



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR
PRENDARIO, RUBRO CASAS DE EMPEÑO, DISTRITO
DE CALLERÍA, AÑO 2017**

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

AUTOR:

B.R. JUAN UTIA OLIVEIRA

ASESOR:

MBA. CRYSBER M. VALDIVIEZO SARAVIA

PUCALLPA – PERÚ

2018

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Sergio O. Ortiz García

Secretario

Mgtr. José Luis Meza Salinas

Miembro

Dr. Geider Grandes García

Presidente

MBA Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

Asesor

AGRADECIMIENTO

Gracias infinitas a Dios y a mis padres.

Gracias a la universidad ULADECH, y a mis docentes por brindar sus conocimientos y enriquecer mi formación como profesional.

Juan Utia

DEDICATORIA

Dedico la tesis, con todo amor y cariño a mis amados hijos, son mi fuente de motivación para seguir superándome.

RESUMEN

La investigación ha tenido por objetivo determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las mypes del Sector Prendario, Rubro Casas de Empeño en el distrito de Callería, año 2017. El estudio se desarrolló bajo la metodología de investigación del tipo no experimental, descriptivo, transversal, correlacional; utilizando como instrumento una encuesta con 16 preguntas; obteniéndose los siguientes resultados: Respecto al propietario; la mayoría son jóvenes-adultos porque están en el rango de 29 a 39 años (62,5%); predomina el género masculino (87,5%); el 50,0% no tiene instrucción, son “Empíricos”. Respecto a la empresa: son formalizados al 100,0%; las Casas de Empeño desean proyectar al cliente la imagen de “Credibilidad y Confianza”, 50,0%; tienen en promedio entre “6 a 8 trabajadores” 62,5%. Respecto a la Gestión y Atención al Cliente: el 62,5% considera que su nivel de gestión es “Regular”; 87,5% no exhibe la misión, visión y valores de su empresa; 62,5% no practica la filosofía de trabajo de la mejora continua. Sin embargo, operativamente esta mypes si han identificado y estandarizado sus procesos prendarios (87,5%); capacitan al personal para informar y atender con eficacia al prestatario (75,0%); se registra el historial del cliente (75,0%). Finalmente, las mypes en estudio no tienen como prioridad mejorar el servicio al cliente (62,5%) y la mitad de ellas no se comunican con el cliente después de realizada la transacción de empeño.

Palabras clave: Gestión de calidad, atención en el cliente, servicio, sector prendario, casas de empeño.

ABSTRACT

The objective of the research was to determine Quality Management under the Customer Service approach in the mypes of the Prendario Sector, Rubro Casas de Empeño in the district of Callería, year 2017. The study was developed under the research methodology of type no. experimental, descriptive, transversal, correlational; using as a tool a survey with 16 questions; obtaining the following results: Regarding the owner; most are young-adults because they are in the range of 29 to 39 years (62.5%); the male gender predominates (87.5%); 50.0% have no instruction, they are "empirical". Regarding the company: they are formalized at 100.0%; Pawnbrokers want to project to the client the image of "Credibility and Trust", 50.0%; they have on average between "6 to 8 workers" 62.5%. Regarding Customer Service and Management: 62.5% consider that their level of management is "Regular"; 87.5% do not exhibit the mission, vision and values of your company; 62.5% non-practical work philosophy of continuous improvement. However, operationally this is mypes if they have identified and standardized their pledge processes (87.5%); train staff to inform and effectively serve the borrower (75.0%); the client's history is recorded (75.0%). Finally, the mypes under study do not have as a priority to improve customer service (62.5%) and half of them do not communicate with the customer after the pawn transaction has been made.

Key words: Quality management, customer service, service, pledge sector, pawnshops.

ÍNDICE GENERAL

<i>TITULO DE LA TESIS</i>	<i>i</i>
<i>FIRMA DEL JURADO Y ASESOR</i>	<i>ii</i>
<i>AGRADECIMIENTO</i>	<i>iii</i>
<i>DEDICATORIA</i>	<i>iv</i>
<i>RESUMEN</i>	<i>v</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>vi</i>
<i>ÍNDICE GENERAL</i>	<i>vii</i>
<i>ÍNDICE DE TABLAS</i>	<i>ix</i>
<i>ÍNDICE DE FIGURAS</i>	<i>xi</i>
<i>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN</i>	<i>1</i>
1.1 Planteamiento de la Investigación	3
1.1.1 Caracterización del Problema	3
1.1.2 Enunciado del Problema	4
1.2 Objetivos de la Investigación	5
1.1.3 Objetivo General	5
1.2.2 Objetivos Específicos	5
1.3 Justificación de la Investigación	5
<i>CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LA LITERATURA</i>	<i>7</i>
2.1 Antecedentes	7
2.1.1 Antecedentes Locales	7
2.1.2 Antecedentes Nacionales	8
2.1.3 Antecedentes Internacionales	10
2.2 Bases Teóricas de la Investigación	11
2.2.1 Definición de servicios	11
2.2.2 Mejora Continua	12
2.2.3 Los círculos de calidad	15
2.3 Marco Conceptual	16
<i>CAPÍTULO III. HIPÓTESIS</i>	<i>19</i>
3.1 Hipótesis General	19
3.2 Hipótesis Específicas	19

<i>CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</i>	20
4.1 Diseño de Investigación	20
4.1.1 Tipo de investigación	20
4.1.2 Nivel de investigación	20
4.2 Población y muestra	20
4.2.1 Población	20
4.2.2 Muestra	21
4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores	22
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	23
4.4.1 Técnicas	23
4.4.2 Instrumentos	23
4.5 Plan de análisis de datos	23
4.6 Matriz de Consistencia	24
4.7 Principios éticos	27
<i>CAPÍTULO V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN</i>	29
5.1 Resultados	29
5.2 Análisis de resultados	45
<i>CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i>	47
6.1 Conclusiones de la investigación	47
6.2 Recomendaciones	48
<i>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</i>	49
<i>ANEXOS</i>	51
1. Cronograma de Actividades	51
2. Presupuesto General	52
3. Instrumentos de recolección de datos	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	22
Tabla 2: Matriz de consistencia de la investigación.....	24
Tabla 3: Edad del propietario de la empresa.....	29
Tabla 4: Sexo del propietario.....	30
Tabla 5: Grado de instrucción.....	31
Tabla 6: ¿La casa de empeño cumple con los requisitos de formalización?.....	32
Tabla 7: ¿Qué beneficios identifica de la formalización?.....	33
Tabla 8: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?.....	34
Tabla 9: ¿La infraestructura cumple con aspectos como accesibilidad y equipamiento?.....	35
Tabla 10: ¿Cuál es el nivel de calidad de gestión de la gerencia?.....	36
Tabla 11: ¿Exhibe misión, visión y valores de la empresa?.....	37
Tabla 12: ¿La empresa ha realizado un estudio de necesidades de sus clientes?.....	38
Tabla 13: ¿La organización ejecuta la práctica de la mejora continua?.....	39
Tabla 14: ¿La empresa ha identificado y estandarizado sus procesos prendarios?.....	40
Tabla 15: ¿Capacita al personal para informar y atender con eficiencia al prestatario?.....	41
Tabla 16: ¿Se comunica con el cliente para ampliar información de productos y atender problemas?.....	42

Tabla 17: ¿La empresa registra el historial del cliente?.....	43
Tabla 18: ¿La gestión se enfoca en cumplir con la promesa de servicio al cliente?.....	44
Tabla 19: Cronograma de Actividades.....	51
Tabla 20: Presupuesto General.....	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Morosidad en el Perú.....	10
Figura 2: Criterio para evaluar los servicios.....	12
Figura 3: Criterio para evaluar mejora continua.....	14
Figura 4: Edad del propietario de la empresa.....	29
Figura 5: Sexo del propietario.....	30
Figura 6: Grado de instrucción.....	31
Figura 7: ¿La casa de empeño cumple con los requisitos de formalización?.....	32
Figura 8: ¿Qué beneficios identifica de la formalización?.....	33
Figura 9: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?.....	34
Figura 10: ¿La infraestructura cumple con aspectos como accesibilidad y equipamiento?.....	35
Figura 11: ¿Cuál es el nivel de calidad de gestión de la gerencia?.....	36
Figura 12: ¿Exhibe misión, visión y valores de la empresa?.....	37
Figura 13: ¿La empresa ha realizado un estudio de necesidades de sus clientes?.....	38
Figura 14: ¿La organización ejecuta la práctica de la mejora continua?.....	39
Figura 15: ¿La empresa ha identificado y estandarizado sus procesos predaarios?.....	40
Figura 16: ¿Capacita al personal para informar y atender con eficiencia al prestatario?.....	41
Figura 17: ¿Se comunica con el cliente para ampliar información de productos y atender problemas?.....	42
Figura 18: ¿La empresa registra el historial del cliente?.....	43
Figura 19: ¿La gestión se enfoca en cumplir con la promesa de servicio al cliente?.....	44

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Las Casas de Empeño son micro y pequeñas empresas que tienen presencia en el distrito de Calleria desde ya hace varios años para brindar el servicio de préstamo de recursos económicos (dinero) con inmediatez a clientes prestatarios, y satisfacer sus necesidades de gastos de diversa índole; prendando o dejando en custodia una joya o un bien en garantía.

La rentabilidad que representa este giro empresarial es alta, el nivel de oferta de créditos prendarios está creciendo, porque la utilidad que deriva de esta actividad tiene pocos riesgos; sobre todo en el sentido de que siempre existe la posibilidad de recuperar por lo menos el préstamo, por ello resulta muy atrayente para nuevos inversionistas incursionar en el ramo del préstamo con garantía prendaria.

Con el desarrollo de esta investigación, cuyo informe final presentamos, se buscó estudiar el nivel de gestión que han alcanzado estos negocios respecto a prácticas de calidad y servicio. Los clientes recurren a las Casas de Empeño por sus servicios voluntariamente, pese a que los intereses son más altos que el sistema

financiero común, existiendo el riesgo probable de perder sus objetos de valor dejados en prenda por garantías; para estos negocios no existe evidencia plena de un interés por brindar un servicio amable.

Las Casas de Empeño gozan de que la mayoría de sus clientes son de bajos recursos económicos, que no tienen muchas posibilidades de ser objeto de créditos formales.

La investigación cumplió con rigor los procedimientos emanados por nuestra casa de estudios, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

1.1 Planteamiento de la Investigación

El sector prendario está representado por mypes que brindan el servicio de préstamos de dinero a personas naturales y jurídicas que lo requieren para diversas actividades, pero con inmediatez, principal característica de las Casas de Empeño.

Estos negocios desde el año 2012 están sujetos en el “Registro de Empresas y Personas que efectúan Operaciones Financieras o de Cambio de Moneda”, según Resolución SBS (Superintendencia de Banca y Seguros) Nro.6338-2012, del 23 de agosto del 2012, sin embargo existe un gran sector que opera en la informalidad.

Esta informalidad es originada en parte por los trámites embarazosos que resultan de buscar identificar al cliente para las entidades bancarias, como por ejemplo antecedentes financieros, historial crediticio y fuentes de ingresos, indagación que pueden tomar más de un día, pero a su vez brindan seguridad y finalmente los préstamos son con intereses menos caros en comparación a las Casas de Empeño, donde la inmediatez de entrega del dinero se soporta en la garantía que otorga el valor del objeto, joya o bien del prestatario.

El propósito de toda economía, es que las mypes -como del sector en estudio- operen bajo un régimen de formalidad, donde la gerencia dirija con aplicación de técnicas de gestión de calidad y orientación al cliente para contribuir con el fortalecimiento de una nueva cultura financiera formal.

1.1.1 Caracterización del Problema

En el distrito de Callería, ciudad de Pucallpa existen mypes del sector prendario, rubro Casas de Empeño, que cubren la demanda local de prestatarios que desean dinero con gran inmediatez. La mayoría se concentra en el Jr. Raymondi

cuadras 4, 5 y 6, formando un clúster (agrupación de empresas del mismo rubro en una misma ubicación geográfica) muy bien acentuados y potenciando la oferta de dinero paralelo al sistema financiero que también están ubicados en esta principal vía.

Estos negocios no brindan mayores comodidades al cliente, más que comunicar las condiciones del contrato prendario y entrega de dinero y a su vez la puesta en custodia del valor prendado como garantía de la operación.

Pese a que los intereses de un préstamo en comparación con el sistema financiero son bastantes altos, esta característica es pasada por alto por los prestatarios, porque las Casas de Empeño facilitan con gran rapidez la entrega del dinero, atributo que es muy valorado por sus clientes, porque muchos de ellos presentan también problemas de historial financiero o no pueden ser objeto de crédito formal.

Por otro lado, las Casas de Empeño formales son supervisadas por la Superintendencia de Banca y Seguros -SBS y la Unidad de Investigación Financiera -UIF, donde existe el compromiso de combatir el lavado de activos o colaboración con el terrorismo, pero no todas han adoptado una mejor disposición hacia una gestión donde se brinde seguridad y satisfacción al cliente y compartir la visión de fortalecer una cultura financiera; queda aún todavía Casas de Empeño informales que tienen un interés de rentabilidad del negocio, que de servicio al cliente.

1.1.2 Enunciado del Problema

¿La gerencia de las mypes del Sector Prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería, que no gestiona con calidad, no cuenta con el soporte para un plan de servicio al cliente eficiente y sostenible?

1.2 Objetivos de la Investigación

1.1.3 Objetivo General

Establecer el nivel de gestión alcanzado por las mypes del sector Prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería respecto a dirección de calidad y aplicación de plan de servicio al cliente.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar el tipo de gestión que se practica en las mypes del sector Prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería.
- Especificar la existencia de un enfoque en atención al cliente del sector Prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería.
- Determinar el nivel de planificación de acciones de servicio al cliente en las mypes del sector Prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería.

1.3 Justificación de la Investigación

La investigación se justifica en aspectos como el social, donde las mypes constituyen el futuro económico y bienestar social de la región y depende en gran medida de la capacidad que tengan los gobiernos de apoyar su desarrollo, para que puedan competir en los mercados domésticos e internacionales y de esta manera generen ingresos para que irrigue los hogares de un gran número de familias en nuestra región.

Asimismo, en el aspecto empresarial, porque se requiere mejorar el nivel de gestión y será con la difusión y practica de las herramientas de calidad, tomando interés en enfocarse en la satisfacción del cliente.

Finalmente, los negocios del rubro Casas de Empeño ubicadas en el distrito de Calleria, Región de Ucayali, constituyen al fin y al cabo en una alternativa de primera mano para las personas que quieren acceder a préstamos de dinero rápido garantizando el mismo con sus prendas de valor, como alternativa al sistema financiero; el cual debe darse en un marco de relación cliente-empresa alturado, con nivel de servicio e información clara.

CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

Para el desarrollo de la investigación, la revisión de estudios e investigaciones realizados con antelación sobre el tema es estudio, ha sido muy valiosa. Se obtuvo información que ayudó a resolver las interrogantes propuestas y alcance de los objetivos planteados.

A continuación, se citan los estudios más relacionados:

2.1.1 Antecedentes Locales

Ucayali Interactiva (2013), "*Datos Generales de la Región Ucayali*", la región Ucayali está situada en la selva centro oriental del territorio peruano en la margen izquierda del río Ucayali, su capital es la ciudad de Pucallpa con una altitud de 154 m.s.n.m. Tiene un área o superficie de 102,411 km²; correspondientes al 7.97% del territorio nacional y está dividido en 4 provincias con 15 distritos. Su temperatura durante el año es variable con un máximo de 32.9°C en agosto, mínima de 18.7°C en julio, se encuentra situada entre las coordenadas siguientes: Latitud Sur 07° 20' 23" / 11° 27' 35" y Latitud Oeste 70° 29' 46" / 75° 58' 08" Limita al norte con el departamento de Loreto, al Sur Cusco y Madre de Dios, al este con la República Federal del Brasil y al Oeste con los departamentos de Huánuco, Pasco y Junín. Tiene una población estimada de 444,619 habitantes, (según el último censo nacional realizado en el año 2007-INEI), caracterizada en su mayoría por inmigrantes de la

costa, sierra y selva alta, que ocupan principalmente áreas adyacentes a la carretera Pucallpa - Lima.

Gobierno Regional de Ucayali (2011), en su “*Plan Operativo Institucional*”, manifiesta que en la Región Ucayali la actividad de las mypes en industria y Pesquería, está considerada como una de las actividades de mayor importancia socioeconómica. La formalización y competitividad, extracción maderera, acuícola y la transformación de los recursos naturales, interrelacionados con la capacitación y la asistencia técnica, constituyen factores importantes para el desarrollo ordenado de la actividad productiva en el corto y mediano plazo.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Resolución SBS Nro.789-2018, (2018), que aprueba la “Norma para la prevención del lavado de activos y del financiamiento del terrorismo aplicable a los sujetos obligados bajo supervisión de la UIF-Perú, en materia de prevención del lavado de activos y del financiamiento del terrorismo, con alcance a:

- Agente Inmobiliario.
- Comercialización de las maquinarias y equipos que se encuentran comprendidos en las Subpartidas nacionales N° 84.29, N° 85.02 y N° 87.01 de la Clasificación Arancelaria Nacional.
- Comercio de joyas, metales preciosos y/o piedras preciosas.
- Empresas Mineras.
- Compraventa de divisas.
- Compraventa de vehículos y embarcaciones.
- Construcción y/o Inmobiliaria.

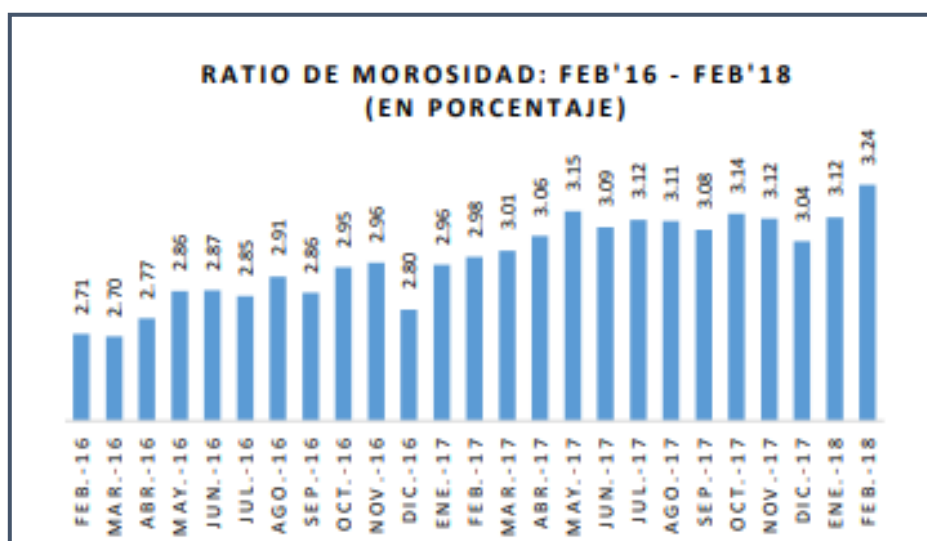
- Comercio de monedas, objetos de arte y sellos postales.
- Compraventa de aeronaves.
- Hipódromos y sus agencias.
- Juegos de lotería y similares.
- Organizaciones sin fines de lucro (OSFL) que recauden, transfieran y desembolsen fondos, recursos u otros activos para fines o propósitos caritativos, religiosos, culturales, educativos, científicos, artísticos, sociales, recreativos o solidarios o para la realización de otro tipo de acciones u obras altruistas o benéficas; y faciliten créditos, microcréditos o cualquier otro tipo de financiamiento económico.
- Préstamo y/o empeño

Esta norma, brinda el marco para que personas naturales y jurídicas cumplan con implementar un sistema acotado de prevención para supervisión de la Unidad de Inteligencia Financiera (UIF), u otras instituciones autorizadas y colaboren también, ante la detección de operaciones sospechosas.

Boletín Mensual Abril 2018 (2018). Contexto Internacional Economía y Banca Peruana, reporte donde se explica una serie de fluctuaciones con la tasa de interés de Estados Unidos, China y Japón y en el ámbito local, se expone que la situación del sistema financiero peruano tiene un gran potencial ante la oportunidad de nuevos mercados, que se reflejan con el aumento de préstamos. Sin embargo, en otra parte del boletín se expone el crecimiento de la morosidad que llega al 3.24% para el mes de febrero 2018, cifra mayor en 0.12 puntos porcentuales frente a enero 2018 y superior en 0.26 puntos porcentuales en comparación a febrero 2017.

Este escenario, favorece que las personas naturales acudan a Casas de Empeño, que contrariamente algunas operan bajo la informalidad y son visitadas por la prontitud al otorgamiento de dinero, sin que sus clientes prevengan por los altos intereses que cobran, más caros que el sistema financiero formal.

Figura 1. Morosidad en el Perú



Fuente: Asbanc

2.1.3 Antecedentes Internacionales

Prajogo y Sohal (2004), la calidad ha sido anunciada como la fuente de la ventaja competitiva durante los años 1980 y 1990, sobre todo cuando las empresas occidentales comenzaron a ver la pérdida de su cuota de mercado frente a sus competidores japoneses. Esta pérdida se ha atribuido principalmente a la calidad inferior en comparación con sus homólogos japoneses. Del mismo modo, la innovación ha sido reconocida como una de las principales fuentes de ventaja competitiva, y la evidencia de la investigación ha mostrado un gran número de empresas que se han beneficiado de la innovación en términos de incremento de ganancias y de participación en el mercado.

2.2 Bases Teóricas de la Investigación

2.2.1 Definición de servicios

Según Fitzsimmons & Fitzsimmons (2008) los servicios son acciones, procesos y rendimientos. Un servicio es una actividad o serie de actividades con alguna, pero no necesariamente, naturaleza intangible. Se desarrolla en la interacción entre clientes y trabajadores en servicios y/o recursos tangibles o bienes, y/o sistemas de proveedores de servicios, los cuales proveen soluciones a las necesidades de los clientes. El autor menciona que otras definiciones incluye toda actividad económica cuyo resultado no es un producto tangible o construcción, es generalmente consumido en el momento que es producido, y provee valor agregado en las formas de (comodidad, atracción, ser oportuno, alivio, salud) que son esencialmente preocupaciones intangibles al momento de realizar una compra. Finalmente, para el autor un servicio es una experiencia intangible temporal realizada para un cliente, actuando en rol de coproductor.

Asimismo, Fitzsimmons & Fitzsimmons (2008) indican que los gestores de servicios tienen dificultades describiendo sus productos, esto se debe, en parte, a la naturaleza intangible de los servicios, pero es la presencia en el proceso de los clientes lo que crea una preocupación en la experiencia total del servicio. Por ejemplo, en un restaurante el ambiente debe ser tan bueno como la comida. En este sentido el paquete de servicios se define como conjunto de bienes y servicios con la información que se proporciona en algún ambiente. Este paquete consta de las siguientes cinco características, que se observan en la Figura 2.

Figura 2: Criterios para evaluar los servicios

Información	Precisión Oportuno Utilidad
Infraestructura	Ubicación y Accesibilidad Decoración del interior (muebles cómodos) Equipamiento Distribución de las instalaciones (flujo de tránsito, esperas, retornos.)
Bienes Facilitadores	Consistencia Cantidad Variedad
Servicios Implícitos	Actitud de Servicio (modales, simpatía) Espera Prestigio Sensación de bienestar Comodidad Privacidad y seguridad Atmósfera (Orden, buena decoración)
Servicios Explícitos	Capacitación del personal de servicio Exhaustividad Consistencia Disponibilidad

Fuente: Fitzsimmons & Fitzsimmons

2.2.2 Mejora Continua

De acuerdo con Bessant & Francis (1999), la mejora continua (MC) puede considerarse una “capacidad dinámica”. En este modelo, la ventaja estratégica no proviene de la tenencia de bienes o de la posición en el mercado de un producto, sino de un conjunto de atributos que se acumulan con el tiempo y que proporciona la base para lograr y mantener la competitividad en un entorno incierto y cambiante. El autor sugiere que la Mejora Continua se define como un proceso donde toda la organización se concentra y sostiene en una innovación incremental, esta representa un elemento importante de capacidad dinámica, desde que ofrece mecanismos mediante los cuales

una alta proporción de la organización puede participar en sus procesos de innovación y aprendizaje.

Su ventaja estratégica es esencialmente un conjunto de rutinas o comportamientos, pero esto también explica por qué se ofrece un considerable potencial competitivo, ya que estos patrones de comportamiento toman tiempo para aprenderse e institucionalizarse, y son difíciles de copiar o transferir. El potencial de la MC para convertirse en un mecanismo que permita el aprendizaje organizacional, está empezando a ser reconocido.

Las organizaciones pueden empezar a definir una estrategia de Mejora Continua desarrollada, teniendo en cuenta los particulares comportamientos que necesitan reforzar u que deben introducir e integrar. Este proceso se apoya en la identificación de típicas barreras y obstáculos para el progreso y por la descripción de particulares facilitadores, recursos y ayudas de diversa índole que pueden facilitar el desarrollo de conductas de Mejora Continua más avanzadas. La transición implica la creación de un enfoque sistemático que proporciona estructuras que permiten el hallazgo de problemas básicos y el comportamiento para resolverlo. Este proceso no se da de un día para otro, sino que implica un considerable aprendizaje y puesta a punto de los mecanismos utilizados para posibilitar el comportamiento de la Mejora Continua.

Estos mecanismos son propensos a incluir:

1. Capacitación en hallazgo de problemas básicos y procesos de solución.
2. Capacitación en herramientas y técnicas de MC básicas;

3. Establecimiento de los mecanismos pertinentes (por ejemplo, círculos de calidad) que promulguen la MC.
4. Desarrollo de un sistema de gestión de ideas para recibir y responder a las ideas.
5. Desarrollo de un sistema de recompensas y reconocimiento apropiado.

Figura 3. Criterios para evaluar Mejora Continua

Nivel	Descripción del Nivel de Mejora Continua (MC)	Desempeño	Práctica
0	No se hace actividades de MC	Sin impacto de la MC	Resolución de problemas al azar.
1	Probando ideas	Efectos mínimos y puntuales sólo algunas mejoras en la moral y la motivación.	La MC se produce cuando ocurre un efecto sobre la curva de aprendizaje, asociado con un nuevo producto o proceso.
2	MC es estructurada y sistemática	Efectos de nivel local y medible de la MC. Efectos de desempeño medibles confinados a Informe Finals que son o no pequeños.	Intentos formales para crear y sostener CI. El uso de un proceso formal para la resolución de problemas. Formación en herramientas básicas de MC. A menudo sistema paralelo a las operaciones.
3	MC es estratégica	Despliegue Política vincula la actividad local y el Informe Final más amplio nivel de metas Seguimiento y medición estratégica que impulsa la mejora en estos temas que se pueden medir en términos de impacto en la "línea de fondo" ± por ejemplo, la reducción de costes, mejora de la calidad, el ahorro de tiempo, etc	Todo lo anterior, más despliegue formal de objetivos estratégicos. Seguimiento y medición de la MC para lograr estos objetivos. En línea con el sistema.
4	Innovación autónoma	Beneficios estratégicos, incluidos los de las principales innovaciones, discontinuos, así como la resolución de problemas incrementales.	Todo lo anterior, además de la responsabilidad de los mecanismos, plazos, etc., la cesión a la unidad de resolución de problemas.
5	Organizaciones de aprendizaje	Capacidad de innovación estratégica para desplegar base de competencia a la ventaja competitiva.	MC como la forma dominante de la vida. Captura automática e intercambio de aprendizaje. Todo el mundo participa activamente en el proceso de innovación. La innovación es incremental y radical.

Fuente: Bessant & Francis (1999)

2.2.3 Los círculos de calidad

Para Deming (1989, p.20) en un resumen de sus 14 puntos para la gestión menciona “... Las personas en investigación, diseño ventas y producción deben trabajar en equipo y poner a todo el personal de la compañía a trabajar para conseguir la transformación. La transformación es tarea de todos.”

Juran (1962,p. 6-21) Los comités de calidad son normalmente creados cuando se presenta y prevalece un problema crónico no resuelto de calidad, este comité puede estar conformado por personas de las áreas de diseño de producto, ventas, planificación de la producción, producción, contabilidad y control de calidad.

Según Palom (1987, p.35,36), los círculos de calidad tienen las siguientes características:

1. Son pequeños grupos de trabajadores que realizan tareas semejantes, y se reúnen para identificar, analizar y solucionar problemas de calidad o productividad en el trabajo.
2. Cuentan con un líder o jefe de equipo respaldado por la organización, cuya misión es transmitir a la dirección propuestas de mejora de los métodos y sistemas de trabajo.
3. No son un programa, sino una nueva forma de trabajo.
4. Se pueden implementar en cualquier tipo de organización.
5. Se reúnen no solo para identificar problemas, sino para encontrar soluciones y trasmitirlas a la dirección de la organización.
6. Es adecuado para aprovechar el potencial creativo e innovador que tienen los trabajadores de una organización.

2.3 Marco Conceptual

Abono:

Es un pago parcial al capital. Esto permite que la deuda se disminuya y se pague menos interés.

Casas de Empeño:

También conocidos como “préstamos pignoraticios”. Suelen ser preferidos por el público debido a que los trámites son más rápidos que los del sector bancario y por ende más cómodo y funcional (Raccanello 2013). En general, los controles que se llevan a cabo se relacionan con una verificación de la identidad del pignorante (persona que recurre al financiamiento) y con la comprobación de la procedencia lícita del objeto a empeñar. Los préstamos son de corto plazo. El pignorante, al vencimiento de cada periodo (generalmente mensual) según lo estipulado por el contrato tiene tres opciones: renovar el préstamo pagando los intereses devengados (refrendar la prenda), recuperar la prenda pagando la deuda correspondiente (capital e intereses) o no pagar, y consecuentemente perder la propiedad del objeto. Cuando un bien en prenda es subastado, o vendido al público, la casa de empeño está obligada a entregar la demasía al pignorante (la diferencia entre el precio de venta y la suma de todos los costos).

Conocer a los clientes:

Se puede conocer a los clientes mediante dos formas; la primera, aplicando herramientas estadísticas para conocer informaciones demográficas y socioeconómicas y la segunda, como personas, es decir, averiguando emociones, gustos, etc.

Contrato de Prenda:

Documento que ampara la operación realizada entre la empresa prestataria y el titular o prestatario.

Comunicación:

Este es uno de los elementos que mantiene a todos -empleados, clientes y proveedores -concentrados en una meta común. La comunicación más efectiva es el contacto directo.

Escuchar a los clientes:

Es producir lo que los clientes quieren, necesitan y valoran.

Empeño:

Operación que se transforma en liquidez inmediata para el titular, a cambio de dejar una prenda en garantía y de firmar un contrato.

Involucramiento:

Este es otro elemento coordinador, que se desprende de una comunicación efectiva y un liderazgo fuerte. Sobra decir que debe instarse a todos los empleados a que participen en el servicio al cliente; es preciso darles las oportunidades para hacerlo y se debe esperar de ellos que acepten su responsabilidad personal para contribuir positivamente en actividades, procesos y entregas de servicio.

Interés Mensual Nominal

Tasas de interés calculada por meses completos independientemente de la fecha en que se realice el empeño o refrendo.

Interés Prendario

Es el porcentaje mensual nominal que se cobra sobre la base del préstamo determinado en el contrato de empeño.

Liderazgo:

Es la actividad individual más importante que transformará el concepto kaizen (mejora continua) en una herramienta de trabajo, pues a través del ejemplo, la inspiración, la motivación, la dedicación y la comunicación de los líderes, una compañía y sus empleados harán la transición a una compañía de mejoramiento continuo.

Préstamo:

Importe en dinero otorgado por la institución, derivado del avalúo practicando sobre la prenda a empeñar.

Riesgo de Crédito:

Posibilidad de pérdida a consecuencia del incumplimiento de las obligaciones por parte del prestatario.

CAPÍTULO III. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis General

Ante la existencia de un mercado financiero de crédito informal, mejorar el nivel de gestión de las mypes del sector Prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería respecto a dirección de calidad y servicio al cliente, acercará a los prestatarios de crédito informal a ser sujetos de créditos de fuentes formales.

3.2 Hipótesis Específicas

- La dirección de las mypes del sector Prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería, con gestión de mejora continua, beneficiará a los clientes prestatarios con servicios normalizados.
- La preparación y aplicación de un plan enfocado en atención al cliente de las mypes del sector Prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería, permitirá brindar al cliente una mejor experiencia de servicio.
- Mejorar el nivel de planificación de servicio al cliente en las mypes del sector Prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería, para proyectar imagen de formalización del sector a sus clientes y conozcan sus ventajas.

CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Diseño de Investigación

El modelo de investigación a aplicar es no experimental, descriptivo, transversal y correlacional.

4.1.1 Tipo de investigación

Cuantitativa. Se utilizó procedimientos estadísticos y de medición para la recolección de datos y la presentación de resultados.

4.1.2 Nivel de investigación

Nivel descriptivo.

4.2 Población y muestra

4.2.1 Población

Incluye las mypes del sector prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería.

Como fuentes de consulta, se ha considerado a:

- Cámara de Comercio de Ucayali
- Municipalidad Provincial de Coronel Portillo
- Sunat
- Asbanc (Asociación de Bancos del Perú).

Producto de la investigación, se determinó que la población la constituyen 8 mypes de Casas de Empeño.

4.2.2 Muestra

Con la determinación que la población es de 8 mypes, la investigación no requiere de aplicar una fórmula estadística para conocer el tamaño de la muestra, por tal motivo, se trabajará con el 100% de la población, por la facilidad que representa la fácil accesibilidad a estos negocios.

4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Tabla 1. Definición y Operacionalización de variables e indicadores.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL: INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de Calidad	Planear y gerenciar para el mejoramiento continuado del sistema de calidad, incluyendo el uso de la política de calidad, objetivos y los datos sobre el desempeño de la calidad.	Plan de Calidad	- ¿Su empresa cuenta con un plan de calidad? - ¿La gerencia conoce de gestión de calidad?	Nominal
		Procesos Estandarizados	- ¿Ha identificados y estandarizados sus principales procesos?	Nominal
		Misión, Visión, Valores	- ¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?	Nominal
Enfoque en el cliente	Es la identificación de los requerimientos de los clientes y la medición de su satisfacción, obedece a un proceso metodológico con una secuencia de pasos.	Nivel de Servicio	-¿Las instalaciones y organización, facilitan la realización de los servicios ofrecidos?	Nominal
		Capacitación	- ¿Capacita y evalúa al personal para brindar un buen servicio?	Nominal
		Servicio al cliente	- ¿Brinda información oportuna a sus clientes? - ¿Recoge sugerencias y atiende reclamos del cliente?	Nominal

Fuente: Elaborado por el tesista Juan Utia

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1 Técnicas

Se aplicaron las siguientes técnicas:

Trabajo de Campo, observación, entrevistas y encuesta para la obtención de los datos necesarios a la investigación.

4.4.2 Instrumentos

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

4.5 Plan de análisis de datos

Los datos recolectados en la investigación fueron tratados bajo el análisis descriptivo.

La tabulación se realizó en el programa IBM SPSS STATISTICS versión 22 exclusivo para estadística e investigación.

4.6 Matriz de Consistencia

Tabla 2. Matriz de consistencia de la investigación.

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
¿La gerencia de las mypes del Sector Prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería, que no gestiona con calidad, no cuenta con el soporte para un plan de servicio al cliente eficiente y sostenible?	<p>Objetivo General</p> <p>Establecer el nivel de gestión alcanzado por las mypes del sector Prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería respecto a dirección de calidad y aplicación de plan de servicio al cliente.</p> <p>Objetivo Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diagnosticar el tipo de gestión que se practica en las mypes del sector 	<p>Variable Dependiente Atención al cliente</p> <p>Variable Independiente Gestión de Calidad</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Ante la existencia de un mercado financiero de crédito informal, mejorar el nivel de gestión de las mypes del sector Prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería respecto a dirección de calidad y servicio al cliente, acercará a los prestatarios de crédito informal a ser sujetos de créditos de fuentes formales.</p>	<p>Tipo de Investigación: Cuantitativa.</p> <p>Nivel de Investigación: Descriptivo.</p> <p>Diseño de la Investigación: -No experimental, descriptivo, transversal,</p>	<p>Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Observación - Trabajo de Campo - Entrevista - Encuesta <p>Fuentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cámara de Comercio -Municipalidad Provincial de Coronel Portillo -Sunat -Asbanc

	<p>Prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Especificar la existencia de un enfoque en atención al cliente del sector Prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería. - Determinar el nivel de planificación de acciones de servicio al cliente en las mypes del sector Prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería. 		<p style="text-align: center;">Hipótesis Específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> - La dirección de las mypes del sector Prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería, con gestión de mejora continua, beneficiará a los clientes prestatarios con servicios normalizados. - La preparación y aplicación de un plan enfocado en atención al cliente de las mypes del sector Prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería, permitirá brindar al 	<p>correlacional.</p>	<p style="text-align: center;">Instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario <p style="text-align: center;">Población</p> <p>A determinarse según consulta a fuentes indicadas.</p> <p style="text-align: center;">Muestra</p> <p>Según la prueba estadística que se aplique.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>cliente una mejor experiencia de servicio.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar el nivel de planificación de servicio al cliente en las mypes del sector Prendario, rubro Casas de Empeño del distrito de Callería, para proyectar imagen de formalización del sector a sus clientes y conozcan sus ventajas. 		
--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Fuente: Elaborado por el tesista Juan Utia.

4.7 Principios éticos

Referente a la ética de la investigación, extraemos del Informe Belmont (1979) “Principios y Guías Éticos para la protección de los sujetos humanos de investigación: Comisión Nacional para la Protección de los Sujetos Humanos de Investigación Biomédica y del Comportamiento”.

Se señalan tres relevantes para la investigación: la beneficencia, el respeto de las personas y la justicia.

- **Beneficencia**

Este principio establece que tratar a las personas de una manera ética implica no sólo respetar sus decisiones y protegerlas de daños, sino también procurar su bienestar. El término beneficencia no hay que entenderlo como bondad o caridad añadida, sino, en un sentido más fuerte, como obligación. Dos exigencias complementarias explican este principio en la práctica: no hacer daño a las personas, y procurarles el máximo de beneficios y el mínimo posible de daños. El dilema que se plantea en determinadas ocasiones consiste en decidir cuándo se justifica buscar ciertos beneficios a pesar de los riesgos posibles, y cuándo debe renunciarse a estos beneficios por los daños que también se producirán.

- **Respeto por las personas**

Dentro del respeto de las personas, incluyen dos convicciones: la primera es que los individuos deben ser tratados como agentes autónomos, y la segunda, que las personas con una autonomía mermada están sujetas a protección, específicamente a su privacidad.

- **Justicia**

Este principio general se refiere a que se exige el derecho a un trato de equidad. Por ejemplo, la selección de sujetos de investigación necesita ser examinada cuidadosamente para determinar si algunas clases sociales (pacientes de beneficencia, minorías raciales o étnicas particulares o personas confinadas a instituciones) están siendo seleccionadas sistemáticamente, simplemente por estar disponibles fácilmente, estar en situación comprometida o por su fácil manipulación, en lugar de ser seleccionadas por razones directamente relacionadas con el problema de estudio.

CAPÍTULO V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Resultados

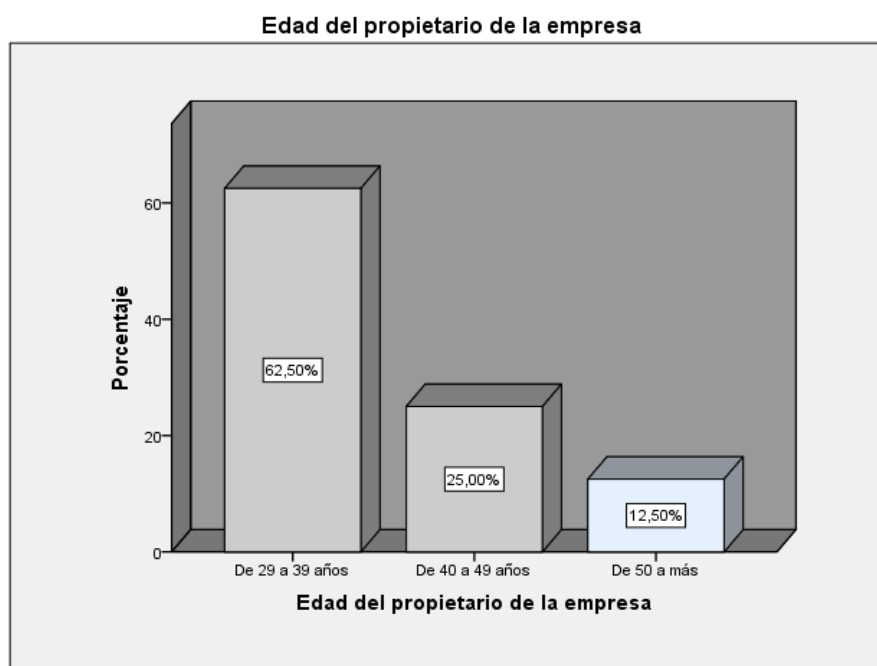
A. Del Perfil del Microempresario:

TABLA 3

		Edad del propietario de la empresa			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 29 a 39 años	5	62,5	62,5	62,5
	De 40 a 49 años	2	25,0	25,0	87,5
	De 50 a más	1	12,5	12,5	100,0
Total		8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 4



Elaborado por Juan Utia

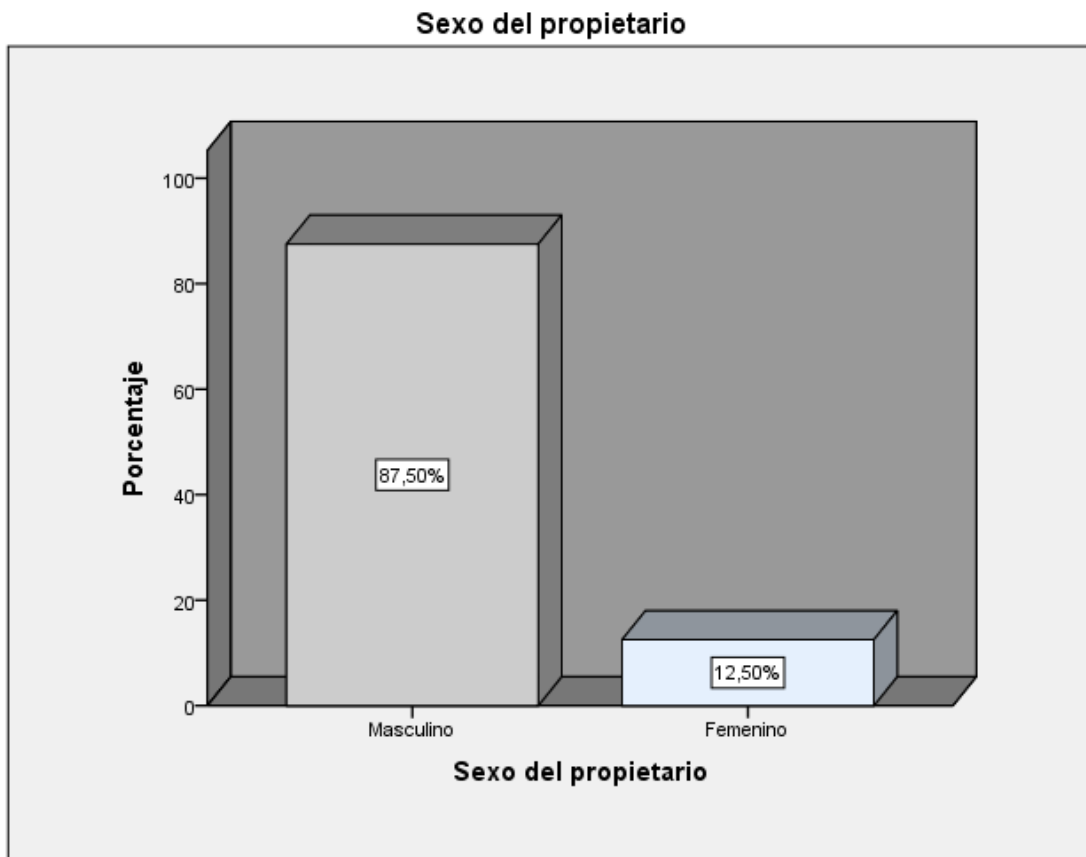
INTERPRETACIÓN: Los propietarios de las mypes en estudio, se caracterizan, porque en su mayoría están en el rango de 29 a 39 años de edad (62,5%), seguido de propietarios adultos de 40 a 49 años de edad (25,0%), mientras que el 12,5% son “de 50 a más años”.

TABLA 4

		Sexo del propietario			Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válido	Masculino	7	87,5	87,5	87,5
	Femenino	1	12,5	12,5	100,0
Total		8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 5



Elaborado por Juan Utia

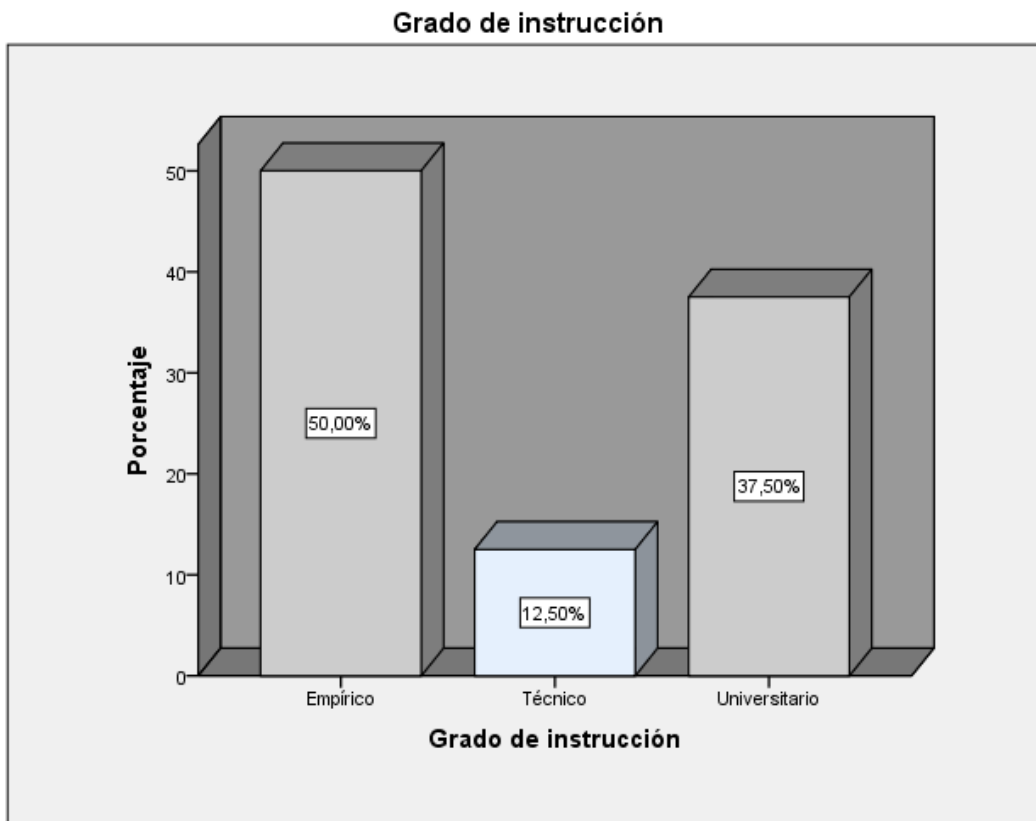
INTERPRETACIÓN: Los resultados obtenidos de la investigación, indica que el 87,5% de los propietarios son de sexo Masculino, y un 12,5% del sexo femenino.

TABLA 5

		Grado de instrucción			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Empírico	4	50,0	50,0	50,0
	Técnico	1	12,5	12,5	62,5
	Universitario	3	37,5	37,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 6



Elaborado por Juan Utia

INTERPRETACIÓN: Según la investigación, el 50,0% de los propietarios de las mypes en estudio son empíricos; con grado “universitario” 37,5%, y técnico 12,5%.

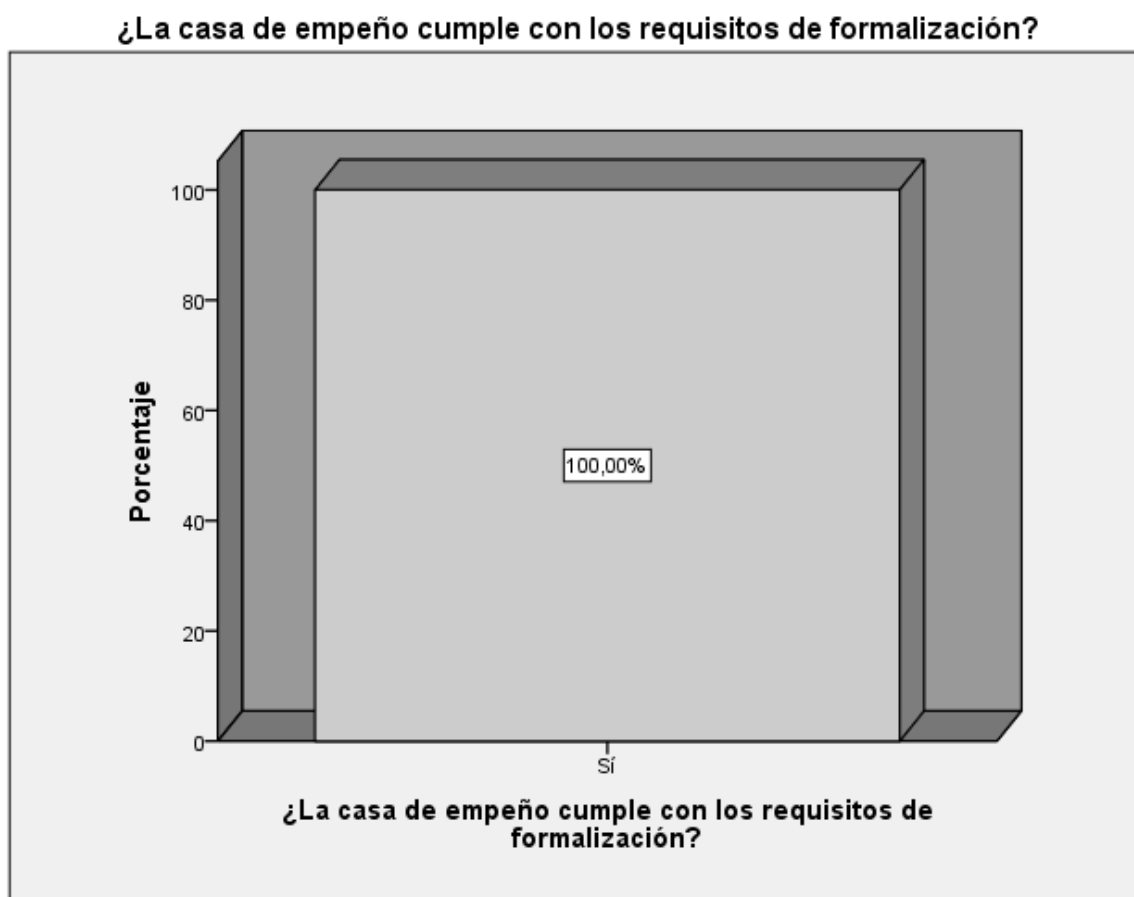
TABLA 6

¿La casa de empeño cumple con los requisitos de formalización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	8	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 7



Elaborado por Juan Utia

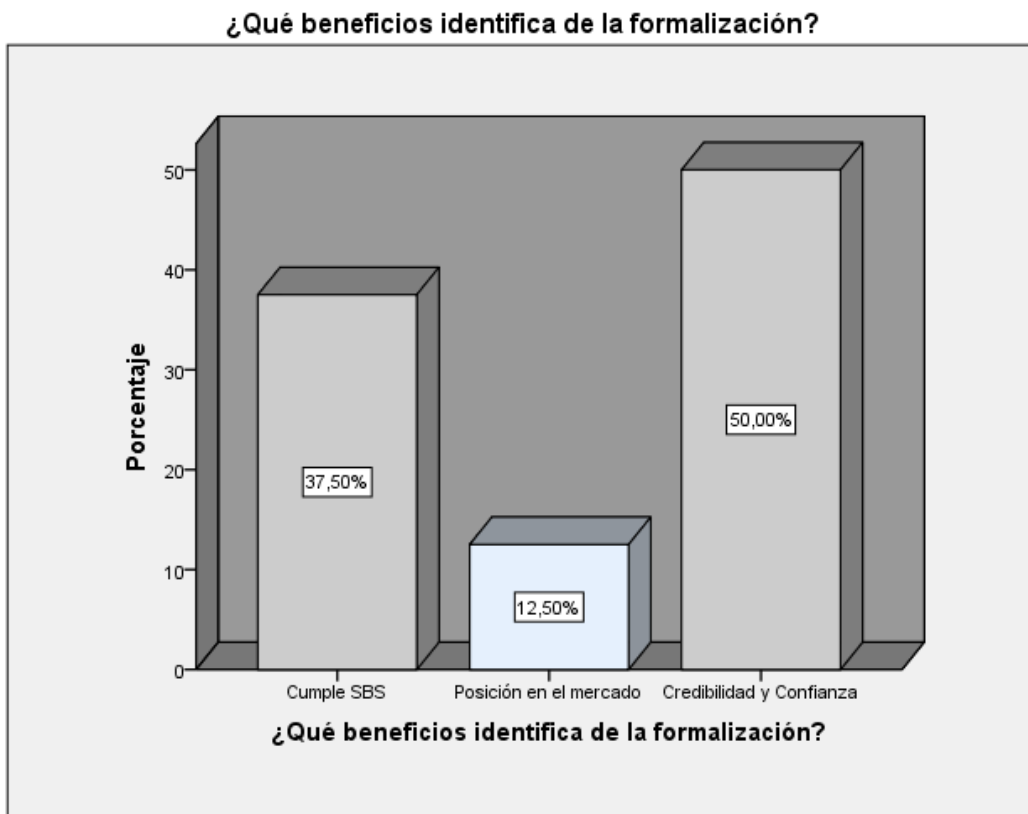
INTERPRETACIÓN: Producto de la investigación, se confirma que el 100.0% de las Casas de Empeño cumple con los requisitos de formalización.

TABLA 7

		¿Qué beneficios identifica de la formalización?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cumple SBS	3	37,5	37,5	37,5
	Posición en el mercado	1	12,5	12,5	50,0
	Credibilidad y Confianza	4	50,0	50,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 8



Elaborado por Juan Utia

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a la investigación, son dos los principales: “Credibilidad y Confianza” 50,0% y “Cumple con la SBS” 37,5%. “Posición en el mercado” 12,5%.

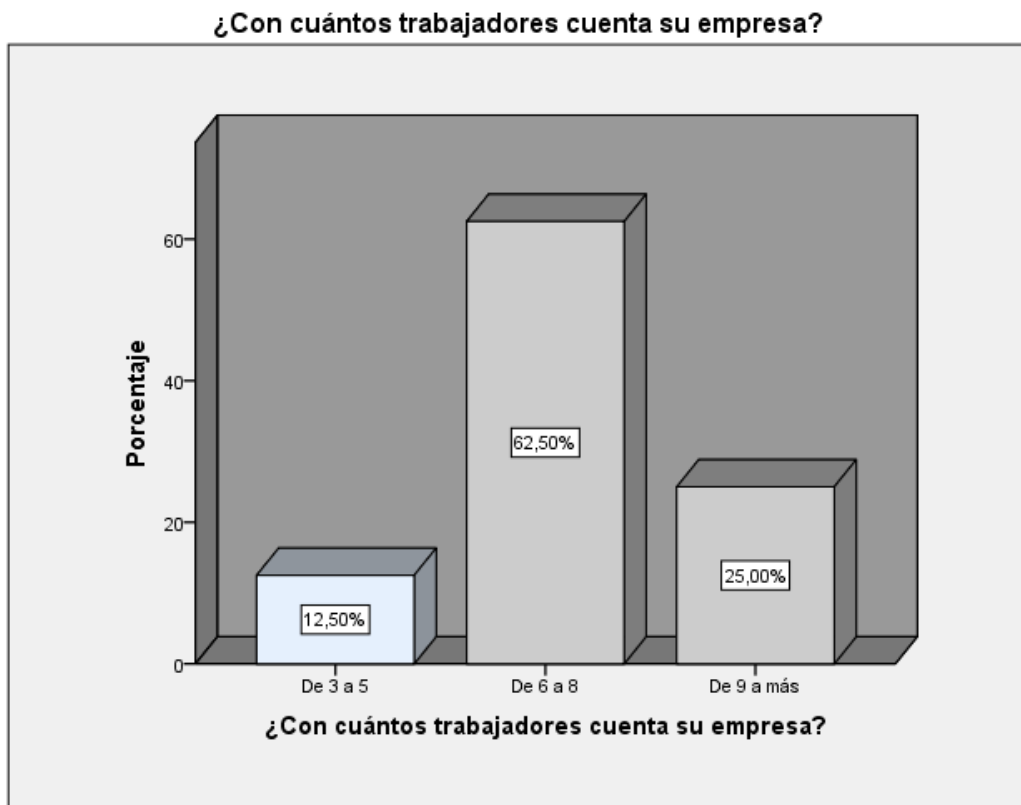
TABLA 8

¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 3 a 5	1	12,5	12,5	12,5
	De 6 a 8	5	62,5	62,5	75,0
	De 9 a más	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 9



Elaborado por Juan Utia

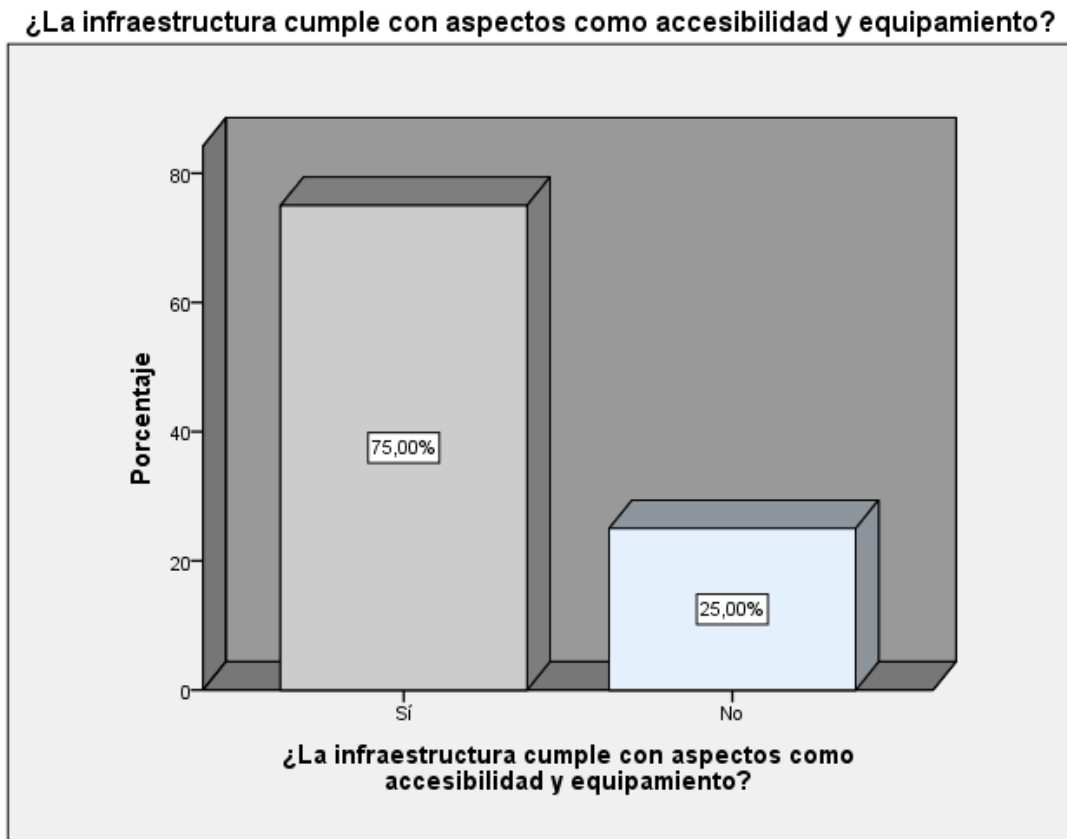
INTERPRETACIÓN: La mayoría (62,5%) de las mypes tienen entre 6 a 8 trabajadores. Son negocios que brindan empleo a la comunidad.

TABLA 9

		¿La infraestructura cumple con aspectos como accesibilidad y equipamiento?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	6	75,0	75,0	75,0
	No	2	25,0	25,0	100,0
Total		8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 10



Elaborado por Juan Utia

INTERPRETACIÓN: Según la investigación a las mypes, el 75,0% de la mypes cuenta con una infraestructura que cumple con aspectos como accesibilidad, equipamiento y facilidad a los clientes.

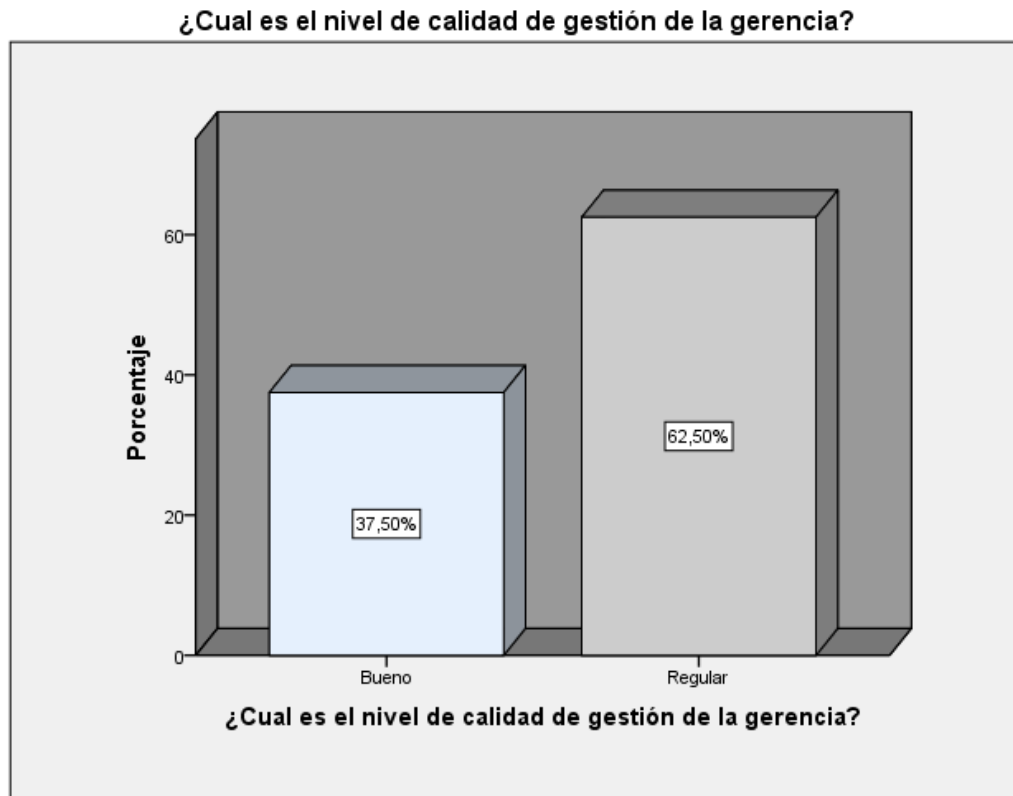
TABLA 10

¿Cuál es el nivel de calidad de gestión de la gerencia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bueno	3	37,5	37,5	37,5
Regular	5	62,5	62,5	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 11



Elaborado por Juan Utia

INTERPRETACIÓN: Según la investigación a los propietarios, manifiestan que las mypes tienen como nivel de calidad de gestión “Regular” (62,5%) y “Bueno” (37,5%).

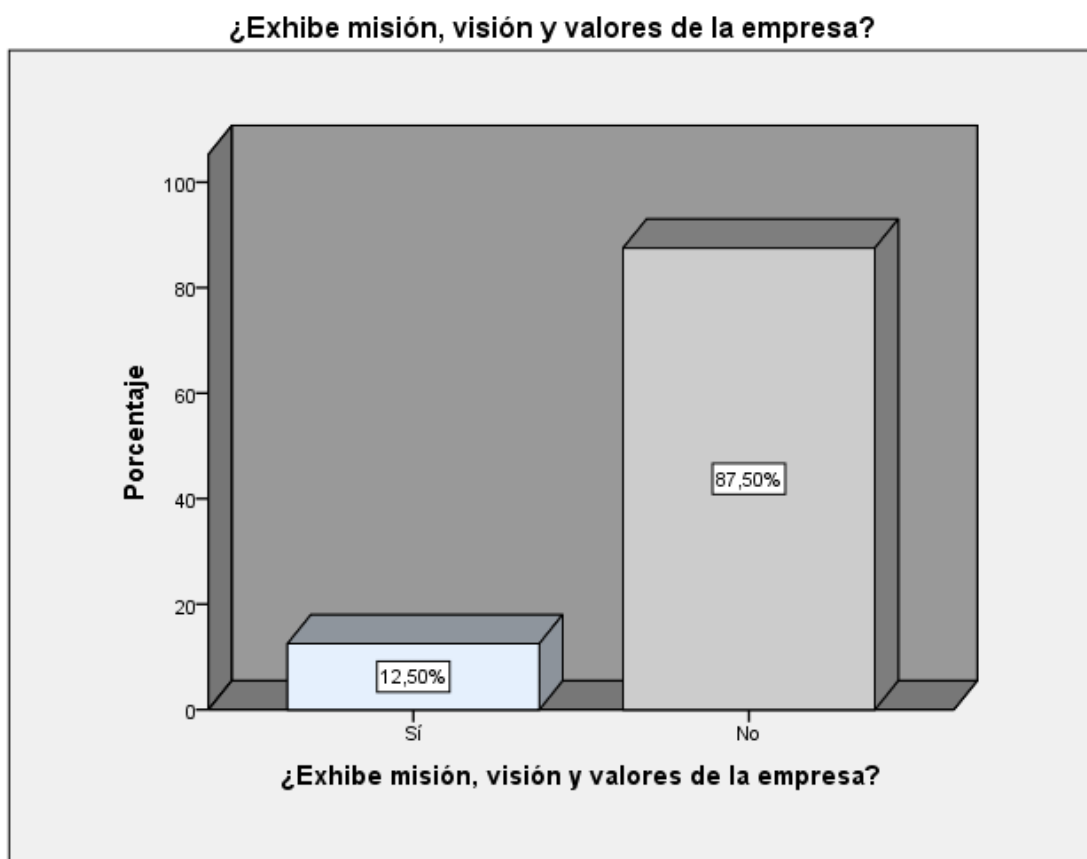
TABLA 11

¿Exhibe misión, visión y valores de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	1	12,5	12,5	12,5
	No	7	87,5	87,5	100,0
Total		8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 12



Elaborado por Juan Utia

INTERPRETACIÓN: La investigación a la gestión de las mypes indican que en su mayoría (87,5%) no exhiben la misión, visión y valores de la empresa.

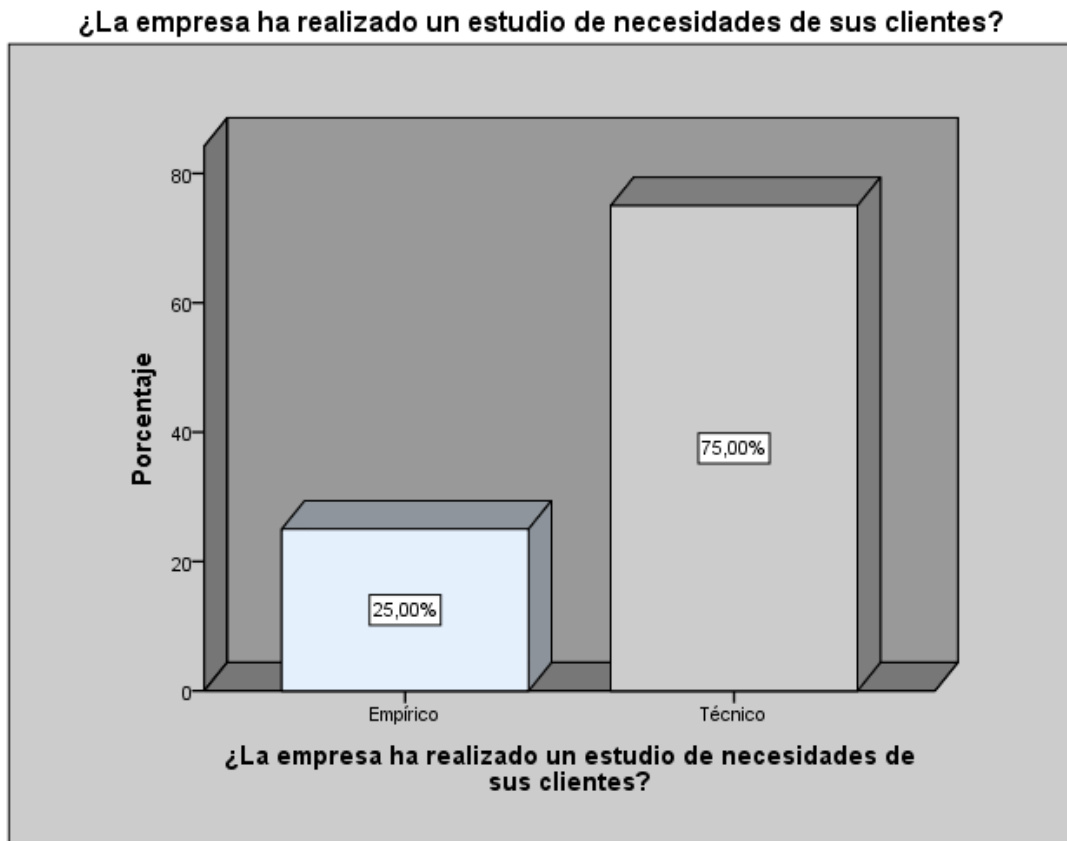
TABLA 12

¿La empresa ha realizado un estudio de necesidades de sus clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Empírico	2	25,0	25,0	25,0
	Técnico	6	75,0	75,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 13



Elaborado por Juan Utia

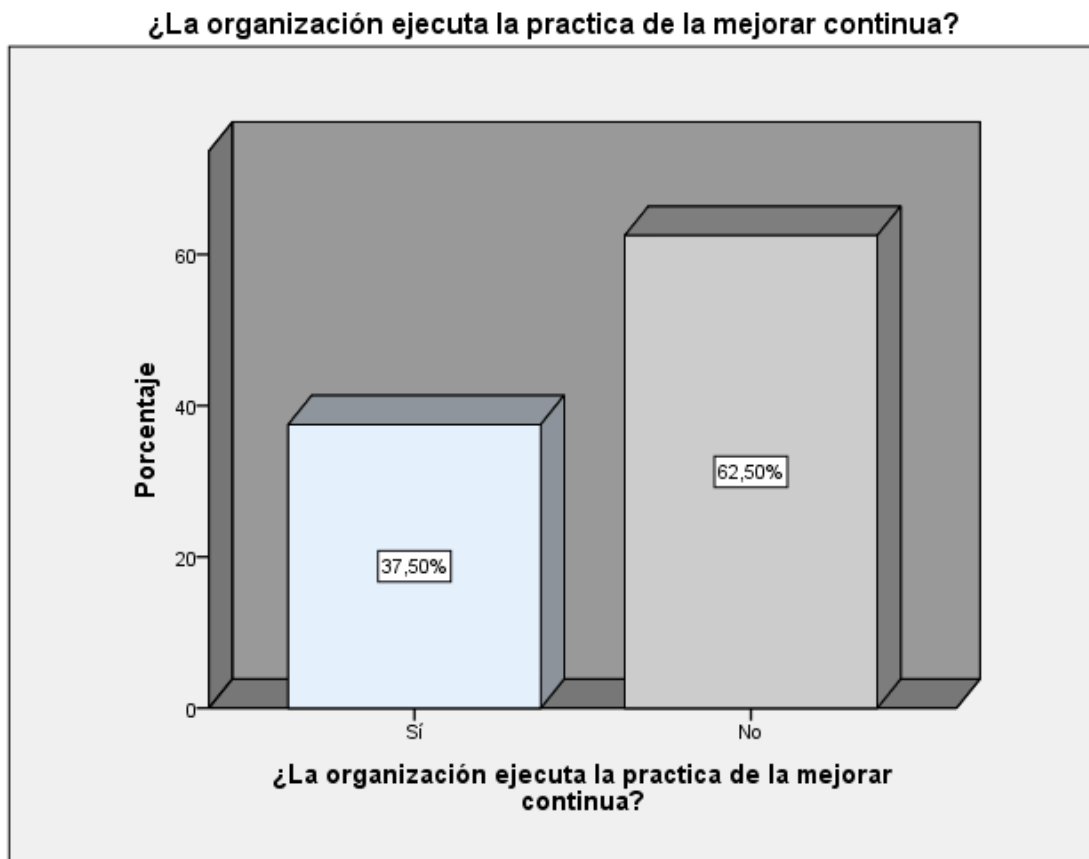
INTERPRETACIÓN: La investigación indica que las mypes ha realizado un estudio de necesidades de sus clientes de procedencia: “Técnica” 75,0%; y “Empírica” 25,0%.

TABLA 13

		¿La organización ejecuta la práctica de la mejorar continua?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	3	37,5	37,5	37,5
	No	5	62,5	62,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 14



Elaborado por Juan Utia

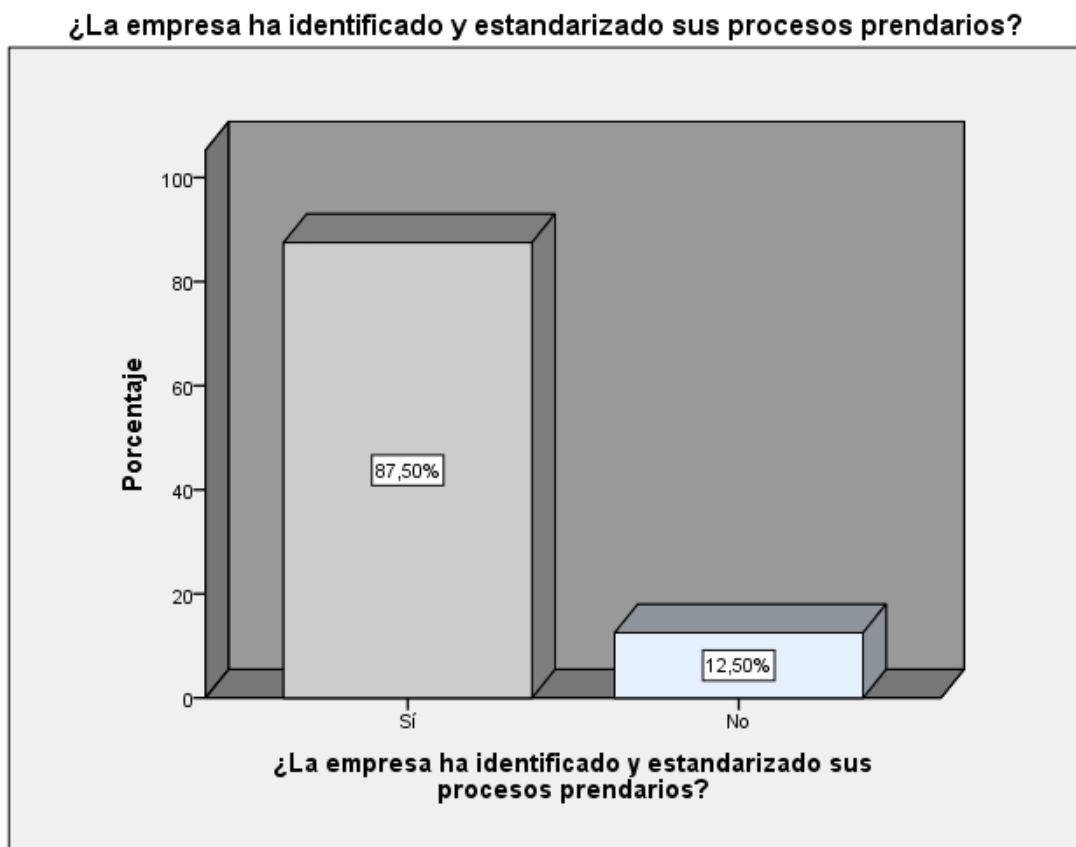
INTERPRETACIÓN: En su mayoría, la organización de las mypes de Casas de Cambio, no ejecuta la práctica de la mejora continua (62,5%).

TABLA 14

		¿La empresa ha identificado y estandarizado sus procesos preda-rios?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	7	87,5	87,5	87,5
	No	1	12,5	12,5	100,0
Total		8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 15



Elaborado por Juan Utia

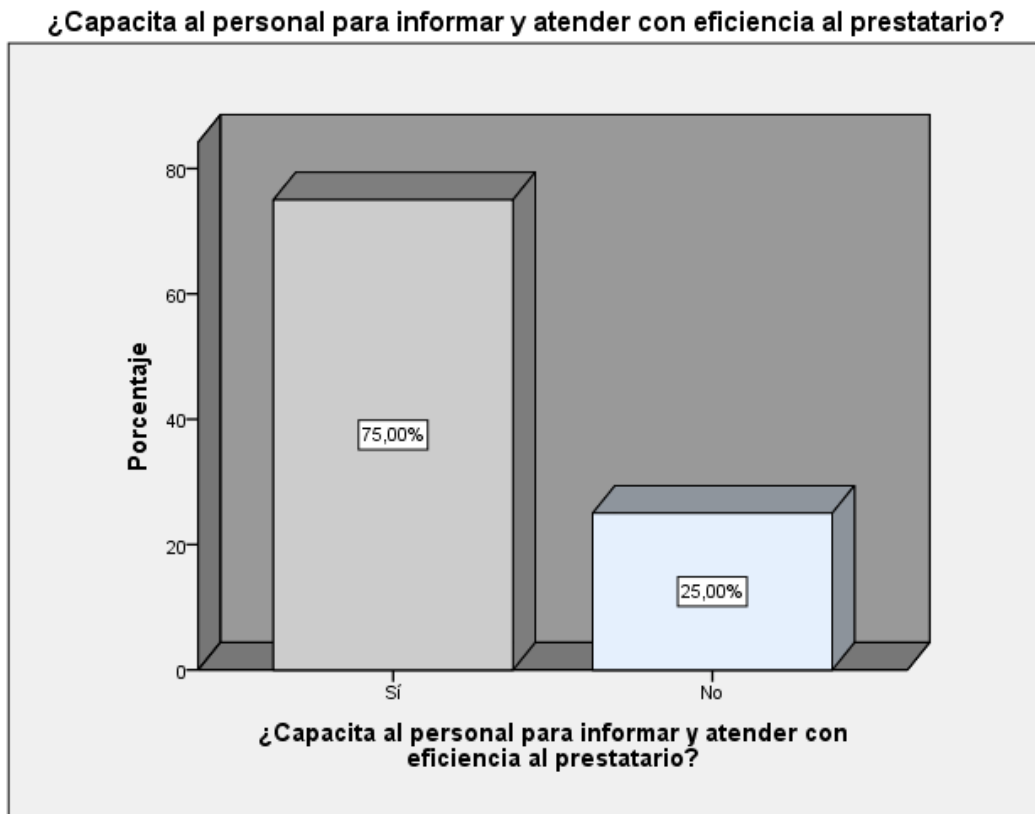
INTERPRETACIÓN: La investigación realizada indica que las mypes en estudio si han identificado y estandarizado sus procesos preda-rios un 87,5%.

TABLA 15

		¿Capacita al personal para informar y atender con eficiencia al prestatario?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	6	75,0	75,0	75,0
	No	2	25,0	25,0	100,0
Total		8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 16



Elaborado por Juan Utia

INTERPRETACIÓN: Según los datos obtenidos, los propietarios capacitan a su personal para informar y atender con eficacia al prestatario (75,0%),

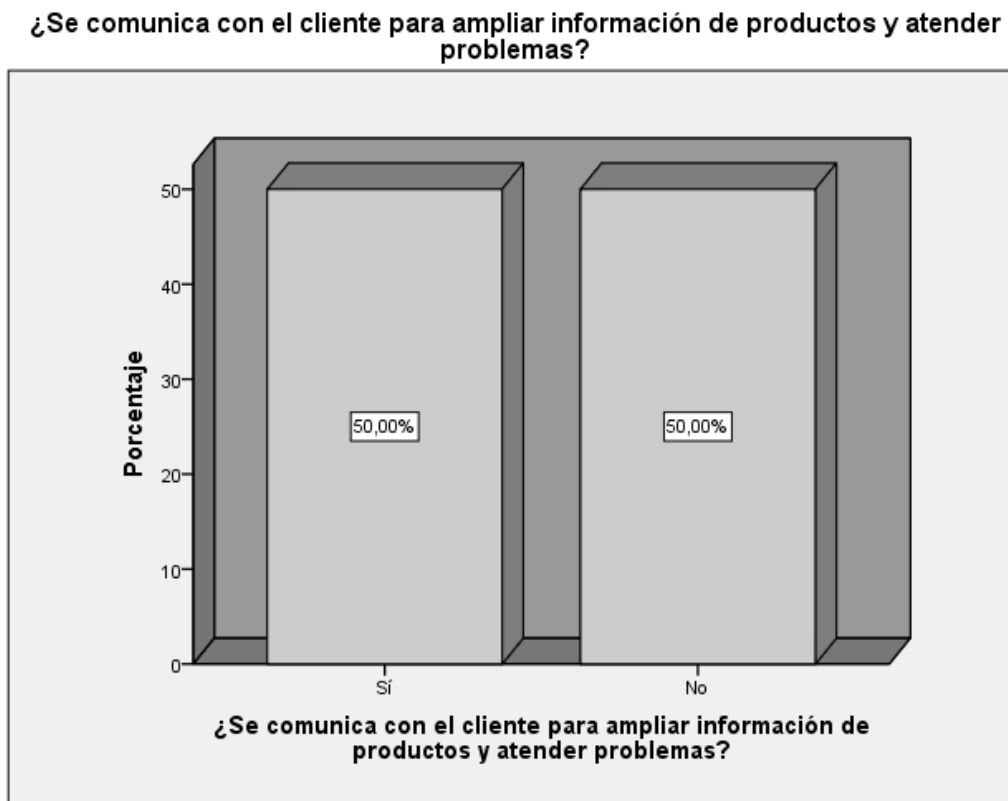
TABLA 16

¿Se comunica con el cliente para ampliar información de productos y atender problemas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Sí	4	50,0	50,0	50,0
No	4	50,0	50,0	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 17



Elaborado por Juan Utia

INTERPRETACIÓN: Las encuestas realizadas a los propietarios indican que solo el 50,0% de las mypes si se comunica con el cliente para ampliar información o atender problemas. Lo cual constituye una debilidad en el sector.

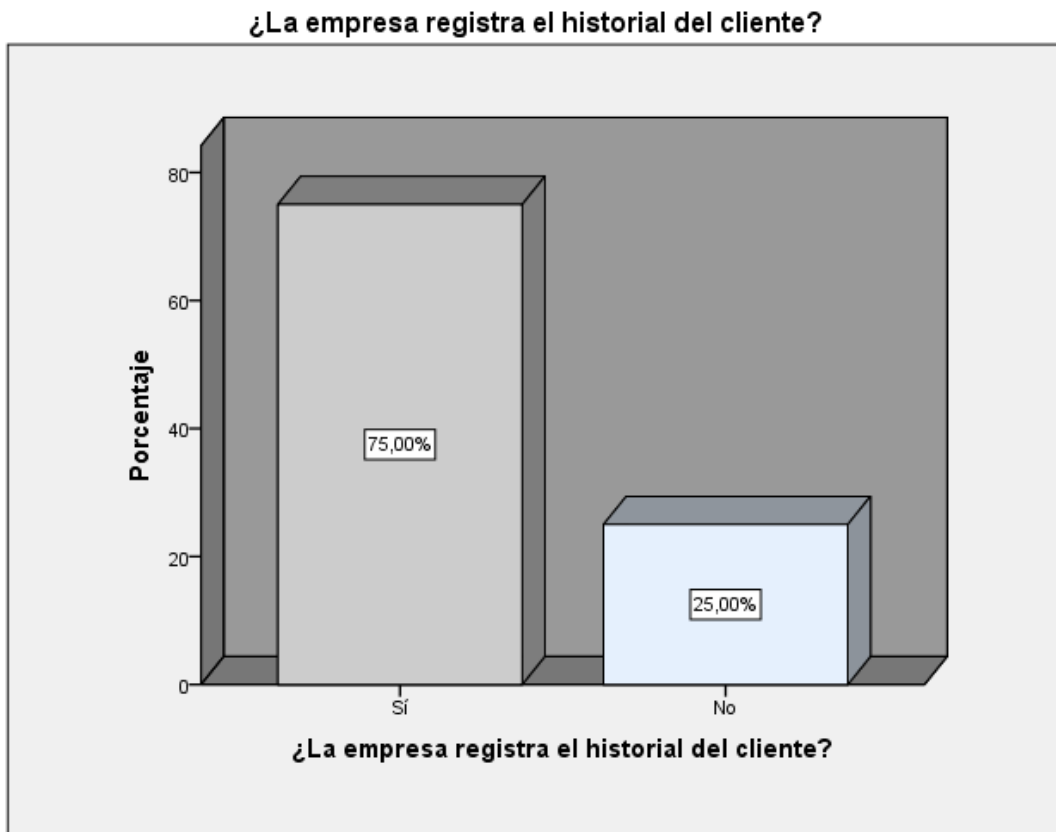
TABLA 17

¿La empresa registra el historial del cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	6	75,0	75,0	75,0
	No	2	25,0	25,0	100,0
Total		8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 18



Elaborado por Juan Utia

INTERPRETACIÓN: La investigación nos indica que el 75,0% de las Casas de Cambio registra un historial del cliente. La acción como parte de sus procesos.

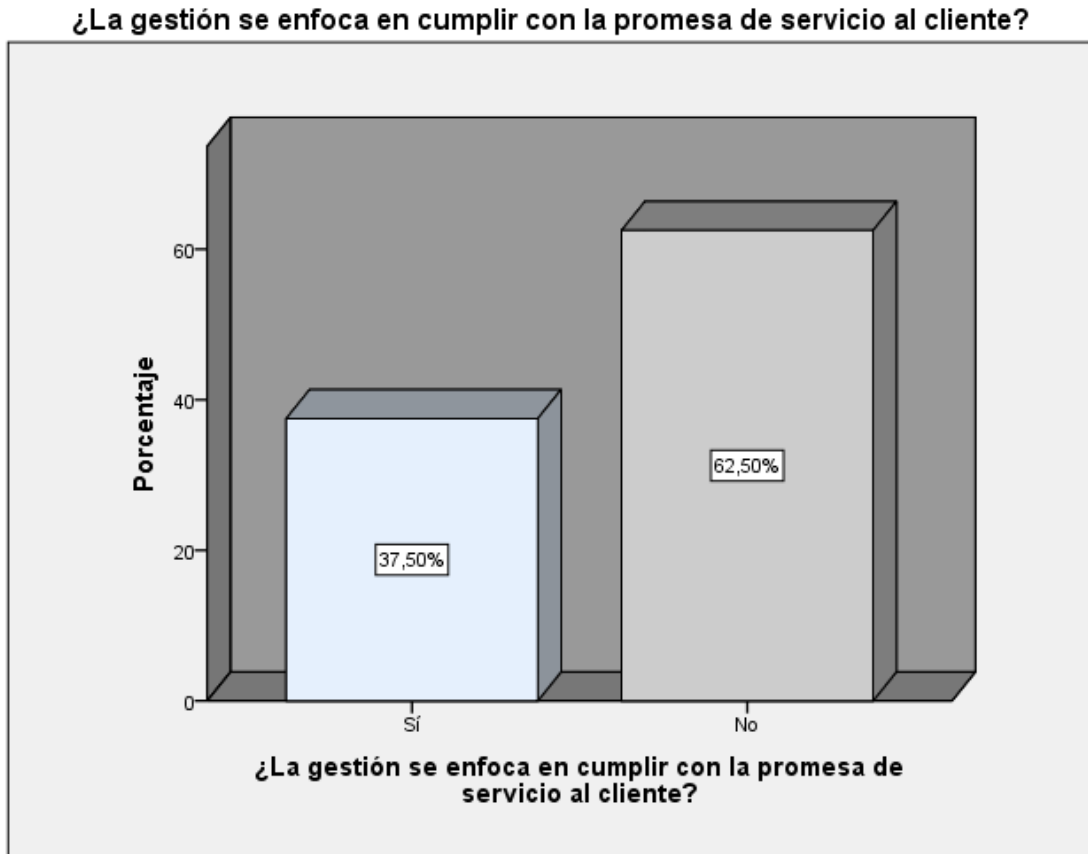
TABLA 18

¿La gestión se enfoca en cumplir con la promesa de servicio al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	3	37,5	37,5	37,5
	No	5	62,5	62,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 19



Elaborado por Juan Utia

INTERPRETACIÓN: Los resultados nos indican que el 62,5% de la gestión no se enfoca en cumplir con la promesa del cliente. Representa una debilidad que debe ser revertida.

5.2 Análisis de resultados

Las mypes de “Casas de Empeño”, reúnen una serie de características muy singulares en sus operaciones:

- Contrato de Servicios
- Comercializan dinero
- Intereses y plazos
- Custodia: objetos de valor
- Prendas en Garantía
- Valorización de Bienes
- Plazo de contrato o vigencia
- Penalidades
- Enajenación.

Justamente, estas características son la diferencia frente a otros negocios y que obliga a ser documentadas. Pero hay una gestión muy particular y estratégica que han sabido identificar y explotar, que es la *necesidad inmediata de dinero*, que motiva a que el cliente acuda voluntariamente, aún con poco conocimiento de las condiciones de préstamo, las cuales no puede evaluar por motivos emocionales y acceda a dejar algún valor en prenda a cambio del préstamo.

Este análisis frente a una importante capacidad económica, permite a las mypes de “Casa de Empeño” esperar a que el cliente acuda sin mayor planificación o acciones de venta, centrando sus prioridades en generar rentabilidad.

Por esta razón, las “Casas de Empeño” priorizan más en resultados económicos, prescindiendo de estrategias de satisfacción al cliente.

La ciudad de Pucallpa, es una ciudad cosmopolita con una población de más de 500,000 habitantes según el INEI, que da apertura a un gran movimiento comercial, tal como lo indica el estudio de “Ucayali Interactiva (2013), “*Datos Generales de la Región Ucayali*”, esta dimensión del mercado justifica la presencia de las “Casas de Empeño”.

Asimismo, cumplen con la formalización, como la **Resolución SBS (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP) Nro.789-2018, (2018)**, que aprueba la “Norma para la prevención del lavado de activos y del financiamiento del terrorismo” que supervisa a entidades que recauden, transfieran y desembolsen fondos, recursos u otros activos para fines o propósitos caritativos, religiosos, culturales, educativos, científicos, artísticos, sociales, recreativos o solidarios o para la realización de otro tipo de acciones u obras altruistas o benéficas; y faciliten créditos, microcréditos o cualquier otro tipo de financiamiento económico.

Finalmente, citamos el último **Boletín Mensual Abril 2018 (2018) de la SBS** sobre el Contexto Internacional Economía y Banca Peruana, donde en un apartado se expone el crecimiento de la morosidad al Sistema Financiero que llega al 3.24% para el mes de febrero 2018, cifra mayor en 0.12 puntos porcentuales frente a enero 2018 y superior en 0.26 puntos porcentuales en comparación a febrero 2017. Este escenario, favorece que las personas naturales acudan a Casas de Empeño, pese a que algunas operan bajo la informalidad y son visitadas por la prontitud al otorgamiento de dinero, sin que sus clientes prevengan por los altos intereses que cobran, más caros que el sistema financiero formal.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones de la investigación

El análisis de la información recogida en las encuestas, entrevista con los propietarios de las mypes de Casas de Empeños y la revisión de la bibliografía citada, nos permite brindar las siguientes conclusiones:

- Los propietarios en su mayoría son jóvenes-adultos, sin preparación académica.
- Está formalizados y son supervisados por la SBS(Superintendencia de Banca, Seguros y AFP) y la UIF (Unidad de Investigación Financiera). Las Casas de Empeño, también consideran que la formalización les permite proyectar “Credibilidad y Confianza” al cliente.
- Son microempresas que tiene un nivel de gestión por mejorar. No se administran con técnicas de calidad. No se practica en la organización la filosofía de la mejora continua.
- La transacción de préstamo de dinero bajo prenda de valor, es su operación principal y está estandarizada y documentada.
- El propósito de generar rentabilidad se superpone a la de servicio al cliente. Sus procesos garantizan operaciones eficaces a fin de evitar contingencias con el cliente. Se soportan en la capacitación específica que reciben sus trabajadores.
- No existe plan de servicio al cliente.

6.2 Recomendaciones

Formulamos las siguientes propuestas:

- Las mypes de “Casas de Empeño” son negocios con proyección a crecer por el flujo de dinero que manejan. Esta ventaja debe ser canalizada con una gestión técnica que le brinde sostenibilidad.

- La gerencia debe integrar al cliente en sus intereses.

- Progresivamente, se debe aplicar un plan de mejora considerando al cliente como objetivo del negocio.

- Reinventar nuevos servicios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asbanc (2018). Boletín Mensual, abril 2018. Gerencia de Estudios Económicos. Contexto internacional economía y banca peruana. Recuperado de http://www.asbanc.com.pe/Publicaciones/Bolet%C3%ADn%20mensual_Abril2018.pdf

Belmont, (1979). Informe Belmont Principios y Guías Éticos para la protección de los sujetos humanos de investigación comisión nacional para la Protección De Los Sujetos Humanos De Investigación Biomédica y del Comportamiento. Recuperado de <http://www.bioeticayderecho.ub.edu/archivos/norm/InformeBelmont.pdf>.

Escorsa, Pere y VALLS, Jaume. 2003. Tecnología e Innovación en la empresa. Barcelona: Ediciones UPC.

Greenberg, Paul. CRM. Gestión de Relaciones con los Clientes.

Hernández, R.; Fernández, C. y Batista, P. (2010). Metodología de la Investigación. Mexico: McGraw-Hill.

Horovitz, J. y Panak, M. (1993). La Satisfacción total del Cliente. McGRAW-HILL Interamericana de España.

Lovelock, C. (1997). Mercadotecnia de Servicios. 3ª edición. Prentice-Hall.

Ley N° 27693, Ley que crea la Unidad de Inteligencia Financiera del Perú y sus modificatorias

Palacio Gonzáles, Rubén Darío. Técnicas del Servicio al Cliente. Cali, Colombia, 1995.

Porras (2013). Implantación del Sistema de Gestión de la Calidad en las Instituciones Públicas de Educación Preescolar, Básica y Media del Municipio de Villavicencio (Colombia). Estudio de Casos Múltiples. Tesis Doctoral. Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) – Facultad de Educación - Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación - España.

Rivera, José Pablo. El rol de la satisfacción del cliente en el proceso de calidad total. CSM Latin América Inc. 1995.

Selden, L. (2006) Gestión de la innovación centrada en el cliente. Harvard Business Review.27

FUENTES DE INTERNET CONSULTADAS:

- www.sbs.gob.pe
- www.asbanc.com.pe
- www.sunat.gob.pe

ANEXOS

1. Cronograma de Actividades

Tabla 19

CRONOGRAMA DE AVANCE	2017								2018												
	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Se realizó el asesoramiento del docente para la realización del Informe Final de investigación.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Identificación de las variables.	X	X																			
Determinación del sector y rubro a estudiar.			X	X																	
Título del Informe Final de investigación.					X																
Elaboración de Planteamiento de la investigación.						X	X	X													
Elaboración del Marco Teórico y conceptual.								X	X	X											
Elaboración de Metodología de la investigación.									X	X											
Presentación de Informe Finals de Investigación.										X	X										
Elaboración de Encuestas, tabulación, gráficos.											X	X									
Discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones.												X	X								
Revisión de referencias bibliográficas, APA.												X	X								
Presentación del informe final de investigación.												X	X								
Revisión del turnitin.														X	X						
Elaboración de Artículo científico y diapositivas.															X	X					
Sustentación del informe final de investigación																	X	X	X		

Fuente: Elaborado por el tesista Juan Utia.

2. Presupuesto General

Tabla 20

El presente informe de investigación fue autofinanciado y el presupuesto asciende a S/. 5,407.00

			TOTAL S/.	5,407.00
Cant.	Unidad	Descripción	Costo	Costo
	Medida		Unitario	Total (S/.)
		Planificación de la Ejecución		1,700.00
		Alimentos de Personas		250.00
25	Raciones	Alimentación para investigadores y colaboradores	10.00	250.00
		Bienes de Consumo		3,067.00
1	Unidad	Laptop	2,200.00	2,200.00
1	Unidad	Impresora a color EPSON	700.00	700.00
4	Unidad	Tinta para impresora	15.00	15.00
4	Unidad	Memoria USB de 18 gigas	38.00	152.00
		Materiales de Escritorio		210.00
1	Millares	Papel bond A-4	20.00	20.00
2	Ciento	Folder tamaño A4	10.00	20.00
1	Ciento	Sobre Manila Tamaño A4	8.00	8.00
2	Unidad	Perforador	15.00	30.00
1	Caja	Grapas	8.00	8.00
2	Caja	Clips	3.00	6.00
2	Unidad	Archivador de palanca	12.00	24.00
1	Caja	Lapiceros color azul bolígrafo	25.00	25.00
1	Caja	Lapiceros color negra bolígrafo	25.00	25.00
1	Caja	Lapiz	6.00	6.00
2	Unidad	Tajador de mesa	5.00	10.00
2	Unidad	Corrector Liquido	10.00	20.00
2	Unidad	Borrador	4.00	8.00
		Pasajes y Gastos de Transportes		
30	Pasajes	Movilidad local ida y vuelta a las instituciones Publicas y puntos de investigación	6.00	180.00

Fuente: Elaborado por el tesista Juan Utia.

3. Instrumentos de recolección de datos



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

Instrucciones:

Estimado propietario o representante de la mype, las preguntas que a continuación formulamos, forman parte de una investigación encaminada a recoger información para analizar la “Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Prendario, rubro Casas de Empeño, distrito de Callería, Año 2017”.

Encuestado:

(a):.....Fecha:...../...../20.....

A. Del Perfil del Microempresario:

1. Edad del propietario de la empresa:

18 a 28 años (), 29 a 39 años (), 40 a 49 años (), 50 a más ()

2. Sexo: **Masculino** () **b) Femenino** ()

3. Grado de Instrucción:

a) Empírico () b) Técnico () c) Universitario ()

B. De la composición de la empresa

4. ¿La casa de empeño cumple con los requisitos de formalización?

Si () No ()

5. ¿Qué beneficios identifica de la formalización?

a) Cumple SBS ()

b) Posición en el mercado ()

c) Credibilidad y Confianza ()

6. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

De 3 a 5 () De 6 a 8 () De 9 a más ()

7. ¿La infraestructura cumple con aspectos como accesibilidad y equipamiento?

a) Si () b) No ()

8. ¿Cuál es el nivel de calidad de gestión de la gerencia?

Bueno () Regular ()

9. ¿Exhibe misión, vision y valores de la empresa?

Si () No ()

C. De la Gestión de la Calidad y Atención al Cliente

10. ¿La empresa ha realizado un estudio de necesidades de sus clientes?

Empírico () Técnico ()

11. ¿La organización ejecuta la práctica de la mejora continua?

Si () No ()

12. ¿La empresa ha identificado y estandarizado sus procesos predaarios?

Si () No ()

13. ¿Capacita al personal para informar y atender con eficiencia al prestatario ?

Si () No ()

14. ¿Se comunica con el cliente para ampliar información de productos y atender problemas?

Si () No ()

15. ¿La empresa registra el historial del cliente?

Si () No ()

16. ¿La gestión se enfoca en cumplir con la promesa de servicio al cliente?

Si () No ()

Callería, enero de 2018