



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL
CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
SECTOR SERVICIOS, RUBRO SALÓN SPA, DEL
DISTRITO DE CALLERÍA, AÑO 2017**

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

AUTOR:

Bach. JUANA ISABEL DELGADO REÁTEGUI

ASESOR:

MBA CRYSBER MOISÉS VALDIVIEZO SARAVIA

PUCALLPA – UCAYALI

2017

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Magtr. Sergio Oswaldo Ortiz García

Secretario

Magtr. José Luis Meza Salinas

Miembro

Dr. Geider Grandes García

Presidente

MBA Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

Asesor

AGRADECIMIENTO

Dios, tu amor y tu bondad no tienen fin, me permites sonreír ante todos mis logros que son resultados de tu ayuda, y cuando caigo y me pones a prueba, aprendo de mis errores y me doy cuenta que, los pones en frente mío para que mejore como ser humano, y crezca de diversas maneras.

Agradezco a mis queridos padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; me formaron con reglas pero al final de cuentas, me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

DEDICATORIA

Agradezco a DIOS quien me ha guiado y me ha dado la fortaleza de seguir adelante.

A mi madre por hacer de mí una mejor persona a través de sus consejos y amor.

A mi amado esposo por estar siempre presente apoyándome en todo momento.

A los catedráticos de la Universidad por quienes he llegado a obtener los conocimientos necesarios para poder desarrollar la tesis.

RESUMEN

La presente investigación de las Mypes del sector servicio rubro salón spa distrito de Calleria, tuvo por objetivo determinar las características y los beneficios que se logra con la aplicación de la gestión bajo el enfoque de atención al cliente año 2017; además de ver el grado de desarrollo de las mismas. La investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental / transversal y de una muestra de 19 Mype, a la cual se aplicó un cuestionario estructurado de 23 preguntas atreves de la técnica de la encuesta. En la presente investigación hacemos una breve introducción de la Mypes en nuestro país donde también caracterizamos el problema y así mismo planteamos el enunciado de nuestra investigación. Luego hacemos una revisión de la literatura donde se menciona antecedentes de diferentes autores que nos hablan de la gestión bajo el enfoque de atención al cliente para luego mencionar las bases teóricas de la organización, la estructura de la microempresa, funciones de la gestión empresarial, la gestión de la calidad, los sistemas de gestión de calidad, los beneficios que aporta el sistema de gestión de calidad para finalmente hablar de marco conceptual de la micro y pequeña empresa, sus beneficios tributarios y laborales y la formalización de estas. Referente a la metodología de la investigación describimos el diseño de la investigación, su población y muestra la técnica e instrumentos y el plan de análisis. Para finalizar veremos los resultados de la investigación mediante los cuadros estadísticos y sus respectivos gráficos de cada una de las preguntas de nuestra encuesta, para luego realizar un análisis de cada interrogante de la encuesta y por último punto hacer nuestras conclusiones de nuestra investigación.

Palabras claves: Mypes, atención al cliente, gestión empresarial, salón spa.

ABSTRACT

The present investigation of the Mypes of the sector service sector spa salon district of Calleria, had as objective to determine the characteristics and the benefits that is achieved with the application of the management under the approach of attention to the client year 2017; besides to see the degree of development of the same ones. The research was quantitative, descriptive level and non-experimental / transversal design and a sample of 19 Mype, to which a structured questionnaire of 23 questions was applied through the survey technique. In the present investigation we make a brief introduction of the Mypes in our country where we also characterize the problem and likewise we formulate the statement of our research. Then we make a review of the literature which mentions the background of different authors who talk about management under the focus of customer service and then mention the theoretical bases of the organization, the structure of the microenterprise, functions of business management, the quality management, quality management systems, the benefits provided by the quality management system to finally talk about the conceptual framework of micro and small enterprises, their tax and labor benefits and the formalization of these. Concerning the methodology of the research we describe the design of the research, its population and show the technique and instruments and the analysis plan. To finish we will see the results of the investigation through the statistical tables and their respective graphs of each of the questions of our survey, to then make an analysis of each question of the survey and finally make our conclusions of our investigation.

Keywords: Mypes, customer service, business management, spa salon.

Índice de Contenido

CARATULA.....	i
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Planteamiento del Problema.....	3
1.1.1 Caracterización del problema	3
1.2. Enunciado del problema:.....	5
1.3 Objetivos de la investigación	5
1.4 Justificación de la investigación:	6
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	7
2.1 Antecedentes	7
2.2 Bases teóricas de la investigación	10
2.2.1 Teorías de la gestión.....	10
2.2.2.1 Enfoques de la gestión	11
2.2.1.2 Definición de gestión	12
2.2.2 Estructura de una microempresa	13
2.2.2.1 Funciones de la Gestión Empresarial.....	14
2.2.2.2La Gestión de la Calidad.....	15
2.2.2.3 Sistemas de gestión de la calidad.....	16
2.2.2.4 Ventajas que aporta el sistema de gestión de calidad	18
2.2.3 Sobre la atención al cliente.....	19
2.2.3.1 Los clientes.	19

2.2.3.2 Diferentes tipos de clientes:	21
2.2.3.3 Importancia de la satisfacción del cliente.	22
2.2.3.4 Definición de servicio al cliente	25
2.2.3.5 Características de empresas que manejan el concepto de servicio de atención al cliente	25
2.2.3.5 Factores claves en el servicio de atención al cliente.....	26
2.2.3.6 Servicio al cliente versus satisfacción real percibida del cliente.	27
2.2.3.7 Nuevos clientes	29
2.3 Marco conceptual	31
2.3.1 Sobre las micro y pequeñas empresas	31
2.3.2 Definición de la Micro y Pequeña Empresa	31
2.3.3 Características de la micro y pequeña empresa.....	32
2.3.4 Formalización de las Mypes	34
III. HIPÓTESIS.....	37
IV. METODOLOGÍA.....	38
4.1 Diseño de la investigación	38
4.2 Población y muestra	39
4.3 Definición y Operacionalización de variables	39
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	42
4.5 Plan de análisis.....	42
4.6 Matriz de consistencia.....	42
4.7 Principios éticos	44
V. RESULTADOS	45
5.1 Resultados	45
5.2 Análisis de resultados.....	69
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78
Recomendaciones.....	80
Referencias bibliográficas:	81
ANEXOS	84

Índice de tablas

	Página
Tabla 1: Operacionalización de variables.....	40
Tabla 2: Matriz de consistencia de caracterización de la gestión de Bajo el enfoque de atención al cliente.....	43
Tabla 3: Edad del encuestado.....	45
Tabla 4: Sexo del encuestado.....	46
Tabla 5: Grado de instrucción	47
Tabla 6: Años de permanencia en la actividad.....	48
Tabla 7: La Mype es formal o informal	49
Tabla 8: Número de trabajadores permanentes en la Mypes.....	50
Tabla 9: Número de trabajadores eventuales en la Mypes	51
Tabla 10: Cual es el tipo de financiamiento	52
Tabla 11: Su personal conoce los objetivos de la empresa.....	53
Tabla 12: Durante el año 2016 ¿Tuvo acceso a información relacionada Con la oferta de servicios financieros?	54
Tabla 12: Cual fue el criterio más importante de solicitar financiamiento	55
Tabla 13: En que eventos de servicios sobre tecnologías para la gestión Participó para mejorar sus servicios.....	56
Tabla 14: Cuales fueron los cursos que participó para mejorar sus productos o servicios	57
Tabla 15: Le han ayudado estos cursos para la buena gestión y cumplir los objetivos de la empresa.....	58
Tabla 17: Conoce herramientas de gestión.....	59

Tabla 18: Indique cuál de estas herramientas de gestión aplica en su organización	60
Tabla 19: Le han ayudado estas herramientas para la buena gestión y Cumplir con los objetivos.....	61
Tabla 20: Se han implantado algún protocolo de atención al cliente con enfoque de calidad.....	62
Tabla 21: Cuales fueron los protocolos de atención al cliente implantado.....	63
Tabla 22: La implantación de estos protocolos influyo significativamente en los beneficios de las Mypes.....	64
Tabla 23: Evalúa a su personal permanentemente	65
Tabla 24: La Mype cuenta con buzón de sugerencia.....	66
Tabla 25: Toma en cuenta las opiniones de sus clientes.....	67
Tabla 26: Que acciones realiza ante las opiniones de sus clientes.....	68

Índice de figuras

	Página
Figura 1: ¿Quién es cliente?.....	20
Figura 2: Pirámide de Maslow Jerarquía de las Necesidades.....	21
Figura 3: Etapas para la formalización de una Mype.....	36
Figura 4: Edad del encuestado.....	45
Figura 5: Sexo del encuestado.....	46
Figura 6: Grado de instrucción	47
Figura 7: Años de permanencia en la actividad.....	48
Figura 8: La Mype es formal o informal	49
Figura 9: Número de trabajadores permanentes en la Mypes.....	50
Figura 10: Número de trabajadores eventuales en la Mypes.....	51
Figura 11: Cual es el tipo de financiamiento	52
Figura 12: Su personal conoce los objetivos de la empresa.....	53
Figura 13: Durante el año 2016 ¿Tuvo acceso a información relacionada Con la oferta de servicios financieros?	54
Figura 14: Cual fue el criterio más importante de solicitar financiamiento	55
Figura 15: En que eventos de servicios sobre tecnologías para la gestión Participó para mejorar sus servicios.....	56
Figura 16: Cuales fueron los cursos que participó para mejorar sus productos o servicios	57
Figura 17: Le han ayudado estos cursos para la buena gestión y cumplir los objetivos de la empresa.....	58
Figura 18: Conoce herramientas de gestión.....	59

Figura 19: Indique cuál de estas herramientas de gestión aplica en su organización	60
Figura 20: Le han ayudado estas herramientas para la buena gestión y Cumplir con los objetivos.....	61
Figura 21: Se han implantado algún protocolo de atención al cliente con enfoque de calidad.....	62
Figura 22: Cuales fueron los protocolos de atención al cliente implantado.....	63
Figura 23: La implantación de estos protocolos influyo significativamente en los beneficios de las Mypes.....	64
Figura 24: Evalúa a su personal permanentemente	65
Figura 25: La Mype cuenta con buzón de sugerencia.....	66
Figura 26: Toma en cuenta las opiniones de sus clientes.....	67
Figura 27: Que acciones realiza ante las opiniones de sus clientes.....	68

I. INTRODUCCIÓN

Como sabemos la micro y pequeña empresa juega un papel preeminente en el desarrollo social y económico de nuestro país, al ser la mayor fuente generadora de empleo y agente dinamizador del mercado. En un país, donde la falta de empleo es uno de los problemas más serios, resulta imprescindible reflexionar sobre cuál es el rol promotor que le corresponde al Estado.

Nuestra Constitución consagra una Economía Social de Mercado que como subraya el Tribunal Constitucional es una condición importante del Estado Social y Democrático de Derecho que debe ser ejercida con responsabilidad social y bajo el presupuesto de los valores constitucionales de libertad y justicia. En este contexto, le corresponde al Estado ejercer su rol promotor del empleo respetando el Principio de Igualdad conforme al cual se debe tratar igual a los iguales y desigual a los desiguales.

Una de las formas que tiene el Estado de promover el empleo es a través de la legislación. Por ello, el Estado ha establecido un marco normativo promotor de las Mypes, a fin de que los sobrecostos laborales, los costos de transacción, y la carga tributaria no frenen su formalización y crecimiento. A lo largo de los últimos tiempos nuestro país ha tenido un aumento acelerado en el número de micro y pequeñas empresas guiadas por un nuevo tipo de “empresario emergente”. Este tipos de empresas concentra la mayor parte del empelo reciente. La comprensión de la fuerza de este sector implica responder a las siguientes dos preguntas:

¿El grado de desarrollo de las micro empresas y su crecimiento en términos de empleo, beneficios y productividad es desigual? ¿Las características de sus negocios, los montos de inversión, la tecnología y las tácticas seguidas para su desarrollo, sugieren que existe una marcada diversidad en el desempleo de los pequeños empresarios y de sus empresas? (Martel R. 2007).

En la actualidad el dominio de habilidades concretas tiene cada vez menos fuerza en la valoración de un microempresario, en paralelo con la habilidad de aprender a desenvolverse en escenarios desconocidos e inestables.

Esta situación obliga a reorientar el proceso educacional en todos sus niveles y las capacidades de gestión empresarial, a buscar lo esencial y descartar lo accesorio.

Peter Drucker, considerado el padre de la administración moderna, opina que “El recurso económico básico de una sociedad ya no es el capital, ni los recursos naturales, ni el trabajo. Es, y seguirá siendo, el conocimiento”. Por su parte, Bill Gates, el empresario de mayor éxito en el mundo, afirma: “La educación es la gran palanca de la sociedad y toda mejora que se produzca en ella significa un gran paso adelante en la igualdad de oportunidades”.

Para marchar al compás de este ritmo se hacen necesarios mejores instrumentos, maquinarias, métodos, etc., y lo que es más importante, un mejor aprovechamiento de los mismos, es decir, obtener mejor calidad con la misma cantidad de dinero.

En el ámbito de la competitividad internacional, las Mypes no sólo tienen la necesidad de ser competitivas internamente, sino que la globalización les exige buscar la competitividad externamente y fortalecerse como un sector de desarrollo

sostenido en la economía, fomentando las sociedades estratégicas, la subcontratación y otros mecanismos que en su conjunto busquen el avance del sector.

La intención del presente trabajo no es presentar un análisis completo y detallado de las Mypes, sino distinguir aspectos de la gestión enfocados a la atención del cliente y si es que utilizan técnicas y/o herramientas de gestión y ver los resultados obtenidos por la utilización de dichas herramientas.

1.1 Planteamiento del Problema

1.1.1 Caracterización del problema

Según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática, en el Perú, existen 1 millón 713 mil 272 unidades empresariales, de los cuales el 99,6% son micro, pequeñas y medianas empresas, considerando la nueva categorización empresarial establecida por la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, promulgada el 1 de julio de 2013.

Hay que precisar que la micro empresa agrupa a 1 millón 648 mil 981 unidades económicas, representa el 96,2% del número total de empresas y logra sólo el 5,6% de las ventas totales. Por el contrario, las grandes empresas, que en número son 6 mil 210, concentran el 79,3% de las ventas internas y externas.

Todo este incremento en el crecimiento de las Mypes se debe principalmente al buen manejo macroeconómico y la capacidad de reacción de las instituciones hacedoras de políticas económicas.

Uno de los sectores donde se viene apreciando un rápido y creciente auge es en las Mypes de servicio rubro salón spa, relacionados con la apariencia física, la vida sana y el bienestar personal, lo que se traduce en un mayor gasto de los consumidores en las empresas del sector.

De hecho el concepto de imagen física ha sufrido una evolución importante, adoptando desde hace unos años una dimensión más amplia que engloba tanto aspectos estéticos como de salud y de bienestar físico y mental. Así, se aprecia actualmente una preocupación constante y creciente por parte de las personas, no solo por aquellas actividades relacionadas con el ámbito de la estética, la peluquería, o el maquillaje sino también por aquellas otras actividades que las complementan y tienden a proporcionarles un bienestar a todos los niveles, físico, mental y estético. Si a todo esto le añadimos el ritmo de vida tan acelerado que caracteriza a las sociedades de hoy en día, y que es la causa de los elevados niveles de estrés y de ansiedad que padece gran parte de la población, no puede extrañar la proliferación de las actividades tendentes a la mejora del bienestar físico y mental.

También mencionar dos componentes muy ligados entre sí, y que contribuyen en buena medida al desarrollo del sector: el aumento de la esperanza de vida y el interés creciente por retrasar los signos del envejecimiento.

Por tal motivo uno de los desafíos más inmediatos de las Mypes del sector servicio rubro salón spa, es considerar la atención al cliente como el punto de partida que debe asumir para poder entrar a competir en el mercado. Es decir tiene que ser un factor trascendental y diferenciador frente a la competencia; en todo caso un elemento imprescindible para sobrevivir. Así, serán capaces de definir, medir y

alcanzar la calidad exigida por sus clientes; podrán obtener y mantener una fuerte ventaja competitiva frente al resto de las Mypes.

La gestión bajo el enfoque de atención al cliente representa una genuina oportunidad para posicionar a las Mypes en la cúspide, mediante la consideración de la calidad del servicio como un recurso de valor estratégico, frente a la competencia.

En el distrito de Callería la forma de gestionarse y el enfoque que le dan, agudizan los problemas de las Mypes, motivo por el cual tienen reducidos ingresos, baja productividad y corta permanencia en el tiempo. No se tiene conocimiento si emplean, o no las técnicas modernas de la administración que les permita gestionarse con eficacia para ser competitivas y permanecer en este mundo globalizado.

Es por ello, que se hace la siguiente investigación, lo cual nos permite determinar el siguiente enunciado.

1.2. Enunciado del problema:

¿Cuál es el impacto en los beneficios de las Mypes del sector servicios rubro salón spa del distrito de Callería, año 2017, una gestión bajo el enfoque de atención al cliente?

1.3 Objetivos de la investigación

Objetivo General:

- Determinar si las Mypes del sector comercio, rubro salón spa del distrito de Calleria año 2017 aplican una gestión bajo el enfoque de atención al cliente.

Objetivos Específicos:

- Describir los beneficios que se logra con la aplicación de la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicio, rubro salón spa del distrito de Callería, año 2017”.

- Conocer el grado de desarrollo de las Mypes del sector servicio, rubro salón spa del distrito de Callería año 2017”.

1.4 Justificación de la investigación:

Este estudio se justifica porque nos permitirá conocer a nivel exploratorio las principales características de las Mypes del sector servicio rubro salón spa y se orienta a conocer los factores que influyen en la gestión bajo el enfoque de atención al cliente; a efectos de tomar acciones que constituyan valor para los clientes.

Permitirá determinar si las Mypes del sector servicio rubro salón spa usan técnicas, estrategias, herramientas y todo lo necesario para alcanzar una gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente.

Todo ello, conllevará a lo siguiente:

- Permitirá conocer la importancia de la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicio rubro salón spa.
- Además podrá ser utilizado como guía en el estudio de la gestión bajo el enfoque de atención al cliente.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

Chuquimarca K. (2015), cuya investigación denominada: “Caracterización de la capacitación del personal y calidad de servicio en la Mype del rubro salón de belleza del Centro de Talara – Pariñas, año 2015”, la autora tiene por objetivo general establecer las características de la capacitación del personal y la calidad de servicio en las Mype rubro Salón de belleza del centro de Talara – Pariñas, año 2015. Empleó la metodología de investigación de tipo no experimental de corte transversal, agrupando los resultados de acuerdo a las variables de estudio, basado en una muestra de 21 trabajadores y 280 clientes de las Mype, llegando a los siguientes resultados: la edad de los trabajadores oscilan entre 18 a 25 años en un 62%, el 62% es de sexo masculino, el 66.7% ha recibido capacitación al ingresar a trabajar, el 19% recibe capacitación de forma anual, el 4.8% de forma semestral y el 76.2% nunca recibe capacitación. El 24.6% de los 7 encuestados mencionan que la infraestructura del local es adecuada, el 31.8% tiene una buena atención al cliente, el 60.3% cuenta con un servicio óptimo o de calidad, el 53.2% tienen un servicio rápido.

Vela, R. y Zavaleta, L. (2014), en su tesis “Influencia de la calidad del servicio al Cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas Claro Tottus – Mall, de la Ciudad de Trujillo 2014. Utilizo un diseño descriptiva correlacionar de corte transversal, la población está constituida por 600 clientes y una muestra de 340 clientes que acuden a tiendas de cadenas Claro Tottus - Mall de la ciudad de Trujillo, seleccionados de la población objeto de estudio. Llego a las siguientes conclusiones:

La calidad del servicio brindada en la cadena de Tiendas CLARO- TOTTUS influye de manera directa en el nivel de ventas lo cual implica que si existe una buena calidad de servicio esto repercute en el incremento del nivel de ventas.

Los factores controlables como la oferta de los equipos de Claro el trato amable y buena comunicación del promotor influyen de manera positiva en el nivel de ventas.

La evaluación de las dimensiones de calidad de servicio, en términos de infraestructura moderna, confiabilidad, empatía, respuesta tiene un impacto positivo en los clientes, debido a que confían en los productos ofertados y son escuchados ante cualquier duda que tengan sobre los productos por parte de los promotores de ventas. Se puede decir que los niveles de calidad de servicio y los niveles de ventas se relacionan, ya que los clientes lo califican como bueno y regular; en tiendas de cadenas CLARO - TOTTUS – mall, de la ciudad de Trujillo.

Román, C. (2013), en su Tesis: “Caracterización de la formalización y el financiamiento de las Mypes del sector servicio rubro centro de belleza y spa en el distrito de Chimbote, periodo 2010-2011”. Trabajo para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Ancash, Perú”. Para realizar esta investigación se ha utilizado el tipo de investigación descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental – transversal, para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 9 Mypes siendo toda la población en total, a quienes se les aplicó un cuestionario de 27 preguntas estructuradas a través de la técnica de la encuesta. Los resultados obtenidos son los siguientes: De los 100% encuestados un 44% manifiestan que su empresa tiene entre

2 a 3 años en el rubro y un 56% indican que su empresa tiene de 4 a 5 años en el rubro. De los encuestados un 78% indican que en su empresa cuentan de 2 a 3 trabajadores y un 22% indican que su empresa cuenta de 4 a 5 trabajadores. El 100% de las Mypes encuestadas se encuentra formalizado. De los encuestados un 100% recurre al financiamiento formal. De los 100% de encuestados un 78% indican fueron atendidos sus créditos y un 22% que no fueron atendidos. De los 100% de encuestados, un 44% solicitaron un crédito de S/.5, 000, un 22% solicito S/.10000 y un 33% solicito S/. 10500 a las entidades financieras. De los 100% de encuestados, un 44% invirtió su crédito en la Compra de Activos, un 33% en Mejoramiento de Estructura y un 22% en Capital de Trabajo.

Según **Rhea, E.G. (2010)**. La gestión funciona y se cimienta a través de personas, por lo general equipos de trabajo, para conseguir resultados favorables.

La gestión empresarial desde años anteriores se ha visto como una ciencia que estudia y ve detalladamente la contabilidad, la fiscalidad y la seguridad social los cuales son temas puramente administrativo, pero hoy en día podemos ver que es mucho más que ello ya que abarca todo el periodo de negocio de la empresa desde el más mínimo progreso de un método de producción hasta el buen manejo de los recursos, pasando por la forma de obtenerlo y administrarlo.

La gestión empresarial es una dificultad de muchos empresarios ya que cuando llega la hora de poner las cosas en orden, las facturas, registrar los gastos, les entra cierto malestar o desasosiego.

Asimismo no vislumbran la utilización que tiene y se basan únicamente en criterios empresariales, sin considerar las herramientas que existen y que todo buen

empresario utilizaría como es la constante superación, búsqueda de información beneficiosa y precisa para la empresa, la elección de las mejores alternativas para lograr los objetivos y la aplicación de innovaciones tecnológicas.

2.2 Bases teóricas de la investigación

2.2.1 Teorías de la gestión

Existen teorías que tienen gran importancia en la concepción y desarrollo de la gestión, promoviendo ideas que con el tiempo tendrían mucha influencia en el comportamiento organizacional.

- **Adam Smith (1776)** argumentó sobre las ventajas económicas que obtendrían las organizaciones y la sociedad en la razón a la división del trabajo.
- **Charles Bablage (1832)** acerca de las ventajas que se derivan de la división del trabajo de Smith con lo siguiente:

Disminuye el tiempo requerido para aprender un trabajo.

Disminuye el desperdicio de material en la etapa de aprendizaje

Permite que se alcance grados elevados de habilidad.

Permiten que las habilidades y capacidades físicas de las personas se integren mejor a actividades específicas.

- **Robert Owen** reconoció que el dinero gastado en mejorar a los trabajadores era una de las mejores inversiones que podían realizar los ejecutivos de negocios. Creía firmemente que la humanidad avanzaría si se mejoraba el entorno de los individuos tanto en el ámbito moral como económico; Owen señalaba que las circunstancias externas eran las que moldeaban la personalidad del individuo, de

manera que si éstas eran positivas promoverían una actitud bondadosa que repercutiría favorablemente en la productividad.

2.2.2.1 Enfoques de la gestión

2.2.2.1.1 Enfoque clásico de la gestión

- La administración científica (Frederick Winslow Taylor), se centró en los gestores de niveles que han de resolver problemas cotidianos de la fuerza laboral. Recomendó el desarrollo de una ciencia de la gestión, la selección científica y el desarrollo de los recursos humanos, así como la cooperación a nivel personal entre gestores y trabajadores.
- La teoría clásica de la organización (Henry Fayol), se centró en los niveles de alta dirección que han de resolver los problemas de gestión en toda la organización, dirigió su atención hacia la gestión de las organizaciones. Definió las cinco funciones de la administración general: previsión, organización, comando, coordinación y control.
- La teoría estructural (Max Weber), fundamentó la teoría de las estructuras de la autoridad y describió la actividad de las organizaciones con base en las relaciones de autoridad. Describió un tipo de organización ideal que llamo “burocracia”, que consistía en un sistema caracterizado por la división del trabajo, una jerarquía claramente definida de reglamentos detallados y relaciones interpersonales.
- La teoría del “Hombre Social” sus representantes Mary Parket Follet y Chester Bernard, propuso que las organizaciones se deberían basar en la ética de grupo y no de individualismo consideró que las organizaciones son sistemas sociales que exigen la cooperación de los humanos.

2.2.2.1.2 Enfoque conductista

Época que adquirió gran importancia el “lado de las personas” en las organizaciones se caracterizó por el movimiento de las relaciones humanas y la aplicación extendida en las organizaciones de las investigaciones de las ciencias conductuales. Influyeron con hechos anteriores el nacimiento de la “oficina personal” y la psicología industrial.

- La psicología industrial, defendió el estudio científico de la conducta humana para identificar patrones generales a identificar diferencias individuales.
- La carta magna de los trabajadores, se creó la ley Wagner que reconocía a los sindicatos con capacidad para negociar en forma colectiva, eran representantes autorizados de los trabajadores con los patrones, en interés de sus miembros.
- La relaciones humanas, consistió en aumentar la satisfacción de los empleados para que las organizaciones tuvieran mayor productividad. Fundamentaron este movimiento: Hawthorne, Dale, Carnige, Abraham Maslow y Douglas McGregor.
- Los teóricos de las ciencias conductuales, se dedicaron a la investigación objetiva del comportamiento humano en las organizaciones, a diferencia de los miembros del movimiento de las relaciones humanas.

2.2.1.2 Definición de gestión

Es la capacidad de generar una relación adecuada entre la estructura, la estrategia, dos sistemas, el estilo, las capacidades, la gente y los objetivos superiores de la organización considerada. O dicho de otra manera, la gestión es la capacidad de articular recursos de que se disponen de manera de lograr lo que se desea.

2.2.2 Estructura de una microempresa

En principio, es necesario señalar que la estructura, las funciones y los procedimientos no pueden ser aplicados mecánicamente ni, mucho menos, copiados entre las diferentes microempresas. La estructura es el esqueleto en el que se apoyan todas las decisiones y actividades que tienen lugar en ella. A nivel de microempresa la estructura se suele adaptar a las características del emprendedor que la gestione, al desarrollo de la empresa y al giro del negocio; es decir; que el diseño organizacional termina por personalizarse en todos sus niveles y para cada una de sus actividades. Cada microempresa deberá determinar el tipo de estructura que le resulte más conveniente en relación con su nivel de desarrollo, actividad, composición interna y objetivos. Esta estructura organizacional irá cambiando en función de la evolución de la misma a lo largo del tiempo. Diseñar una estructura apropiada es el primer paso de la organización empresarial. Este consiste básicamente en:

- Determinar para cada empleado tareas individuales.
- Implantar o precisar las relaciones entre las diferentes personas que deben realizar las tareas encomendadas.

Barragán C. (2002), manifiesta que existen cuatro estructuras organizativas básicas: La estructura simple, estructura funcional, estructura divisional y estructura matricial, cada una se adapta a un tamaño y complejidad de los procesos de las empresas empezando por la estructura simple hasta llegar a la matricial.

Una Mype por lo general utiliza una estructura básica de organización en la que la cabeza visible tanto en la parte operativa como en la administrativa es siempre el Propietario, esta simplicidad obedece a que el número de personal es reducido no excediendo en la mayoría de los casos de 5 personas y por otro lado a que por la

naturaleza de sus operaciones debe ser siempre rápida de tal modo que la capacidad de decisión es frecuentemente compartida entre los empleados y el mismo propietario que delega autoridad. Una característica de la estructura de las Mypes es la multifuncionalidad del personal ya que es usual ver que las tareas operativas y administrativas se comparten y transfieren entre los empleados permanentemente. (Barragán, C. 2002).

2.2.2.1 Funciones de la Gestión Empresarial

Existen cuatro funciones fundamentales para el desempeño de las empresas:

- a) La **planificación**, que se utiliza para combinar los recursos con el fin de planear nuevos proyectos que puedan resultar redituables para la empresa, en términos más específicos nos referimos a la planificación como la visualización global de toda la empresa y su entorno correspondiente, realizando la toma de decisiones concretas que pueden determinar el camino más directo hacia los objetivos planificados.
- b) La **organización** que corresponde cumplir al concepto de gestión; es donde se agrupan todos los recursos con los que la empresa cuenta, haciendo que trabajen en conjunto, para así obtener un mayor aprovechamiento de los mismos y tener más posibilidades de obtener resultados.
- c) La **dirección** de la empresa en base al concepto de gestión implica un muy elevado nivel de comunicación por parte de los administradores para con los empleados; es donde se enseña y se da preceptos para encaminar el propósito de la empresa y esto nace a partir de tener el objetivo de crear un ambiente de

trabajo adecuado y así aumentar la eficacia del trabajo de los empleados aumentando las rentabilidades de la empresa.

- d) **Control** es la función final donde se inspecciona, fiscaliza y se interviene para cumplir el concepto de gestión aplicado a la administración, ya que de este modo se podrá medir el progreso que ha demostrado el personal empleado en cuanto a los objetivos que les habían sido marcados desde un principio.

Teniendo todo esto, podemos notar la eficiencia que posee el hecho de llevar a cabo la administración de empresas en base al concepto de gestión. El mismo aporta un nivel mucho más alto de organización permitiendo así que la empresa pueda desempeñarse muy bien en su área de trabajo.

2.2.2.2 La Gestión de la Calidad

La primera etapa iniciada con la revolución industrial consistió en la inspección a los productos terminados, clasificándolo en aprobados o rechazados, es decir según su cualidad intrínseca. La producción era dividida en una sucesión de tareas sencillas, de manera que cada persona realizaba solo una pequeña parte; por lo tanto en las cadenas de producción la finalización de una tarea sencilla con su producto intermedio, originaba el comienzo de la siguiente, lo que ocasionaba que sea necesario que la primera ofreciera un producto que satisfaga suficientemente como entrada a la segunda. De esta manera el control de calidad, como supervisión o control “pasa-no pasa”, sobre el producto terminado.

La segunda etapa, iniciada hacia 1924 en una compañía de los Estados Unidos de América, consistió en el desarrollo y aplicación de estadísticas para disminuir los costos de inspección. En esta compañía telefónica se buscó conseguir la

satisfacción de los clientes evitando las reclamaciones. Con este Control estadístico se logró extender el concepto de calidad a todo el proceso de producción, lográndose ventajas significativas en términos de calidad. Hacia 1957 en Francia se crea la Asociación Francesa para el Control Industrial de la Calidad y en 1961 España funda la Asociación Española para el Control de la Calidad.

La Calidad ya no era una técnica destinada al control estadístico de los productos, sino una técnica de gestión, válida para cualquier empresa siendo de producto o de servicios, permitiendo optimizar la utilización de los recursos disponibles, permitiendo corregir situaciones de riesgo potencial, antes de que se produzcan desviaciones que pudieran tener consecuencias indeseables.

Por último la Gestión de la Calidad Total proporciona una concepción global que fomenta la mejora continua en la organización e involucra a todos sus miembros. De esta manera se basa en una forma de dirigir la organización para, con la colaboración de los empleados, mejorar la calidad de sus productos, de sus actividades y de sus objetivos.

2.2.2.2 Sistemas de gestión de la calidad

Es un conjunto de procesos relacionados entre sí para mejorar continuamente la satisfacción de los clientes mediante el cumplimiento de una política y objetivos, con el fin de dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad.

Los sistemas de gestión de calidad integran una serie de actividades interrelacionadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de estrategias, procedimientos, recursos, documentos y estructura organizacional cuyo objetivo final

es mejorar la efectividad de una organización en la producción de productos o servicios.

Implementación

Una organización debe tomar en cuenta la siguiente estructura:

- **Estrategias:** Definir políticas, objetivos y lineamientos para el logro de la calidad y satisfacción del cliente. Estas políticas y objetivos deben de estar alineados a los resultados que la organización desee obtener.
- **Procesos:** Se deben determinar, analizar e implementar los procesos, actividades y procedimientos requeridos para la realización del producto o servicio, y a su vez, que se encuentren alineados al logro de los objetivos planteados. También se deben definir las actividades de seguimiento y control para la operación eficaz de los procesos.
- **Recursos:** Definir asignaciones claras del personal, Equipo y/o maquinarias necesarias para la producción o prestación del servicio, el ambiente de trabajo y el recurso financiero necesario para apoyar las actividades de la calidad.
- **Estructura Organizacional:** Definir y establecer una estructura de responsabilidades, autoridades y de flujo de la comunicación dentro de la organización.
- **Documentos:** Establecer los procedimientos documentos, formularios, registros y cualquier otra documentación para la operación eficaz y eficiente de los procesos y por ende de la organización.

2.2.2.4 Ventajas que aporta el sistema de gestión de calidad

Es una modalidad de gestión de calidad, cuyo objetivo es la creación de una cultura de la calidad en todo el personal de la empresa, liderada por la alta dirección y gracias a un sistema que comprometa a todo los medios tanto materiales como principalmente humanos, en la consecución de una mejora continuada de la calidad.

La calidad total es un tema de largo plazo que hay que conseguirlo rápidamente pero hay que mantener y mejorar de manera continuada a lo largo del tiempo.

- Se mejora la organización interna, al establecerse una comunicación fluida, con compromisos y objetivos de calidad establecidos.
- Aumento de la rentabilidad, esto es resultado de los puntos anteriores que posibilitan menores costos y también es consecuencia de la mayor confianza que genera en los clientes, como consecuencia de aportar mayor calidad en los productos y servicios.
- Optimiza el potencial de respuesta y flexibilidad ante las oportunidades cambiantes del mercado. El reto de las organizaciones es ser capaz de anteponerse a las necesidades del mercado, los mercados están muy fragmentados, al igual que los clientes, innovaciones tecnológicas constantes cambian las estructuras.
- Acrecienta la motivación y el trabajo en equipo, lo que da grandes posibilidades de alcanzar las metas y objetivos de calidad propuestos. Es necesario la formación, el desarrollo del liderazgo en los directivos, lo que permite una capacidad de cambio y esfuerzo, desarrollar el corporativismo.

Norma ISO 9000

Norma que regula la calidad de los bienes o de los servicios que venden u ofrecen las empresas. Tanto el comercio como la industria tienden a adoptar normas de producción y comercialización uniformes para todos los países, es decir, tienden a la normalización. Ésta no sólo se traduce en leyes que regulan la producción de bienes o servicios sino que su influencia tiende a dar estabilidad a la economía, ahorrar gastos, evitar el desempleo y garantizar el funcionamiento rentable de las empresas.

2.2.3 Sobre la atención al cliente

2.2.3.1 Los clientes.

Julio Cesar Méndez (2006) dice que “el cliente es un individuo con necesidades y preocupaciones, tomando en cuenta que no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar si una empresa quiere distinguirse por la calidad del servicio”.

Para saber quién es el cliente y comprender su importancia que tiene el cliente dentro de la organización, podemos definirlo de la siguiente manera tomando los principios de Karl Albert:

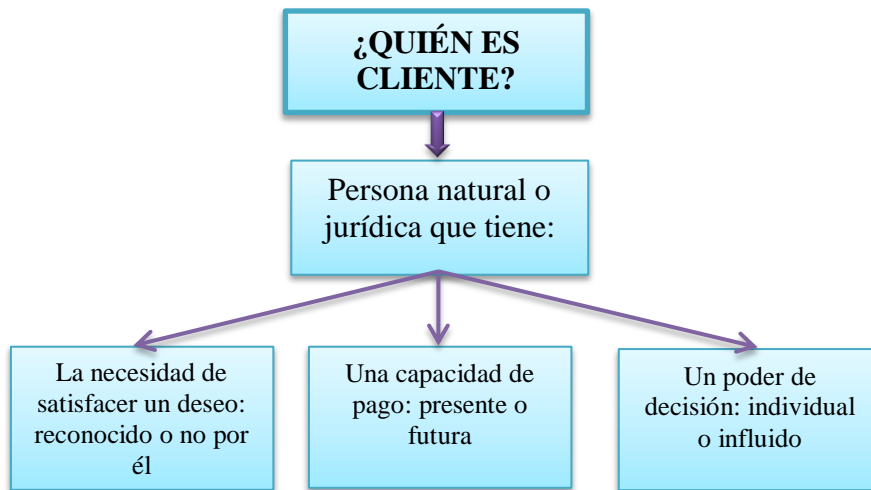


Figura 1: ¿Quién es cliente?

Fuente: Elaboración propia

El cliente ¿Qué es lo más valora de un servicio?

¿Ser saludado y recibido con amabilidad?, ¿Ser atendido con cortesía y aprecio?, ¿Ser apoyado cuando tiene dudas? o ¿Sentirse comprendido por el otro? Por lo tanto respondiéndonos a todas estas interrogantes podemos determinar que:

- El cliente es el alma de todo negocio y por la tanto merece la mejor atención, es la persona más importante dentro de la empresa.
- El cliente no depende de nosotros. Nosotros dependemos de él, por consiguiente es un objetivo dentro de nuestro trabajo.
- El cliente nos hace un favor cuando llega. No le estamos haciendo un favor atendiéndolo.
- El cliente no es sólo dinero. Es un ser humano con sentimientos y merece un trato con respeto, cortesía, aprecio y amabilidad y atender todas sus dudas.

2.2.3.2 Diferentes tipos de clientes:

- **Según sus necesidades**

Abraham Harold Maslow en su obra “Una teoría sobre la motivación humana (1943)” describe su teoría: Pirámide o jerarquía de las necesidades humanas



Figura 2: Pirámide de Maslow: Jerarquía de las necesidades
Fuente: www.wikipedia.org

- **Según su perfil personal**

Cordial: amable, accesible, paciente y tolerante, confiado y de mente abierta, acepta con facilidad alternativas y sugerencias.

Descortés/arrogante: busca discusión, es malhumorado, impaciente y nada tolerante, pretende llevar siempre la razón e intenta demostrar que posee un conocimiento infalible, habla bruscamente, cualquier detalle en el servicio por insignificante que sea es motivo para quejarse, contradice o pone en duda nuestras afirmaciones.

Serio / tímido: es callado, respetuoso, generalmente se limita a escuchar, no realiza muchas preguntas, no sabe cómo expresar sus dudas, difícil de convencer.

Conversador: le gusta preguntar mucho sobre los productos y servicios, escucha con atención, realiza objeciones, es paciente, tolerante, entabla conversaciones con diversos temas ajenos a la atención.

Presuroso: se muestra impaciente, tiene prisa, sabe lo que quiere, decide rápido y se va, consulta a menudo su reloj, es abierto, pero no presta mucha atención.

- **Según su fidelidad**

Naturalmente, necesitamos comunicarnos con estos clientes de forma regular por teléfono, correo y email. Nada hará sentirse mejor a un cliente leal que pedirle su retroalimentación y mostrarle cuanto lo valoras. Nunca puedes hacer suficiente por ellos. Muchas veces, mientras más hagas por ellos, más te recomendaran a otros.

2.2.3.3 Importancia de la satisfacción del cliente.

Según la Norma ISO 9000:2005 “Sistemas de Gestión de la calidad fundamentos y vocabularios”, que define como la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos. También se define como el resultado de

la comparación que de forma inevitable se realiza entre las expectativas previas del cliente puestas en los productos y servicios, con respecto al valor percibido.

El cliente es el ente al cual la empresa debe satisfacer para lograr permanecer en el mercado, a través de las ventas o servicio ofrecido a éste; cobra una altísima importancia el conocerlos y acercarse en lo posible a cubrir sus exigencias y/o necesidades a través de los productos o servicios que la empresa ofrece.

El valor percibido es aquel valor que el cliente considera haber obtenido a través del desempeño del producto o servicio que adquirió. El valor percibido lo determina el cliente, se basa en los resultados que el cliente obtiene y se sustenta en las percepciones del cliente. Se puede definir con la siguiente ecuación

$$\text{Valor percibido} - \text{Expectativas} = \text{Grado de satisfacción}$$

Valor percibido: expresa la relación entre la calidad obtenida y el precio pagado. Una vez decidida la compra, el cliente realiza un balance entre lo que esperaba obtener y lo que ha recibido. Si el balance es negativo, lo más probable es que el cliente no vuelva a repetir la experiencia. Y si lo hace, será porque no le queda más alternativa, o porque ha bajado el precio.

Las expectativas: conforman las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo y se producen por el efecto de una o más situaciones tales como:

- Promesas: que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- Experiencias: de compras anteriores.
- Opiniones: de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión.

Grado de satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

Insatisfacción: Se da cuando el desempeño del producto no cubre las expectativas del cliente.

Satisfacción: Se da cuando el desempeño percibido del producto concuerda con las expectativas del cliente.

Complacencia: Se da cuando el desempeño percibido excede las expectativas del cliente.

La importancia de satisfacción del cliente es muy trascendental para la empresa. Conseguir satisfacer a los clientes es crear una preferencia hacia nuestro producto o servicio. Es evidente que el cliente satisfecho es bueno para la empresa en su totalidad, y es por eso que buscar esta satisfacción debe ser un objetivo fijo para cualquier negocio.

Los beneficios que ofrece un cliente satisfecho para la empresa son:

- Un cliente satisfecho crea un vínculo con la marca y se convierte en un consumidor más leal lo que favorece la venta, tanto del mismo como de otros productos.
- Un cliente satisfecho comunicará al resto de usuarios la experiencia positiva que ha tenido con el producto o servicio adquirido. Hay que tener en cuenta que al igual que los clientes satisfechos transmiten su experiencia, los insatisfechos lo hacen también y con mayor impacto negativo.

2.2.3.4 Definición de servicio al cliente

Según Humberto Serna Gómez (2006) Es la unión de destrezas que una empresa planea para satisfacer, mejor que su competencia, las necesidades y expectativas de sus clientes. Se deduce de esta definición que el servicio de atención al cliente es imprescindible para el desarrollo de la empresa.

Humberto Serna Gómez afirma que las características más comunes se encuentran las siguientes:

- Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos.
- Es efímero, poco durable. Se produce y consume instantáneamente.
- Es perenne. Que no tiene interrupción, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
- Es integral, todo el personal de la empresa forma parte de ella.
- La oferta del servicio, lo que se promete se cumple.
- El foco del servicio, satisfacción total del cliente.
- Valor agregado, plus al producto o servicio.

2.2.3.5 Características de empresas que manejan el concepto de servicio de atención al cliente

Puntos en común de las empresas orientadas al servicio al cliente:

- a) Conocen plenamente a sus clientes, tienen de ellos bases de datos confiables y manejan sus perfiles.
- b) Indagan permanente y sistemática sobre el cliente, sus gustos, necesidades y sus niveles de satisfacción.
- c) Tienen estrategias y sistemas de servicio a sus clientes.

- d) Hacen un monitoreo constante de los niveles de satisfacción de sus clientes.
- e) Toman acciones de mejora frente a las necesidades y expectativas de sus clientes.
- f) Participan constantemente a sus clientes internos sobre los niveles de satisfacción de los clientes externos.
- g) Diseñan estrategias de mercadeo interno y venta interna que genera la participación de los clientes internos en la prestación de un servicio, partiendo de la satisfacción y compromiso de sus colaboradores.

2.2.3.5 Factores claves en el servicio de atención al cliente

- **Amabilidad y cordialidad:** Referido a la cercanía, calidez en el trato, voluntad e interés genuino de atenderlo. El mal trato o el trato fingido se percibe y genera molestia y resentimiento en el cliente. El buen trato genera correspondencia.
Se debe mantener constantemente un trato amable e interesado por el cliente, para tal caso se debe:
 - Mantener el contacto visual.
 - Procurar un trato personalizado con el cliente, hacerlo sentir único y especial.
 - Siempre saludale con una sonrisa.
 - Pregúntale en que le puedes ayudar.
- **Asesoría:** Las asesorías y dudas que presente el cliente en el ofrecimiento del servicio y/o producto es de gran valor para ellos, el compromiso es darle lo mejor, será recompensado con clientes satisfechos, por ello:
 - Escuchar y prestarle atención en todo momento.
 - Asegurarse de entender todas sus necesidades, solo así se podrá atender adecuadamente.

- Transmitirle claramente la información solicitada.
- La asesoría en la mejor elección de productos y/o servicios.
- **Caridad y transparencia:** La responsabilidad es valorar el compromiso que establecemos con nuestros clientes. Recuerda que la palabra es lo más importante.

2.2.3.6 Servicio al cliente versus satisfacción real percibida del cliente.

Los clientes, tanto internos como externos, se encuentran en permanente evaluación y medición del servicio que se le está prestando en contraste con lo que ofrece la organización. Según Patricia Wellington (1997), existen diferentes razones dentro de la organización que pueden producir insatisfacción de un cliente, entre las cuales podemos mencionar:

- Escasez de comunicación dentro de la organización.
- Falta de motivación del personal.
- Poca investigación en las nuevas tendencias.
- Poca comunicación con los proveedores, así mismo una falta de compromiso con los vínculos a mediano y largo plazo con los clientes.
- Poca visión administrativa y/o compromiso con los objetivos de la organización por parte de la gerencia.

Todos o parte de estas dificultades pueden estar sucediendo dentro de la organización, el cual acaba manifestándose hacia el cliente; generando insatisfacción en ellos.

Asimismo, existen otros motivos que pueden generar insatisfacción al cliente, uno de ellos, es el de no brindar el servicio ofrecido al cliente. Ros Jay (2001)

manifiesta que se debe garantizar lo que la organización ofrece se debe cumplir con el cliente y contribuir con la mejora del servicio. Para poder proporcionar y acrecentar una calidad en el servicio dentro de la organización, El cliente espera una atención de calidad en el servicio con el cual están satisfechos, se necesitará tener en cuenta lo siguiente:

- Ser específico acerca del servicio que ofrece a los clientes.
- Consolidar las promesas de servicio; por ello es necesario estar seguro de lo que se puede ofrecer al cliente y poder cumplirlo.
- Planifique para continuar mejorando su servicio: esto le brindara una ventaja competitiva en el mercado. Al cliente no solo le gusta recibir un buen servicio, adicional a ello que les mejore la vida.
- Se debe fidelizar a los clientes con una atención de calidad en el servicio, asegurando los procesos en la atención.
- Involucre al equipo en cada área de la organización, se debe asegurar que el entusiasmo y moral están en su punto más alto, para que ellos puedan transmitirlos al cliente.
- Involucre a sus clientes: es ineludible involucrar también a los clientes para asegurarse que ellos notan los cambios que se están haciendo dentro de la organización. La forma efectiva de lograrlo es la participación en el proceso, mostrar los aportes o ideas de cómo la empresa puede cambiar en pro de beneficiarlos.

2.2.3.7 Nuevos clientes

Es importante mantener satisfecho y felices a los clientes actuales, pero también es necesario enfocar parte de las estrategias de la empresa en la obtención de nuevos clientes, sobre todo cuando: el negocio es joven, y se está en periodo de crecimiento, se está en una empresa donde los clientes están golpeados por la recesión, y existe una alta tasa de pérdidas de clientes.

Iván Thompson (2006), en su artículo “La captación de nuevos clientes” hace referencia a los autores Kotler, Cámara, Grande y Cruz en su libro, Dirección de Marketing, los cuales afirman que las empresas que intentan aumentar sus ventas y beneficios tienen que emplear un tiempo y unos recursos considerables para lograr nuevos clientes. Además según estos autores, el conseguir nuevos clientes puede costar cinco veces más que satisfacer y retener a los clientes actuales.

Los servicios, al igual que los productos utilizan el marketing para aumentar sus ventas y captar nuevos clientes. Los servicios deben diseñarse y ofrecerse de forma que satisfagan las necesidades de los clientes.

Un aspecto muy importante para tal fin es la investigación de mercados que abarca desde la encuesta y el estudio pormenorizado del mismo hasta la elaboración de estadísticas para poder analizar las tendencias en el consumo, y poder prever así la cantidad de productos y la localización de los mercados más rentables para un determinado tipo de bien o servicio.

Estos métodos utilizan técnicas estadísticas para establecer las tendencias y los gustos de los consumidores en relación con varios artículos. El análisis científico también se utiliza en muchas actividades relativas al diseño, sobre todo a la hora de valorar las ventas potenciales de los nuevos productos. Las previsiones de venta son

uno de los elementos más importantes para poder realizar actuaciones de marketing, que incluyen las relativas al tipo de publicidad, los puntos de venta y la localización de los almacenes.

Una de las ideas más importantes a tener en cuenta es el continuo y rápido cambio de gustos e intereses. Los clientes son cada vez más exigentes. Tienen más educación, leen más periódicos y revistas, ven más la televisión, las películas de cine, escuchan más la radio y viajan más que las generaciones precedentes. También tienen más relaciones sociales. Sus demandas, por tanto, son más exigentes, y sus gustos varían con mayor rapidez. Éstos cada vez aparecen más segmentados, y cada segmento del mercado exige que las características del producto se adapten a sus gustos. El posicionamiento del producto o servicio, es decir, la determinación del segmento al que se dirige, exige un análisis serio y una extensa planificación.

La competencia en los últimos años se ha ido incrementando, a medida que aumentaba el número de empresas que fabrican un mismo producto, aunque cada una intenta diferenciar el suyo del de sus competidores. Los márgenes de beneficio, es decir, el porcentaje de ganancias que se obtiene por unidad de producto, disminuyen de forma constante. Mientras que los costos aumentan, la competencia tiende a reducir los precios. El resultado es una reducción de la diferencia de la relación precio-costos y la necesidad de aumentar cada vez más la cantidad vendida para poder mantener los beneficios.

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Sobre las micro y pequeñas empresas

Según Álvarez J. y Meneses C. (2014), las Mypes son la menor estructura productiva dentro de una economía, encontrándose entre ellas las empresas conformadas hasta por una sola persona, con ingresos mínimos e incluso las que tienen menos activos.

La Comisión Económica para América Latina (CEPAL) define a la microempresa como unidad productora con menos de diez personas ocupadas incluyendo al propietario, sus familiares y a sus trabajadores tanto permanentes como eventuales (citado por Cárdenas, M. 2010).

Así también, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) establece que la microempresa es “la unidad de producción de bienes o servicios donde el propietario es quien lleva a cabo la mayoría de las actividades del negocio”. Menciona también que por ser una unidad pequeña tiene la capacidad para tener entre tres a cinco personas asalariadas que pudieran ser miembros de la familia o personas de la comunidad donde ubica la microempresa (Carrasquillo, 2011).

2.3.2 Definición de la Micro y Pequeña Empresa

Según la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria se define como micro y pequeña empresa a la unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicio.

En la actualidad la legislación acerca de las Mypes, está comprendida dentro de la “Ley del Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial”, recogida en el Texto Único Ordenado, aprobado mediante el D.S. N° 013-2013-PRODUCE.

En ese sentido se han integrado las leyes N° 28015 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, el Decreto Legislativo N° 1086 y las leyes N° 29034, N°29566, N°29903 y la N° 30056.

2.3.3 Características de la micro y pequeña empresa

Micro Empresa

- Comprende desde 1 trabajador hasta 10 trabajadores inclusive.
- Tiene un nivel de ventas anuales hasta un máximo de 150 UIT.

Pequeña Empresa

- Comprende desde 1 trabajador hasta 20 trabajadores
- Tiene un nivel de ventas anuales a partir de 150 Unidades Impositivas Tributarias hasta 1700 Unidades Impositivas Tributarias.

Importancia

- Principal fuente de empleo en nuestro país.
- Permite una inversión inicial pequeña y permite el acceso a estratos de bajos recursos.
- Logra constituirse en apoyo importante a la gran empresa.

Ventajas

- Las Mypes se constituyen como personas jurídicas mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta.

- Reducción de costos registrales y notariales.

Beneficios tributarios y laborales de una Microempresa

En lo tributario:

Tienen crédito tributario en el Impuesto a la Renta, por gastos de capacitación desde el año 2014.

En lo laboral:

Existe un Régimen Laboral Especial de menores costos para el Empleador y con ciertos derechos para el trabajador, que son los siguientes:

- Remuneración Mínima Vital para el trabajador (Una RMV).
- Jornada de trabajo de 8 horas.
- Descanso semanal y en días feriados.
- Remuneración por trabajos en sobretiempo.
- Descanso vacacional de 15 días.
- Cobertura de Seguridad Social en salud a través del SIS (Seguro Integral de Salud).
- Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración).

Beneficios tributarios y laborales de una pequeña empresa

En lo tributario:

Tienen crédito tributario en el impuesto a la renta, por gastos de capacitación desde el año 2014.

En lo laboral:

Existe un **Régimen Laboral Especial** de menores costos para el Empleador y con ciertos derechos para el trabajador, que son los siguientes:

- Remuneración Mínima Vital para el trabajador (Una RMV).
- Jornada de trabajo de 8 horas.
- Descanso semanal y en días feriados.
- Remuneración por trabajos en sobretiempo.
- Descanso vacacional de 15 días.
- Cobertura de Seguridad Social en salud a través del SIS (Seguro Integral de Salud).
- Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración).
- Cobertura de seguro de vida y Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo – SCTR.
- Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad, equivalente a media remuneración cada una).
- Derecho a participar en las utilidades de la empresa.
- Derecho a la Compensación por Tiempo de servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración de servicios con un tope de 90 días de remuneración.
- Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

2.3.4 Formalización de las Mypes

Torres, M. (2006) La gran mayoría de las Mypes son informales por no estar registrados como empresas legalmente constituidas ni contribuir al sistema de impuestos. Es posible que un sector seguramente muy pequeño de Mypes; los

profesionales y técnicos independientes que actúan por cuenta propia, reporta ingresos y no es informal.

La informalidad es un fenómeno de múltiples dimensiones, lo cual dificulta la tarea de estimar un número de empresas formales e informales. Dentro de la informalidad, suele incluirse a las actividades de subsistencia donde el emprendimiento es consecuencia de la falta de empleo asalariado y a las empresas que operan incumpliendo normas principalmente tributarias y laborales, con el objetivo de reducir sus costos (Díaz, J. 2014).

Según datos del Ministerio de la Producción las Mypes representan un conjunto de 2.5 millones de micro y pequeños empresarios formales e informales que realizan actividades de desarrollo de la capacidad humana, dando oportunidades de empleo a los grandes sectores de la población para así reducir la pobreza.

Es necesario aclarar que la microempresa no necesita constituirse como persona Jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley. En el caso de que las Mype que se constituyan como persona jurídica lo realizan mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta.

Etapas para la formalización de una Mype

Persona Natural o Jurídica

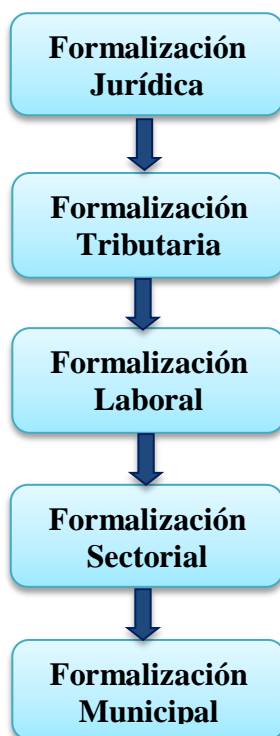


Figura 3: Etapas para la formalización de una Mype
Fuente: Ministerio de la Producción

III. HIPÓTESIS

General

“La gestión con enfoque a la atención del cliente influye significativamente en los beneficios de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Callería, año 2017.

Específicos

La gestión con enfoque a la atención del cliente influye en la consolidación empresarial de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Callería, año 2017.

La implantación de protocolos de atención al cliente permite alcanzar posiciones de mercado de las Mypes del sector servicio rubro Salón spa del distrito de Callería, año 2017.

IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El significado de metodología en sí, se refiere a los métodos de investigación que se siguen para alcanzar los objetivos en una ciencia o estudio, la metodología que se utilizará a lo largo de la investigación. (Robert K., Yin 2002).

Señala que es un instrumento de dirección “guía” con un conjunto de pautas, bajo las cuales se realiza una investigación. En mérito de ello el término diseño de investigación se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea. (Hernández, R. 2003).

Es la búsqueda de conocimientos y verdades que permitan describir, explicar, generalizar y predecir los fenómenos que se producen en la naturaleza y en la sociedad. Es una fase especializada de la metodología científica. (Zorrilla, S. & Torres, M. 2001).

4.1 Diseño de la investigación

Para desarrollar el presente trabajo de investigación se utilizó un diseño No experimental – transversal – descriptivo.

Es No experimental- transversal - descriptivo porque el diseño de investigación no intentará variar a la realidad y que recolectará datos en un solo momento y en un tiempo determinado.

M —————> O

Dónde:

M = Muestra conformada por las Mypes encuestadas del Sector servicio, rubro salón spa del distrito de Calleria, año 2017.

O = Observación de las variables: Gestión y Atención al cliente

4.2 Población y muestra

La población se determinó por fuentes tales como SUNAT REMYPE y por observación directa, por conveniencia de la investigación se tomó el 100% de la muestra que son 19 Mypes.

Criterios de inclusión

Propietarios de la zona urbana del distrito de Calleria, aquellos que estaban presentes en todas las encuestas realizadas.

Criterio de exclusión

No se consideró propietarios de las zonas rurales.

4.3 Definición y Operacionalización de variables

Gestión

Es la capacidad de generar una relación adecuada entre la estructura, la estrategia, los sistemas, el estilo, las capacidades, la gente y los objetivos superiores de la organización considerada. O dicho de otra manera, la gestión es la capacidad de articular recursos de que se disponen de manera de lograr lo que se desea. (Casassus, J. 2000).

Atención al cliente:

Stanton W., Etzel M., & Walker B. (2004), definen los servicios “como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades”.

Tabla 1: Operacionalización de variable

VARIABLES	Definición conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Ítems	Fuente	Instrumento
Gestión	La gestión es la acción y efecto de administrar. Hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera.	Logro de los objetivos organizacionales y afianzamiento de las Mypes del sector servicio, rubro salón spa del distrito de Calleria, año 2017.	Gestión con el enfoque de atención al cliente, beneficios, Liderazgo, Formalización	Mypes del sector servicio, rubro salón del distrito de Calleria, año 2017	Cuestionario Plan de análisis de Datos Interpretación y análisis de los resultados. Aplicación de cuestionario y reuniones periódicas con micro empresarios.
Atención del cliente	Es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y buscar en ellos su satisfacción.	Analizar la situación actual. Analizar causas potenciales Plan de acción. Implementar soluciones Medir los resultados. Cumplimiento de planes. Verificación Mejoramiento permanente	Mypes del sector servicio, rubro salón spa del distrito de Callería, año 2017, Servicio al cliente, factores claves de atención al cliente.	Propietarios y Administradores de las Mypes del sector del Sector Forestal, rubro aserraderos del distrito de Manantay, año 2017.	
Mypes del sector servicio, rubro	La Micro y Pequeña Empresa (Mype) es la unidad económica que opera una persona natural jurídica, bajo	Grado de desarrollo del sector servicio, rubro salón spa del distrito de Calleria, año 2017.	Grado de rentabilidad de las microempresas y apalancamiento financiero.	Registro de Empresas Del sector servicio, rubro salón spas del distrito de	

salón spa	cualquier forma de organización, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios.			Calleria, año 2017, REMYPE, SUNAT, PRMRFF	
-----------	---	--	--	---	--

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la investigación se aplicó la técnica de la encuesta.

Para el recojo de la información de la investigación se aplicó un cuestionario de preguntas.

4.5 Plan de análisis

El procesamiento, implica un tratamiento luego de haber tabulado los datos obtenidos de la aplicación de los instrumentos, a los sujetos del estudio, con la finalidad de apreciar el comportamiento de las variables. Para el análisis de los datos se empleó las técnicas estadísticas descriptivas como la media y desviación estándar de las puntuaciones obtenidas en la evaluación del propietario de las Mypes. La información obtenida a través de la aplicación de las encuestas se agrupará los resultados por cada una de las dimensiones de las variables en estudio y de manera global en cuadros estadísticos. Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel.

4.6 Matriz de consistencia

Tabla 2: Matriz de consistencia de caracterización de la gestión bajo el enfoque de atención al cliente de las Mypes.

Título de la tesis	Enunciado del problema	Objetivos	Variables	Metodología y diseño de la Investigación	Instrumento y procesamiento
Gestión bajo el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro salón spa del distrito de Callería año 2017	¿Cuál es el impacto en los beneficios de las Mypes del sector servicios rubro salón spa del distrito de Callería, año 2017, una gestión bajo el enfoque de atención al cliente?	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar si las Mypes del sector comercio, rubro salón spa del distrito de Callería año 2017 aplican una gestión bajo el enfoque de atención al cliente. • Describir los beneficios que se logra con la aplicación de la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicio, rubro salón spa del distrito de Callería, año 2017” determinar • Conocer el grado de desarrollo del sector servicio, rubro Salón spa del distrito de Callería año 2017” 	Gestión Atención al cliente	El tipo de investigación será cuantitativo, puesto que se van a utilizar técnicas de conteo y de medición. El nivel de investigación será descriptivo, ya que servirá para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

4.7 Principios éticos

Toda la información recabada para el presente trabajo se utilizará con fines estrictamente académicos y se basa en los siguientes principios éticos:

- Responsabilidad para asumir el contenido de la tesis.
- Veracidad en los argumentos, cifras y datos citados.
- Respeto al derecho de autor, por el uso de citas o ideas de otros autores.
- Confidencialidad de la información brindada por los encuestados.
- Respeto a la dignidad de las persona.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

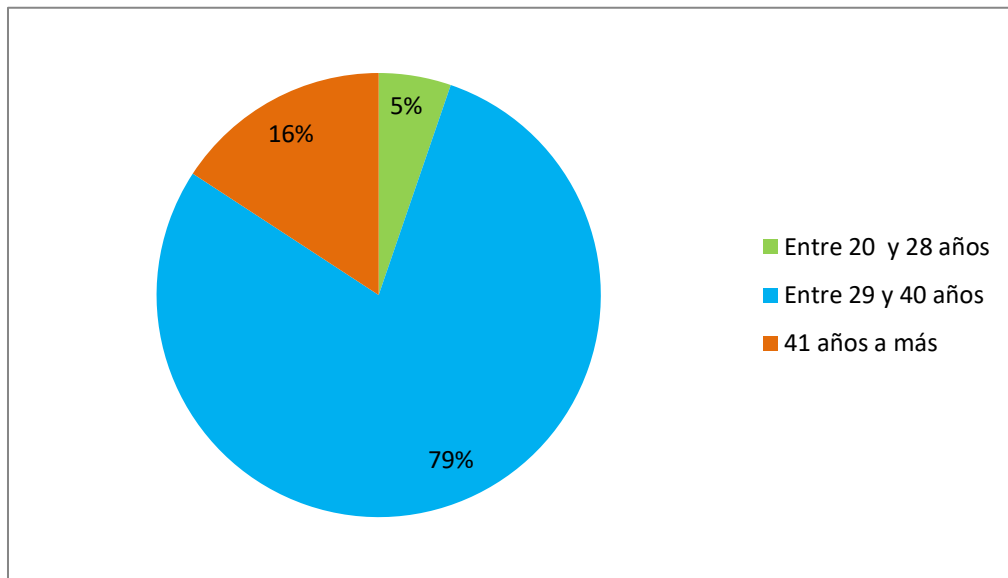
DEL PERFIL DEL ENCUESTADO

Tabla 3 Edad del encuestado

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Entre 20 y 28 años	1	5%	5%
Entre 29 y 40 años	15	79%	84%
41 años a más	3	16%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 4. Edad del encuestado



Fuente: Tabla 3

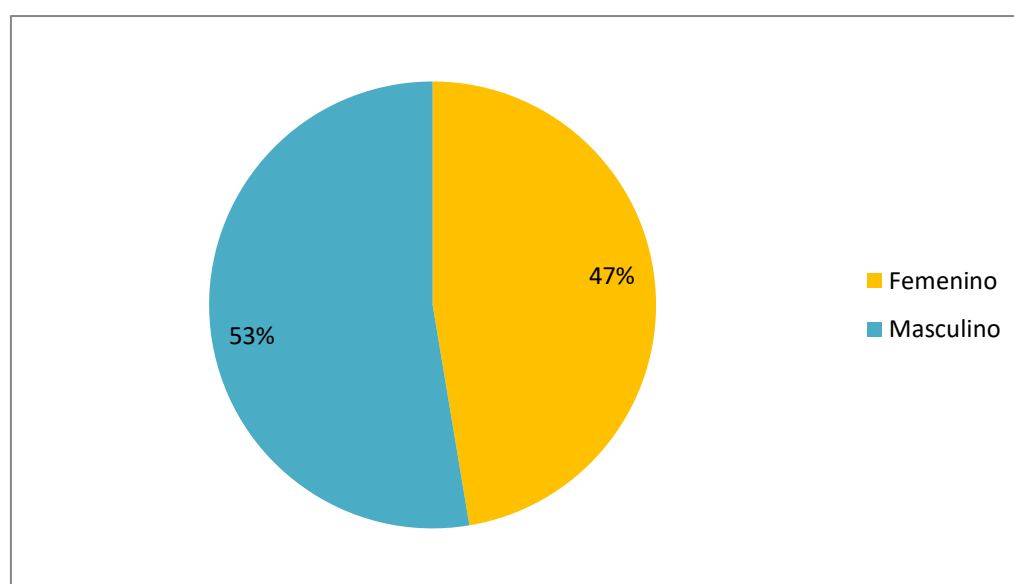
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicios rubro salón Spa del distrito de Calleria el 79% tienen entre 29 y 40 años, en tanto que el 16% tiene más de 41.

Tabla 4 Sexo del encuestado

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Femenino	9	47%	47%
Masculino	10	53%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 5. Sexo del encuestado



Fuente: Tabla 4

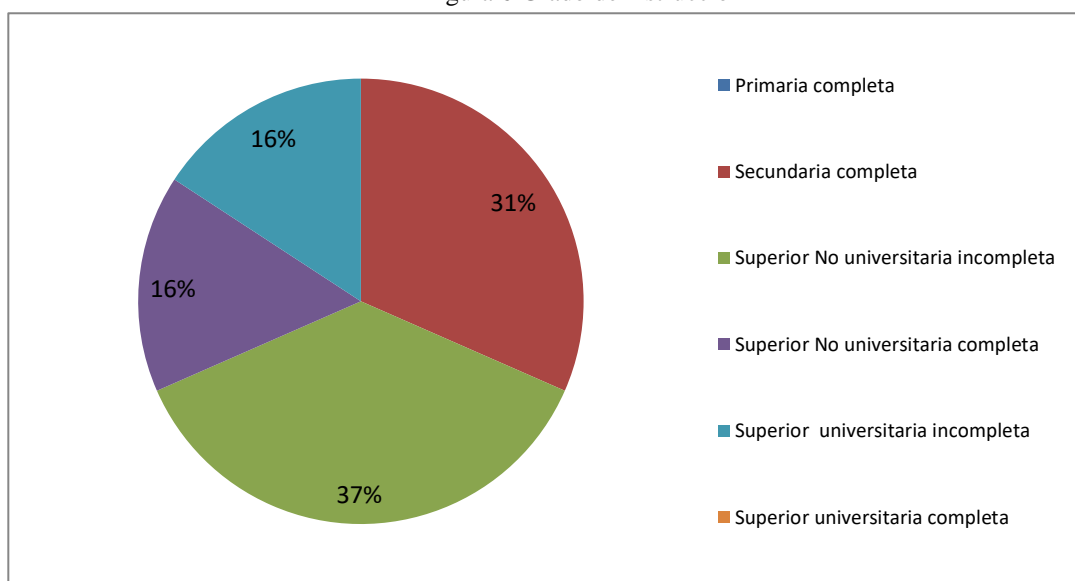
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicios rubro salón Spa distrito de Calleria el 53% de los encuestados son de sexo Masculino, y el 47% son de sexo femenino.

Tabla 5 Grado de Instrucción

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Primaria completa	0	0%	0%
Secundaria completa	6	32%	9%
Superior No universitaria incompleta	7	37%	23%
Superior No universitaria completa	3	16%	32%
Superior universitaria incompleta	3	16%	46%
Superior universitaria completa	0	0%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 6 Grado de instrucción



Fuente: Tabla 5

Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicios rubro salón Spa distrito de Calleria el 37% tienen superior no universitaria completa, el 31% tienen grado secundaria completa, el 16% tiene grado de instrucción superior no universitaria completa, el 16% tienen superior universitaria incompleta.

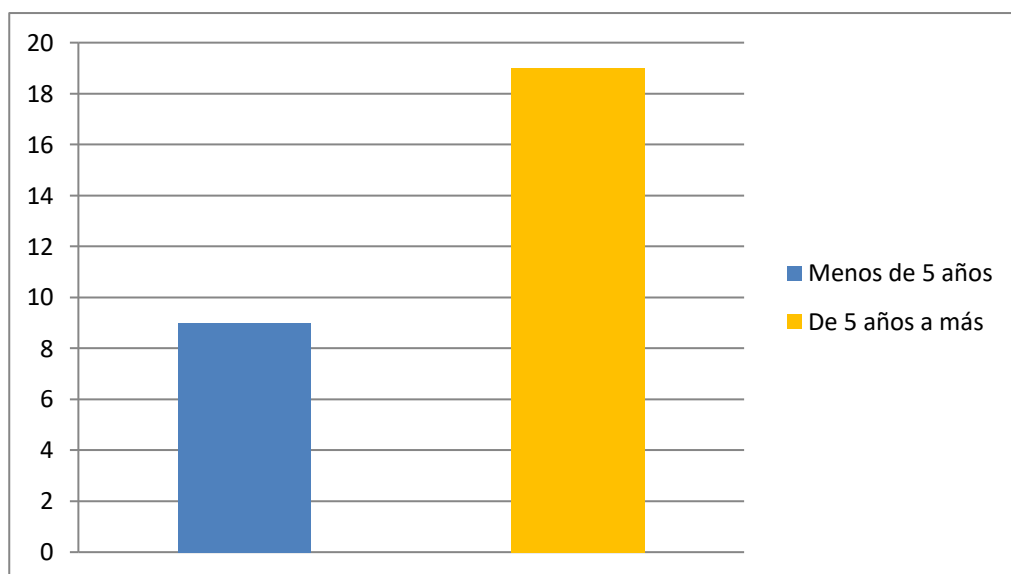
DEL PERFIL DE LAS MYPES

Tabla 6 Años de permanencia en la actividad

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Menos de 5 años	9	47%	47%
De 5 años a más	10	53%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 7 Años de permanencia en la actividad



Fuente: Tabla 6

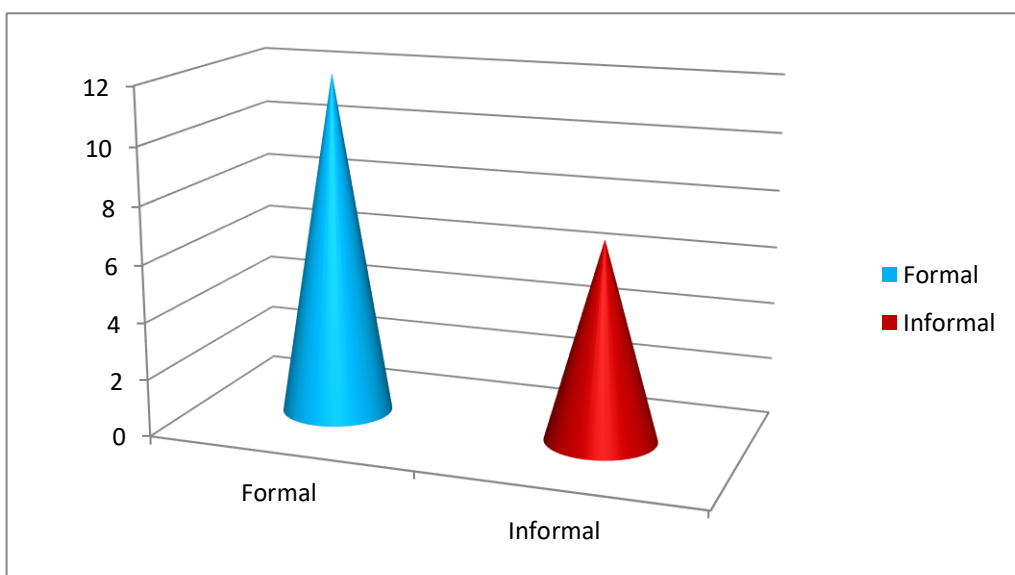
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón Spa del distrito de Calleria el 53% tiene de 5 años a más en la actividad, y el 47% tiene menos de 5 años.

Tabla 7 La Mype es formal o informal

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Formal	12	63%	63%
Informal	7	37%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 8 La Mype es formal o informal



Fuente: Tabla 7

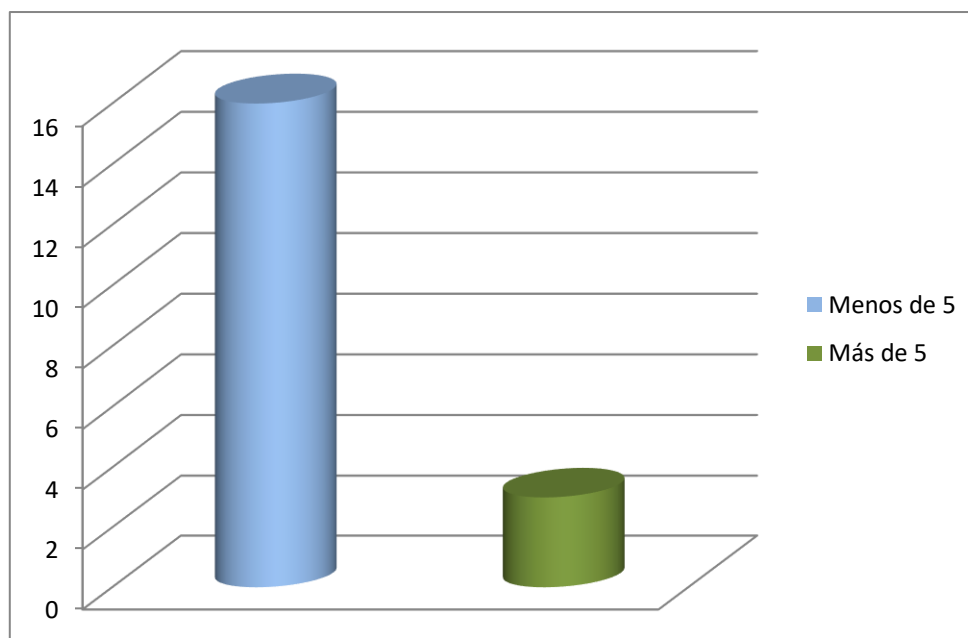
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 63% es formal y el 37% son informales.

Tabla 8 Número de trabajadores permanentes en la Mype

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Menos de 5	16	84%	84%
Más de 5	3	16%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 9 Cantidad de trabajadores permanentes



Fuente: Tabla 8

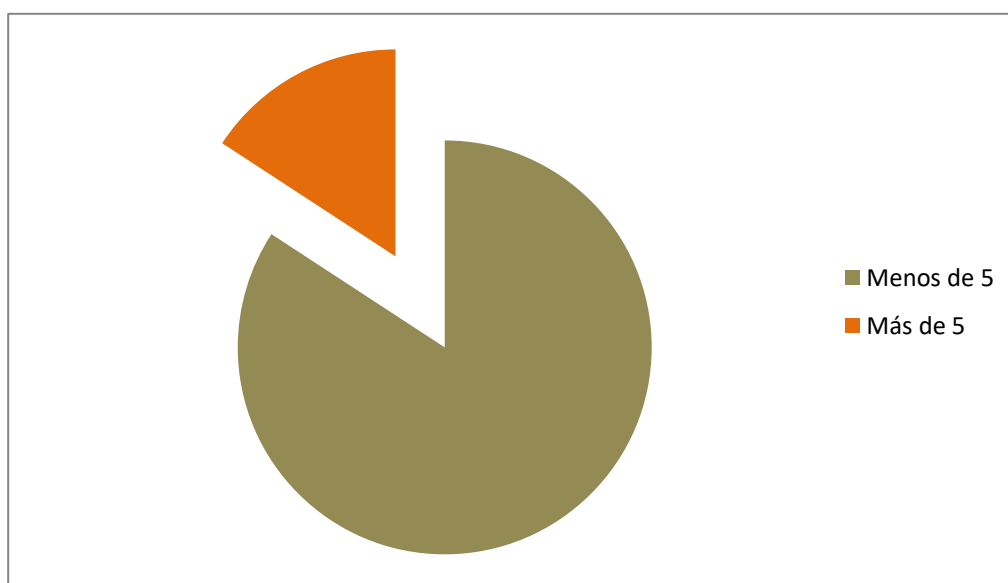
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicios rubro salón Spa distrito de Calleria el 84% tiene menos de 5 trabajadores y el 16% tiene más de 5 trabajadores.

Tabla 9 Número de trabajadores eventuales en la Mype

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Menos de 5	16	84%	84%
Más de 5	3	16%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 10 Cantidad de trabajadores eventuales



Fuente: Tabla 9

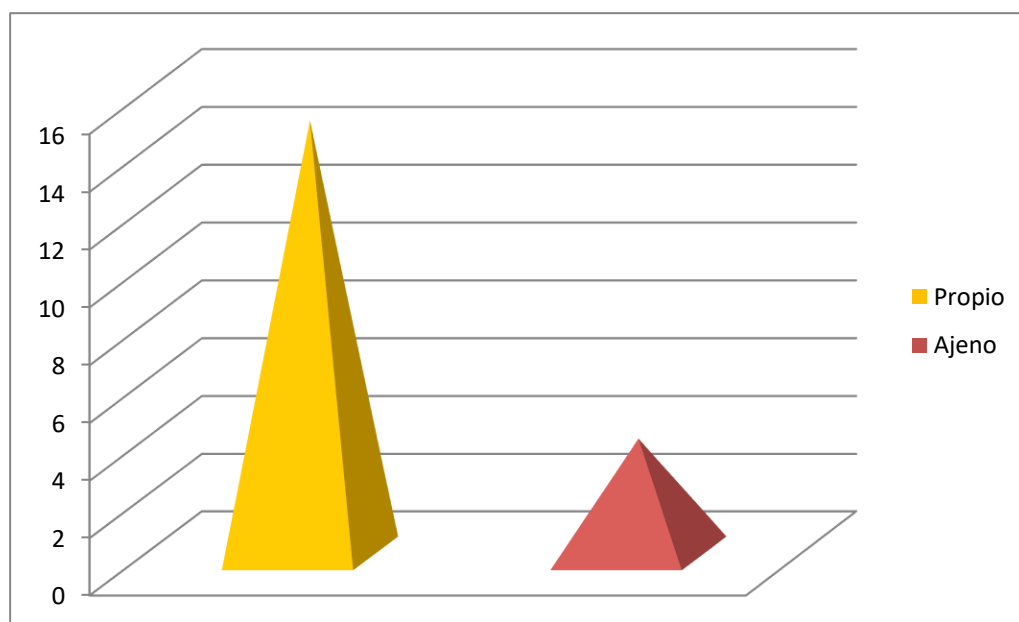
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 84% tiene menos de 5 trabajadores y 16% más de 5 trabajadores.

Tabla 10 ¿Cuál es el tipo de financiamiento?

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Propio	15	79%	79%
Ajeno	4	21%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 11 Tipo de financiamiento



Fuente: Tabla 10

Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 7% tiene financiamiento propio y el 21% ajeno.

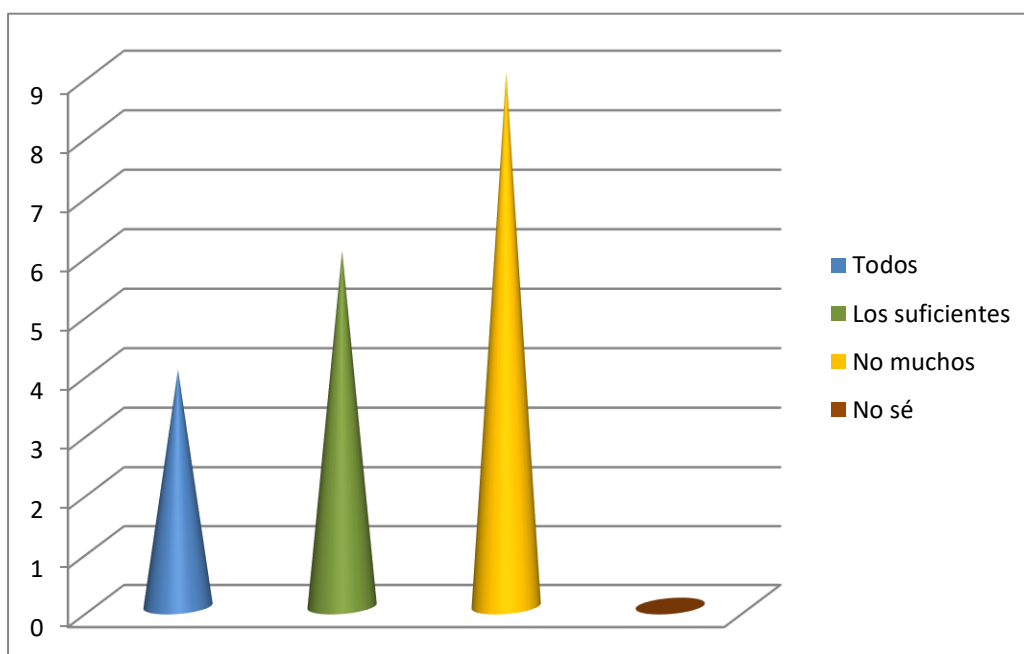
DATOS SOBRE LA GESTIÓN DE CALIDAD

Tabla 11 ¿Su personal conoce los objetivos de su empresa?

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Todos	4	21%	21%
Los suficientes	6	32%	53%
No muchos	9	47%	100%
No sé	0	0%	100%
Total	19	53%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 12 ¿Su personal conoce los objetivos de la empresa?



Fuente: Tabla 11

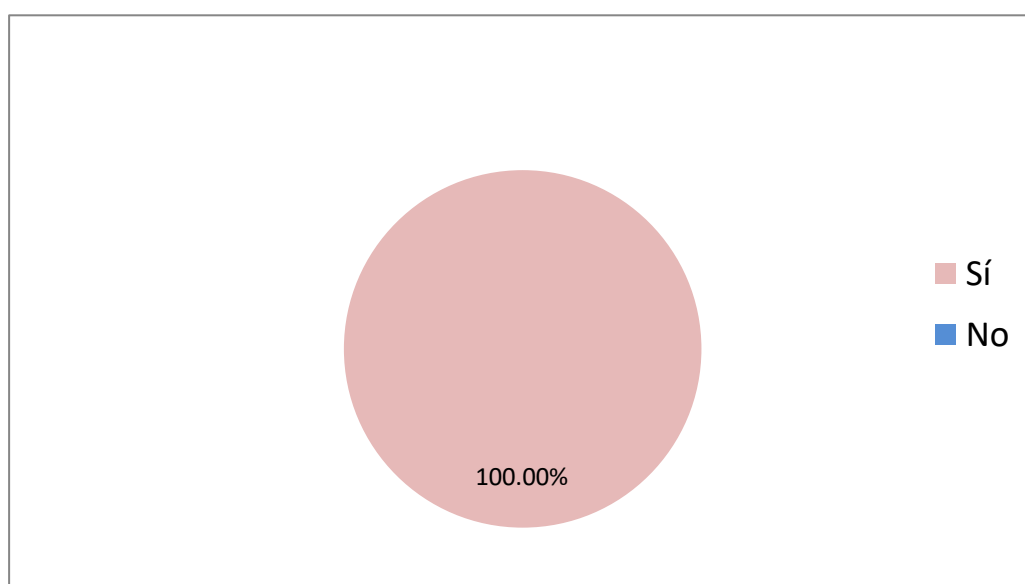
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 47% no conoce el 32% los suficientes y el 21% manifiesta que todos conocen.

Tabla 12 ¿Tuvo acceso a información relacionada con oferta de servicios financieros?

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Sí	19	100%	100%
No	0	0%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 13 ¿Tuvo acceso a información de servicios financieros?



Fuente: Tabla 12

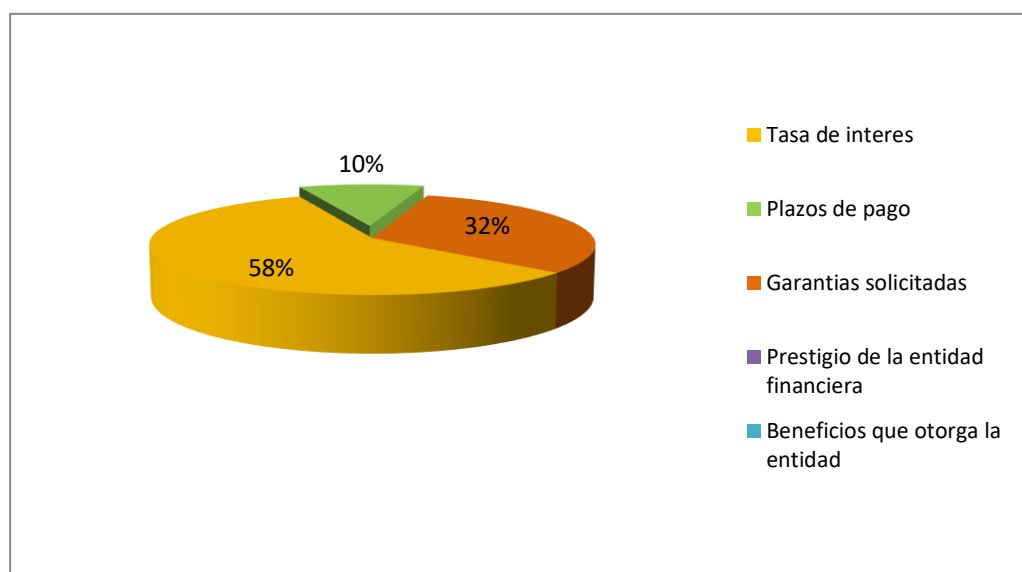
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 100% tuvo acceso a información relacionada con oferta de servicios financieros.

Tabla 13 ¿Cuál fue el criterio más importante para adoptar la decisión de solicitar financiamiento de su empresa?

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Tasa de interés	11	58%	58%
Plazos de pago	2	11%	68%
Garantías solicitadas	6	32%	100%
Prestigio de la entidad financiera	0	0%	100%
Beneficios que otorga la entidad	0	0%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 14 ¿Cuál fue el criterio para solicitar financiamiento?



Fuente: Tabla 13

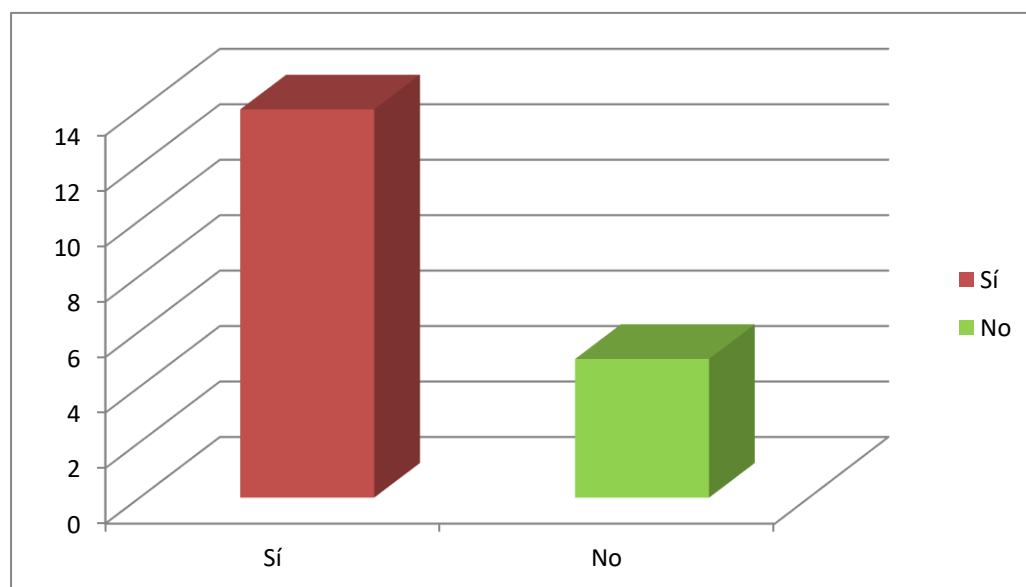
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 58% menciona las tasas de interés, el 32% garantías solicitadas y el 10% plazos de pago

Tabla 14 ¿Durante el año 2016 participó en cursos o eventos, sobre tecnologías innovadoras para mejorar sus procesos o prestación de servicios?

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Sí	14	74%	74%
No	5	26%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 15 ¿Participó en eventos sobre mejorar de prestación de servicios?



Fuente: Tabla 14

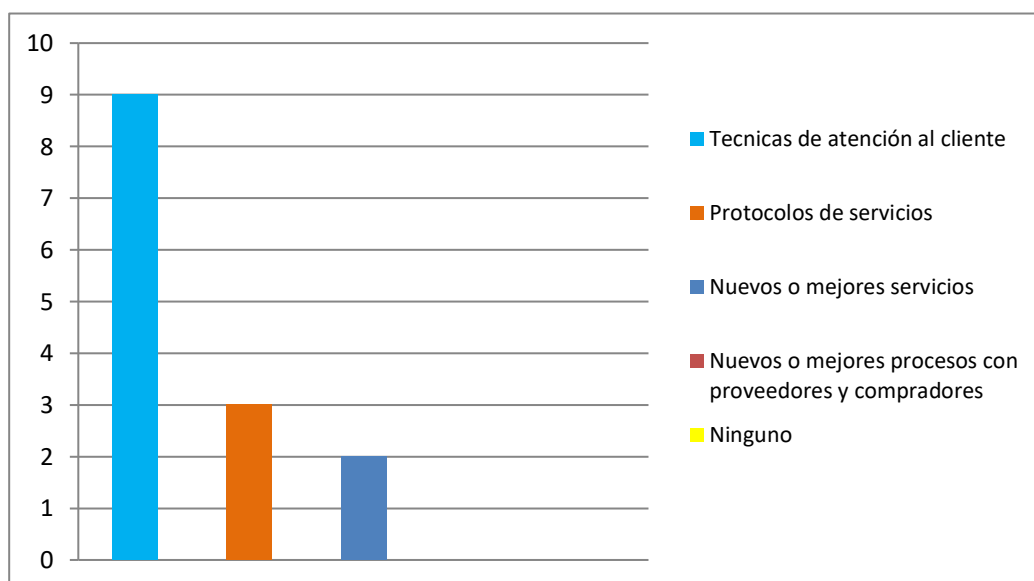
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 74% Si participo, el 26% No participó en cursos o eventos sobre tecnologías innovadoras, para mejorar sus procesos.

Tabla 15 ¿Cuáles fueron los cursos o servicios sobre tecnologías innovadores en los que participó?

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Técnicas de atención al cliente	9	64%	64%
Protocolos de servicios	3	21%	86%
Nuevos o mejores servicios	2	14%	100%
Nuevos o mejores procesos con proveedores y compradores	0	0%	100%
Ninguno	0	0%	100%
Total	14	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 16 ¿Cuáles fueron los cursos en los que participó?



Fuente: Tabla 15

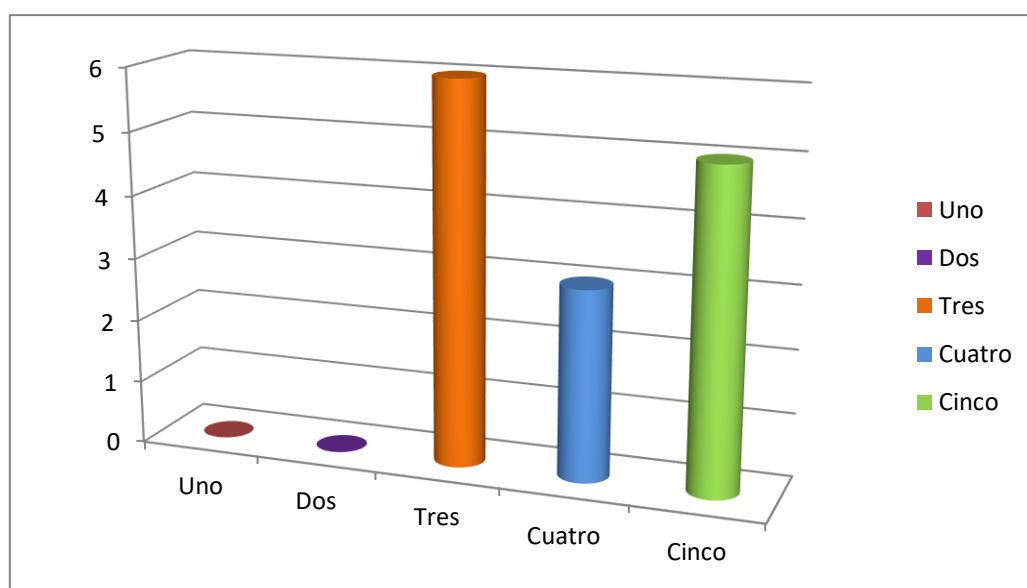
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 64% respondió participo en técnicas de atención a los cliente, el 21% en protocolos de servicios y el 14% en Nuevos o mejores servicios.

Tabla 16 ¿Le han ayudado estos cursos para la buena gestión y cumplir con los objetivos de su empresa? Indique en una escala del 1 al 5 en qué grado ha mejorado, siendo 1 *no ha mejorado nada* y 5 *ha mejorado mucho*.

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Uno	0	0%	0%
Dos	0	0%	0%
Tres	6	43%	43%
Cuatro	3	21%	64%
Cinco	5	36%	100%
Total	14	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 17 ¿Le han ayudado en la buena gestión y cumplir con los objetivos?



Fuente: Tabla 16

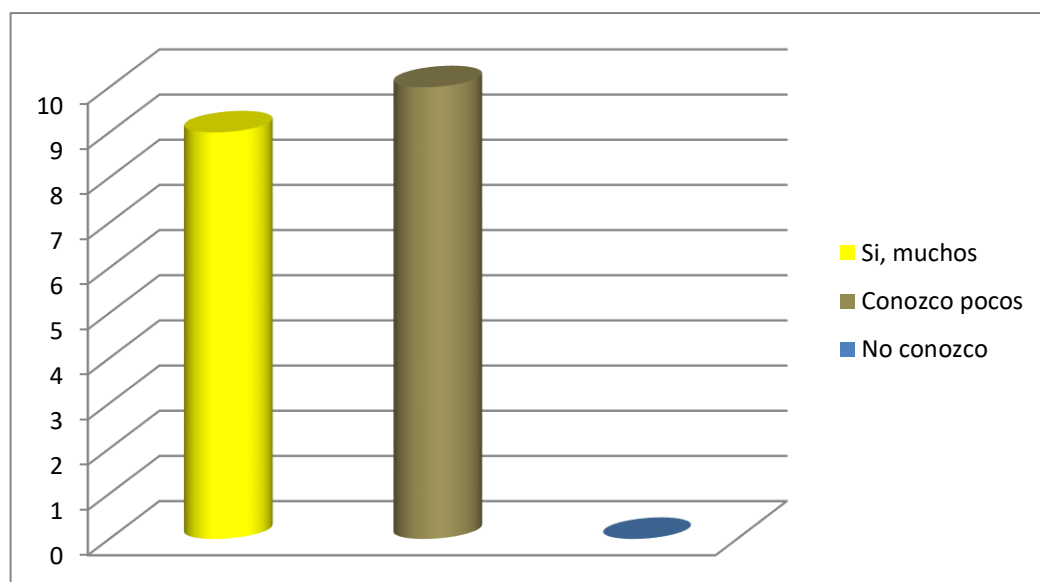
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 43% respondió en una escala de 3 el 36% en una escala de 5 y el 21% en una escala de 4.

Tabla 17 ¿Conoce herramientas de gestión?

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Si, muchos	9	47%	47%
Conozco pocos	10	53%	100%
No conozco	0	0%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 18 ¿Conoce herramientas de gestión?



Fuente: Tabla 17

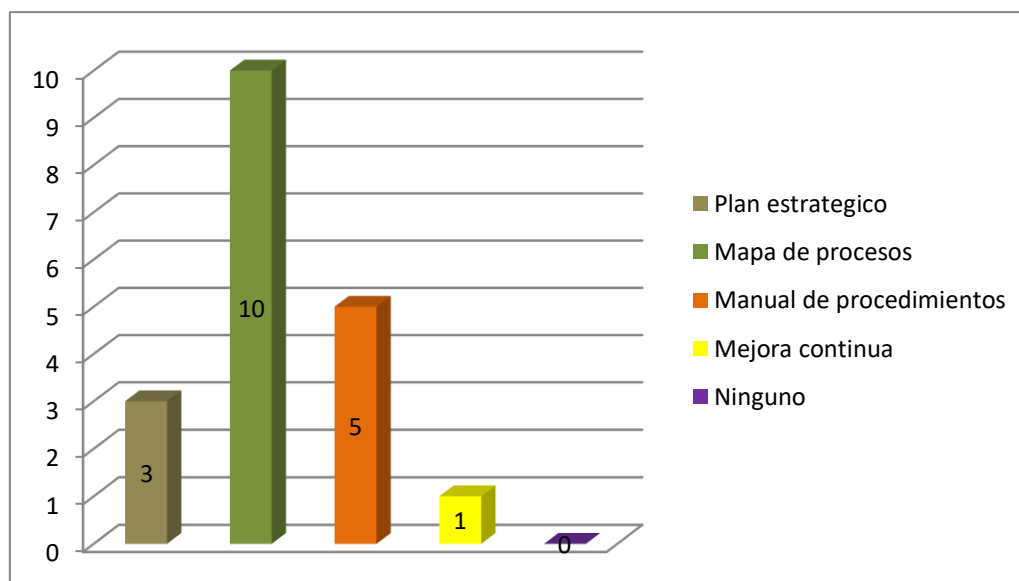
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 53% manifestó que conoce pocos y el 47% manifestó que conoce muchos.

Tabla 18 ¿Indique cuál de estas herramientas de gestión de calidad aplica en su organización?

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Plan estratégico	3	16%	16%
Mapa de procesos	10	53%	68%
Manual de procedimientos	5	26%	95%
Mejora continua	1	5%	100%
Ninguno	0	0%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 19. Uso de herramientas de gestión



Fuente: Tabla 18

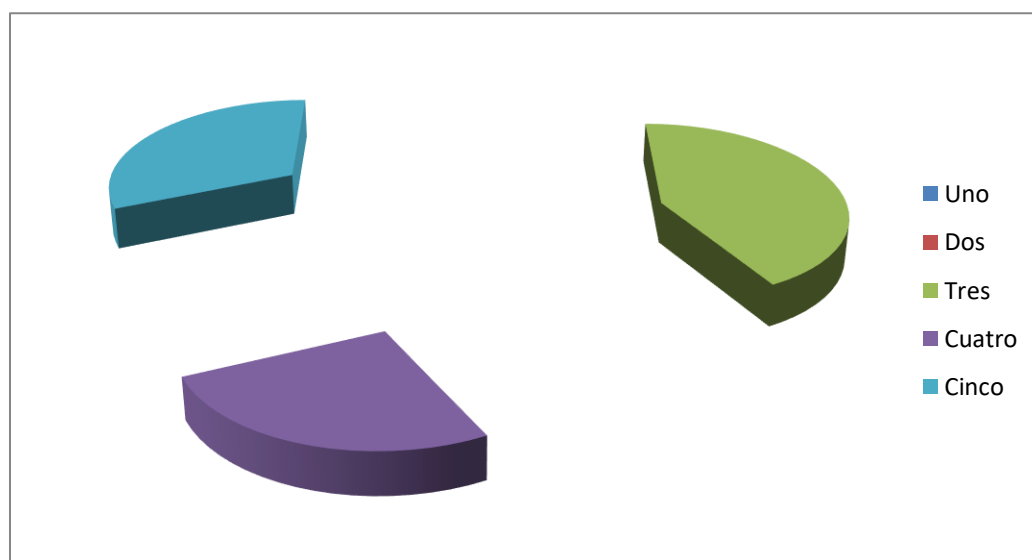
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 53% Mapa de procesos el 26% manual de procedimientos el 16% plan estratégico y el 5% mejora continua.

Tabla 19 ¿Le han ayudado estas herramientas para la buena gestión y cumplir con los objetivos de su empresa? Indique en una escala del 1 al 5 en qué grado ha mejorado, siendo 1 *no ha mejorado nada* y 5 *ha mejorado mucho*.

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Uno	0	0%	0%
Dos	0	0%	0%
Tres	8	42%	42%
Cuatro	5	26%	68%
Cinco	6	32%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 20 ¿Le han ayudado el uso de estas herramientas de gestión?



Fuente: Tabla 19

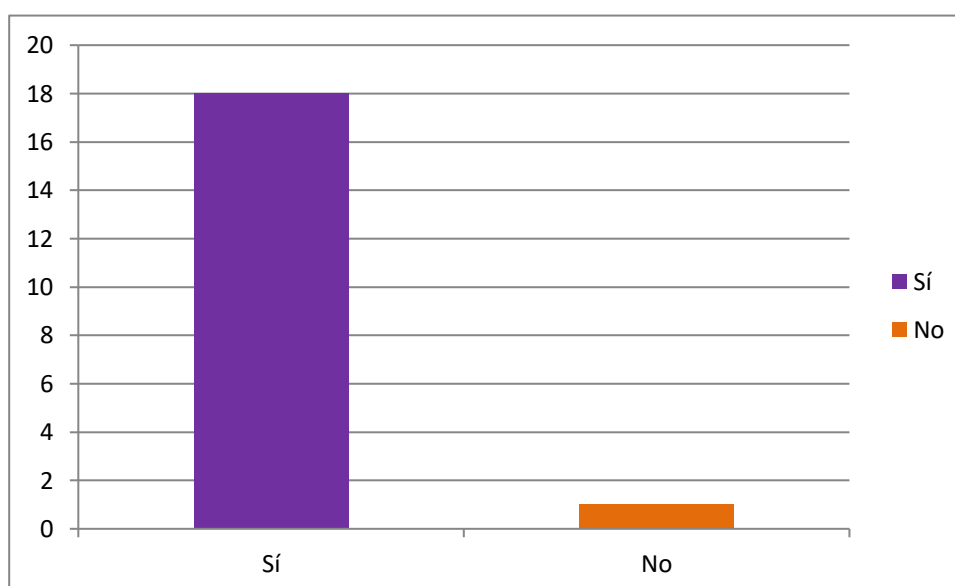
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 42% respondió en una escala de 3, el 32% en una escala de 5 y el 26% en una escala de 4.

Tabla 20 ¿Se ha implantado algún protocolo de atención al cliente con enfoque de calidad?

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Sí	18	95%	95%
No	1	5%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 21 ¿Implantó algún protocolo de atención al cliente?



Fuente: Tabla 20

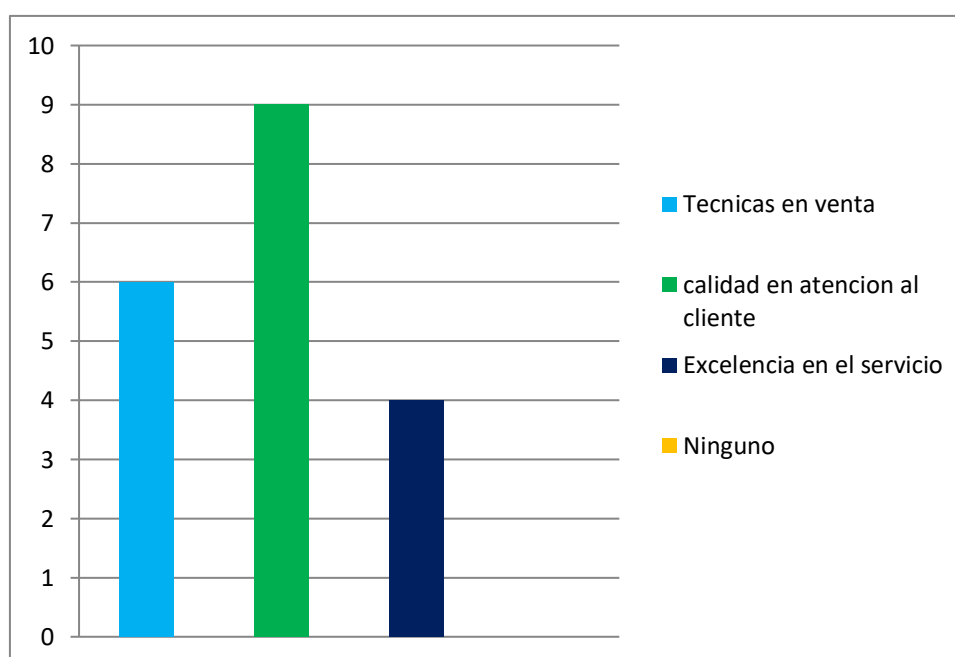
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 95% manifiesta que sí, el 5% No.

Tabla 21 ¿Cuáles fueron los protocolos implantado de atención al cliente con enfoque de calidad?

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Técnicas en venta	6	32%	32%
Calidad en atención al cliente	9	47%	79%
Excelencia en el servicio	4	21%	100%
Ninguno	0	0%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 22 ¿Cuáles fueron los protocolos implantados?



Fuente: Tabla 21

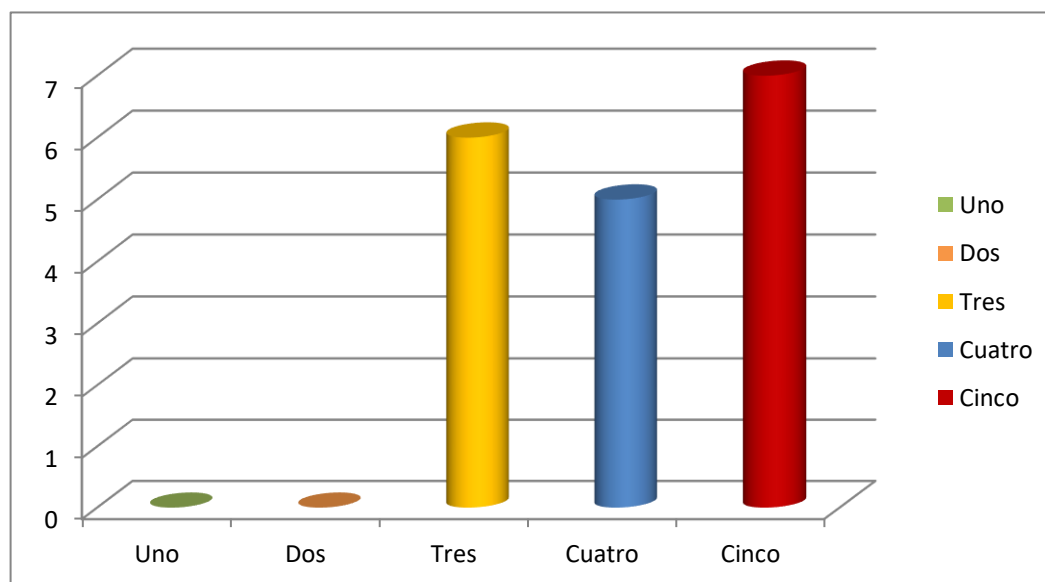
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 47% implantó el protocolo de calidad en atención al cliente, 32% técnicas en venta y el 21% excelencia en el servicio.

Tabla 22 La implantación de estos protocolos influyo significativamente en los beneficios de la Mype. Que ponderado le pondría en una escala de: 1 no ha influyo en nada y 5 ha influido mucho.

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Uno	0	0%	0%
Dos	0	0%	0%
Tres	6	33%	33%
Cuatro	5	28%	61%
Cinco	7	39%	100%
Total	18	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 23 ¿La implantación de estos protocolos influyo significativamente?



Fuente: Tabla 22

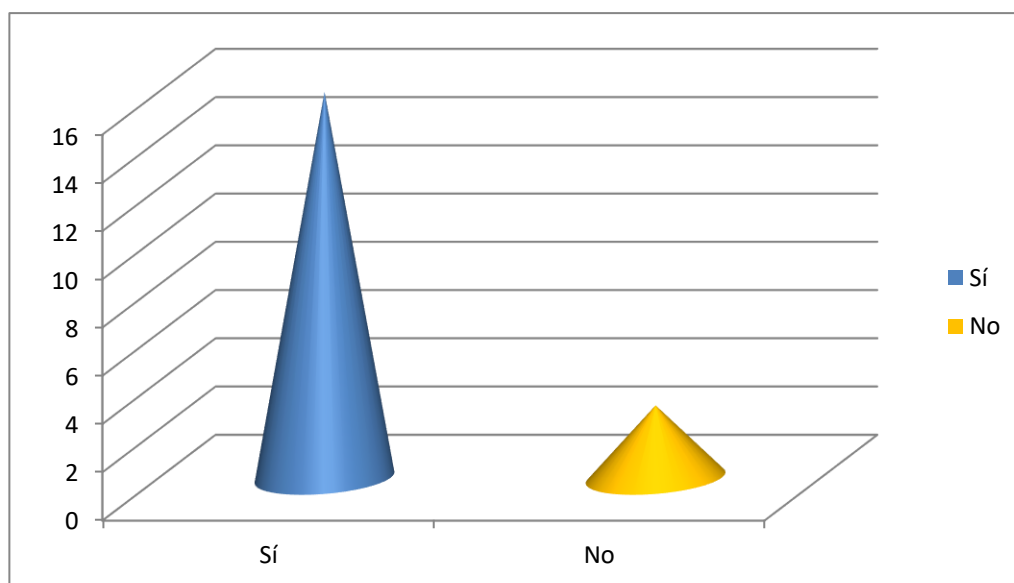
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 39% en una escala de 5, el 33% en una escala de 3 y el 28% en una escala de 4.

Tabla 23 ¿Evalúa a su personal permanentemente sobre el cumplimiento de los protocolos establecidos?

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Sí	16	84%	84%
No	3	16%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 24 ¿Evalúa a su personal?



Fuente: Tabla 23

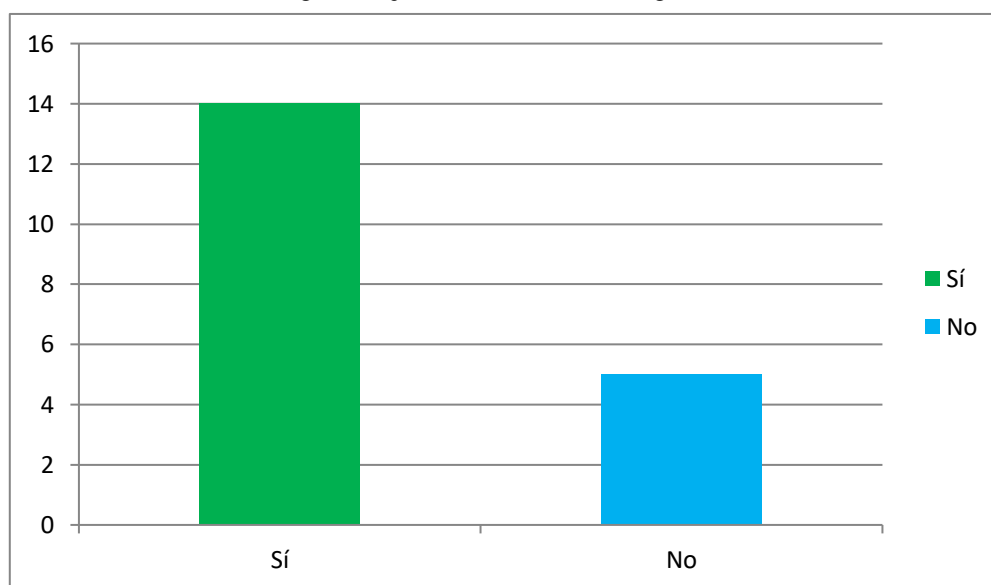
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 84% manifestó que si y el 16% que no.

Tabla 24 ¿La Mype cuenta con buzón de sugerencias?

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Sí	14	74%	74%
No	5	26%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 25 ¿Cuenta con buzón de sugerencias?



Fuente: Tabla 24

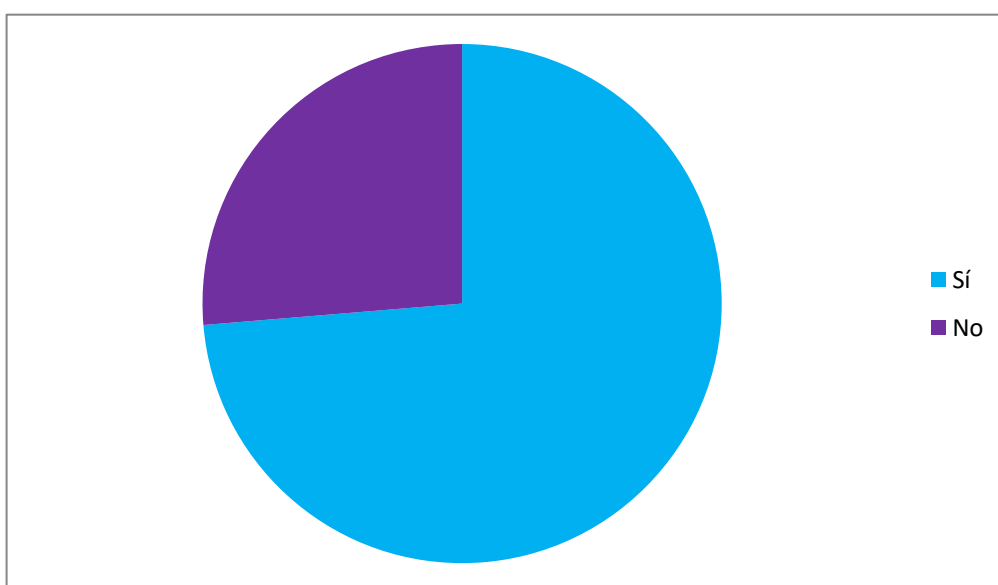
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 74% manifestó que si y el 26% que no.

Tabla 25 ¿Atiende o toma en cuenta las opiniones y/o sugerencias de sus clientes?

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Sí	14	74%	74%
No	5	26%	100%
Total	19	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 26 ¿Toma en cuenta las opiniones de sus clientes?



Fuente: Tabla 24

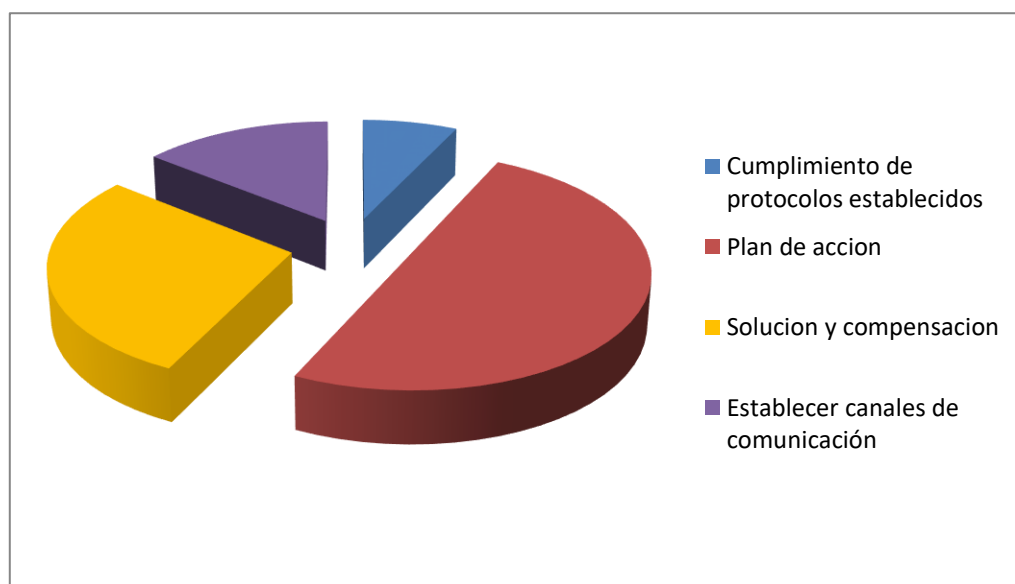
Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 74% manifestó que si y el 26% que no.

Tabla 26 ¿Qué acciones realiza ante las opiniones y/o sugerencias de sus clientes?

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Acumulada Relativa
Cumplimiento de protocolos establecidos	1	7%	7%
Plan de acción	7	50%	57%
Solución y compensación	4	29%	86%
Establecer canales de comunicación	2	14%	100%
Total	14	100%	

Fuente: Elaboración propia

Figura 27 ¿Qué acciones realiza ante las opiniones de sus clientes?



Fuente: Tabla 26

Descripción: Del 100% de los encuestados en las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria el 50% manifestó que realiza un plan de acción, el 29% da una solución y compensación, el 14% establece canales de comunicación con los clientes.

5.2 Análisis de resultados

Del perfil del encuestado

Edad del Encuestado

Del 100% de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria, el 79% de los encargados tienen entre 29 y 40 años, el 16% tienen de 41 años a más y el 5% entre 20 y 28 años, es decir predomina una edad joven en los gestores de estas Mypes.

Sexo del encuestado

Del 100% de las Mypes del sector servicio rubro Salón spa del distrito de Calleria, el 53% de los encargados son de sexo masculino y el restante 47% son de sexo femenino, lo que concuerda con los resultados encontrados por Chuquimarca, K. (2015) donde el 62 % es de sexo masculino es decir en éstas empresas predomina el sexo masculino.

Ultimo nivel de estudios alcanzados

Del 100% de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria, el 37% tiene el grado de Superior no universitaria incompleta el 32% tienen secundaria completa y el 16% tienen superior universitaria incompleta y superior no universitaria completa, es decir predomina la instrucción superior no universitaria incompleta esto explica el emprendimiento que existe en nuestro país.

Del perfil de las Mypes

Años de permanencia en la actividad

Del 100% de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria El 53% de las microempresas tiene de 5 años a más en la actividad, es decir son empresas con un tiempo en el mercado que les ha permitido mantenerse en el tiempo; y el 47% tiene menos de 5 años en la actividad, lo que concuerda con los resultados encontrados por Román C. (2013), donde el 56% de empresas tiene entre 4 y 5 años en el rubro.

La Mypes es formal o informal

Del 100% de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria, el 63% son formales y según los resultados de Román C. (2013) el 100% de las Mypes son formales; acá existe una cierta diferencia con respecto a la formalización de las Mypes del distrito de Calleria; según lo manifestado por los representantes este se debe principalmente, por la poca orientación que reciben de parte de la instituciones involucradas.

Número de trabajadores permanentes en la MYPE

Del 100% de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria, el 84% de Mypes encuestadas tiene menos de 5 trabajadores, estos resultados concuerdan de Román C. (2013) que el 78% tiene de 2 a 3 trabajadores y el 22% entre 4 y 5 trabajadores. .

Número de trabajadores eventuales en la MYPE

Del 100% de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria, el 84% de Mypes encuestadas tiene menos de 5 trabajadores eventuales, y el 16% cuenta con más de 5 trabajadores eventuales.

¿Cuál es el tipo de financiamiento?

Del 100% de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria, el 79% de Mypes encuestadas tiene financiamiento propio, es decir estas empresas funcionan con recursos propios, el cual redundará de manera positiva a la rentabilidad de la empresa; y el 21% tiene financiamiento ajeno es decir estas Mypes trabajan con algún tipo de préstamo de alguna entidad bancaria.

Datos sobre la gestión

Su personal conoce los objetivos de su empresa

Del 100% de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria, el 47% de Mypes encuestadas manifiesta que el personal no conoce los objetivos de su empresa, el 32% manifiesta que la mayoría del personal conoce y el 21% manifiesta que todo su personal conoce los objetivos de la empresa; según **Rhea, E.G. (2010)** la gestión se cimienta en las personas esto dice que si el personal no conoce los objetivos estas Mypes no van a conseguir resultados favorables.

Durante el año 2016 la Mype ¿Tuvo acceso a información relacionada con la oferta de servicios financieros?

Del 100% de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria, el 100% de Mypes encuestadas manifiesta que si tuvo acceso a información relacionada con la oferta de servicios financieros.

¿Cuál fue el criterio más importante para adoptar la decisión de solicitar financiamiento para su empresa?

Del 100% de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria, el 58% de Mypes encuestadas manifiesta que las tasas de interés, el 32% las garantías solicitadas y el 11% los plazos de pago establecidos por las entidades financieras.

Durante el año 2016 participó en cursos o eventos, sobre tecnologías innovadoras para mejorar sus procesos o prestación de servicios ¿En qué eventos de servicios sobre tecnologías para la gestión participó?

El 74% de Mypes encuestadas del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria manifiesta haber participado en cursos o eventos sobre tecnologías para mejorar sus procesos o prestación de servicios y el 26% No participo. Esto nos evidencia una clara predisposición por parte de las empresas a seguir mejorando y superando cada día, existiendo un porcentaje minoritario del total que no participo en ningún tipo de evento.

¿Cuáles fueron los cursos o servicios sobre tecnologías innovadores en los que participó?

El 64% de Mypes encuestadas del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria manifiesta haber participado en Técnicas de atención al cliente, el 21% en protocolos de servicios y el 14% en Nuevos o mejores servicios.

¿Le han ayudado estos cursos para la buena gestión y cumplir con los objetivos de su empresa? Indique en una escala del 1 al 5 en qué grado ha mejorado, siendo 1 *no ha mejorado nada* y 5 *ha mejorado mucho*.

Del 100% de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria, los datos que se han obtenido en esta pregunta dan testimonio de la subjetividad a la hora de valorar la mejora, o no, de tener implantado un sistema de calidad en los procesos y/o servicios. No obstante, la mayoría lo valora con un ponderado de tres 43% que se puede calificar en un término medio, luego está el 36% que lo valora con un ponderado de 5 es decir lo ayudo bastante y el 21% con ponderado de cuatro.

Conoce herramientas de gestión

Del 100% de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria, el 53% de Mypes encuestadas no conoce herramientas de gestión y el 47% si conoce herramientas de gestión; como se puede apreciar la mayoría de estas Mypes no comprenden lo valioso que es conocer herramientas de gestión; ya que se convierten en un arma poderosa para el buena marcha de la empresa, que permitirá su desarrollo y su sostenibilidad; según **Rhea, E.G. (2010)** la gestión empresarial es una dificultad de muchos, ya que cuando llega la hora de

poner las cosas en orden, les entra cierto malestar o desasosiego, será por la falta de conocimiento de herramientas de gestión.

Indique cuál de estas herramientas de gestión de calidad aplica en su organización

El 53% de Mypes encuestadas del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria manifiesta utilizar el manual de procesos, luego el 26% el manual de procedimientos el 16% el plan estratégico y el 5% mejora continua.

Le han ayudado estas herramientas para la buena gestión y cumplir con los objetivos de su empresa. Indique en una escala del 1 al 5 en qué grado ha mejorado, siendo 1 no ha mejorado nada y 5 ha mejorado mucho.

El 42% de Mypes encuestadas del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria califica en 3, el 32% califica en 4 y el 32% en 5. Los datos que se han obtenido en esta pregunta dan testimonio de la subjetividad a la hora de valorar la mejora, o no, de haber utilizado alguna herramienta de gestión empresarial. Aquí se puede ver que la mayoría de empresas no tiene una señal positiva de lo que son las herramientas de gestión, será por falta de conocimiento que no aplican en su verdadera dimensión estas herramientas; ya que con el buen uso de éstas, la empresa enrumbará hacia su desarrollo.

Datos sobre atención al cliente

¿Se ha implantado algún protocolo de atención al cliente con enfoque de calidad?

El 100% de Mypes encuestadas del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria afirma que si ha implantado algún protocolo de atención al cliente con enfoque de calidad.

¿Cuáles fueron los protocolos de atención al cliente con enfoque de calidad implantado?

Del 100% de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria, el 47% de Mypes encuestadas manifiesta que implanto protocolos de calidad en atención al cliente, 32% técnicas en venta y el 2% en excelencia en el servicio.

La implantación de estos protocolos influyo significativamente en los beneficios de la Mype. Que ponderado le pondría en una escala de: 1 no ha influyo en nada y 5 ha influido mucho.

El 39% de Mypes encuestadas del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria califica en 5, esto quiere decir que estos protocolos ayudaron en mucho a la gran mayoría de Mypes del sector; el 28% en 4 y el 33% en 3. Los datos que se han obtenido en esta pregunta dan testimonio de la subjetividad a la hora de valorar la mejora, o no, de haber utilizado alguna herramienta de gestión empresarial. Lo que contrasta con Vela, R. y Zavaleta, L. (2014) la calidad del servicio influye de manera directa en el nivel de ventas; lo cual implica que sí existe una buena calidad de servicio esto repercute en el incremento de las

ventas; Chuquimarca K. (2015) manifiesta que el 31.8% tiene una buena atención al cliente y el 60.3% cuenta con un servicio óptimo de calidad.

¿Evalúa a su personal permanentemente sobre el cumplimiento de los protocolos establecidos?

Del 100% de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria, el 84% de Mypes encuestadas manifiesta que si evalúa a su personal permanente en el cumplimiento de los protocolos establecidos y el 16% no lo hace.

¿La Mype cuenta con buzón de sugerencias?

Del 100% de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria, el 74% de Mypes encuestadas manifiesta que si cuenta con un buzón de sugerencias y el 26% no tiene. Esto nos plasma que las Mypes de este sector les interesa la opinión de sus clientes y el público que asiste a sus locales.

¿Atiende o toma en cuenta las opiniones y/o sugerencias de sus clientes?

Del 100% de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria, el 74% de Mypes encuestadas manifiesta que si atiende o toma en cuenta las opiniones de sus clientes y el 26% no toma en cuenta. Estos datos nos revelan que las Mypes de este sector toman muy en cuenta la opinión de sus clientes. Tal como afirma Vela, R. y Zavaleta, L. (2014) que cuando los clientes son escuchados ante cualquier duda sobre los productos o servicios; tiene un impacto positivo en ellos, debido a que llegan a confiar en los productos ofertados.

¿Qué acciones realiza ante las opiniones y/o sugerencias de sus clientes?

Del 100% de las Mypes del sector servicio rubro salón spa del distrito de Calleria, el 50% de Mypes encuestadas manifiesta que establece un plan de acción ante las opiniones de sus clientes, el 29% realiza una solución y compensación con el cliente, el 14% establece canales de comunicación con sus clientes y el 7% hace cumplir los protocolos previamente establecidos en su empresa.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Se concluye que según los resultados obtenidos la gran mayoría de las Mypes son formales esto quiere decir que cuentan con todo los requisitos exigidos por ley tales como: Personería jurídica, formalización tributaria, formalización laboral, formalización sectorial, formalización municipal; lo ideal sería que todas las Mypes deberían ser formales, porque eso ayudaría en gran medida al crecimiento de cada de uno de ellos y nuestra región. Así mismo la gran mayoría de propietarios tienen un grado de instrucción de superior no universitaria incompleta.
- El personal de este sector tiene poco conocimiento de los objetivos de la empresa. Así mismo los propietarios tienen escasa capacidad en lo que es el uso de herramientas de gestión. La herramienta de gestión más utilizada es el mapa de procesos; lo que indica que las Mypes de este sector no tiene un buen manejo de la gestión empresarial, lo que impide su desarrollo y permanencia en dicha actividad.
- La atención al cliente tiene mejoras, ya que en la actualidad las Mypes capacitan con mayor frecuencia a su personal en diferentes rubros tales como técnicas en ventas, calidad en atención al cliente y excelencia en el servicio; esto quiere decir que las Mypes ponen mayor énfasis en lo que es la formación del personal, esto nos da luces que se encuentran mejor preparado para la atención y los servicios que ofrecen. Dichas mejoras repercuten significativamente en los beneficios de éstas; esto nos demuestra que se debe invertir constantemente en capacitaciones al personal, ya que hoy en día los clientes son muy exigentes y se requiere estar en permanente capacitación para tener una atención de calidad y se puede lograr fidelizar a los clientes por el servicio que se presta.

- La mayoría de las Mypes encuestadas cuentan con un buzón de sugerencias y toma en cuenta las opiniones de sus clientes; así mismo realizan e implementan acciones tales como: planes de acción, soluciones y compensaciones y establece canales de comunicación con los clientes; todo esto tiene un impacto positivo en los clientes ya que son escuchados y se sienten valorados ante cualquier duda que tengan sobre los servicios que ofrecen las Mypes. Todas estas acciones permiten mejorar la competitividad y fortalecer los procesos de atención al cliente brindando una atención de calidad en los servicios.

Recomendaciones

- En lo que concierne a la gestión empresarial se debe dar mayor énfasis en lo que respecta al manejo de la empresa, utilizando las diversas herramientas de la administración tales como: la mejora continua, el análisis FODA, para saber si se está cumpliendo con los objetivos trazados, ya que esto les ayudará a fortalecer sus debilidades, conocer sus amenazas; asimismo permitirá ver las oportunidades y saber sus fortalezas. En esta tarea se debe involucrar a todos los entes de la organización, que deben estar conscientes de que el progreso de la empresa es la mejora de ellos mismos.
- En lo que respecta a la atención al cliente, se debiera crear conciencia de calidad, para ello se requiere de constantes capacitaciones, donde se logre integrar y sensibilizar a todos los miembros de la organización a través de resultados. Así mismo se debe evaluar el desempeño de cada colaborador para ir midiendo la productividad y obtener ventaja competitiva, y logren la fidelización de sus clientes aplicando estrategias de atención.
- Evaluar permanentemente el grado de satisfacción de los clientes de acuerdo a la atención recibida mediante encuestas telefónicas y de forma directa; de encontrar alguna queja o insatisfacción tomar las acciones correctivas mediante planes de acción y seguimiento continuo al personal.
- Mejorar sus instalaciones organizando y decorando el ambiente para tener un lugar óptimo y agradable para que el cliente se siente a gusto al visitar la empresa; también debe haber un control estricto en los insumos que utilizan para así garantizar un servicio de calidad.
- También se debe reforzar los quehaceres de la empresa y alinear al personal en el cumplimiento de las normas y valores de la institución.

- Otro punto importante en la mejora de la atención sería la utilización de las herramientas tecnológicas que existen en la actualidad tales como las páginas sociales, que es un medio de comunicación muy usado por la población y mucho más por el público femenino que son el objetivo principal de este rubro.

Referencias bibliográficas:

Álvarez, J. y Meneses, C. (2014). Propuesta de un modelo de gestión financiera para una asociación de Mypes del sector metalmecánico con el objetivo de aumentar su producción, competitividad y mejorar su gestión para poder abastecer grandes pedidos (Tesis de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima, Perú.

Aspilcueta. J. (2012). Mypes en el Perú. Recuperado el 20 de Julio de 2017, de:
<http://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml>

Carl Sewell (2006) Clientes para siempre. Editorial Mc. Graw Hill. México, Pp. 205.

- Barragán C. (2002).** Administración de las pequeñas y medianas empresas. Retos y problemas ante la nueva economía global. Trillas México.
- Chuquimarca, K. (2015).** Caracterización de la capacitación del personal y calidad de servicio en la Mype del rubro salón de belleza del Centro de Talara – Pariñas, año 2015 (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote”. Talara, Perú.
- Díaz J. (2014).** Formalización empresarial y laboral en: Infante y Chacaltana hacia un Desarrollo inclusivo. El caso de Perú. OIT. Lima.
- Hernández Sampieri Roberto** Metodología de la Investigación Tercera edición 2003 McGraw-Hill Interamericana. México D.F.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática,** Resultado de la Encuesta Nacional sobre la Micros y Pequeñas Empresa 2012.
- John Leppard y Liz Mmolyneux,** como mejorar su servicio al cliente. Editorial gestión 2000. España 1998 Pp. 1666
- Ley de la Micro y Pequeña Empresa N° 30056 (2013).** Ministerio de la Producción.
- Martel, R. (2007)** El complejo mundo de las micro y pequeñas empresas (Mypes) en el Perú. Extraído el 20 de Julio del 2017 del sitio web:
http://www.emagister.com/uploads_courses/Comunidad_Emagister_53521_53521.pdf.
- Merino, R. (2010)** Comentario del Libro: Fuera de la Crisis, Edward W. Deming.
Extraído el 20 de Julio 2017 del sitio web de la Universidad de Playa Ancha:
<http://www.genesismex.org/actidoce/cursos/chile-coot%710/libros/roberto-fuera%20de%20la%20crisis.pdf>

Ministerio de la Producción (2014). Las Mypes en cifras 2014, Dirección General de Estudios Económicos, Evaluación y Competitividad Territorial, Dirección de Estudios Económicos de Mype.

Patricia Wellington, como brindar un servicio integral al cliente. Editorial Mc. Graw Hill. Colombia, 1998 Pp. 233.

Peresson, Lory (2007), Sistemas de Gestión de la Calidad con Enfoque al Cliente, Proyecto Final del MBA, Universidad de Valladolid, España.

Rhea E. (2010), Manual de gestión de calidad para el departamento de asuntos públicos de la dirección provincial de salud de Imbabura (cap. 2), Universidad Técnica del Norte. Extraído de la web: 11 de Julio Octubre del 2017.
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/873/2/02%20ICA%20101%20>

Román, C. (2013). “Caracterización de la formalización y el financiamiento de las Mypes del sector servicio, rubro Centro de Belleza y Spa en el distrito de Chimbote, período 2010-2011” (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote”. Perú.

Ros Jay Smart. (2001) Lo fundamental y lo más efectivo acerca de los clientes. Editorial Mc. Graw Hill. Colombia, 2001. Pp. 197.

Serna, H. (2006) Conceptos básicos, en servicio al cliente. Panamericana editorial Ltda. Colombia.

Stanton W., Etzel M. & Walker B. (2004) Fundamentos del Marketing 13va. Edición Mc Graw Hill. México.

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.

Universidad de Salamanca (2009) Modelos de Gestión de Calidad. Extraído el 20 de Julio del 2017 del sitio web de la Universidad de Salamanca

<http://212.128.130.23/eduCommons/ciencias-sociales-1/investigacion-evaluativa-en-educacion/contenidos/EFQM.pdf>

Vela y Zavaleta (2014) “Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas Claro Tottus - mall, de la ciudad de Trujillo 2014, Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración

www.wikipedia.org. Servicio de atención al cliente, extraído el 20 de Julio del 2017 del sitio web https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente

Zorrilla, S. & Torres, M. (2001) Guía para elaborar una Tesis. Segunda edición. MacGraw-Hill Interamericana. México

ANEXOS

1. Presupuesto

Componente	Costo (S/.)
Asesoría metodológica	1,000.00
Documentos y libros	220.00
Diseño del perfil de proyecto	50.00
Proyecto	50.00
Encuesta	150.00

Clasificación del material	30.00
Recursos tecnológicos	30.00
Análisis e interpretación	30.00
Redacción	250.00
Presentación del proyecto (evento)	380.00
Curso de Titulación	1,650.00
Gasto total	3,840.00

Fuente: Elaboración propia

2. Gastos Logísticos

Conceptos	Cant.	Unid. Med.	P. Unit. (S/.)	Total(S/.)
Materiales de oficina:				
➤ Papel bond	1	Millar	–	10.00
➤ Lapiceros	5	Unidades	0.50	5.00
➤ Resaltadores	1	Unidad	1.50	1.50
Servicios:				

➤ Impresiones	500	Unidades	0.25	125.00
➤ Fotocopias	1	Ciento	0.10	10.00
➤ Anillado del informe	3	Unidades	15.00	45.00
➤ Empastado del informe	2	Unidades	30.00	60.00
➤ Movilidad local	–	–	–	150.00
➤ Alimentación				90.00
TOTAL				496.50

Fuente: Elaboración propia

3. Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	MESES																			
	Julio				Agosto				Setiembre				Octubre				Noviembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Revisión de bibliografía.		X	X																	
Diseño del proyecto.				X																
Elaboración del proyecto.			X	X																
Presentación del proyecto.					X															
Elaboración de instrumento.					X															
Recolección de datos.						X														
Análisis de datos.							X	X	X											
Interpretación y Conclusión.										X	X									
Diseño del informe.												X	X							
Elaboración del informe.														X	X	X	X	X		
Presentación del informe.																			X	X

Fuente: Elaboración propia



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La presente encuesta tiene por finalidad recoger información de las Mypes rubro Salón Spa para desarrollar el trabajo de investigación denominada “Gestión bajo el enfoque de Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas Sector Servicios, Rubro Salón Spa del Distrito de Callería año 2017.

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

Encuestado:

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

CAPÍTULO I: DEL PERFIL DEL ENCUESTADO

1. ¿Edad?

Entre 20 y 28 años ()

Entre 29 y 40 años ()

41 años a más ()

2. Sexo

Femenino ()

Masculino ()

3. Último nivel de estudios alcanzado

Primaria completa ()

Secundaria completa ()

- Superior No universitaria incompleta ()
- Superior No universitaria completa ()
- Superior universitaria incompleta ()
- Superior universitaria completa ()

CAPITULO II: DEL PERFIL DE LAS MYPES

4. ¿Cuál es tiempo de permanencia en la actividad

- Menos de 5 años ()
- De 5 años a más ()

5. ¿La Mype es formal o informal?

- Formal ()
- Informal ()

6. ¿Con cuántos trabajadores permanentes cuenta la Mype?

- Menos de 5 ()
- Más de 5 ()

7. ¿Tipo de Financiamiento de la Mype?

- Propio ()
- Ajeno ()

CAPITULO III: DATOS SOBRE LA GESTIÓN

8. ¿Su personal conoce los objetivos de su empresa?

- Todos ()
- Los suficientes ()
- No muchos ()
- No Se ()

9. ¿Durante el año 2016 la Mype ¿Tuvo acceso a información relacionada con la oferta de servicios financieros?

- a) Si ()
- b) No ()

10. ¿Cuál fue el criterio más importante para adoptar la decisión de solicitar financiamiento para su empresa?

- a) Tasas de interés ()
- b) Plazos de pago ()
- c) Garantías solicitadas ()
- d) Prestigio de la entidad financiera ()
- e) Beneficios que otorga la entidad ()

11. ¿Durante el año 2016 participó en cursos o eventos, sobre tecnologías innovadoras para mejorar sus procesos o prestación de servicios?

- a) Si ()
- b) No ()

12. ¿Cuáles fueron los cursos o servicios sobre tecnologías innovadoras en los que participó?

- Técnicas de atención al cliente ()
- Protocolos de servicios ()
- Nuevos o mejores servicios ()
- Nuevos o mejores procesos con proveedores y compradores ()
- Ninguno

13. ¿Le han ayudado estos cursos para la buena gestión y cumplir con los objetivos de su empresa? Indique en una escala del 1 al 5 en qué grado ha mejorado, siendo 1 *no ha mejorado nada* y 5 *ha mejorado mucho*.

Uno	
Dos	
Tres	
Cuatro	
Cinco	

14. ¿Conoce herramientas de gestión?

Sí, muchos ()

Conozco pocos ()

No conozco ()

15. ¿Indique cuál de estas herramientas de gestión de calidad aplica en su organización?

- a) Plan estratégico ()
- b) Mapa de procesos ()
- c) Manual de procedimientos ()
- d) Mejora continua ()
- e) Ninguna ()

16. ¿Le han ayudado estas herramientas para la buena gestión y cumplir con los objetivos de su empresa? Indique en una escala del 1 al 5 en qué grado ha mejorado, siendo 1 *no ha mejorado nada* y 5 *ha mejorado mucho*.

Uno	
Dos	
Tres	
Cuatro	
Cinco	

CAPITULO IV: DATOS SOBRE ATENCIÓN AL CLIENTE

17. ¿Se ha implantado algún protocolo de atención al cliente con enfoque de calidad?

- a) Sí ()
- b) No ()

18. ¿Cuáles fueron los protocolos implantados de atención al cliente con enfoque de calidad?

- Técnicas de ventas ()
- Protocolo de servicio ()
- Excelencia en el servicio ()

Ninguno ()

19. Le implantación de estos protocolos influyo significativamente en los beneficios de la Mype. Que ponderado le pondría en una escala de: 1 no ha influyo en nada y 5 ha influido mucho.

Uno	
Dos	
Tres	
Cuatro	
Cinco	

20. ¿Evalúa a su personal permanentemente sobre el cumplimiento de los protocolos establecidos?

a) Sí ()

b) No ()

21. ¿La Mype cuenta con buzón de sugerencias?

Sí ()

No ()

22. ¿Atiende o toma en cuenta las opiniones y/o sugerencias de sus clientes?

Sí ()

No ()

23. ¿Qué acciones realiza ante las opiniones y/o sugerencias de sus clientes?

a) Cumplimiento de protocolos establecidos ()

b) Plan de acción ()

c) Solución y compensación ()

d) Establecer canales de comunicación ()

MUCHAS GRACIAS POR RESPONDER LA ENCUESTA.

