá la satisfacción de los clientes.

## CAPITULO V. METODOLOGÍA

Esta investigación es de carácter descriptiva se revisó diferentes teorías de estudios referentes a este tema, para conocer y evaluar el enfoque en atención al cliente en las Mypes del sector comercial, rubro pollerías e identificar como es la aceptación de los clientes en un mercado muy competitivo.

### 5.1. Diseño de la investigación

**No experimental:** la información que se muestra se describe tal como sucede en la realidad sin manipular las variables.

**Transversal:** porque se recolecto la información en un solo momento y en un tiempo específico.

**El nivel es descriptivo:** Describen los hechos observables.

**Tipo de la investigación:** Cuantitativa, porque se utilizó la estadística para obtener los resultados de la encuesta.

M  $\longrightarrow$  O

Donde:

M = Muestra conformada por las mypes, encuestadas del sector comercial rubro pollerías, del distrito Callería.

O = Observación de las variables, Gestión y atención al cliente.

## 5.2. Población y muestra

Se consideró una población de 45 pollerías formales existentes en el Distrito de Callería, según la información proporcionada por la municipalidad provincial de coronel Portillo área de licencias.

**Muestra:** Se determinó el tamaño de la muestra en base 15 mypes del sector rubro pollería, bajo el criterio del investigador

ITEM	NOMBRE COMERCIAL	DIRECCIÓN
1	Pollería el ultimo tiburón	Av. San Martin n°1098
2	Pollería Mediterráneo	Jr. Salvador Allende n° 601
3	Happy Chicken	Jr. Salaverry n° 488
4	Las garzas	Jr. Inmaculada n°625
5	Oriental	Jr. Antonio Raimondi n° 201
6	El Pechugón	Jr. Unión n°765
7	Chinito chicken	Jr. Salvador Allende n° 922
8	Golden chicken	Jr. Víctor Montalvo n° 146
9	El Buen Sabor	Salvador Allende n° 157
10	Emanuel	Jr. María Parado De Bellido n° 167

11	Pollería Real	Jr. Inmaculada n°109
12	Pollería El Centro	Jr. Salaverry n°583
13	El pollo Liso	Jr. Inmaculada n° 780
14	Ben Hur	Av. Centenario n°1010
15	May Ney	Av. Túpac Amaru S/N Mz.H, Lt. 11

### 5.3) Definición y Operacionalización de variables e indicadores

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>GESTIÓN</b>	Conjunto de acciones u operaciones relacionadas con la administración y dirección de una organización, cuyo objetivo es la mejorade la competitividad y la	Planificación	Plan para mejorar procesos. Estrategias para atraer al cliente.	Para la variable Gestión se formuló 7 preguntas	Ítem n°5 pertenece al sector nominal. Ítem n°6 pertenece al sector nominal. Ítem n°7 pertenece al sector nominal. Ítem n° 8 pertenece al sector nominal. Ítem n° 9 pertenece al sector nominal.
		Organización	Reglamento interno. Personas idóneas para ocupar el puesto.		
		Dirección	Supervisión delas actividades de los trabajadores, motivación		

	producción de una empresa.	Control	Evaluación del desempeño general		<p>Ítem n° 10 pertenece al sector ordinal.</p> <p>Ítem n° 11 pertenece al sector ordinal.</p>
<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>	<p>La atención al cliente es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades..</p>	<p>Satisfacción con el producto</p> <p>Satisfacción con el servicio</p>	<p>Producto de calidad.</p> <p>Rapidez</p> <p>Amabilidad</p> <p>Cortesía</p> <p>Simpatía</p> <p>confiabilidad</p> <p>tiempo de espera</p> <p>capacitación del personal</p>	<p>Para la variable Atención al cliente se formuló 9 preguntas</p>	<p>Ítem n°12 pertenece al sector nominal.</p> <p>Ítem n°13 pertenece al sector ordinal</p> <p>Ítem n°14 pertenece al sector ordinal</p> <p>Ítem n° 15 pertenece al sector nominal</p> <p>Ítem 16 n° pertenece al sector nominal</p> <p>Ítem n° 17 pertenece al sector nominal</p>

					<p>Ítem n°18 pertenece al sector nominal</p> <p>Ítem n° 19 pertenece al sector nominal</p> <p>Ítem n°20 pertenece al sector nominal</p>
--	--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### **5.4) Técnica e instrumento de recolección de datos**

##### **Técnicas**

Las técnicas que se utilizaron en la investigación fueron:

Observación.

**Encuesta:** Permitió recopilar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado.

##### **Instrumentos**

Cuestionario

#### **5.5) Plan de análisis**

En esta investigación se recopiló información, mediante la utilización de cuestionario de análisis descriptivo que fue respondido por los propietarios y administradores de las mypes del sector comercial rubro pollerías, del distrito de Callería, año 2017.

Para la tabulación de los datos se utilizó, la hoja de cálculo Microsoft Excel 2016.

Para la representación de datos en tablas, gráficos estadísticos y resultados porcentual.

En campo se aplicó la técnica de las encuestas.



## 5.6) Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPOTESIS	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
<p>¿Es posible que, con la correcta aplicación de gestión bajo el enfoque en atención al cliente, se logre satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes en las Mypes del sector comercial rubro pollería, en el distrito de Callería, año 2017?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar si en las mypes del sector comercial rubro pollerías del distrito de Callería, año 2017 se aplica correctamente, gestión bajo el enfoque en atención al cliente</p> <p><b>Objetivos específicos</b> Determinar si las mypes del sector comercial rubro pollerías del distrito de Callería, año 2017 aplican la planificación</p> <p>Determinar si las mypes del sector comercial rubro pollerías del distrito de Callería, año 2017 aplican organización.</p> <p>Determinar si las mypes del sector rubro pollerías del distrito de Callería, año 2017 aplican la dirección</p>	<p><b>Variable 1</b>  Gestión</p> <p><b>Variable 2</b>  Atención al cliente</p>	<p><b>Hipótesis General</b> Si se aplica gestión bajo el enfoque en atención al cliente, en las Mypes del sector comercial, rubro pollería del distrito de Callería, año 2017, se logrará satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes y por ende se obtendrá mejores resultados.</p> <p><b>Hipótesis específica</b> Si se aplica correctamente los</p>	<p><b>Tipo de la investigación:</b>  Cuantitativa.</p> <p><b>Nivel de la investigación:</b>  Descriptivo.</p> <p><b>Diseño de la investigación</b>  No experimental transversal</p>	<p><b>Técnica</b> Observación Encuesta</p> <p><b>Instrumento</b> Cuestionario</p> <p><b>Población</b> Se considera una población de 45 mypes del rubro pollerías formales existentes en el Distrito de Callería, según la información proporcionada por la municipalidad provincial de coronel Portillo, año 2017</p>

	<p>Determinar si las mypes del sector rubro pollerías del distrito de Callería, año 2017 aplican el control.</p> <p>Determinar si las mypes del sector rubro pollerías del distrito de Callería, año 2017 satisfacen a sus clientes con el servicio.</p> <p>Determinar si las mypes del sector rubro pollerías del distrito de Callería, año 2017 satisfacen con los productos.</p>		<p>procesos de gestión se lograrán mejores resultados en las mypes del rubro pollerías y ello conllevara a una administración eficiente.</p> <p>Si se mejora la atención al cliente en las mypes del rubro pollerías, se obtendrá la satisfacción de los clientes.</p>		<p><b>Muestra</b> Se aplicó a 15 mypes a criterio del investigador</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	----------------------------------------------------------------------------

## 5.7) Principios éticos

La presente investigación respeta y se adapta a los códigos de ética, teniendo en consideración su finalidad que son la promoción del conocimiento, el bien común que esta expresada en principios y valores éticos que guiara la investigación, la mejora continúa basada en experiencias y su aporte a través de su aplicación.

### **Principios que rigen la actividad investigadora**

**Protección a las personas:** Es importante saber que en toda investigación las personas cumplen un papel muy importante es por ello que la definen como el fin específico y no el medio, razón por la que necesitan protección, de acuerdo a los riesgos en las cuales incurran y la garantía de obtener un beneficio.

El lugar de la investigación es el cual donde se trabaja con personas y debe primar el respeto por la identidad, la dignidad humana, la privacidad y confidencialidad, la diversidad, también involucran el pleno respeto de sus derechos fundamentales, aún más si se encuentran en situaciones de vulnerabilidad.

**Beneficencia y no maleficencia:** Asegurar el bienestar de las personas que forman parte de la investigación, por ello la conducta del investigador deberá responder a las reglas generales.

Disminuir los posibles efectos adversos, no causar daño, maximizar los beneficios.

**Justicia:** El investigador deberá aplicar la justicia razonablemente ponderable y tomar precauciones necesarias para asegurarse que sus limitaciones, en conocimientos y capacidades no den lugar o toleren prácticas injustas.

La equidad y la justicia brindan a todas las personas que forman parte de la investigación acceso a los resultados.

**Integridad científica:** Debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a sus labores profesionales, se deberá mantener la integridad científica al declarar los conflictos de interés que podrían afectar el curso del estudio, La integridad del investigador resulta muy importante cuando de acuerdo a las normas de su profesión evalúa y declara beneficios, riesgos, daños y potenciales que puedan hacer daño a los que participan en la investigación.

**Consentimiento informado y expreso:** Es importante contar con la manifestación de voluntad en toda investigación, libre informada inequívoca y específica mediante la cual todas las personas consienten o permiten el uso de la información para los usos específicos.

#### **Buenas prácticas de los investigadores**

- Es importante la conciencia de responsabilidad científica y profesional del investigador y su deber y responsabilidad de las consecuencias que la difusión y realización de su investigación, teniendo en cuenta que estos cargos no pueden ser delegados a otros.
- En temas de publicaciones científicas el investigador deberá evitar cometer faltas como son las que mencionare:
- Incluir como autor a quien no ha contribuido sustancialmente al diseño y realización del trabajo de investigación.
- Plagiar lo publicado por otros autores de manera parcial o total.
- Falsificar o inventar datos.
- Las fuentes bibliográficas utilizadas en el trabajo de investigación deberán citarse cumpliendo las Normas APA según corresponda y siempre respetando los derechos de autor.

- Se debe respetar lo establecido en el reglamento de propiedad intelectual institucional en la publicación de los trabajos de investigación.
- El investigador deberá describir las medidas de protección para bajar el riesgo eventual al realizarse la investigación.
- Toda investigación debe evitar daños a la naturaleza y a la biodiversidad.
- El investigador deberá actuar con seriedad y darle el rigor científico buscando la seguridad, validez, credibilidad, fiabilidad de sus métodos, datos y fuentes transmitiendo veracidad de lo que se está investigando en todos los aspectos.
- El investigador debe publicar y difundir los resultados de la investigación que realiza transmitiendo ética, diversidad cultural, ética y pluralismo ideológico también informar a los grupos, personas y de más participantes los resultados de la investigación.
- Es importante que el investigador guarde con discreción y confidencialidad los datos de todas las personas que participan en a investigaciones, en otras palabras, es importante el anonimato.
- El investigador deberá regirse y adecuarse a los procesos transparentes del proyecto de investigación que esté realizando, de esta manera podrá reconocer e identificar los problemas de intereses que involucran a los investigadores y a las instituciones.

## CAPITULO VI. RESULTADOS

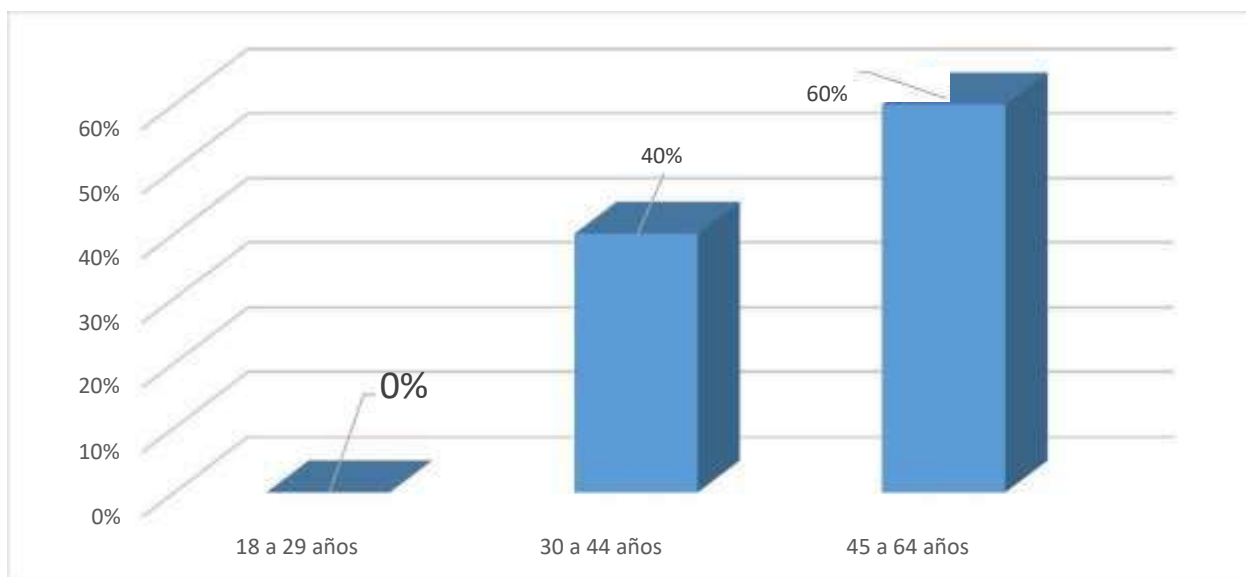
### 6.1 Resultados

Tabla 1.

#### Edad Del Emprendedor De La Empresa

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	18 a 29 años	0	0%
2	30 a 44 años	6	40%
3	45 a 64 años	9	60%
TOTAL		15	100%

Figura 1 Edad del emprendedor de la empresa



**Fuente: Elaboración propia.**

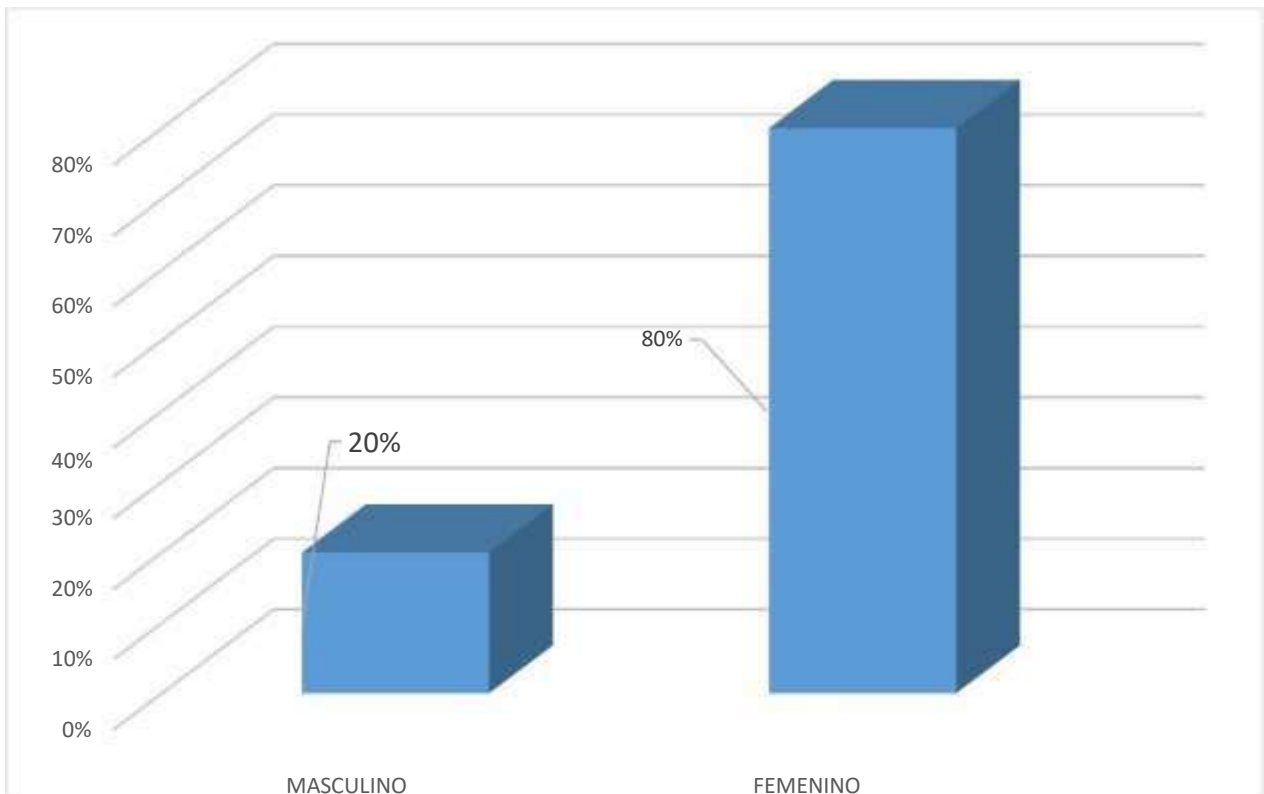
Interpretación: Del total de personas encuestadas el 60% respondió que la edad del emprendedor de las empresas esta entre 45 a 64 años de edad, mientras que el 40% respondió que la edad de los emprendedores de las empresas esta entre los 30 a 44 años de edad.

**Tabla 2**

**Genero**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Masculino	3	20%
2	Femenino	12	80%
TOTAL		15	100%

**Figura 2 Genero**



**Fuente: Elaboración propia.**

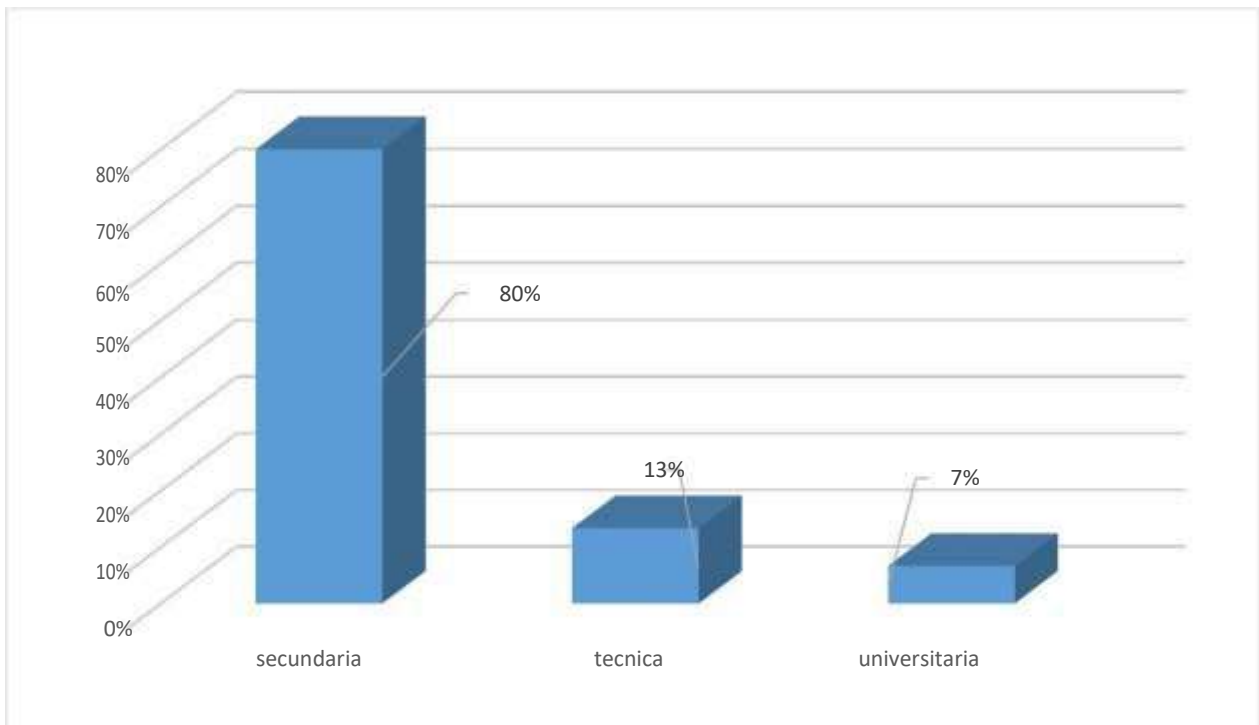
Interpretación: del total de personas encuestadas el 80% respondió que los emprendedores de estos negocios son del sexo femenino, mientras que el 20% restante pertenecen al sexo masculino.

**Tabla 3**

**Grado de Instrucción**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Secundaria	12	80%
2	Técnica	2	13%
3	Universitaria	1	7%
TOTAL		15	100%

**Figura 3 Grado de instrucción**



**Fuente: Elaboracion propia**

Interpretación: Del total de personas encuestadas el 80% respondió, que tienen un grado de instrucción secundaria, el 13% respondió que tienen un grado de instrucción técnica y el 7% respondió que tienen un grado de instrucción universitaria.

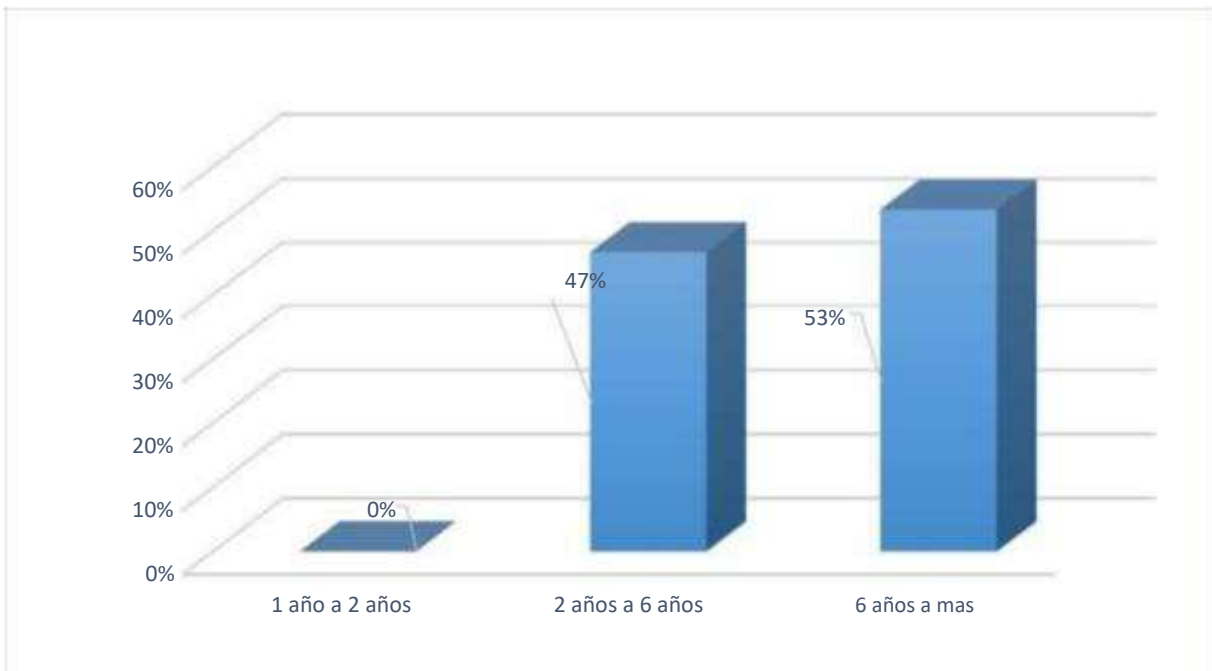


**Tabla 4**

**¿Cuántos años tiene en el rubro pollería?**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	1 año a 2 años	0	0%
2	2 años a 6 años	7	47%
3	6 años a mas	8	53%
TOTAL		15	100%

**Figura 4 ¿Cuántos años tiene en el rubro pollería?**



**Fuente: Elaboración propia**

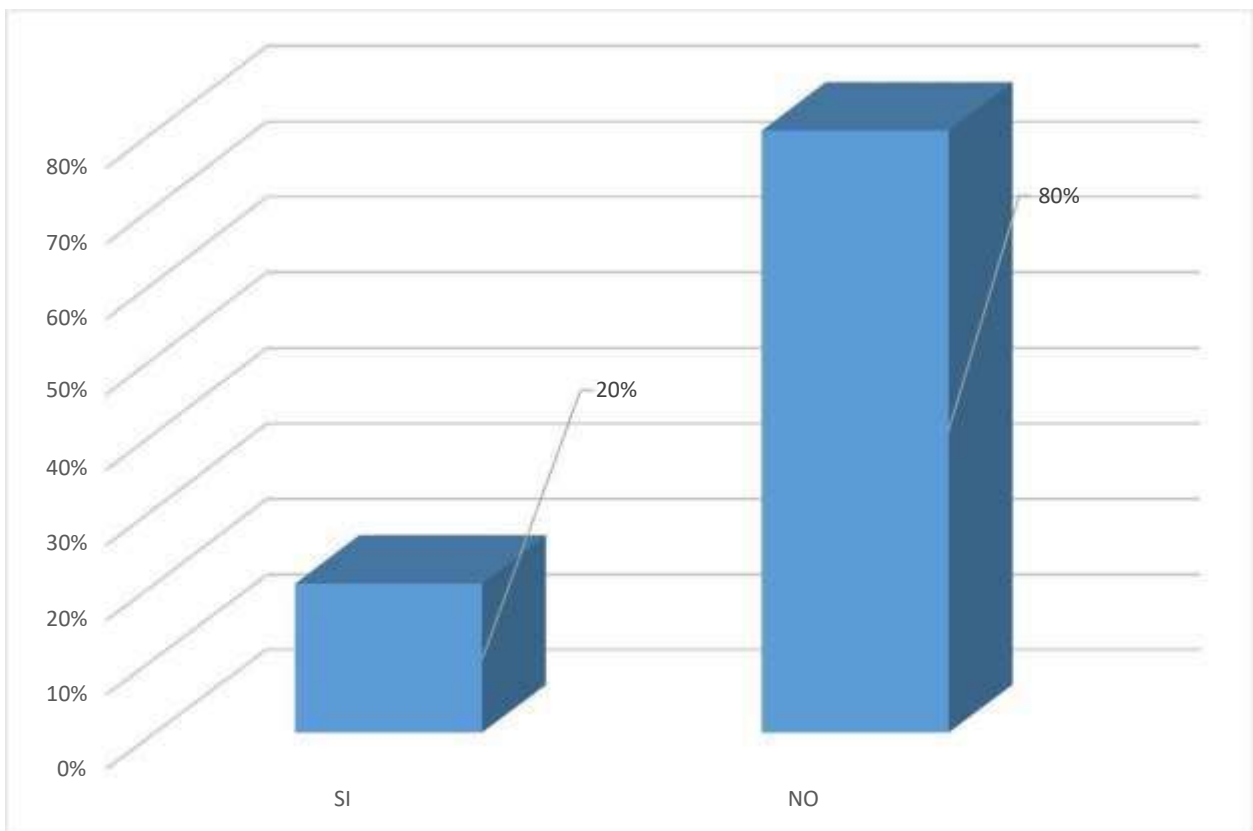
Interpretación: Del total de personas encuestadas el 53% respondió que tienen en el rubro de 6 años a mas, mientras el 47% respondió que tienen en el rubro entre 2 años a 6 años.

**Tabla 5**

**¿Usted tiene conocimiento del término gestión?**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	3	20%
2	No	12	80%
TOTAL		15	100%

**Figura 5 ¿Usted tiene conocimiento del término gestión?**



**Fuente: Elaboración propia.**

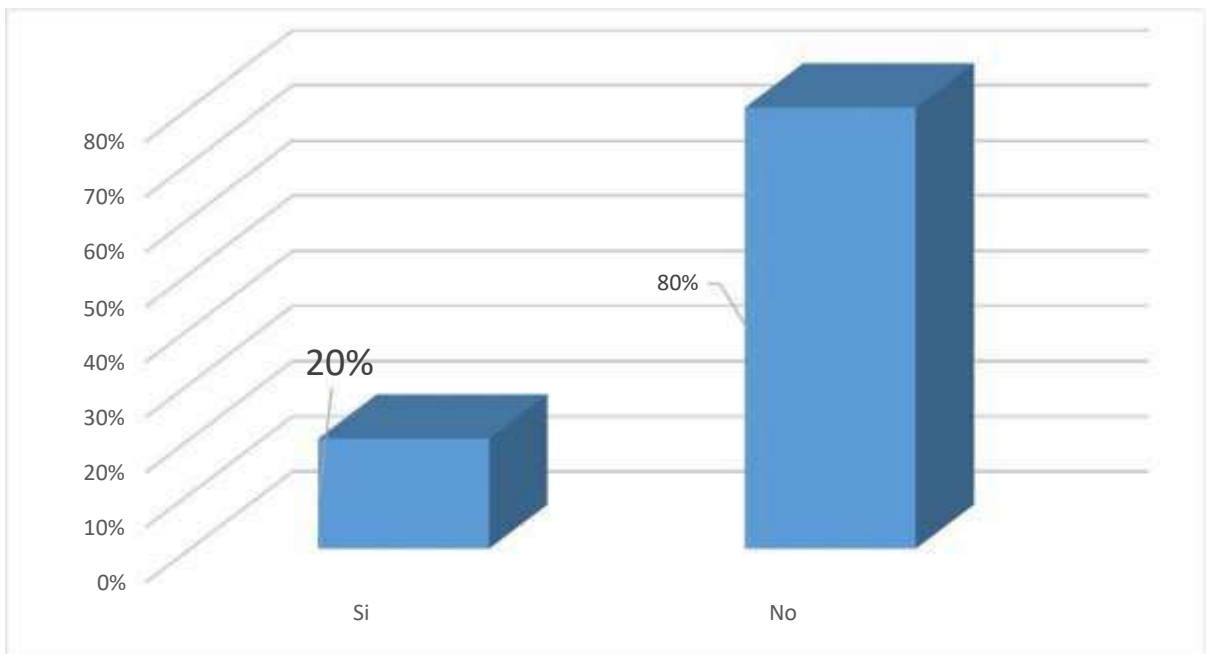
Interpretación: Del total de personas encuestadas el 80%, respondió que no conocen el término gestión, mientras que el 20% respondió que si conocen el termino gestión, esto quiere decir que la gran mayoría de emprendedores no saben cómo dirigir sus empresas.

**Tabla 6**

**¿Usted tiene un plan para mejorar los procesos administrativos en su empresa?**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	3	20%
2	No	12	80%
TOTAL		15	100%

**Figura 6 ¿Usted tiene un plan para mejorar los procesos administrativos en su empresa?**



**Fuente: Elaboración propia**

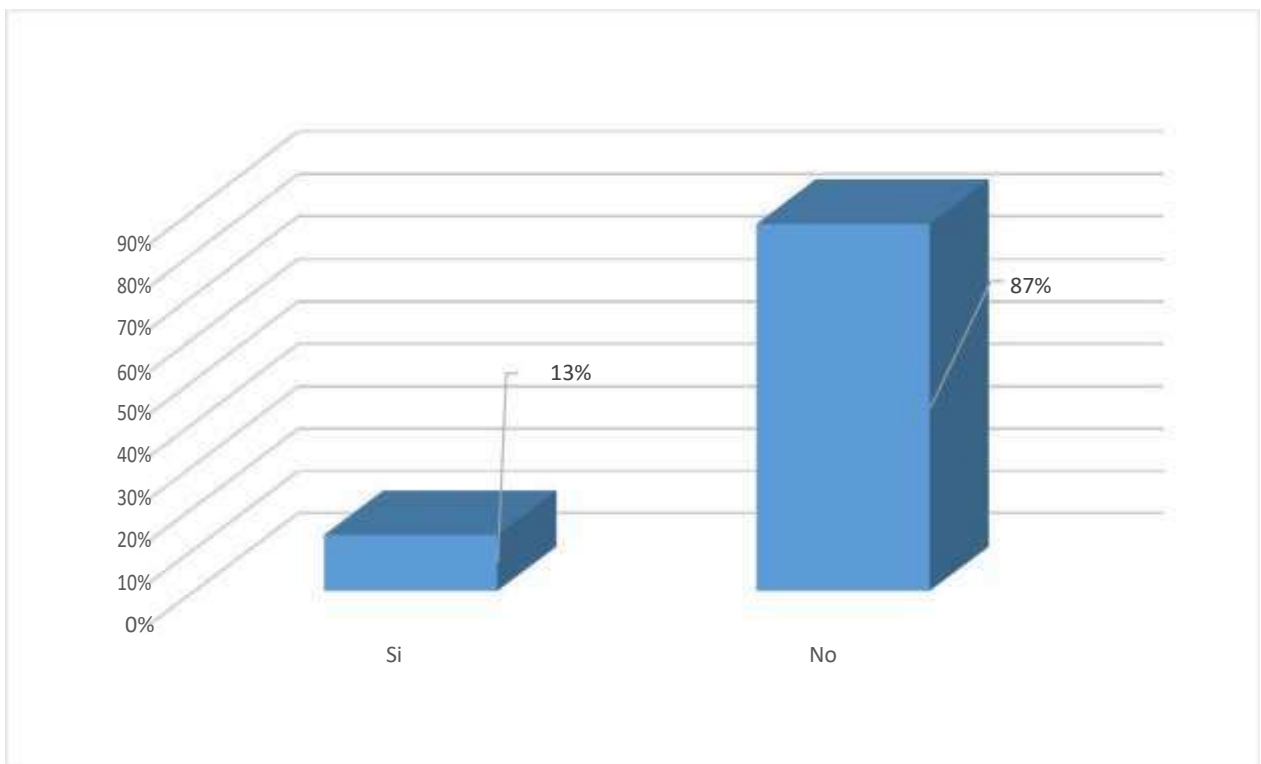
Interpretación: Del total de personas encuestadas el 80%, respondió que no tiene un plan para mejorar los procesos administrativos en su empresa, mientras que el 20% respondió que sí, tienen un plan para mejorar los procesos administrativos en su empresa.

**Tabla 7**

**¿Usted tiene elaborado un reglamento interno en su empresa?**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	2	13%
2	No	13	87%
TOTAL		15	100%

**Figura 7 ¿Usted tiene elaborado un reglamento interno en su empresa?**



**Fuente: Elaboracion propia.**

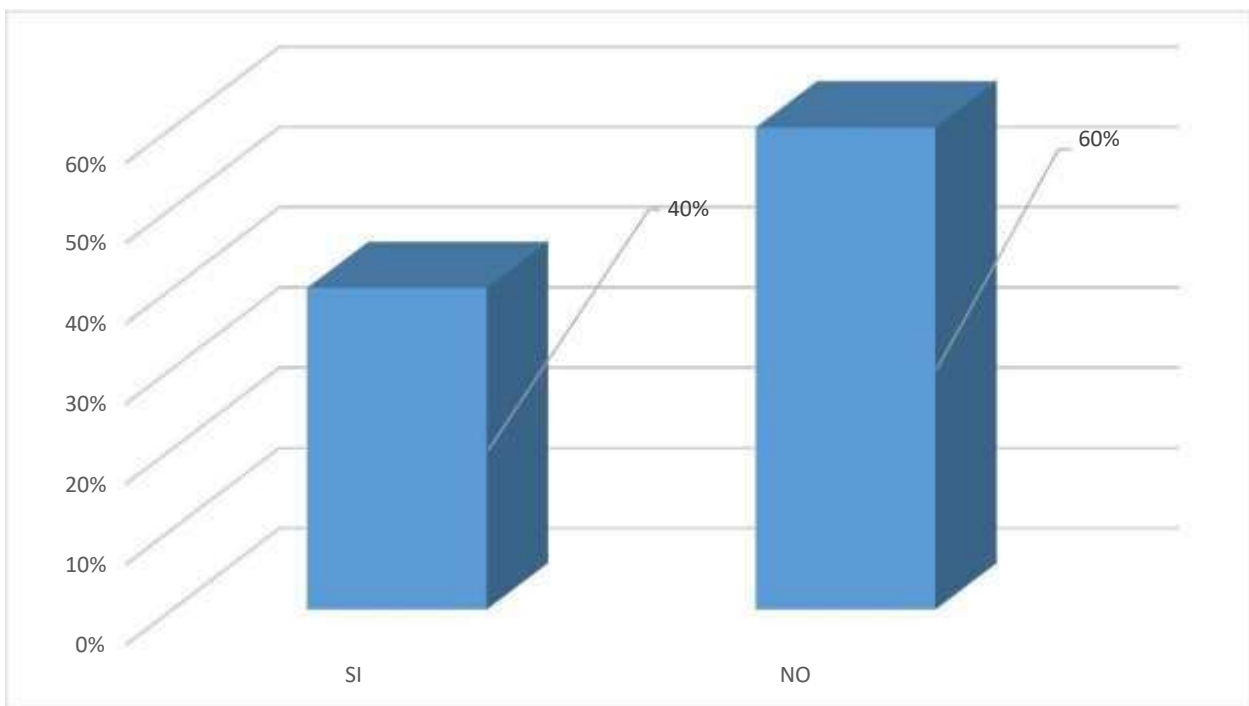
Interpretación: del total de personas encuestadas el 87% respondió que no tiene elaborado un reglamento interno en su empresa, mientras el 13% respondió que si tiene elaborado un reglamento interno en su empresa.

**Tabla 8**

**¿Usted ejecuta alguna estrategia para atraer a los clientes en su empresa?**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	6	40%
2	No	9	60%
TOTAL		15	100%

**Figura 8 ¿Usted ejecuta alguna estrategia para atraer a los clientes en su empresa?**



**Fuente: Elaboración propia.**

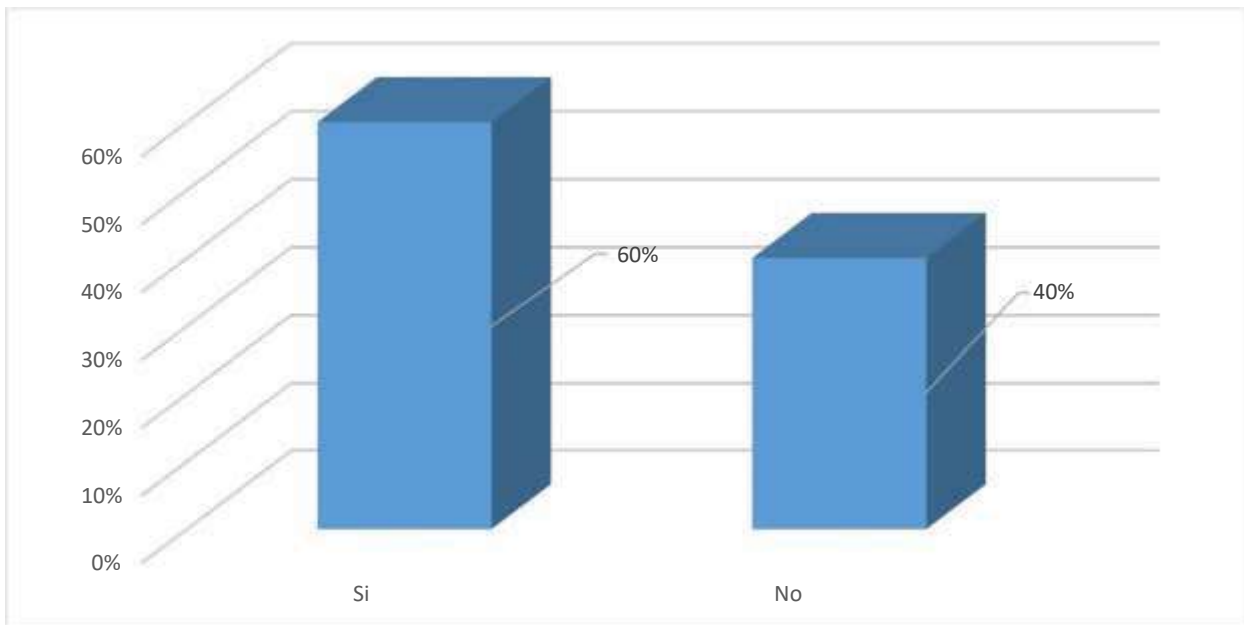
Interpretación: Del total de personas encuestadas el 60%, respondió que no, ejecutan estrategia para atraer clientes en su empresa, mientras que el 40% respondió que sí, cuentan con una estrategia para atraer clientes a su empresa.

**Tabla 9**

**¿Usted cree que cuenta con el personal idóneo para realizar funciones en su empresa?**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	9	60%
2	No	6	40%
TOTAL		15	100%

**Figura 9: ¿Usted cree que cuenta con el personal idóneo para realizar funciones en su empresa?**



**Fuente: Elaboración propia.**

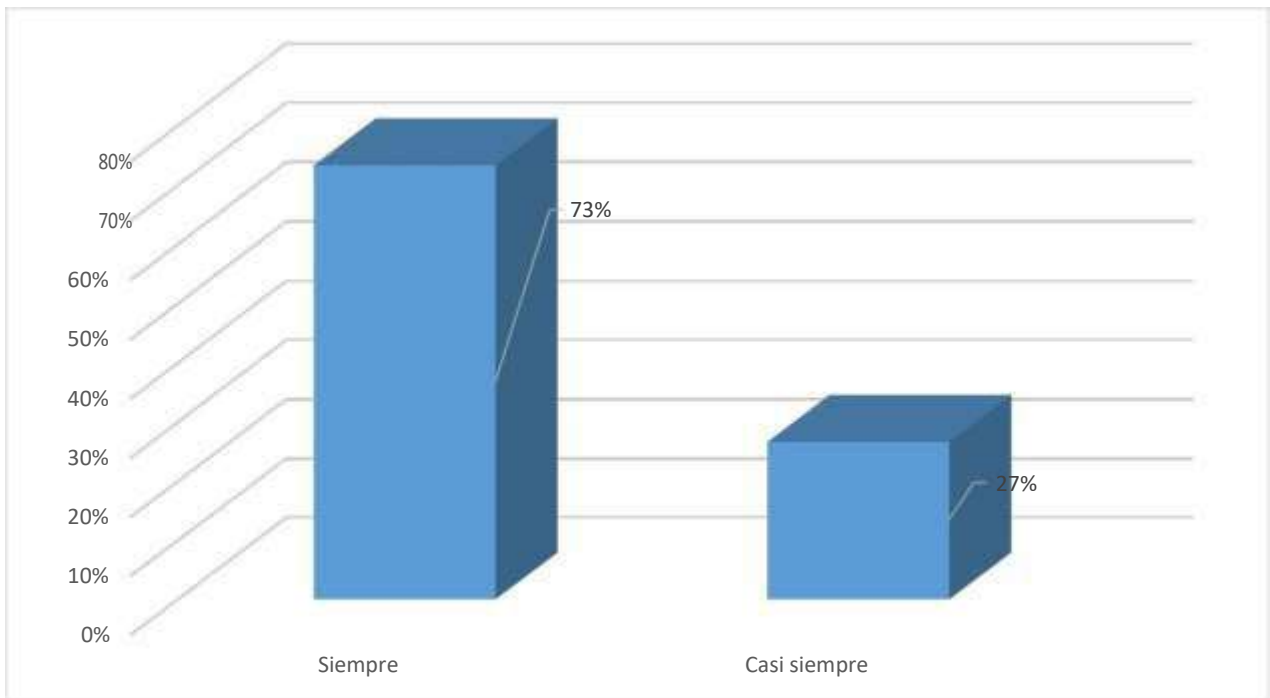
Interpretación: Del total de personas encuestadas el 60% respondió que sí cree que tiene el personal idóneo para realizar funciones en su empresa, mientras que el 40% respondió que no cree que tiene el personal idóneo para realizar funciones en su empresa.

**Tabla 10**

**¿Usted en su empresa dirige con motivación a sus trabajadores?**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Siempre	11	73%
2	Casi siempre	4	27%
3	Nunca		0%
TOTAL		15	100%

**Figura 10 ¿Usted en su empresa dirige con motivación a sus trabajadores?**



**Fuente: Elaboración propia.**

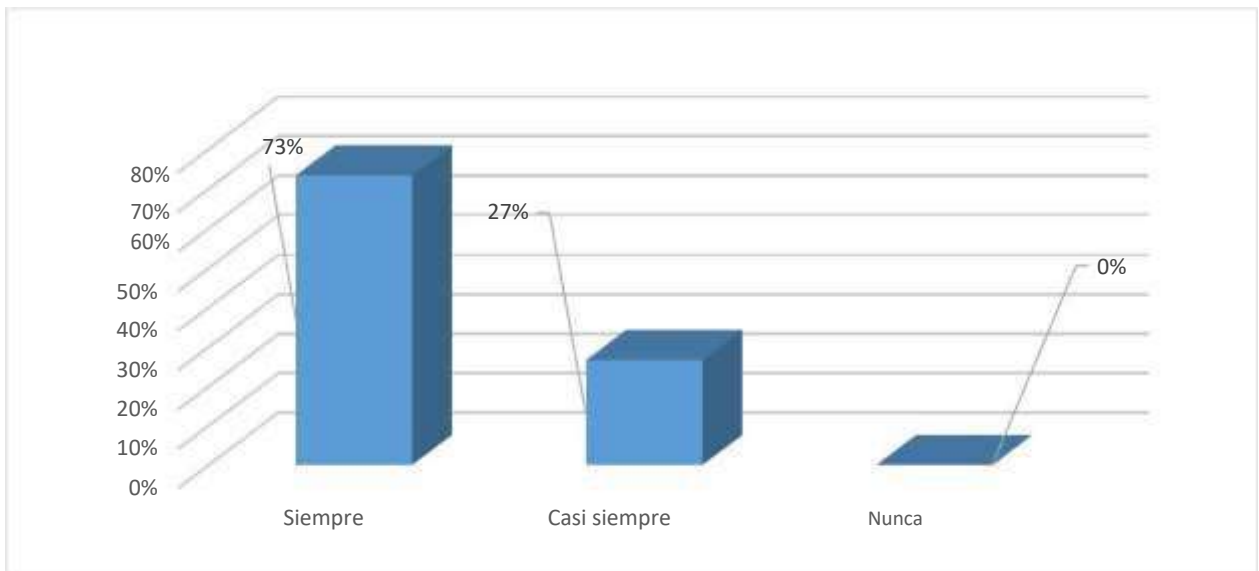
Interpretación: Del total de personas encuestadas el 73% respondió que siempre en sus empresas dirigen con motivación a su personal, mientras el 27% respondió que, casi siempre dirigen con motivación a su personal en sus empresas.

**Tabla 11**

**¿Usted evalúa el desempeño de sus trabajadores en su empresa?**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Siempre	11	73%
2	Casi siempre	4	27%
3	Nunca	0	0%
TOTAL		15	100%

**Figura 11 ¿Usted evalúa el desempeño de sus trabajadores en su empresa?**



**Fuente: Elaboración propia**

Interpretación: Del total de personas encuestadas el 73% respondió que sí, evalúa el desempeño de sus trabajadores en su empresa, mientras el 27% respondió que casi siempre, evalúa el desempeño de sus trabajadores en su empresa.

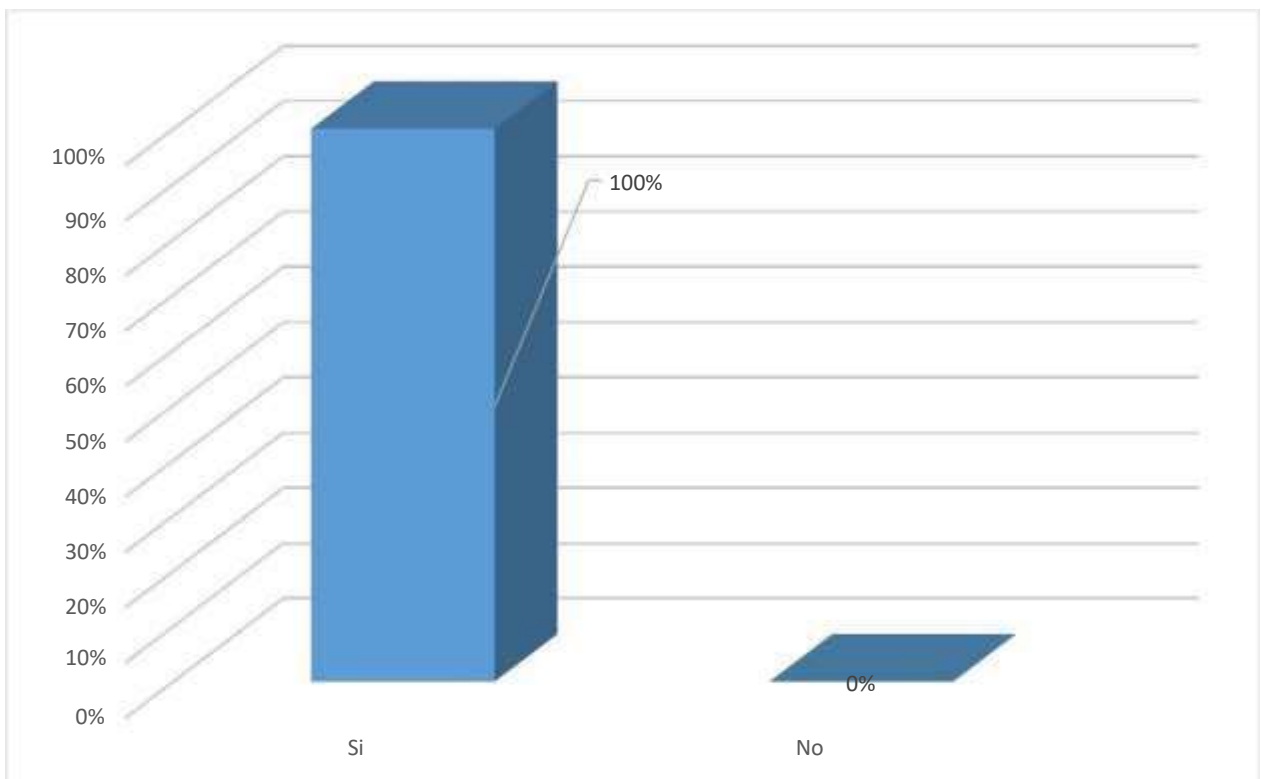


**Tabla 12**

**¿En su empresa tienen conocimiento del concepto de atención al cliente?**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	15	100%
2	No	0	0%
TOTAL		15	100%

**Figura 12 ¿En su empresa tienen conocimiento del concepto de atención al cliente?**



**Fuente: Elaboracion propia**

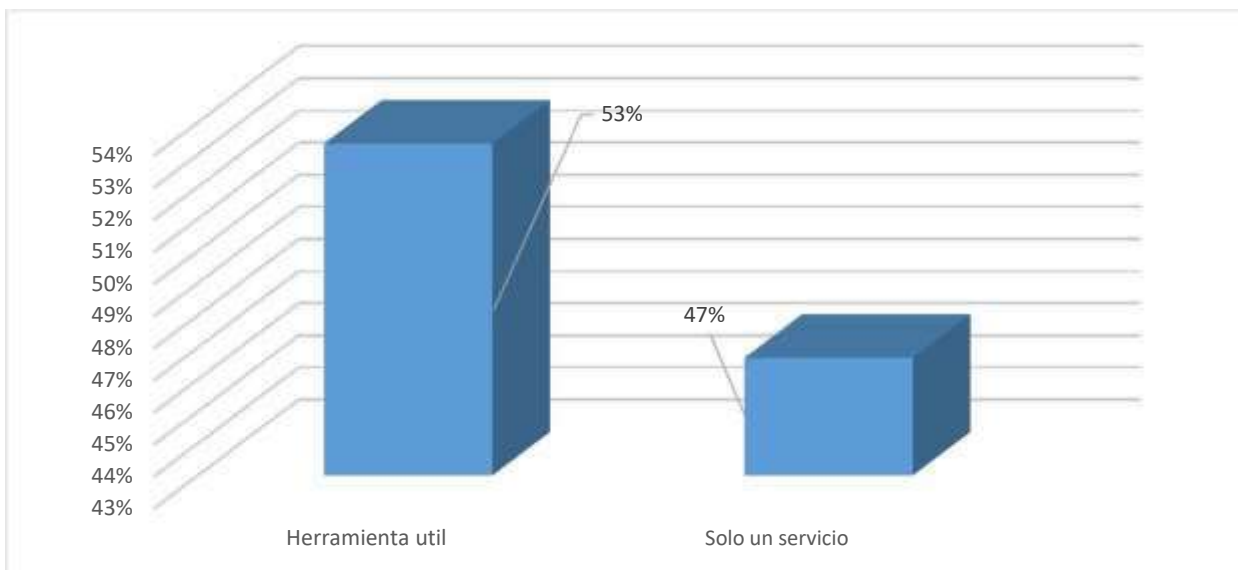
Interpretación: Del total de personas encuestadas el 100% respondió que sí, tiene conocimiento del concepto de atención al cliente en su empresa.

**Tabla 13**

**¿Usted considera que atención al cliente es una herramienta útil para el logro de la satisfacción o considera que solo es un servicio?**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Herramienta útil	8	53%
2	Solo un servicio	7	47%
TOTAL		15	100%

**Figura 13 ¿Usted considera que atención al cliente es una herramienta útil para el logro de la satisfacción o considera que solo es un servicio?**



**Fuente: Elaboración propia**

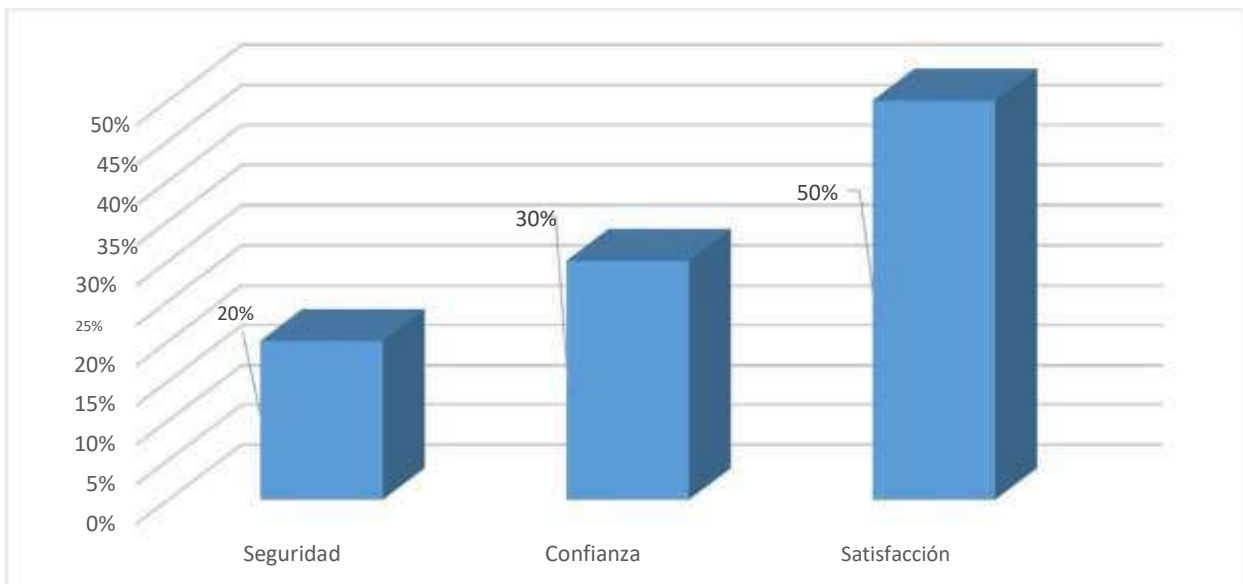
Interpretación: Del total de personas encuestadas el 53% respondió que considera que atención al cliente es una herramienta útil en el logro de satisfacción, mientras el 47% respondió que considera que atención al cliente es solo un servicio.

**Tabla 14**

**¿Usted al brindar productos de calidad a sus clientes que reacciones positivas puede observar?**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Seguridad	2	20%
2	Confianza	3	30%
3	Satisfacción	10	50%
TOTAL		15	100%

**Figura 14 ¿Usted al brindar productos de calidad a sus clientes que reacciones positivas puede observar?**



**Fuente: Elaboración propia**

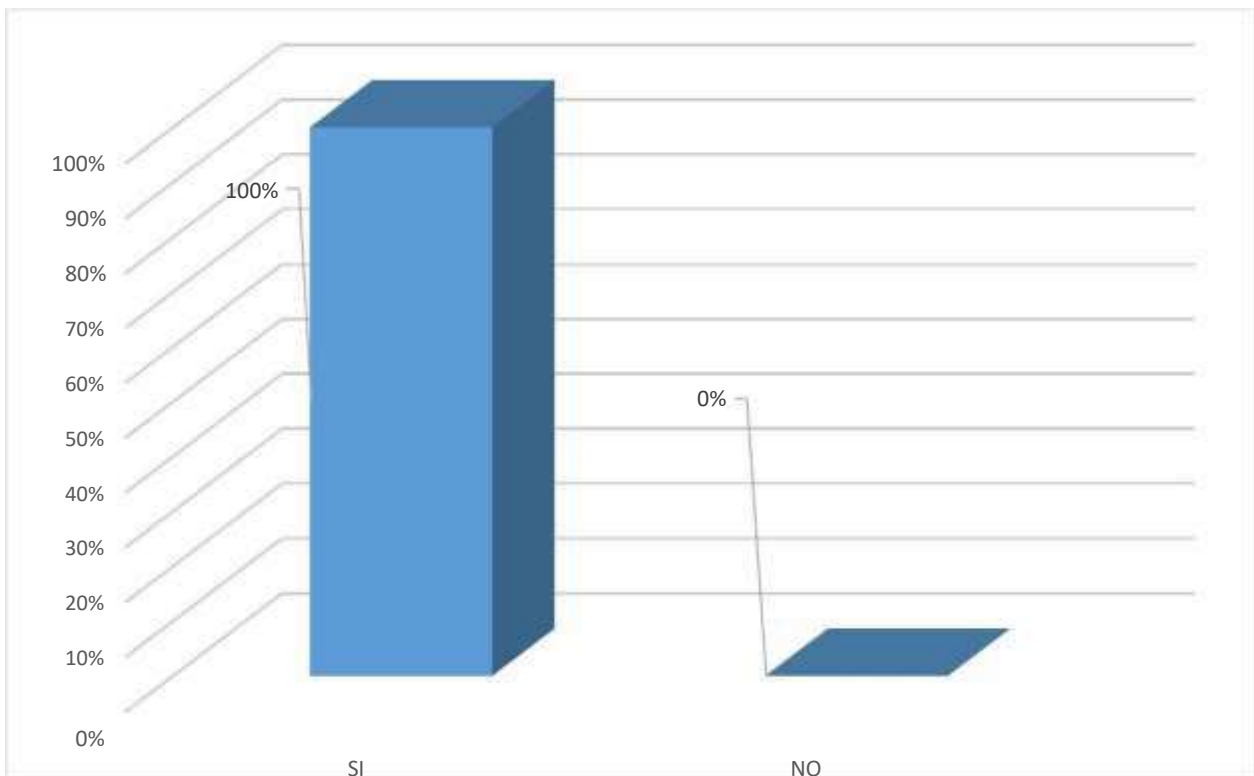
Interpretación: Del total de personas encuestadas el 50% respondió, satisfacción, como reacción positiva al brindar productos de calidad a sus clientes, el 30% respondió, confianza, como una reacción positiva al brindar productos de calidad, mientras que el 20% respondió, seguridad como una reacción positiva.

**Tabla 15**

**¿Usted considera que la rapidez del servicio es una ventaja que contribuye en complacer a sus clientes?**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	15	100%
2	NO	0	0%
TOTAL		15	100%

**Figura 15 ¿Usted considera que la rapidez del servicio es una ventaja que contribuye en complacer a sus clientes?**



**Fuente: Elaboración propia**

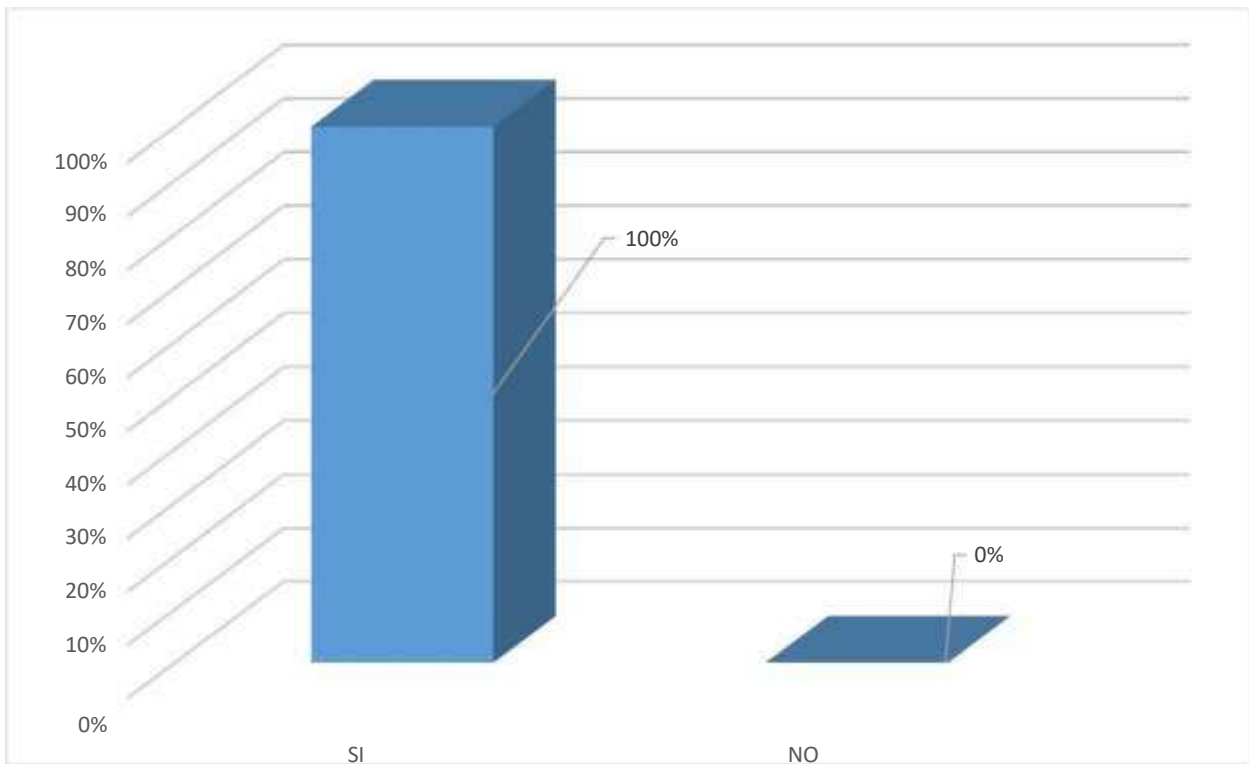
**Interpretación:** Del total de personas encuestadas el 100% respondió que sí, considera que la rapidez del servicio es una ventaja que contribuye en la satisfacción de los clientes.

**Tabla 16**

**¿Usted considera que al mostrarse con amabilidad, cortesía y simpatía el cliente percibe una excelente atención?**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	15	100%
2	NO	0	0%
TOTAL		15	100%

**Figura 16 ¿Usted considera que al mostrarse con amabilidad, cortesía y simpatía el cliente percibe una excelente atención?**



**Fuente: Elaboración propia**

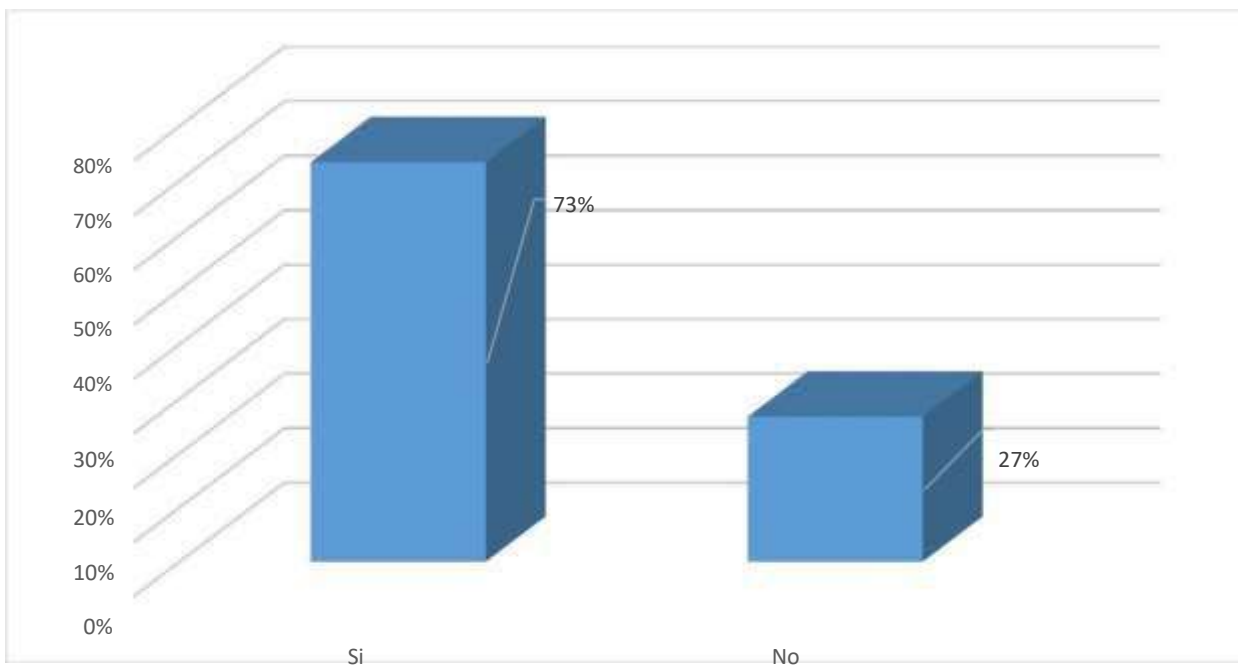
Interpretación: Del total de personas encuestadas el 100% respondió que sí, considera que al mostrarse con amabilidad, cortesía y simpatía el cliente percibe una excelente atención.

**Tabla 17**

**¿Considera usted que la higiene, el establecimiento, imagen del personal, inspire confiabilidad a sus clientes?**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	11	73%
2	No	4	27%
TOTAL		15	100%

**Figura 17 ¿Considera usted que la higiene, el establecimiento, imagen del personal, inspire confiabilidad a sus clientes?**



**Fuente: Elaboración propia**

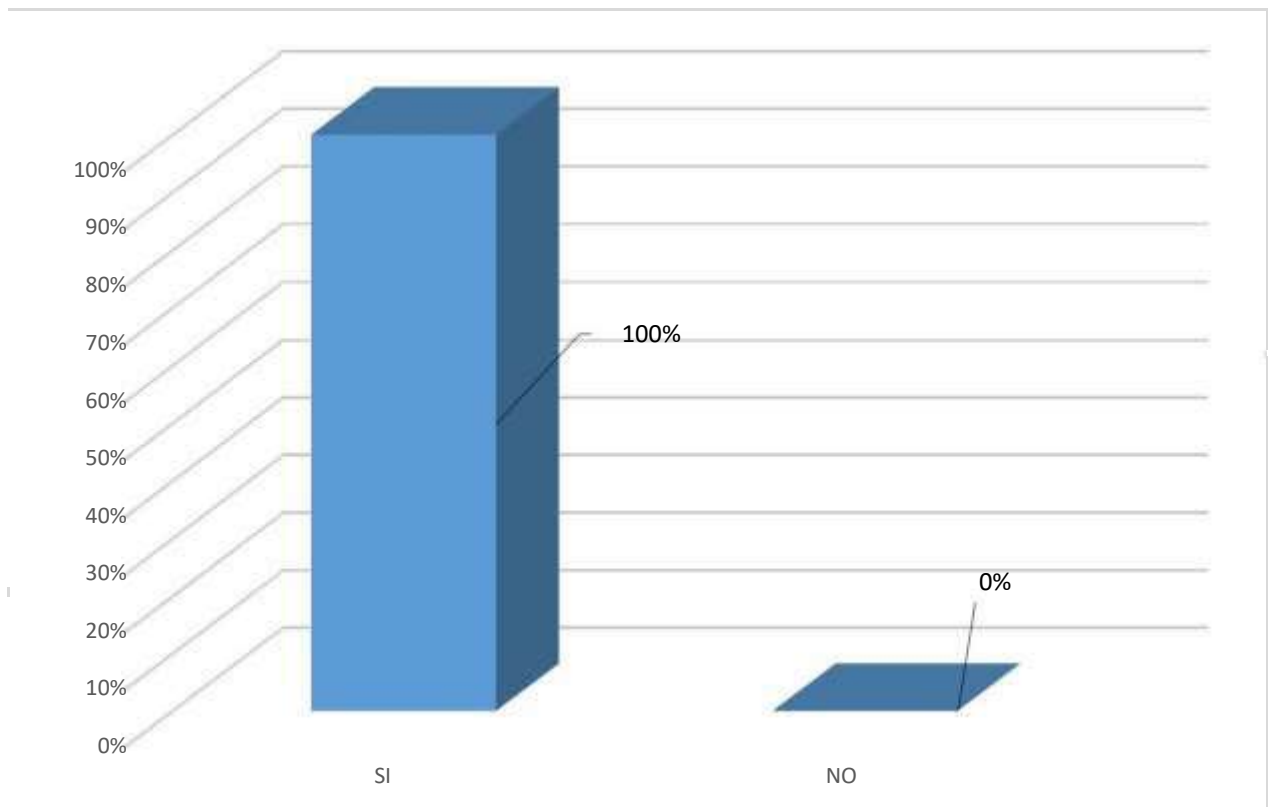
**Interpretación:** Del total de personas encuestadas el 73% respondió que sí, considera que la higiene, el establecimiento, imagen del personal, inspire confiabilidad a sus clientes, mientras que el 27% respondieron que no, considera que la higiene, el establecimiento, imagen del personal, inspire confiabilidad a sus clientes.

**Tabla 18**

**¿Usted considera que un cliente satisfecho se convierte en un potencial para su empresa?**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	15	100%
2	NO	0	0%
TOTAL		15	100%

**Figura 18 ¿Usted considera que un cliente satisfecho se convierte en un potencial para su empresa?**



**Fuente:** Elaboración propia

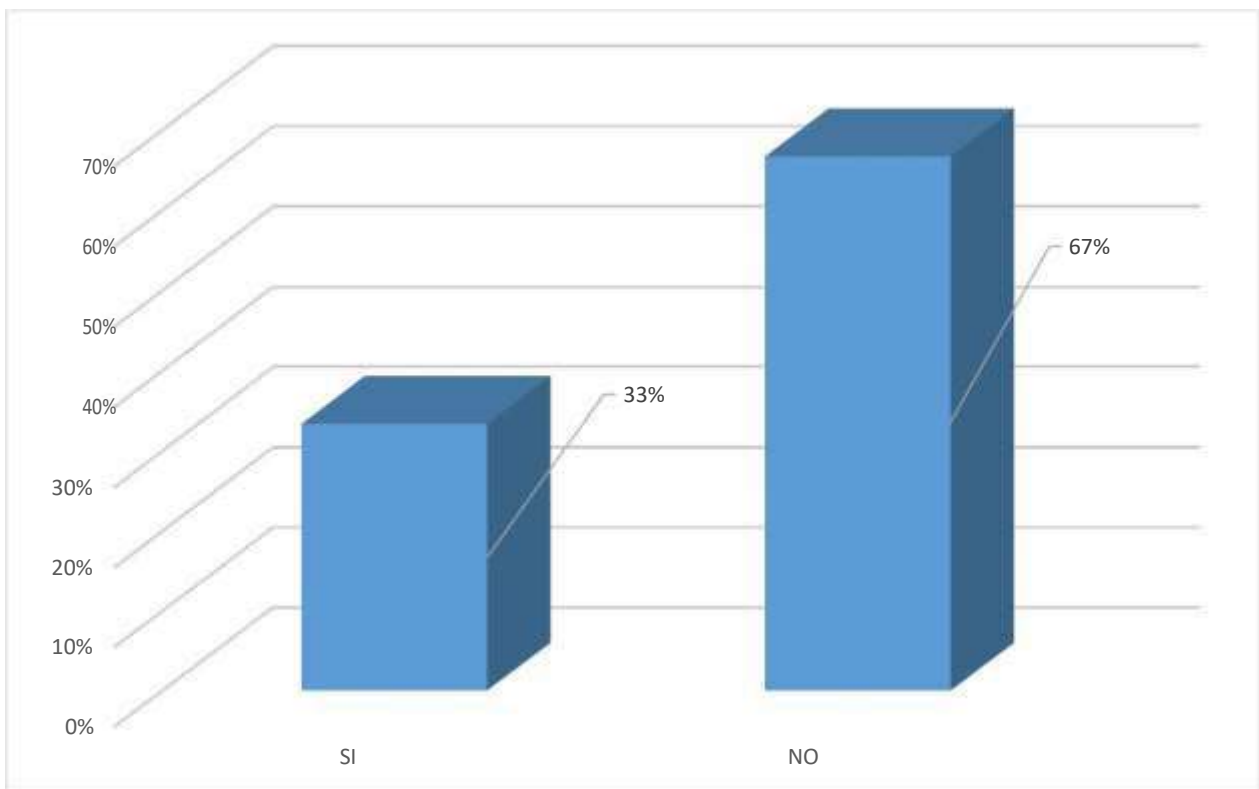
**Interpretación:** Del total de personas encuestadas el 100% respondió que sí, consideran que un cliente satisfecho se convierte en un potencial para su empresa.

**Tabla 19**

**¿Usted capacita a su personal para asegurar la eficiencia de la atención?**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	5	33%
2	NO	10	67%
TOTAL		15	100%

**Figura 19 ¿Usted capacita a su personal para asegurar la eficiencia de la atención?**



**Fuente: Elaboración propia**

Interpretación: Del total de personas encuestadas el 67% respondió que no capacita a su personal para asegurar la eficiencia de su atención, mientras el 33% respondió que sí, capacita a su personal para asegurar la eficiencia de su atención.

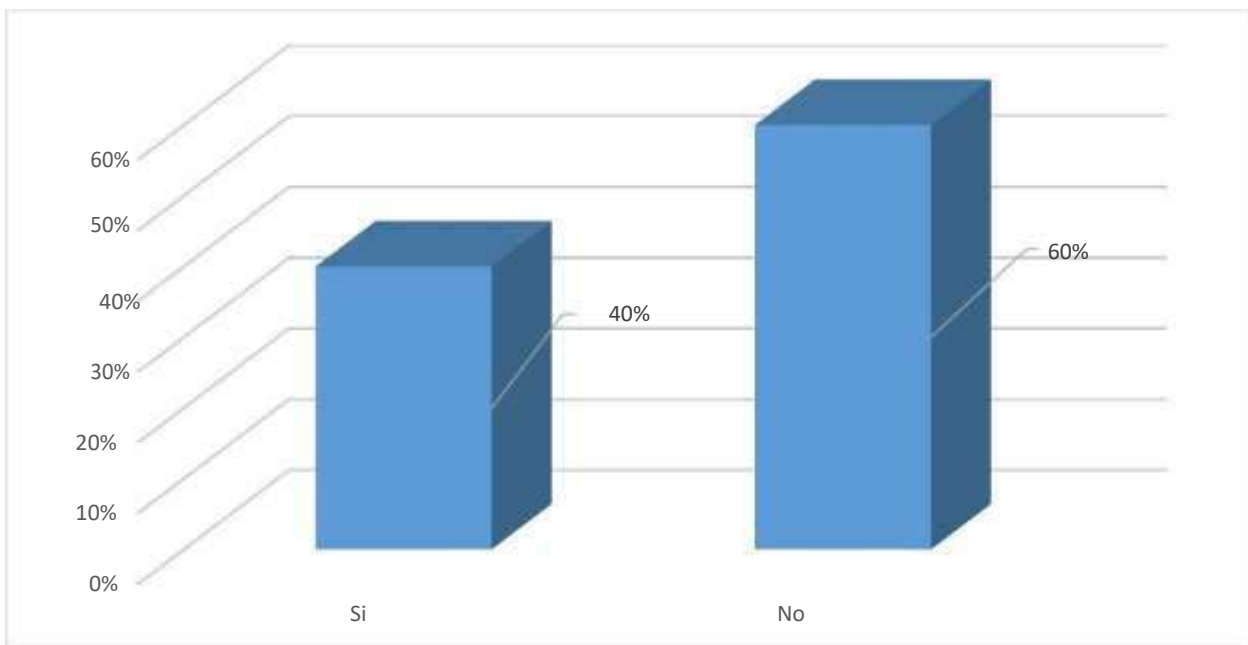


**Tabla 20**

**¿Usted cree que el tiempo de espera en la atención cumple las expectativas de sus clientes?**

ITEM	DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	6	40%
2	No	9	60%
TOTAL		15	100%

**Figura 20 ¿Usted cree que el tiempo de espera en la atención cumple las expectativas de sus clientes?**



**Fuente: Elaboración propia**

Interpretación: Del total de personas encuestadas el 60% respondió que no, creen que el tiempo de espera en la atención cumple las expectativas de sus clientes, mientras que el 40% respondió que sí, creen que el tiempo de espera en la atención cumple las expectativas de sus clientes.

## **6.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS**

### **Referente a los datos**

Según el grafico N° 02, en la investigación el 80% de los representantes de las mypes rubro pollerías son del género femenino, este hallazgo relaciona a la investigación del autor Ponce, M. (2017) quien manifiesta en su investigación que el 62.5% de los representantes de las mypes también son del género femenino.

Según el grafico N° 03 en mi investigación el 80% de los representantes de las mypes rubro pollerías tienen un nivel de instrucción secundaria, este hallazgo relaciona a la investigación del autor Ponce, M. (2017) quien manifiesta que de acuerdo a la encuesta realizada el 43.95% también tienen un nivel de instrucción secundaria, por tal razón los empresarios no tienen conocimientos técnicos en gestión de sus empresas.

Según el grafico N° 10 de mi investigación el 73% de los representantes de las mypes rubro pollerías, dirigen a su personal con motivación, contradiciendo este hallazgo de investigación de la autora Coronel, V. (2011) donde señala que los representantes de las mypes encuestadas no motivan a sus trabajadores.

### **Referente a la gestión**

Según los resultados obtenidos en esta investigación el 80% de los emprendedores de las mypes del sector rubro pollerías desconocen el término gestión, lo cual significa que los emprendedores necesitan capacitarse para conocer y luego aplicar los procesos en sus empresas, así poder dirigir a sus trabajadores hacia los objetivos propuestos, al respecto se recopiló lo indicado por el autor Chiavenato, I. (2007) quien señala en su libro introducción a la teoría general de la administración, la gestión como el proceso de planear, organizar, integrar,

direccionar y controlar los recursos (financieros, materiales, intelectuales, humanos, entre otros) de una empresa con la finalidad de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos.

Según los resultados obtenidos en esta investigación el 80% de los emprendedores de las mypes del sector rubro pollerías no tiene un plan para mejorar los procesos administrativos en su empresa, lo cual significa que no se proyectan en mejorar su administración e incrementar su rentabilidad y competitividad, recopilando información del autor Hurtado, D. (2008) en su libro principios de administración, afirma que los procesos administrativos son herramientas que deben ser aplicados en las empresas para lograr lo propuesto y satisfacer sus necesidades lucrativas y sociales, añade que si los administradores o gerentes tendrían planes de mejora continua en la gestión sería mucho más probable que las empresas alcancen sus metas.

Según los resultados obtenidos en esta investigación el 87% de los emprendedores de las mypes del sector rubro pollerías no tiene elaborado un reglamento interno en su empresa, lo cual significa que no tienen reglas que orienten a sus trabajadores a actuar disciplinados y tampoco las medidas de sanciones correspondientes, este hallazgo tiene una relación con la investigación de la autora Medina, M. (2018) en su tesis para optar el título profesional de licenciada en administración donde señala que el 75% de los encuestados no tienen manuales internos lo que significa que no existen políticas, reglas y objetivos dentro de estas mypes teniendo en consideración que forma parte de las mejoras continuas del funcionamiento empresarial.

### **Referente a la atención al cliente**

Según los resultados obtenidos en esta investigación el 100% de los emprendedores de las mypes del sector rubro pollerías consideran que un cliente satisfecho se convierte en un potencial para sus empresas, se percibe que los microempresarios consideran que la satisfacción

de los clientes trae beneficios a sus empresas, este hallazgo se relaciona con el autor Fornell,C.(2008) en su libro cliente satisfecho, donde señala la relación que existe entre la satisfacción del cliente con las ganancias de la empresa, los gerentes deberían ver a los clientes satisfechos como verdaderos activos económicos lo cual significa un potencial, es preciso comprender las causas y atender lo que significa satisfacción del cliente con un enfoque que reconozcan por lo que realmente son, activos económicos o potenciales para las empresas.

Según los resultados obtenidos en esta investigación el 67% de los emprendedores de las mypes del sector rubro pollerías no capacitan a su personal, por lo tanto, no están preparados para llegar eficientemente a sus clientes y mucho menos lograr satisfacerlos, este hallazgo contradice la investigación de la autora Vela, W.(2018) en la tesis para optar el título profesional de licenciada en administración, quien manifiesta en su investigación que el 70.6% de los representantes de las mypes del sector servicio restaurant, se preocupan en capacitar al recurso humano bajo su administración, para lograr una vocación y calidad de servicio en sus colaboradores.

## **CAPITULO VII. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES**

### **7.1 CONCLUSIONES**

Se llegó a las siguientes conclusiones:

- Referente a los emprendedores de las mypes del sector rubro pollerías la gran mayoría de dueños pertenecen al género femenino entre las edades promedio de 45 a 64 años, lo cual significa que las damas tienen una presencia importante en el mercado empresarial y la gran mayoría tienen un nivel de instrucción secundaria.
- La gran mayoría de los dueños de las mypes rubro pollerías desconocen el término gestión, razón por la cual no aplican una administración eficiente en sus empresas y como resultante no logran brindar un servicio de calidad a sus clientes, Por lo tanto, éste resultado no cumple con el objetivo general de esta investigación.
- La gran mayoría de los emprendedores no tienen un plan para mejorar los procesos administrativos en sus negocios, no aplican las mejoras continuas.
- La gran mayoría de los dueños de las mypes del rubro pollerías no, tienen elaborado un reglamento interno en sus negocios, de acuerdo a este resultado obtenido no cumple con el objetivo específico de esta investigación.
- El total de los dueños de las mypes rubro pollerías consideran que un cliente satisfecho se convierte en potencial para sus negocios, lo cual significa que dichos clientes brindan beneficios, pero los emprendedores, hacen muy poco por brindar lo mejor a sus clientes.
- La gran mayoría de dueños de las mypes del rubro pollerías no capacitan a sus trabajadores, motivo por el cual existe deficiencias en la atención a los clientes, lo cual genera insatisfacción, por lo tanto, este resultado no cumple con el objetivo específico de esta investigación.

## 7.2 RECOMENDACIONES

El rubro pollerías tiene una gran presencia e importancia en el mercado del distrito de Callería razón por la cual se encuentra en el foco de los clientes, es necesario incluir recomendaciones que ayuden a solucionar deficiencias que obstaculizan el desarrollo y la aceptación de clientes en su totalidad.

- Se recomienda a los dueños de las mypes a informarse y a capacitarse en temas de gestión para tener conocimiento y a su vez a aplicarlas en sus empresas, con la finalidad de obtener mejores resultados y ser competitivos, ya que los dueños deberían ser los primeros interesados en su propia preparación y los responsables de capacitar a todo el personal que tienen a su cargo en diferentes áreas con el objetivo de que sepan desenvolverse y relacionarse al realizar sus actividades.

- Se recomienda elaborar un plan para mejorar los procesos administrativos en las mypes con la finalidad de desarrollar una cultura organizacional enfocada en el mejoramiento permanente, efectuando acciones correctivas en los procesos de gestión que puedan contribuir a mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas existentes considerando que con la mejora continua logran mejor rentabilidad y competitividad.

- Se recomienda elaborar un reglamento interno que les permitirá regular las obligaciones y prohibiciones de los trabajadores, puedan sancionar actos indisciplinarios, basándose en normas establecidas para que exista un orden dentro de la Mype.

- Se recomienda a los emprendedores a considerar que un cliente satisfecho es un potencial para cualquier empresa, por ello los propietarios de las mypes deben enfocarse en brindar calidad y sorprender con la atención a sus clientes.

La atención al cliente es una herramienta estratégica útil para lograr satisfacer a los clientes y no pensar que es un simple servicio, que no tiene mayor importancia.

- Se recomienda capacitar al personal, para mejorar la atención al cliente y lograr su satisfacción.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Beckiwit, H. (2004). *Enamorar a su cliente*. Caracas, Venezuela: Ediciones Urano.
- Blanco, A. (2008). *Atención al cliente*. Madrid, España: Pirámide 2008 Brinkman,
- R. (2006). *amaras a tus clientes*. Madrid, España: Empresa activa. Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*. México D.F., México: Industria mexicana, Reg.num.735.
- Craven, R, (2003). *El cliente es el Rey*. Barcelona, España: Ediciones gestión 2000.
- Coronel, V. (2011). *Mejoramiento de calidad en el servicio y atención al cliente en el restaurante pollos a la colon* (Tesis de grado, licenciatura). Escuela superior politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- De la Lama, E. (2012). *cultura de calidad de servicio*. México D.F., México: Trillas, 125p. (hf5415.5.m8).
- Drucker, P. (2006). *The practice of manangement* (Ed. Versión Kindle 2006 de hardperbussiness). New York, United states: Reviews.
- [https://www.amazon.com/Practice-Management-Peter-F-Drucker/dp/0060878975/ref=reader\\_auth\\_dp](https://www.amazon.com/Practice-Management-Peter-F-Drucker/dp/0060878975/ref=reader_auth_dp)
- Drucker, P. (1973). *Management tasks responsibilities and practices*. Buenos aires, Argentina: Sudamérica.
- Figueroa, E. (2009). *¿Quién se llevó mi cliente?* México D.F., México: Amazon.
- Fornell, C. (2008). *Cliente satisfecho*. Barcelona, España: ediciones Deusto.
- Harrington, H. (1990). *El costo de la mala calidad*. Madrid, España: Díaz de santos.
- Hurtado, D. (2008). *Principios de administración*. Medellín, Colombia: ITM.



Ishikawua, K. (1989). *Introducción quality control*. Tokio, Asían: Productivity organization.

Joan, E. (2007). *Cientes contentos de verdad Claves para comprender a clientes y usuarios*. Barcelona, España: ediciones gestión 2000.

Kotler, P. (2006). *Atención al cliente para relacionarse con el comprador*. Usa: Amazon.

Mendoza, F. (2015). *Atención al cliente en los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa* (tesis de grado, licenciatura en administración). Universidad Rafael Landívar, región de Jutiapa, Guatemala.

Serna, H. (2006). *Servicio al cliente*. Bogotá, Colombia: panamericana Ltda.

Tigani, D. (2006). *Excelencia en servicio (1era edición)*. Buenos aires, Argentina: Liderazgo 21.

Udaondo, M. (1992). *Gestión de calidad*. Madrid, España: Diaz de santos, S.A.

Ponce, M. (2017) *Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las mypes del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay,*

(En la tesis para optar el título profesional de licenciada en administración). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Tacna, Perú.

Medina, M. (2015) *Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las mypes, rubro pollería del distrito de vice-sechura,* (En la tesis para optar el título de licenciada en administración), Universidad Los Ángeles de Chimbote, vice sechura, Perú.

Rosas, G. (2017) *Gestión en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías bajo el enfoque de atención al cliente y propuestas de mejora,* (En la tesis para obtener el título

de licenciada en administración). Universidad los Ángeles de Chimbote, el porvenir, Perú.

Vela, w. (2018) *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, rubro restaurant, distrito de Callería*, (En la tesis para optar el título de licenciada en administración), Universidad los Ángeles de Chimbote, distrito de Callería, Perú.

# **ANEXOS**



**UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Gestión Bajo el enfoque en Atención al Cliente del sector comercial, rubro Pollerías, del distrito de Callería, año 2017”.

**ENCUESTA**

La información que usted nos proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se agradece su valiosa colaboración.

**I. DATOS**

Nombre del encuestado:

.....

Nombre de la Mype.

.....

**1. Edad del emprendedor de la empresa:**

De 18 a 29 años ( ) De 30 a 44 años ( ) De 45 a 64 años ( ) Más de 65 años ( )

2. Género:

3. Grado de instrucción:

4. ¿Cuántos años tiene en el rubro pollería?

1 año a 2 años ( ) 2 años a 4 años ( ) 4 años a mas ( )

## II. GESTIÓN

5. ¿Usted tiene conocimiento del término Gestión?

6. ¿Usted tiene un plan para mejorar los procesos administrativos en su empresa?

7. ¿Usted tiene elaborado un reglamento interno en su empresa?

8. ¿Usted ejecuta alguna estrategia para atraer a los clientes en su empresa?

9. ¿Usted cree que cuenta con el personal idóneo para realizar funciones en su empresa?

10. ¿Usted en su empresa dirige con motivación a sus trabajadores?

Siempre ( ) Casi siempre ( ) Nunca ( )

**11.** ¿Usted evalúa el desempeño de sus trabajadores en su empresa?

Siempre ( )      Casi siempre ( )      Nunca ( )

### **III. ATENCIÓN AL CLIENTE**

**12.** ¿En su empresa tienen conocimiento del concepto de atención al cliente?

**13.** ¿Usted considera que atención al cliente es una herramienta útil para el logro de la satisfacción o considera que solo es un servicio?

**14.** ¿Usted al brindar productos de calidad a sus clientes que reacciones positivas puede observar?

**15.** ¿Usted considera que la rapidez del servicio es una ventaja que contribuye en complacer a sus clientes?

**16.** ¿Usted considera que al mostrarse con amabilidad, cortesía y simpatía el cliente percibe una excelente atención?

**17.** ¿Considera usted que la higiene, el establecimiento, imagen del personal, inspire confiabilidad a sus clientes?

Si ( )      No ( )

**18.** ¿Usted considera que un cliente satisfecho se convierte en un potencial para su empresa?

**19.** ¿Usted capacita a su personal para asegurar la eficiencia de la atención?

Si ( )

No ( )

**20.** ¿Usted cree que el tiempo de espera en la atención cumple las expectativas de sus clientes?

Si ( )No ( )

Pucallpa – Perú

2018.

ANEXO N° 02


**Municipalidad Provincial de Coronel Portillo**  
 Av. Tacna N° 480 - RUC: 20154873792  
 Ingresado: 06/10/2017 03:44:27 p.m.

**Recibo N° : 121-0000011043**  
 CAJERO : ZVAJQUEZ S. Exp. : 01  
 Cod. : Fecha : 06/10/2017  
 Sr(a) : PINNER F. VILLACORCA HUANBI  
 Dpto : I.A.V. 9 DE OCTUBRE 670  
 RUC : 10006053 Exp :  
 Obs : RE. 46719-2017

Partida	Concepto	Subtotal
171321 015002	Copias simples (por hoja)	0.30
Correción 1015002 00955	Total : B/. Restable : B/. Vuelto : B/.	0.30 0.30 0.00



ANEXO N° 03

"AÑO OFICIAL DE BUEN SERVICIO AL CIUDADANO"



**SOLICITO:** Información sobre cuantas microempresas del Sector Comercial rubro Pollerías, se encuentran registrados formalmente en el distrito de calleria - Prov. Coronel Portillo - Ucayali

**SEÑOR: ERICK RUIZ FLORES**

Sub- Gerente de Comercialización de Municipalidad Provincial de Coronel Portillo

Yo, FENNER F. VILLACORTA HUANSI, identificado con DNI N° 40896853 con domicilio legal en esta ciudad, en AV. 9 de octubre N° 670, actual estudiante del VI Ciclo de la Facultad de Administración de la Universidad católica los Angeles de Chimbote – ULADECH, recorro a su despacho para manifestarle lo siguiente:

Actualmente estoy realizando un pre-proyecto de Investigación, en la cual la estructura pide información y sustento pro balística de cuantos microempresa del sector comercial del rubro de pollerías, existen formalmente registrados dentro de la jurisdicción de calleria coronel portillo.

Esperando su comprensión y sabiendo de su gran espíritu de colaboración a futuros profesionales de nuestra Región de Ucayali, me suscribo de usted sin antes darles las muestras de mi consideración y estima personal.

Atentamente,

  
-----  
FENNER F. VILLACORTA HUANSI  
DNI N° 40896853

## ANEXO N° 04

Tagge navegar en EDUCIDAD Y LICENCIAS

Inicio (current)

Consultar Licencias (SISTEMA ACTUAL)

Consultar Licencias (SISTEMA ANTERIOR)

### LICENCIAS EMITIDAS DESDE EL SETIEMBRE DEL 2011 HASTA LA FECHA

N°	FECHA TRAMITE	NOMBRE COMERCIAL	RAZON SOCIAL	DIRECCION	TIPO INSPECCION	N° LICENCIA	GRO DE NEGOCIO	RESOLUCION	MOTIVO
20	8/09/2011	POLLERIA MARITZA	ORATE PORTOCARRERO, MARITZA	AV. HABILITACION URBANA MUNICIPAL SN Mz. C-2 Lt. 4	EX POST	00961-2011	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
204	26/10/2011	POLLERIA "MALU"	DIAZ RENGIFO, ALBERTO LEONARDO	JR. MARIA P. DE BELLIDO SN Mz. 42 Lt 21	EX POST	01145-2011	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
275	9/11/2011	POLLERIA "SUPER RICO"	RAMIREZ PEDRAZA, ISAIAS	AV. FAUSTINO SANCHEZ CARRION 1005 Mz. A Lt. 01	EX POST	01216-2011	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
428	14/12/2011	BROSTERIA EL CAMPERO	CERDAN CARRERA, MARIA SABINA	JR. SUCRE 748 Mz. 63 Lt. 1	EX POST	01370-2011	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
649	22/02/2012	BROSTERIA EL CAMPERO	CERDAN CARRERA, MARIA SABINA GUZMAN	JR. SUCRE 748 Mz. 63 Lt. 1	EX POST	00179-2012	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
1329	10/09/2012	RESTAURANT POLLERIA BEN HUR RESTAURANT	CONTRERAS, ZOILA VICTORIA	AV. CENTENARIO 1010 Mz. 387 Lt. 20-E	EX POST	00854-2012	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
1416	1/10/2012	POLLERIA XIMI NICOLL	TUCTO SOTO, JOEL JHONEL	JR. MANCO CAPAC, 229 Mz. 105 Lt. 10 FRACC	EX POST	00941-2012	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
1540	7/11/2012	HAPPY CHICKEN	CARDENAS ZUMAETA, MIRIANA	JR. PEDRO RODRIGUEZ, PAIVA 209 Mz. 344 Lt. 1-A	EX ANTE	01064-2012	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
1633	30/11/2012	POLLERIA INMACULADA	LIANG, HUIJI	JR. INMACULADA 300 Mz. 124-A Lt. 3	EX POST	01157-2012	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
1770	8/01/2013	CHIFA POLLERIA MAY NEY	ISHUZA RICARDI, GENIX	AV. TUPAC AMARU SN Mz. H Lt. 11	EX POST	00023-2013	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
1816	17/01/2013	POLLERIA SUAVECITO	CHAVEZ TENAZOA, MARTA	JR. GUILLERMO SISLEY MEDINA 770 Mz. 310 Lt. 24	EX POST	00069-2013	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
1969	4/02/2013	HAPPY CHICKEN	CARDENAS ZUMAETA, MIRIANA	JR. ZAVALA 100 Mz. 149 Lt. 5B	EX ANTE	00122-2013	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
1994	7/03/2013	POLLOS A LA BRASA CHEBAS CHIKENÁ S	INVERSIONES CHEBAS EIRL	AV. UNION SN Mz. B Lt. 4	EX POST	00247-2013	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
2093	8/04/2013	EL PÓLLO LISÓ POLLERIA	LUDOVICO INVERSIONES S.A.C.	JR INMACULADA 780 Mz. 78 Lt. 01	EX POST	00348-2013	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA

## ANEXO N° 05

2154	POLLERIA EL 22/04/2013 ULTIMO TIBURON MEDITERRANEO POLLOS A LA BRASA	AREVALO RIOS, EVELEYN	AV SAN MARTIN_ 1096 Mz. 348 Lt. 01	EX POST	00420-2013	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
2167	24/04/2013 RESTAURANT POLLERIA RESTAURANTE	TENORIO NUÑEZ, EDWIN RAMON	JR SALVADOR ALLENDE. 601 Mz. Q Lt. 11	EX ANTE	00438-2013	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
2281	22/05/2013 GRILL CHICKEN	GONZALES TUANAMA, DORA	AV TUPAC AMARU_ 2468 Mz G Lt. 10	EX POST	00587-2013	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
2537	26/07/2013 CRAZY CHICKEN	LOZANO RUBIO, EDBE	JR TARAPACA 297 Mz. 73 Lt. 1A	EX POST	00601-2013	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
2701	29/08/2013 HAPPY CHICKEN	CARDENAS ZUMAETA, MIRIANA	JR SALAVERRY. 488 Mz. 73 Lt. 2 Y 3	EX POST	01094-2013	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
2787	25/09/2013 LAS GARZAS	AZPUR, HORTENCIA FLORA TALAVERA	JR INMACULADA 625 Mz. 50 Lt. 1.5.3A	EX ANTE	01187-2013	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO PARA CESIONARIOS
2805	1/10/2013 POLLERIA ORIENTAL POLLOS Y PARRILLAS LA HACIENDA	ESCARCENA, RAUL JOSE	JR A. RAYMONDI 201 Mz. 23 Lt. 10	EX POST	01208-2013	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
3066	17/12/2013 HACIENDA	RAMOS LAOS, JUAN DAVID	JR INDEPENDENCIA 206 Mz. 08 Lt. 5 FRACC	EX ANTE	01483-2013	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
3121	14/01/2014 KOKLOS BRASA POLLERIA RESTAURANT EL POINT	MACAY VALLES, ELIZABETH	JR SALAVERRY. 589 Mz. 87 Lt. 9A	EX ANTE	00031-2014	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
3621	3/06/2014 POINT	LOZANO RUBIO, EDBE	JR CORONEL PORTILLO 389 Mz. 8 Lt. 8	EX POST	00637-2014	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
3682	EL PECHUGON 30/06/2014 POLLOS A LA BRASA	MIRANDA RUIZ, CARLOS ROGER	JR UNION 765 Mz. C Lt. 22	EX ANTE	00588-2014	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
3737	POLLERIA "EL 17/07/2014 CHINITO CHICKEN" GOLDEN CHICKEN POLLERIA & RESTAURANT	MIRANDA RUIZ, TERESA ALFARO VDA. DE CHUQUIMANTARI, FANNY DOMITILA	ALLENDE. SN Mz. A Lt. 20	EX POST	00653-2014	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
3828	22/08/2014 RESTAURANT	FANNY DOMITILA	JR VICTOR MONTALVO 146 Mz. 249 Lt. 7B	EX POST	00740-2014	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
3830	POLLO A LA BRASA 22/08/2014 HAPPY CHICKEN POLLERIA	CARDENAS ZUMAETA, MIRIANA	JR UNION 1466 Mz. A Lt. 20	EX POST	00748-2014	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
3852	RESTAURANT EL 27/08/2014 ULTIMO TIBURON	ARRIAGA ACOSTA, LESLYE	AV SAN MARTIN_ 1096 Mz. 348 Lt. 01	EX POST	00770-2014	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
4019	POLLERIA "EL BUEN 21/10/2014 SABOR"	SOTO BARDALES, YESSICA	AV. SALVADOR ALLENDE. 157 Mz. O Lt. 09	EX POST	00937-2014	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA

## ANEXO N° 6

4158	15/12/2014	MEGA CHICKEN	VARGAS DIAZ, JORGE LUIS	JR. INMACULADA 662 Mz: 88 Lt: 5-A	EX POST	01076-2014	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
4246	27/01/2015	LULO'S CHICKEN	FLORES PLAZA, MARCOS ANTONIO	JR. GUILLERMO SISLEY MEDINA 760 Mz: 310 Lt: 24	EX POST	00043-2015	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
4395	18/03/2015	WILLY U'S	AGUIRRE RENGIFO, WILLIAM	JR. CALLERIA 851 Mz: LL Lt: 15	EX POST	00191-2015	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
4719	13/08/2015	POLLERIA LA SAZON	GUTIERREZ NITZUMA, DAVID	JR. COMANDANTE BARRERA 610 Mz: 347 Lt: 01	EX POST	00514-2015	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
4789	9/09/2015	POLLERIA LA SAZON	GUTIERREZ NITZUMA, DAVID	JR. COMANDANTE BARRERA 614 Mz: 347 Lt: 01	EX POST	00563-2015	POLLERIA	sin resolucion Sub Gerencial	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
6686	16/02/2017	POLLOS A LA BRASA CHEBAS CHIKENÁ'S	INVERSIONES CHEBAS EIRL	AV. UNION SIN Mz: B Lt: 4	EX ANTE	00200-2017	POLLERIA	00210 -2017- MPCP-GM- GSPGA-SGCOM	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
6721	23/02/2017	POLLERIA SISLEY	RAMOS RETIS, DENNIS ETLER	JR. GUILLERMO SISLEY MEDINA 495 Mz: 239 Lt: B- A	EX POST	00235-2017	POLLERIA	00249 -2017- MPCP-GM- GSPGA-SGCOM	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
7246	4/07/2017	POLLERIA EMANUEL	DIAZ RENGIFO, ALBERTO LEONARDO	JR. MARIA P. DE BELLIDO 167 Mz: 42 Lt: 2f	EX ANTE	00781-2017	POLLERIA	00806 -2017- MPCP-GM- GSPGA-SGCOM	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
7271	10/07/2017	POLLERIA "REAL"	VARGAS CHICHE, MARCOS	JR. INMACULADA 418 Mz: 109 Lt: 08A	EX ANTE	00784-2017	RESTAURANTE-POLLERIA ✓	00830 -2017- MPCP-GM- GSPGA-SGCOM	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA
7329	3/08/2017	POLLERIA RESTAURANTE EL CENTRO	FLORES CENTURION DE PIÑA, KAREEM GABRIELA	JR. SALAVERRY, 583 Mz: 62-A Lt: 11D	EX ANTE	00842-2017	RESTAURANTE-POLLERIA ✓	00886 -2017- MPCP-GM- GSPGA-SGCOM	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVA

**ANEXO N° 7**



ANEXO N° 08



