

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIO – RUBRO POLLERÍAS DEL DISTRITO DE
CHIMBOTE PROVINCIA DEL SANTA AÑO 2017

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADEMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

TORRES FARRO JUAN CARLOS

ASESOR:

MGTR. CARLOS ENALDO REBAZA ALFARO

CHIMBOTE – PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Dr. José German Salinas Gamboa

Presidente

Mgtr. Miguel Angel Limo Vásquez

Miembro

Mgtr. Yuly Morillo Campos

Miembro

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación en primer lugar se lo dedico a Dios, debido a quien fue quien me brindo la fortaleza necesaria para seguir adelante. De igual manera agradecer de todo corazón a mis padres, por el esfuerzo del día a día que hicieron para poder brindarme un gran apoyo referente a mis estudios.

Por otro lado, agradecer mucho a mis maestros, quienes se tomaron un pequeño tiempo de poder brindarme sus observaciones, en especial a mi asesor Carlos Rebaza por haberme apoyado guiándome de la mejor manera para el desarrollo de mi proyecto de investigación

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general, determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Se ha desarrollado utilizando la investigación del tipo cuantitativa – nivel descriptivo, diseño no experimental, para llevar a cabo una muestra poblacional de 30 microempresas, representado el 46.88% de la población del distrito de Chimbote, provincia del Santa año 2017, a las cuales se aplicó un cuestionario de 26 preguntas. Obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a la gestión de calidad en atención al cliente: El 100% del total de las mypes encuestadas, nos indica que brindan un buen servicio. El 70% del total de las mypes encuestadas, nos indica que capacitan mensualmente a sus trabajadores. El 50% del total de las mypes encuestadas, nos indica que carecen de un aprendizaje lento al implementar el sistema de gestión de calidad. Finalmente se concluyó: De las mypes encuestadas, la totalidad de las pollerías con un 100% brinda un buen servicio al cliente. Respecto a la capacitación en su totalidad con un 70.0% capacitan mensualmente a sus trabajadores. En cuanto a la dificultad ante la implementación de la gestión de calidad la mitad con un 50% muestran un aprendizaje lento. También se puede argumentar que la mayoría simple con un 43.3% indica que al lograr satisfacer a sus clientes esperan como resultado ser recomendados.

Palabras claves: Atención al cliente, Gestión, Mypes.

Summary

The main objective of this research work was to determine the characteristics of quality management in customer service for micro and small companies in the service sector - poultry industry in the district of Chimbote, province of Santa, in 2017. It has been developed using research of the quantitative type - descriptive level, non-experimental design, to carry out a population sample of 30 micro-enterprises, representing 46.88% of the population of the district of Chimbote, province of Santa 2017, to which a questionnaire was applied. 26 questions Obtaining the following results: Regarding quality management in customer service: 100% of the total number of mypes surveyed, indicates that they provide a good service. 70% of the total number of mypes surveyed indicates that they train their workers monthly. 50% of the total number of mypes surveyed indicates that they lack slow learning when implementing the quality management system. Finally it was concluded: Of the mypes surveyed, the totality of the pollerias with a 100% provides a good service to the client. Regarding training in its entirety with 70.0%, they train their workers monthly. Regarding the difficulty with the implementation of quality management half with 50% show a slow learning. It can also be argued that the simple majority with 43.3% indicates that, in order to satisfy their clients, they expect to be recommended as a result.

Keywords: Customer service, Management, Mypes.

CUESTIONARIO

Esquema de informe final de investigación de carrera profesional

Título de la tesis.....	i
Hoja de firma del jurado y asesor.....	ii
Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iii
Resumen y Abstract.....	iv
Contenido.....	vi
Índice de figuras, Tablas y cuadros.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
III. HIPÓTESIS.....	33
IV. METODOLOGÍA.....	34
4.1 Diseño de la investigación.....	34
4.2 Población y muestra.....	35
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	36
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	40
4.5 Plan de análisis.....	41
4.6 Matriz de consistencia.....	42
4.7 Principios éticos.....	45
V. RESULTADOS.....	47
5.1 Resultados.....	47
5.2 Análisis de resultados.....	56
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	64
Aspectos complementarios.....	64
Referencias bibliográficas.....	68
Anexos.....	70

Índice de tablas y figuras

Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.....	47
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.....	49
Tabla 3. Características de la gestión de calidad en atención de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.....	51

Índice de figura

Figura 01. Edad del encuestado.....	82
Figura 02. Genero del encuestado.....	82
Figura 03. Grado de instrucción.....	83
Figura 04. Cargo dentro de la empresa.....	83
Figura 05 Tiempo de cargo.....	84
Figura 06 Empresa formal e informal.....	84
Figura 07 Cantidad de trabajadores dentro de la empresa.....	85
Figura 08 Forma en la que obtuvo la mype.....	85
Figura 09 Motivo de la constitución de la mype.....	86
Figura 10 Equipamiento moderno.....	86
Figura 11 Años de funcionamiento en el mercado.....	87
Figura 12 Buen servicio del personal.....	87
Figura 13 Capacitación de sus trabajadores.....	88
Figura 14 Dificultad del personal.....	88

Figura 15 Beneficio que obtiene la empresa.....	89
Figura 16 Proceso de atención al cliente.....	89
Figura 17 Contribución de la gestión al rendimiento de la empresa.....	90
Figura 18 Técnicas modernas de la gestión de calidad.....	90
Figura 19 Contribución de una atención de calidad.....	91
Figura 20 Objetivos de una buena gestión.....	91
Figura 21 Herramientas de una buena gestión.....	92
Figura 22 Motivo por el cual satisface a sus clientes.....	92
Figura 23 Sistema de control.....	93
Figura 24 Prioridad de la empresa.....	93
Figura 25 Productos ofrecidos.....	94
Figura 26 Preocupación del personal por el cliente.....	94

I. Introducción

Las MYPE juegan un rol muy importante en la economía de los países debido a que abarcan varios aspectos sumamente importantes, en los cuales tenemos, la contribución de generación de empleo, por el cual se viene hacer un elemento clave para la superación de la pobreza a nivel del mundo, tanto en el desarrollo y la inclusión social del país.

En la actualidad en el Perú, según ministerio de trabajo y promoción de empleo nos indica que aportan el 40% del PBI, y por otro lado en cuanto a la oferta laboral aporta un 80%.

De acuerdo a la cámara de comercio de lima, el sector servicio ha evolucionado entre el 2002 y 2014 un promedio total del 6.2% ocupándose en la tercera actividad que origina un buen impulso económico detrás del sector de construcción que ofrece un 9.8% seguidamente del comercio con un aproximado de 6.7%.

En el mundo de ahora altamente globalizado existen una variedad de herramientas de gestión de calidad en lo cual son muy útiles para el crecimiento de las mype, con el propósito de buscar siempre una mejora continua de todos sus procesos en el sector servicio rubro pollerías, con la finalidad de prevenir descensos de aquellas empresas, si no poder mantenerse en el mercado originando empleos para traer como resultados eficientes respecto a la economía de nuestro país. Según el Dane (2016) Refiere que en Colombia las Mipymes aportan alrededor de 67% del empleo y un 28% en cuanto al PIB. Cabe indicar que las micro, pequeñas y medianas empresas son sumamente importantes para el sistema rentable en Colombia. Domínguez (2016) refiere que, en el país un 94.7% de las empresas en Colombia son microempresas y con un 4.9% vienen hacer pequeñas y medianas empresas.

En relación a Chile el Ministerio de economía, fomento y turismo (2017) refiere que las pymes mostraron ser mayores en su totalidad con un 51.9%, muy cerca de las micro empresas que cuentan con un 44.9%, mientras que las grandes empresas son solo el 3.2%. Por otro lado en el sector económico, los más destacados fueron el comercio con un 34.5%, seguido del transporte y almacenamiento con un 10.5%, industrias manufactureras con un 10.2%, en cuanto a la agro-silvicultura y pesca un 10.1%, en cuanto a la construcción un 9.8%, lo que muestra de manera agrupada que representaron más del 75% de las empresas encuestadas.

No obstante no todas las mypes no cuentan con una información adecuada referente a una buena atención al cliente, como también se observa que existe un desconocimiento sobre aquella herramienta fundamental que permite mejorar el proceso en una organización, debido a que no ponen en marcha los modelos de gestión adecuados.

En América latina la mayoría de los países se encuentran afectados por distintos problemas sociales, donde el problema principal fue relacionado a la pobreza, es de ahí donde se originan y desarrollan las micro y pequeñas empresas, lo cual representan actualmente una parte importante en la fuerza laboral de distintos países, conocidas mayormente como la fuente económica. Según el OIT (2015) Refiere que las mypes generan alrededor del 47% de empleo originando trabajo a 127 millones de personas en América latina y el Caribe, mientras tanto las empresas medianas y grandes generan el 19% de empleo.

Por otra parte en el Perú el problema fundamental de las mype se origina en la escasa de competitividad e informalidad, es por ello que las mype no tienen el menor incentivo para poder lograr formalizarse, como también la sensibilidad de desaparecer

cuando se presentan crisis financieras. ENHAO (2015) refiere que el 93.3% del total de las empresas del Perú son micro empresas, el 0.2% representan a las pequeñas empresas y el 5.9% vienen hacer medias y grandes medianas empresas, cabe indicar que las mype aportan el 21.6% de la producción total peruana y el 30.4% se ubican en lima metropolitana.

Llegando a ser lamentable, debido a que no se establecen los criterios de calidad, ni el cumplimiento de estándares para determinados productos; el Perú viene afrontando desde tiempos anteriores el problema de informalidad y con ello la propagación de productor y/o servicios de baja calidad. Andina (2009) refiere que en el Perú cada año en cuanto al rubro de pollerías, indica que se abren unas 8,000 pollerías en el país, seguidamente de los chifas, por otro lado se colocan las cevicherías y picanterías, por último los restaurantes de comida rápida. Cabe indicar que estos restaurantes están ubicados en todas las partes del paisa y están al alcance de todos los consumidores.

Las mype hoy en día se han ido incrementando en el distrito de Chimbote, entre ellas se encuentran las pollerías. Sin embargo la mayoría de estas empresas cuenta con poco conocimiento sobre una buena gestión de calidad en atención al cliente, no capacitan a sus colaboradores en la buena atención, en lo cual no lleva una relación agradable con el cliente, y esto como resultado no genera satisfacción en el cliente. Por lo anteriormente mostrado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente:

¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017?

Para dar solución al problema, se ha propuesto el siguiente objetivo general:

Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017.

Para alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos:

Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

La investigación se justifica porque permitirá determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017, de tal forma permitirá determinar las características de las micro y pequeñas empresas en el sector servicio – rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017 y por ultimo va a determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

Por otro lado servirá de mucha ayuda para que los emprendedores tomen decisiones acertadas en atención al cliente planteando estas variedades de herramientas

a sus colaboradores, con el fin de contar con un personal capaz de relacionarse de manera eficiente con los clientes, incrementando la capacidad de respuesta al cliente, sabiendo administrar los reclamos o quejas en ocasiones que se llegan a dar, de este modo la atención que se brinde se realizara con la calidad que requiere el cliente, fortaleciendo así el compromiso con éste.

Asimismo, servirá de base para realizar otros estudios de investigación similares por personas interesadas en el tema, en diferentes sectores productivos y de servicios de la ciudad de Chimbote y de otros ámbitos geográficos de la región y el país.

Para realizar este trabajo de investigación se utilizara un tipo de investigación cuantitativo de nivel descriptivo y de campo. Es cuantitativo debido a que se utiliza datos numéricos, donde las variables son expresadas en números y contara con un análisis estadístico. Es descriptivo ya que sea usa cuando se tiene como objetivo describir, analizar, interpretar situaciones o eventos que han sido investigados previamente. Es no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observo el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto. Es transversal porque se realizó en un momento dado y en un tiempo determinado.

Desde el punto del orden descriptivo contiene los presentes títulos:

I. Introducción: Manifiesta una introducción general del presente trabajo de investigación en cuenta al nivel internacional hasta el lugar de estudio, de tal manera presenta el enunciado del problema, los objetivos tanto generales como específicos, y finalmente la justificación del trabajo de investigación.

II. Revisión de la literatura: Presenta los antecedentes, de tal manera manifiesta las bases teóricas y por ultimo muestra el marco conceptual.

III. Hipótesis: Muestra el enunciado que se realiza de manera previa al desarrollo de un proyecto de investigación.

IV. Metodología: Comprende mostrar el tipo y nivel del proyecto de investigación, determinación de población y muestra, definición y operacionalización de las variables, y finalmente las técnicas e instrumentos que se utilizó para la recolección de datos, seguidamente de los principios éticos del proyecto de investigación.

V. Resultados: Comprende el análisis de resultados del trabajo realizado en campo mostrado mediante tablas de distribución contingencia y figuras.

VI. Conclusiones y recomendaciones: Muestra las conclusiones y recomendaciones; se integran las referencias bibliográficas y finalmente los anexos.

Se obtuvieron los siguientes resultados: Respecto a la gestión de calidad en atención al cliente: El 100% del total de las mypes encuestadas, nos indica que brindan un buen servicio. El 70% del total de las mypes encuestadas, nos indica que capacitan mensualmente a sus trabajadores. El 50% del total de las mypes encuestadas, nos indica que carecen de un aprendizaje lento al implementar el sistema de gestión de calidad.

Finalmente se concluyó: De las mypes encuestadas, la totalidad de las pollerías con un 100.0% brindan un buen servicio al cliente. Respecto a la capacitación la gran mayoría con un 70.0% capacitan a sus trabajadores mensualmente. En cuanto a la dificultad ante la implementación de la gestión de calidad la mitad con un 50.0% de las micro y pequeñas empresas muestran con un aprendizaje lento. También se puede argumentar que la mayoría simple indica que los beneficios de la empresa al lograr satisfacer a su cliente un 43.3% esperan como resultado ser recomendados.

II. Revisión de la literatura

2.1 Antecedentes

Escobedo (2016) en su trabajo de investigación denominado “*Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, 2013*” se planteó el siguiente problema, ¿Cuáles son las principales características del financiamiento en las Micro y Pequeñas Empresas del sector Servicio - Rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, 2013? Se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características del financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, 2013. Y tuvo como específicos: Determinar las características de los representantes legales que dirigen las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, 2013. Determinar las características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, 2013. Determinar las características del financiamiento en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, 2013. Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental - transversal - descriptivo - cuantitativa. Fue no experimental porque se elaboró sin manipular deliberadamente las variables, es decir, no sufrió modificaciones. Fue transversal porque el estudio de investigación fue en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin, es decir el año 2013. Fue descriptivo porque solo se describió las características más relevantes de los representantes legales, micro y pequeñas empresas, y la variable en estudio. Fue cuantitativa, porque tuvo una estructura con el cual se pudo medir, ya que se utilizaron

instrumentos de evaluación. Se obtuvieron los siguientes resultados: Los representantes legales de las micro y pequeñas empresas son personas relativamente adultas, el 67% tiene la edad entre los 31 a 50 años y el 33% de los representantes tienen de 51 a más años de edad. Con respecto al género de los representantes, el 83% de los representantes son del género masculino y el 17% de los representantes son del género femenino. Con respecto al grado de instrucción, el 83% de los representantes tienen estudios superior no universitario y el 17% tiene estudios superior universitario. Con respecto al tiempo de permanencia en el mercado el 67% tiene de 4 a 7 años de funcionamiento y el 33% tiene de 1 a 3 años de funcionamiento. Respecto a su formalidad el 100% de las micro y pequeñas empresas son formales. De los encuestados, el 67% tiene financiamiento de terceros y el 33% tiene financiamiento propio. El 67% ha obtenido crédito de entidades bancarias y el 33% no ha obtenido ningún crédito. Finalmente las conclusiones son: La mayoría (67%) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – Rubro Pollerías, Casco Urbano del Distrito de Chimbote, el (83%) tiene la edad entre los 31 a 50 años, son del género masculino y tienen estudios superior no universitaria. La totalidad (100%) de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – Rubro Pollerías, Casco Urbano del Distrito de Chimbote son formales, y se crearon para generar ganancias, el (67%) tienen entre 4 a 7 años de permanencia en el mercado. La mayoría (67%) de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – Rubro Pollerías, Casco Urbano del Distrito de Chimbote, ha obtenido crédito financiero de terceros, el (67%) pagó una tasa de interés de 16% a más, así mismo han utilizado el crédito para la inversión en mejoramiento y/o ampliación del local y adquisición de activos fijos.

Campos (2017) en su trabajo de investigación denominado “*La gestión de calidad y el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de casa grande, año 2016*” Se planteó el siguiente problema, ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad y el Financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector Servicio - rubro Pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016? Se planteó el siguiente objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de Calidad y el Financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016. Y tuvo como específicos: Primero describir las principales características del representante legal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016; segundo describir las principales características de las mypes del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016; tercero describir las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016; cuarto describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016. El tipo de investigación fue no experimental, porque se realizará sin manipular deliberadamente las variables gestión de calidad y financiamiento, se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de la micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro pollerías en la ciudad de Casa Grande, año 2016. Será transversal, porque se realizara en un determinado tiempo. Iniciará el 20 de noviembre del 2016 y finalizara el 19 de marzo del 2017. Descriptivo, porque sólo se describirá la parte más relevante de las variables gestión de calidad y financiamiento del sector servicio, rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016. Se

obtuvieron los siguientes resultados: El 66.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad entre los 31 a 50 años. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son casados. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas han concluido sus estudios secundarios. El 66.7% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen de 4 a más años de antigüedad en el rubro. El 100% de las Mypes trabajan con una cantidad de 1 a 5 trabajadores. El 100% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas, no conocen el término gestión de calidad. El 100% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas no cuentan con una estrategia de gestión de calidad. El 83.3% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas, manifestó que no y el 16.7% manifestó que su crecimiento se basa a las características de servicio que brinda a sus clientes. El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas reconocieron que no cuentan con áreas administrativas como estrategias de gestión de calidad. El 83.3% mencionaron que la empresa no evalúa la eficacia y eficiencia de la operación, mediante el control de procesos, mientras que el 16.7% evalúa la eficacia y eficiencia dentro de la empresa. Finalmente las conclusiones son: Los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016, La mayoría son de género masculino y en su totalidad son adultos que están dentro de los 31 a 50 años de edad, casados y con estudios de nivel secundario. Con respecto a las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016, La mayoría tiene funcionando de 4 años a más, así mismo, la totalidad de ellas cuentan con un equipo de trabajo de 1 a 5 personas. La

presente tesis concluye que en la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016, no tienen conocimiento sobre gestión de calidad, pero si buscan dar soluciones a los problemas de su micro y pequeña empresa haciendo uso de experiencias similares sucedidas anteriormente.

Abanto (2017) en su trabajo de investigación denominado “*Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017*” Se planteó el siguiente problema, ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017? Se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017. Y tuvo como específicos: Describir las principales características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017, así mismo, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017, y determinar las principales características de Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017. El tipo de investigación fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017, tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la

realidad, sin sufrir modificaciones. Fue transversal por qué el estudio “Caracterización de la Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017”, se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin. (2017) Fue descriptivo porque solo se describió las características más relevantes Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017. Fue cuantitativa, porque tuvo una estructura con la cual se puede medir, ya que se utilizaron instrumentos de evaluación. Se obtuvieron los siguientes resultados: El 100,0% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas no conocen del término gestión de calidad. El 62,5% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aseguran que el personal tiene poca iniciativa en la aplicación de la gestión de calidad. El 75,0% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas miden el rendimiento del personal a través de la observación. El 62,5% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. El 75,0% de los representantes de las micros y pequeñas empresas si se capacitan. El 62,5% de los trabajadores de las micros y pequeñas empresas si han recibido 1 curso de capacitación este último año. El 75,0% de los representantes encuestados de las micros y pequeñas empresas, considera que la capacitación es relevante. Finalmente las conclusiones son: EL 75% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 87,5% son de género femenino, el 100% tienen estudios secundarios, así también son los dueños y el 62,5% tienen en el cargo más de 7 años. El 62,5% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro, el 100% cuentan entre 1 a 5 colaboradores, el 75% tienen a personas no familiares trabajando para sus negocios y el 75% fueron

creadas con la finalidad de generar ganancias. El 100% de los representantes no conocen el término de gestión de calidad, el 75% aplican la técnica de Liderazgo empresarial, el 62% tienen poca iniciativa en la aplicación de la gestión de calidad, el 75% miden el rendimiento de su personal a través de la observación, aseguran que el personal tiene poca iniciativa en la aplicación de la gestión de calidad, el 62,5% consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento. Por otra parte los microempresarios el 75% de los representantes no se capacitan, el 75% del personal no ha recibido capacitación, el 75% no han recibido un curso de capacitación en estos últimos años, el 75% no han recibido ningún tema de capacitación, el 75% consideran que la capacitación es relevante y 100% consideran es una inversión.

Mallqui (2017) en su trabajo de investigación denominado *“Caracterización de la gestión de calidad y formalización de las mypes, sector comercial. Rubro pollerías en la provincia de Leoncio Prado – tingo maría, período 2017”* Se planteó el siguiente problema, ¿Cuáles son las características de gestión de la calidad y formalización que aplican las pollerías de la Provincia de Leoncio Prado – Tingo María-período 2017? Se planteó el siguiente objetivo general: Conocer las características de la gestión de la calidad y formalización en las MYPES, del sector comercial, rubro pollerías de la provincia de Leoncio Prado-Tingo María, período 2017. Y tuvo como específicos: Determinar las características de los representantes de las MYPES en el sector comercial - Rubro pollerías de la Provincia de Leoncio Prado – Tingo María 2017. Determinar las características de la gestión de calidad de las MYPES en el Sector comercial - Rubro pollerías de la Provincia de Leoncio Prado – Tingo María 2017. Determinar las características de la formalización de las MYPES en el sector comercial - Rubro pollerías de la Provincia de Leoncio Prado – Tingo María 2017. El tipo de

investigación fue no experimental: La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto. Descriptivo: La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información. Se obtuvieron los siguientes resultados: Mediante la encuesta realizada a las MYPES del sector pollerías de la Provincia de Leoncio Prado se muestra que todos se preocupan por la capacitación a su personal en el cual apreciamos que con un 58.3% el empleador capacita a los trabajadores de las MYPES de forma semestral, 25.0% mensual; y el otro 16.7 % de forma quincenal, lo que genera satisfacción de los mismos por tomar en cuenta las nuevas técnicas e innovaciones para atender mejor a sus clientes. El 100% de MYPES encuestadas del rubro pollerías de la Provincia de Leoncio Prado, se encuentra formalizadas. Un 66.6% de empresarios encuestados del rubro pollerías de la provincia de Leoncio Prado son de género masculino; y el otro 33.4% son de género femenino, lo que quiere decir es que la mayoría de empresarios son varones en la provincia de Leoncio Prado. La mayor parte de los representantes con un 41.7% de las MYPES tienen instrucción superior universitaria. el 25 % de las MYPES aún tienen representantes que solo han tenido primaria. Finalmente las conclusiones son: Del 100% de las MYPES en estudio, el 91.7% aplican procesos estandarizados en la producción, el 66.7 % utilizan un plan de negocios y el 33.3 % realizaron un estudio de mercado como documentos de gestión para mejorar la calidad en la comercialización de su producto, el 50 % conocen las normas ISO de certificación de calidad, el 58.3 % implementaron servicios de pre y posventa con ayuda de las redes sociales para atención al cliente, el 100% de los empresarios capacitan a sus colaboradores, el 100% de los empresarios actualizan el

modelo de sus productos según los gustos y preferencias del cliente por medio de la evaluación de satisfacción constante al cliente, el 75 % de empresarios utilizan las TICS en la gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto. Del 100% de las MYPES encuestadas, las principales características son: el 100% de las MYPES encuestadas del rubro pollerías de la provincia de Leoncio Prado son formales, por su formalización obtienen ventajas, tales como la obtención de créditos y el aumento en las ventas, además de ello, les ayuda a crecer en el mercado. Asimismo, el 50 % recibieron asesoría de instituciones públicas y/o privadas, mientras que el 50% tienen conocimientos en temas de formalización gracias a su nivel de instrucción y/o educación: todas las MYPES consideran que la formalización aumenta los costos laborales.

Medina (2016) en su trabajo de investigación denominado *“Caracterización del estilo de liderazgo transaccional en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes bares y cantinas (restaurantes – pollerías) en el distrito de Huaraz, 2014”* Se planteó el siguiente problema, ¿Cuáles son las principales características del estilo de liderazgo transaccional en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes bares y cantinas (restaurantes – pollerías) en el distrito de Huaraz, 2014? Se planteó el siguiente objetivo general: Describir las principales características del estilo de liderazgo transaccional, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes bares y cantinas (restaurantes – pollerías) en el distrito de Huaraz, 2014. Y tuvo como específicos: Determinar las principales características de los empleados de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes bares y cantinas (restaurantes – pollerías) en el distrito de Huaraz, 2014. Describir las principales características del estilo de liderazgo transaccional, en las micro y

pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes bares y cantinas (restaurantes – pollerías) en el distrito de Huaraz, 2014. El tipo de investigación fue descriptivo se relataron las características porque se buscó describir como se manifiesta la caracterización del estilo de liderazgo transaccional en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes bares y cantinas (restaurantes – pollerías) en el distrito de Huaraz ,2014. El nivel de investigación fue cuantitativo puesto que se utilizaron técnicas y medición de variables. La investigación fue de diseño transaccional o transversal, porque se recolectó los datos en un solo momento, en un tiempo único. Siendo su propósito describir la variable en estudio. Se obtuvieron los siguientes resultados: En cuanto a los datos generales de los encuestados el 41.7% de empleados manifiestan tener de 36 a 40 años, el 66.7% son mujeres y el 37.5% cuentan con estudio de secundaria incompleta. De acuerdo a las MYPE encuestadas el 100% son formales y el 54.2% han sido creadas para obtener ganancias mas no para dar empleo a su familia. El 37.50% de los empleados encuestados del rubro (restaurantes – pollerías) señalaron que solo a menudo les brinda ayuda sus jefes cuando ellos se esfuerzan de estos resultados se puede observar que la gran mayoría de los empleados encuestados manifiestan que solo a menudo les brinda ayuda sus jefes cuando ellos se esfuerzan, situación que puede perjudicar a este tipo de negocios, ya que (Bass; 1990) menciona que el líder recompensa al seguidor si éste ha alcanzado el desempeño acordado. Es una manera importante que se tiene que cumplir con los empleados para así ayudarlos a esforzarse más y que la empresa crezca. Finalmente las conclusiones son: Las principales características del estilo de liderazgo transaccional en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro - restaurantes bares y cantinas (restaurantes- pollerías) en el distrito de Huaraz, son las siguientes: se

observó la existencia de un deficiente liderazgo transaccional, ya que el gerente no se preocupa por brindar los refuerzos y recompensas respectivos para que los colaboradores cumplan con sus labores respectivos con eficiencia y eficacia. Las principales características de los empleados determinados son: la mayoría de ellas tienen entre 36 y 40 años de edad, son de género femenino y con estudios de secundaria incompleta, opinaron sobre la deficiente aplicación del estilo de liderazgo transaccional, ya que los gerentes no recompensan de manera justa sus esfuerzos.

Salinas (2018) en su trabajo de investigación denominado "*Gestión de calidad bajo el enfoque del liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías de la ciudad de Huarmey, año 2017*" Se planteó el siguiente problema, ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque del liderazgo en las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías de la ciudad de Huarmey, año 2017? Se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque del liderazgo en las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías de la ciudad de Huarmey, año 2017. Y tuvo como específicos: Determinar las principales características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías de la ciudad de Huarmey, año 2017. Determinar las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías de la ciudad de Huarmey, año 2017. Determinar las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque del liderazgo en las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, de la ciudad de Huarmey, año 2017. El nivel de investigación fue no experimental: Porque se estudió la variable bajo el enfoque del liderazgo se estudió conforme a la realidad sin modificaciones algunas.

Transversal: Porque el estudio se realizó donde se desarrollaron las actividades desde 01 de enero y hasta el 31 de diciembre del 2017. Se obtuvieron los siguientes resultados: El 60% de los emprendedores tienen de 31 a 50 años de edad. El 60% son de sexo femenino. El 60% tienen secundaria completa. El 60% se desempeña como administrador de su negocio. El 40% de los representantes se desempeñan en el cargo de 7 años a más. El tiempo de permanencia de la empresa de la ciudad de Huarmey indica que el 40% oscila de 7 años a más. Con respecto al número de colaboradores. El 50% tiene de 6 a 10 colaboradores. El 70% de los colaboradores de la pollería de la ciudad de Huarmey son personas no familiares. El 70% de las Micro y pequeñas empresas se crearon para generar ganancias. Se puede apreciar que el 60% de los representantes encuestados tiene cierto conocimiento del término Gestión de Calidad. El 80% de los emprendedores indican que no conoce técnicas modernas de Gestión de Calidad. El 60% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas menciona que sus colaboradores que no se adaptan a los cambios. El 80% de los emprendedores encuestados indicaron que la Gestión de Calidad sí ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa. El 80% de los representantes encuestados manifiestan que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 60% de los empresarios no promueven el trabajo en equipo. El 70% de los emprendedores no les ayuda a resolverlo de manera correcta cuando uno de sus colaboradores comete un error. Finalmente las conclusiones son: La mayoría de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías de la ciudad de Huarmey, 2017 tienen una edad promedio de 31 a 50 años de edad, liderado en la dirección de la empresa por mujeres, con grado de instrucción secundaria completa, desempeñando el cargo como administradoras, con la mayoría relativa que desempeñan el cargo más de

7 años. La mayoría relativa de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías de la ciudad de Huarmey, 2017 tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 7 años a más, la mayoría de sus negocios laboran personas no familiares, fueron creados con el objetivo de generar ganancias para mejorar la calidad de vida de sus familias.

Coronel (2011) en su trabajo de investigación denominado *“Mejoramiento de calidad en el servicio y atención al cliente en el restaurante “los pollos de la colon”, de la ciudad de Riobamba. 2009”* Se planteó el siguiente problema, ¿Cuáles son las principales características del estilo de mejoramiento de calidad en el servicio y atención al cliente en el restaurante “Los pollos de la Colon”, de la ciudad de Riobamba, Ecuador 2009? Se planteó el siguiente objetivo general: Mejorar la calidad de servicio y atención al cliente en el restaurante “Los pollos de la Colón”. Y tuvo como específicos: Realizar un estudio de los requerimientos de calidad y atención en el restaurante “Los pollos de la Colón”. Establecer un diagnóstico de la calidad en el servicio y atención al cliente. Establecer estrategias para mejorar el posicionamiento y calidad del mismo. Realizar un estudio de calidad servicio y atención de nuestra competencia. El método que se empleara en este proyecto será el método descriptivo ya que tiene que ver con el análisis, diagnóstico y descripción pues todo lo anteriormente hablado se aplicara en el restaurant-pollería Huayas. Por otro lado dicho proyecto se iniciara con un diagnostico que permita determinar la situación actual del restaurant-pollería Huayas, información que sin duda alguna servirá para la mejora del proceso de servicio de atención al cliente, posteriormente se aplicara una encuesta a los clientes que acudan al restaurant-pollería Huayas. Se obtuvieron los siguientes resultados: El 100% de los trabajadores poseen un título de Secundaria, ya que por

razones económicas no pudieron continuar con sus estudios. El 34% nos indican que si ha recibido recursos de manejo y manipulación de alimentos, el 33% dicen que también han obtenido cursos de atención al cliente y de sanitación e higiene; porque manifiestan que era un requisito para entrar a trabajar. El 34% dicen que existen un compromiso, el 33% indican que si hay responsabilidad y cumplimientos de objetivo. El 33% nos indica que la atención al cliente es amable y que brinda un servicio rápido. El 34% nos dice que tiene un servicio cortes dirigidos al cliente. El 33% están de acuerdo en que falta una preparación del personal y existe un deterioro del ambiente interno, el 34% nos indica que falta una mejor atención al cliente; pero no es necesario conseguir una mejor calidad de materia prima. Finalmente las conclusiones son: Mediante la investigación realizada, se pudo descubrir que el trabajador del restaurante no ha tenido cursos de capacitación sobre la atención al cliente y relaciones humanas. El estudio de mercado demuestra la factibilidad de esta tesis pue existe una gran demanda de mejora de servicio al cliente, lo cual con esta investigación podrá ser satisfecha. Si bien es cierto el restaurante hace lo mejor para satisfacer a su cliente, pero se ha podido observar que no se ha realizado un buen esfuerzo en su totalidad para el agrado del consumidor; por lo cual este demanda una mejor calidad en sus servicios.

Rivera (2008) en su trabajo de investigación denominado "*Propuesta de mejoramiento para el servicio al cliente del grupo unipharm Bogotá*". Tuvo el siguiente problema ¿Cuáles son las características de una propuesta para mejorar la calidad en la atención y el servicio al cliente de la empresa Grupo Unipharm Bogotá, con base en la identificación de las debilidades en cuanto a la calidad, y los niveles de satisfacción? Se planteó el siguiente objetivo general: Diseñar una propuesta de mejoramiento de la

calidad del servicio al cliente para el grupo UNIPHARM BOGOTÁ con base a una evaluación previa de la situación actual del servicio. Y los siguientes objetivos fueron: Establecer un diagnóstico para el grupo UNIPHARM BOGOTÁ, en la pertinente a su desempeño con respecto al servicio al cliente, con el fin de conocer su situación actual en este tema. Establecer la percepción actual de los clientes del grupo UNIPHARM BOGOTÁ sobre la atención que reciben, mediante el diseño y aplicación de un instrumento de medición tipo encuesta. Analizar los resultados de la aplicación del instrumento y emitir un diagnóstico para establecer los principales problemas y causas objeto de mejoramiento. Diseñar una propuesta de mejoramiento del servicio con base en el diagnóstico. Descriptiva: Para Carlos Eduardo Méndez, este tipo de investigación se encuentra en el segundo nivel de conocimiento e “identifica las características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes el universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación.”⁸ De acuerdo con los objetivos planteados, el investigador señala el tipo de investigación que se propone realizar. Es exploratoria porque “permite al investigador familiarizarse con el fenómeno que investiga”.⁹ En este caso conocer la percepción de los clientes del Grupo Unipharm. Los estudios descriptivos acuden a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y los cuestionarios. La mayoría de las veces se utiliza el muestreo para la recolección de información, y la información obtenida es sometida a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico. Esta investigación es descriptiva porque se busca identificar las características generales del Grupo Unipharm en cuanto a la satisfacción de los clientes, además se delimitarán los hechos que conforman el problema, se estructurarán los diferentes elementos que

componen la investigación para luego recolectar y analizar las pautas y actividades de la atención brindada y así establecer el modelo de mejoramiento de la calidad del servicio. Se obtuvieron los siguientes resultados: Sobre la línea de productos se pretende establecer si los clientes identifican los mismos con sus necesidades. Al respecto el resultado supera 90% con un 91,78% de encuestados que expresan que los productos si están acordes con su necesidades, frente a un 8,22% que manifiesta lo contrario. Se llegó a la siguiente conclusión: Aunque la empresa lleve más de 6 años en el mercado colombiano, tiene actualmente un grupo importante de clientes, pero hasta la fecha no ha realizado una evaluación del servicio, ni existen políticas encaminadas a la atención al cliente en pro de la fidelización, recomendación y preferencia al cliente.

2.2. Bases teóricas

Gestión

La gestión es un conjunto de operaciones y métodos que se lleva a cabo para conseguir o resolver cualquier actividad o deseo, por lo cual se apoya y funciona con la colaboración de un buen equipo de trabajo, con la finalidad de lograr alcanzar los objetivos y metas propuestas por las organización de manera eficiente y eficaz, utilizando a la capacidad con lo que cuentan cada colaborador. Al respecto Gallego (2013) lo define como “las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización” (p.8). A su vez Gullo y Nardulli (2015) afirma que:

La gestión es entendida como un proceso en tanto y en cuanto requiere el establecimiento de ciertas estrategias y tácticas. La experiencia, el conocimiento organizacional, la prosecución de ciertos pasos lógicos confieren

coherencia a la gestión. La suma de esos pasos conforma el proceso general de la gestión (p.36).

Cabe destacar que la gestión es asumir y llevar a cabo muchas responsabilidades, con el fin de contribuir al crecimiento y la competitividad de la empresa mediante el apoyo de personas capacitadas, por lo general equipos de trabajo donde exista el apoyo del uno sobre el otro, resolviendo dudas dentro del centro de trabajo originando resultados eficientes.

Gestión de calidad

La gestión de calidad es una herramienta fundamental que le permite a toda tipo de empresa poder ejecutar planes estratégicos y sistemáticos para el desarrollo de la misión de la organización, proporcionando una confianza de que un producto o servicio va a agradar al cliente con respecto a las condiciones dados sobre la calidad. Por lo cual Balagué y Saarti (2014) señala que “La gestión de calidad se basa en un proceso dinámico y dedicado a la adquisición de acumulación de conocimientos para generar nueva información para decidir nuevas acciones para la mejora de calidad, sobre todo los de procesos” (p.34). En cierto sentido se refiere a la capacidad que posee un producto o servicio para satisfacer las necesidades de los clientes según un parámetro, un cumplimiento de condiciones de cualidad.

La gestión empresarial

La gestión empresarial viene hacer una tarea empresarial realizada por uno o más individuos especializados encargados de la organización con la finalidad de buscar mejorar rendimientos y competitividad de una empresa o negocio. Tal como Amorós, Becerra y Días (2007) aseguran que:

Es la actividad empresarial que busca a través de personas (como directores, instituciones, gerentes, productores, consultores y expertos) mejora la

productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios. Una óptima gestión no busca solo hacer las cosas mejor, lo más importante es hacer mejor las cosas correctas y en ese sentido es necesario identificar factores que influyen en el éxito o mejor resultado de la gestión (p.19).

Cabe destacar que la gestión empresarial es algo que todo tipo de organización debe contar, lo cual implica ser efectivo y eficiente, de tal manera se basa especialmente por buscar innovaciones que se trasuntan en mejoras formas de producir y generar mayor rentabilidad.

Etapas de la gestión de calidad

La gestión de calidad emplea en marcha un método que motiva a las empresas a considerar el requerimiento del cliente, de tal manera poder identificar un modo que originen productos y servicios tolerables para el cliente y a mantener este modo bajo un estricto control de calidad, brindando una buena confianza en la organización como a sus clientes. Por lo cual Cortéz (2017) señala que:

A modo de resumen, en este proceso de evolución de la gestión de calidad en las empresas se distinguen cinco diferentes etapas:

INSPECCION: La etapa en la que se cuida la calidad de los productos mediante un trabajo de inspección.

CONTROL ESTADÍSTICO DEL PROCESO: La etapa en la que se cae en la cuenta de que la atención a la calidad exige observación del proceso a fin de controlarlo y mejorarlo.

ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD o GESTIÓN INTEGRAL DE LA CALIDAD: La etapa en la que se percibe la necesidad de asegurar la calidad en todo el ciclo de vida del producto.

CALIDAD TOTAL: La etapa en la que la calidad, impregnando toda la empresa, ha de ser la estrategia a emplear para tener éxito en el mercado frente a los competidores.

INTEGRACIÓN: La etapa en la que se integra con otros sistemas como el Sistema de Gestión Medioambiental, Sistema de Gestión de la seguridad y salud en el trabajo u otros más específicos del sector (p.7).

Los métodos empleados por las empresas son cambiantes debido a la exigencia y expectativas que da a conocer el cliente, por tal motivo las organizaciones deberán ocuparse por mejorar incesantemente sus productos y servicios que brindan al mercado.

Un sistema de gestión de calidad

El sistema de gestión de calidad es una serie de elementos relacionados, con el propósito de dirigir, controlar y mejorar los servicios que ofrece que cada entidad que de alguna manera interviene al grado de los clientes y a los logros deseados por la empresa.

Los Sistemas de Gestión de Calidad se pueden definir como “el conjunto de actividades de la función general de la dirección que determinan la política de la calidad, los objetivos y las responsabilidades y se implantan por medios tales como la planificación, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y el mejora de la calidad en el marco del sistema de la calidad” (Cortéz, 2017, p.9).

Los microempresarios si llegan a planificar sus actividades, pero no se organizan adecuadamente lo cual traen como resultados deficiencias en relación a los tiempos de entrega de productos y servicios, de tal manera originan clientes insatisfechos, cabe destacar que se debe conocer la forma adecuada de poder planificar, organizar y ejercer un control estricto en las diferentes áreas de la organización.

Beneficios del sistema de gestión de calidad

Implementar un sistema de gestión de calidad le sirve a cualquier empresa para conseguir los objetivos deseados, añadir valor a sus productos y servicios de calidad viéndose repercutido en la satisfacción de sus clientes y junto a ellos conseguir muchos

beneficios y ventajas competitivas que le diferencien en su sector. Según López (2015) manifiesta que:

- Es un apoyo para los empleados a la hora de comprender su función dentro de la organización y les ayuda a ver el sentido y la importancia que tiene su trabajo.
- Ayuda a establecer claramente los requisitos especificados para los procesos y a generar después las evidencias objetivas necesarias de que los requisitos se están alcanzando.
- Disminuye la variabilidad y ayuda a mantener el proceso bajo condiciones controladas.
- Establece una base coherente para la evaluación periódica y la mejora continua del sistema de gestión.
- Facilita la labor de auditoria del sistema de gestión (p.23).

Los beneficios, entonces se puede observar que se ven reflejados en los resultados positivos a mediano y largo plazo en una organización, en lo cual radica la importancia de implementarlo, más allá de que constituya un reto perfeccionando los métodos para cumplirlo.

Importancia de la gestión de calidad

La gestión de calidad en las empresas es de vital importancia, ya que su adecuada aplicación, permite maximizar las utilidades de la empresa, para ellos el microempresario, debe tener un mente emprendedora, creativa, innovadora, lo cual le permita renovar su forma de liderar, planteando nuevas estrategias competitivas que les diferencie a los demás del mismo sector con la finalidad de poder cumplir con la visión y misión de la empresa.

Atención al cliente

La atención al cliente viene hacer aquel servicio que brinda la empresa a sus clientes para comunicare directamente con ellos, con el fin del que el cliente obtenga

el producto a la fecha y ahora adecuada y se asegure un uso adecuado del mismo. En tal sentido Arenal (2017) afirma que:

La atención al cliente es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un producto o de un servicio (p.8).

Cabe destacar que es una herramienta importante debido a que hoy en día los clientes son cada vez más exigente por lo cual ya no solo requieren calidad y buenos precios, sino un buen servicio al cliente.

Tipos de clientes

Cliente interno

El cliente interno viene hacer el elemento principal dentro de la organización, que toma los resultados o productos de un determinado proceso como recurso, en pocas palabras vienen hacer los miembros de nuestra empresa, es decir, nuestros colaboradores, en lo cual como objetivo es poder tener una cierta comunicación clara con ellos y ofrecer disponibilidad de atención ante cualquier problema planteado.

Cliente externo

El cliente externo en pocas palabras viene hacer los clientes que adquieren productos y servicios en nuestra organización, en lo cual dicho objetivo de la empresa vendría hacer la satisfacción del cliente, debido a que es el objetivo principal en cualquier caso, por el motivo del que el cliente tienes muchas opciones de poder elegir otra organización que le pueda ofrecer mayores ofertas, por lo tanto se debe realizar estrategias eficientes para captarles y fidelizarlo. Los clientes externos son sin duda

uno de los activos más importantes para una compañía, pero a pesar de ello su valor no figura en los libros de contabilidad.

Departamento de servicio al cliente

Las micro y pequeñas empresas deben contar con habilidades que favorezcan al perfil del departamento. Según el DGE (2016) afirma que: Un representante de servicio al cliente es la persona que se encarga de proporcionar a los usuarios información y soporte con relación a los productos o servicios que la empresa en la que trabaja comercializa. Además, es quien se encarga de canalizar las quejas, reclamos y sugerencias.

Beneficio al lograr la satisfacción del cliente

Un cliente satisfecho es un cliente fiel, por lo cual siempre volverá a comprar productos o servicios o volverá acudir a comprar más.

Los clientes que logran satisfacción suelen comunicar su buena experiencia de compra con otras personas, como sus familiares y amigos.

Los nuevos clientes fidelizados elimina de su mente a la competencia. Así, el negocio ganará participación de mercado, lo cual es un indicador importante para nuevos negocios, financiamiento, inversiones, etc.

El valor del cliente

Es evidente que los clientes vengán hacer el recurso más importante con el que puede contar una organización. Sin embargo, el desarrollo de tales características de los clientes es responsabilidad de satisfacción de todos los clientes son de igual manera importantes si se tiene una visión a largo plazo.

El clientes que hoy en día adquiere una cantidad muy pequeña, puede ascender hasta llegar hacer un gran comprador; mientras tanto el cliente de hoy en día, puede dejar de serlo hoy o mañana. Todo evoluciona, no es posible predecir que alguien vaya a ser para siempre el más importante.

Las organizaciones hoy en día deben de estar muy seguras de que sus colaboradores cuenten con una capacitación adecuada, sobre todo, cuando tengan una cultura de calidad hacia el servicio brindado. Para ello, es importante tomar en cuenta que “un empleado satisfecho es igual a un cliente satisfecho”, y que una fuerza laboral comprometida con la experiencia, tanto en las operaciones internas como externas.

Las micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas son entidades financieras constituidas como personas naturales o jurídicas. SUNAFIL (2017): afirma que: “Es una unidad económica constituida por persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”

La gran parte de ellas son administradas por sus propios dueños, debido a que fueron creadas por la dificultad de conseguir un empleo hoy en día, por lo cual muchos de ellos se vieron en la necesidad de cubrir sus necesidades emprendiendo un negocio. Estas organizaciones se encuentran en los diversos sectores productivos como: sector comercio, sector servicios, industria, entre otros.

Las Características de las micro y pequeñas empresas.

Para estas empresas se implementaron normas de apoyo en las cuales en general todas las micro, pequeñas y medias empresas tienen la obligación de poder cumplirlas. Según la ley N° 1873 (2017) afirma que:

- Microempresa: empresas que poseen ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

- Pequeña y mediana empresa: empresas que poseen ventas anuales superiores a 150 (UIT) y hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT).
- Mediana empresa: empresas que poseen ventas anuales superiores a 1700 (UIT) y hasta el monto máximo de 2300 (UIT).

Importancia de las micro y pequeñas empresas

Es indudable que las mype abarcan varios aspectos muy importantes de la economía de nuestro país, entre los cuales cabe mencionar su contribución a la generación de empleo y otras aportaciones en general. Según la ley N° 1873 (2017) afirma que:

Las micro empresas en el Perú tienen una vital importancia en el desarrollo social y económico del país ya que constituyen el 94.6% de las unidades empresariales del país; de acuerdo a su actividad económica el 44.4% se dedican a la comercialización de bienes, mientras que el 16.2% prestan servicios administrativos de apoyo y servicios personales.

2.3. Marco conceptual de la investigación

Micro y pequeña empresa (Mype)

La micro y pequeña empresa viene hacer una entidad económica creada por una persona natural o jurídica con características definitivas con el objetivo de promover su crecimiento al brindarles productos y servicios de alta calidad con la finalidad de generar rentabilidad, en lo cual juega un papel muy importante en el desarrollo social y económico de nuestro país, tanto al generar mucho empleo con la finalidad de

obtener más impuestos y obtener como resultados proyectos de inversiones públicas por parte del estado y brindarnos una mejor calidad de vida.

Gestión de calidad

La gestión de calidad es una herramienta fundamental para toda organización, pues esta permite a la empresa pueda planear, ejecutar y controlar sus actividades planteadas para el desarrollo de sus objetivos planteadas por una entidad, a través de la prestación de servicios acompañado de una excelente calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción de los usuarios, en lo cual tiene como objetivos sorprender a su cliente, lanzando servicios y productos con las características que lleguen a esperar los clientes.

Atención al cliente

La atención al cliente viene hacer el servicio brindado por la empresa en relación con su cliente, con el fin de que el cliente pueda quedar satisfecho al momento que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado, viene hacer pieza fundamental en cualquier tipo de empresa ya que viene hacer la gestión que realiza cada colaborador de la empresa en lo cual tiene la oportunidad de tratar con su cliente y buscar en ellos la mejor satisfacción en ellos con la finalidad de ganárselos y sean recomendados positivamente por la entidad que les brindo un excelente servicio.

Empatía

La empatía es la capacidad de todo ser humano al percibir, compartir y sobre todo comprender los sentimientos de otro ser, por lo tanto viene hacer unas de las competencias más primordiales de las que están incluidas en la inteligencia emocional,

por otro lado está referida entre otras cosas a la escucha activa, la comprensión y el apoyo hacia los demás.

Cortesía

Viene hacer el reflejo humano de buena costumbre, en la mejor expresión es el uso práctico de las buenas costumbres, cabe destacar que la cortesía es un fenómeno cultural por lo que se considera como cortes en una sociedad en lo cual puede ser grosero o absurda en otra.

III. Hipótesis

En esta investigación no se plantea una hipótesis dado que es una investigación descriptiva, ya que solo se va a descubrir, a través de observación y posterior descripción, constatar una realidad que acontece, solo eso, a modo de evidencia, de constatación de algo que no se conoce y que por ende se desea describir.

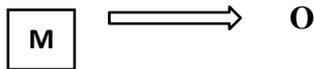
IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación

El tipo de investigación es cuantitativo, debido a que se utiliza datos numéricos, donde las variables son expresadas en números y contara con un análisis estadístico. Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal y descriptivo

Descriptivo

Es descriptivo ya que se usa cuando se tiene como objetivo describir, analizar, interpretar situaciones o eventos que han sido investigados previamente.



Donde

M: muestra

O: Observación de las variables: atención al cliente

Es no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto.

Transversal porque se realizó en un momento dado y en un tiempo determinado.

4.2. Población y muestra

La población estuvo constituida por 64 micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías del distrito de Chimbote provincia del Santa año 2017, la cual se consiguió ingresando en el sistema de INEI – SIGE.

La muestra fue dirigida, se obtuvo por conveniencia en lo cual se encuestó a 30 mype que consta del 46.8% de una población de 64 mype que consta del 100% del total de las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del santa, año 2017 en estudio, debido a que las demás no quisieron brindar información, en lo cual se procedió hacer el estudio del rubro pollerías que estuvieron disponibles.

El criterio de selección estuvo dado en función de la voluntad y disponibilidad de proporcionar información por parte de los representantes y/o gerentes de dicho rubro.

4.3. Definición y operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Personas que actúan en representación y está al frente de la micro, pequeña y mediana empresa	1. Edad del encuestado	18 – 30 31 – 50 51 – a más	Cuantitativa
		2. Genero del encuestado	Masculino Femenino	Nominal
		3. Grado de instrucción	Primaria Secundaria Superior técnico Superior Universitaria Sin instrucción	Nominal
		4. Cargo dentro de la empresa	Titular gerente Administrador Encargado Otro	Nominal
		5. Tiempo en el cargo	0 a 3 años 4 a 6 años 7 años a mas	Nominal

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICION
Perfil de las micro y pequeñas empresas	La micro y pequeña empresa viene hacer una entidad económica creada por una persona natural o jurídica con características definitivas con el objetivo de promover su crecimiento al brindarles productos y servicios de alta calidad con la finalidad de generar rentabilidad, en lo cual juega un papel muy importante en el desarrollo social y económico de nuestro país, tanto al generar mucho empleo con la finalidad de obtener más impuestos y obtener como resultados proyectos de inversiones públicas por parte del estado y brindarnos una mejor calidad de vida.	6. Inscripción de la mype	Formal Informal	Razón
		7. Números de trabajadores	0 – 3 trabajadores 4 – 6 trabajadores 7 – 9 trabajadores 10 trabajadores a más	Nominal
		8. Forma en la que obtuvo la mype	Negocio familiar Herencia familiar Constitución propia	Nominal
		9. Objetivos de creación de la empresa	Invertir Ser empresario Generar puesto de trabajo Generar utilidades	Nominal
		10. Cuentan con equipamiento moderno	Si No	Nominal
		11. Años de funcionamiento en el mercado	0 a 3 años 3 a 6 años 7 años a más	Nominal

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Gestión de Calidad bajo el uso en Atención al Cliente en las	La gestión de calidad es una herramienta fundamental para toda organización, pues esta permite a la empresa pueda planear, ejecutar y controlar sus actividades planteadas para el desarrollo de sus objetivos planteadas por una entidad, atreves de la prestación de servicios acompañado de una excelente calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción de los usuarios, en lo cual tiene como objetivos sorprender a su cliente, lanzando servicios y productos con las	12. Buen servicio del personal	Si No	Nominal
		13. Capacitación de sus trabajadores	Cada 1 mes Cada 3 meses Cada 6 meses Anualmente No capacita	Nominal
		14. Dificultad del personal en la implementación de la gestión de calidad	Poca iniciativa Aprendizaje lento No se adapta a los cambios Desconocimiento de calidad	Nominal
		15. Beneficios de la empresa al lograr satisfacer a sus clientes	Nuevos Clientes Fidelización al cliente Recomendación del cliente Incremento de ventas	
	16. Utiliza procesos de atención al cliente	Si No	Nominal	

características que lleguen a esperar los clientes.	17. La gestión de calidad contribuye en el rendimiento de la empresa	Si No	Nominal
	18. Técnicas modernas de gestión de calidad	Benchmarking Empowerment Plan estratégico Liderazgo empresarial	Nominal
	19. Contribución de una atención de calidad	Aumento de ventas Fidelización de los clientes Mejor prestigio Posicionamiento en el mercado	Nominal
	20. Objetivos de una buena gestión	Si No	Nominal
	21. Herramientas de una buena gestión	Comunicación Liderazgo Motivación	Nominal
	22. Motivo por el cual satisface a sus clientes	Brindar valor Dar a conocer el negocio Negociar	Nominal
	23. Sistema de control	Mejor calidad Mejor satisfacción al cliente Corregir errores	Nominal
	24. Prioridad de la empresa	Planifica sus actividades	Nominal

			Precios bajos Calidad del producto Atención al cliente	
		25. Productos ofrecidos	Si No	Nominal
		26. Preocupación del personal por su cliente	Si No	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el desarrollo de la investigación se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento será un cuestionario estructurado de 26 preguntas. Dentro del cuestionario se contara con tres partes específicas.

La primera parte contara con 5 preguntas relacionadas a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías, del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

La segunda parte contara con 6 preguntas relacionadas a las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías, del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

Y la tercera parte que contara con 15 preguntas relacionadas a las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en la atención al cliente en las micro y

pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías, del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

4.5. Plan de análisis

La recopilación y llenado de datos de la encuesta se efectuó en los mismos locales de las micro y pequeñas empresas, ya que se tiene la información de sus direcciones, habiéndonos presentados inicialmente y luego de sus aceptaciones que será en su mayoría de buen agrado se procederá a aplicar el cuestionario.

El procesamiento de los resultados se realizó en el programa informático Microsoft Excel, en el cual se construirá la base de datos, a partir del cual se elaborarán tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales, así como gráficos estadísticos de las variables en estudio.

4.6. Matriz de consistencia

TITULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	POBLACIÓN Y MUESTRA	MÉTODOS DISEÑOS	Y	INSTRUMENTOS Y PROCESAMIENTO
Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Pollerías del distrito de Chimbote, provincia	¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en las Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio – rubro Pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017?	Determinar las características de la Gestión de en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Pollerías del distrito de Chimbote, provincia del	Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas en el sector servicio - rubro pollerías, del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías, del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Determinar las características de una gestión de calidad en	La Gestión Atención al cliente	Población La población estuvo constituida por 64 micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías del distrito de Chimbote provincia del Santa año 2017, la cual se consiguió	Tipo El tipo de investigación es cuantitativo, debido a que se utiliza datos numéricos, donde las variables van a ser expresadas en números y contara con un análisis estadístico. Diseño Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal y descriptivo		Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario

del Santa, año 2017.”		Santa, año 2017.	atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías, del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.		<p>ingresando en el sistema de INEI – SIGE.</p> <p>La muestra fue no pro balística y dirigida, ya que participaron el 46,88% de las micro y pequeñas empresas (30) del rubro pollerías que estuvieron disponibles al momento de hacer el estudio. El criterio de selección estuvo</p>	<p>Descriptivo</p> <p>Será descriptivo ya que se usa cuando se tiene como objetivo describir, analizar e interpretar situaciones o eventos que han sido investigados previamente.</p> <p>Es no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto.</p> <p>Transversal porque se realizó en un momento</p>	
-----------------------	--	------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

					dado en función de la voluntad y disponibilidad de proporcionar información por parte de los representantes y/o gerentes de dicho rubro.	dado y en un tiempo determinado.	
--	--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------	--

4.7. Principios éticos

El presente trabajo de investigación titulada. Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas en el sector servicio – rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Se afirma que se realizó con responsabilidad, respeto honestidad, y la información que se obtuvo fue real, ya que los datos recolectados son solamente para uso de estudio. Así mismo los datos se basan por principios éticos, como la justicia que exige el derecho a un trato de equidad, privacidad y confiabilidad., también se tomara en cuenta la lealtad, donde se guarda con transparencia toda la información brindada, tanto como en la preparación y seguimiento de la investigación, por último el principio de la fidelidad, ya que el trabajo que se realizó, solo será utilizado para fines académicos.

Principio de autonomía, puesto que el tema de investigación fue escogido libremente, en sus elecciones, es decir para el trabajo de investigación, se pudo escoger libremente los temas a resolver, en este caso se escogió el tema Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente, puesto que, va de acuerdo con mi perfil, de esta manera el trabajo se hizo con mayor voluntad y esfuerzo.

Confiabilidad: La investigación se llevó a cabo basándose en el principio de fiabilidad porque se buscó y ubicaron datos reales sobre la gestión de calidad en atención del cliente, para posteriormente tomarlas como fuentes 100% confiables, así mismo se respetó el derecho de autor, ya que no hubo apropiación ilícita de la información de la fuente y se hizo uso de la misma sin alteraciones y/o modificaciones.

Respeto a la dignidad humana: Se respetó la dignidad humana de todos los involucrados, tanto del investigador, asesor, y otros que colaboraron, en el desarrollo

del trabajo de investigación, sin hacer distinción de su nacionalidad, raza, credo o estatus económico y social. Todo aporte requerido y ubicado es valioso e inviolable.

Confidencialidad: Se respetó el derecho de confidencialidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas, asegurándoles que no va habría ningún tipo de conflicto de interés por parte de la información brindada por las fuentes, así como su protección mediante el anonimato para no perjudicar directa o indirectamente a los representantes.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

Características	n	%
Edad del encuestado		
18 a 30 años	3	10.0
31 a 50 años	18	60.0
51 años a más	9	30.0
Total	30	100.0
Sexo del encuestado		
Masculino	9	30.0
Femenino	21	70.0
Total	30	100.0
Grado de instrucción		
Primaria	0	0.0
Secundaria	8	26.7
Superior No universitaria	0	0.0
Superior Universitaria	22	73.3
Sin instrucción	0	0.0
Total	30	100.0
Cargo en la empresa		
Propietario	4	13.4

Tabla 1 continuación...

Administrador	16	53.3
Otro	10	33.3
Total	30	100.0

Tiempo en el cargo

0 a 3 años	2	6.7
4 a 6 años	6	20.0
7 años a más	22	73.3
Total	30	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del santa, año 2017.

Características	n	%
Inscripción de la mype		
Formal	30	100.0
Informal	0	0.0
Total	30	100.0
Número de trabajadores en la pollería		
0 a 3 trabajadores	0	0.0
4 a 6 trabajadores	0	0.0
7 a 9 trabajadores	25	83.3
Más de 9 trabajadores	5	16.7
Total	30	100.0
Forma en la que obtuvo la mype		
Negocio familiar	18	60.0
Herencia familiar	9	30.0
Constitución propia	3	10.0
Total	30	100.0

Tabla 2 continuación...

**Objetivos de creación de
la empresa**

Invertir	0	0.0
Ser empresario	8	26.7
Generar puesto de trabajo	5	16.7
Generar utilidades	17	56.6
Total	30	100.0

**Cuenta con equipo
moderno**

Si	22	73.3
No	8	26.7
Total	30	100.0

Años de funcionamiento

0 a 3 años	9	30.0
4 a 6 años	11	36.7
Más de 6 años	10	33.3
Total	30	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollería del distrito de Chimbote, provincia del santa, año 2018

Tabla 3

Características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

Características	n	%
Brindan un buen servicio		
Si	30	100.0
No	0	0.0
Total	30	100.0
Tiempo de capacitación a sus trabajadores		
Cada 1 mes	21	70.0
Cada 3 meses	9	30.0
Cada 6 meses	0	0.0
Anualmente	0	0.0
No capacita	0	0.0
Total	30	100.0
Dificultad del personal en la implementación de la gestión de calidad		
Poca iniciativa	10	33.3
Aprendizaje lento	15	50.0
No se adapta a los cambios	2	6.7
Desconocimiento de calidad	3	10.0

Tabla 3 continuación...

Total	30	100.0
-------	----	-------

**Beneficios de la empresa al
lograr satisfacer a su cliente**

Nuevos clientes	6	20.0
Fidelización al cliente	8	26.7
Recomendación del cliente	13	43.3
Incremento de ventas	3	10.0
Total	30	100.0

**Utiliza procesos de atención al
cliente**

Si	22	73.3
No	8	26.7
Total	30	100.0

**Contribuye la gestión de calidad
en el rendimiento de la empresa**

Si	19	63.3
No	11	36.7
Total	30	100.0

**Técnicas modernas de gestión de
calidad**

Benchmarking	0	0.0
Empowerment	0	0.0
Plan estratégico	17	56.7

Tabla 3 continuación...

Liderazgo empresarial	13	43.3
Total	30	100.0

Contribución de la atención en la empresa

Aumento de ventas	4	13.3
Fidelización	2	6.7
Mejor prestigio	13	43.3
Posicionamiento en el mercado	11	36.7
Total	30	100.0

Alcanzan sus objetivos mediante la gestión de calidad

Si	22	73.3
No	8	26.7
Total	30	100.0

Herramientas de gestión de calidad

Comunicación	11	36.7
Liderazgo	5	16.7
Motivación	14	46.6
Total	30	100.0

Resultado de una buena atención al cliente

Brindar valor	9	30.0
---------------	---	------

Tabla 3 continuación...

Dar a conocer el negocio	21	70.0
Negociar	0	0.0
Total	30	100.0

Motivo por el cual aplica un sistema de control

Mejorar la calidad	10	33.3
Mejorar la satisfacción del cliente	9	30.0
Corregir errores	11	36.7
Total	30	100.0

Prioridad para determinar su calidad

Planifica sus actividades	0	0.0
Precios bajos	6	20.0
Calidad del producto	15	50.0
Atención al cliente	9	30.0
Total	30	100.0

Clientes satisfechos por su servicio y calidad

Si	24	80.0
No	6	20.0
Total	30	100.0

Tabla 3 continuación...

**El personal muestra interés por
su cliente**

Si	30	100.0
No	0	0.0
Total	30	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018

5.2. Análisis de resultados

Respecto al Objetivo 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

- El 60.0% del total de las mypes encuestadas, nos indica que la edad de sus representantes es de 31 a 51 años de edad, lo cual coincide con Escobedo (2016) que en su trabajo de investigación encontró que la mayoría simple de los representantes encuestados con un 67.0% tienen entre los 31 a 51 años de edad. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, optan por elegir personas adultas, con un alto grado de experiencia en el rubro, con la finalidad de poder ser representados de la mejor manera ante una auditoría o encuestas que se llegan a realizar dentro o fuera de la organización.
- El 70.0% del total de las mypes encuestadas, nos indica que el género de sus representantes son femeninos, a diferencia de Campos (2017) que en su trabajo de investigación manifiesta que la gran mayoría de los representantes encuestados con un 66.7% son de género masculino. Esta decisión viene hacer rotativa por parte del dueño de la empresa, dependiendo de los requisitos que plantea cada entidad para poder acceder a ese puesto. En este caso podemos observar que actualmente en la gran mayoría de su totalidad están representados por hombres.
- El 73.3% del total de las mypes encuestadas, nos indica que su grado de instrucción de los representantes es universitaria, lo cual coincide con Mallqui

(2017) que en su trabajo de investigación manifiesta que la mayoría de los representantes encuestados con un 41.7% tienen grado de instrucción universitaria. Esto nos muestra que la mayoría de las mypes opta por tener dentro de su organización a personas especializadas profesionalmente capacitadas para enfrentar a cualquier tipo de problema que se genere, evitando posibles riesgos a futuros. Tal resultado demuestra que actualmente la gran mayoría en su totalidad están representadas por personas que concluyeron sus estudios universitarios.

- El 53.3% del total de las mypes encuestadas, nos indica que son los administradores de las pollerías quienes representan la imagen de las mypes al realizar la encuesta, este resultado coincide con Salinas (2018) que en su trabajo de investigación manifiesta que la mayoría simple de los representantes encuestados con un 60.0% son los administradores quienes representan a la empresa al realizar la encuesta. Esto nos muestra que en estas micros y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías, el administrador está pendiente del negocio en la mayor parte del tiempo y se encuentran presente para la toma de decisiones.
- El 50.0% del total de las mypes encuestadas, nos indica que los representantes de las mypes tienen de 3 a 6 años en el cargo dentro de la empresa, a diferencia de Salinas (2018) que en su trabajo de investigación manifiesta que la mayoría de los representantes encuestados con un 40% tienen de 7 años a más en el cargo dentro de la empresa, es decir que la mayor parte de estos negocios tienen a un administrador que cuentan con un alto nivel de experiencia en el rubro

capacitado para que pueda enfrentar cualquier tipo de problema ocurrido dentro y fuera de la empresa.

Respecto al objetivo 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa año 2017.

- El 100% del total de las mypes encuestadas, nos indica que son formales, lo cual coincide con Media (2016) que en su trabajo de investigación encontró que la totalidad de las mypes encuestadas con un 100% son formales, esto demuestra que la gran mayoría de las micro y pequeñas empresas de este sector servicio rubro pollerías, se encuentran registrados en la Sunat.
- El 83.3% del total de las muypes encuestadas, nos indica que tiene de 7 a 9 trabajadores, a diferencia de Campos (2017) que en su trabajo de investigación encontró que la totalidad de las mypes encuestadas con un 100% trabajan con una cantidad de 1 a 5 trabajadores, lo cual muestra que estos negocios requieren de un personal a nivel medio de cantidad para poder brindar un mejor servicio al cliente en cuanto al tiempo de espera del servicio ofrecido.
- El 60% del total de las mypes encuestadas, nos indica que es un negocio familiar, a diferencia de Salinas (2018) que en su investigación encontró que la mayoría simple de las mypes encuestadas con un 70% los colaboradores son personas no familiares. Esto nos muestra que las mypes de este rubro han venido con el tiempo brindando empleo a sus familiares generando una mejor comunicación y ambiente de trabajo dentro de la organización.

- El 56.6% del total de las mypes encuestadas, nos indica que fueron creadas con la finalidad de generar utilidades, lo cual coincide con Medina (2016) que en su trabajo de investigación encontró que la mayoría de las mypes encuestadas con un 54.2% han sido creadas para obtener ganancias. Este resultado nos indica que la gran parte de pollerías fueron creadas para generar utilidades con la finalidad de poder reinvertir en la organización tanto en el ambiente de la organización como también incentivando de una mejor manera a sus colaboradores generando una motivación en ellos, con la finalidad de que puedan tomar conciencia de los deberes pendientes que tienen con la empresa.
- El 73.3% del total de las mypes encuestadas, nos indica que cuenta con equipo moderno, esto indica que la mayoría de las pollerías cuenta con un mejor servicio en cuanto a la espera del servicio que brindan a sus clientes, como también a la calidad que ofrecen a sus consumidores.
- El 36.7% del total de las mypes encuestadas, nos indica que tienen de 6 años a más en el rubro, lo cual coincide con Escobedo (2016) que en su trabajo de investigación encontró que la mayoría simple de las mypes encuestadas con un 67% tienen de 4 a 7 años de funcionamiento en el rubro. Esto muestra que son negocios que han perdurado en el tiempo y que tienen una posición buena en el mercado, así como un conocimiento del entorno en el que se desenvuelve.

Respecto al objetivo 3

Características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

- El 100% del total de las mypes encuestadas, nos indica que brindan un buen servicio, a diferencia de Coronel (2011) que en su trabajo de investigación manifiesta que solo el 34% de las micro y pequeñas empresas encuestadas mencionan que tienen un servicio cortes dirigidos al cliente. Cabe indicar que la gran parte de pollerías tienen en cuenta sobre la importancia de brindar un buen servicio de calidad originando así clientes potenciales con la finalidad de obtener mayores ingresos como resultados.
- En el 70% del total de las mypes encuestadas, nos indica que capacitan mensualmente a sus trabajadores, a diferencia de Mallqui (2017) que en su trabajo de investigación muestra que un 58.3% de las micro y pequeñas empresas encuestadas mencionan que capacitan a los trabajadores de forma semestral. Cabe indicar que la mayoría de las mypes cuentan con un administrador especialista en brindar información sobre un buen trato al cliente con la finalidad de obtener un buen servicio.
- El 50% del total de las mypes encuestadas, nos indica que carecen de un aprendizaje lento sobre la gestión de calidad, lo que coincide con Salinas (2018) que en su trabajo de investigación el 60% de las micro y pequeñas empresas encuestadas menciona que a sus colaboradores les he difícil adaptarse a la implementación de gestión de calidad, por el motivo que cuentan con poca información sobre el termino de gestión de calidad.
- El 43.3% del total de las mypes encuestadas, nos indica que esperan como resultado que su mype sea recomendada con el objetivo de ser líder en el mercado y estén presentes en la mente de sus consumidores al optar por decidir acudir a sus servicios.

- El 73.3% del total de las mypes encuestadas, nos indica que utilizan procesos de atención al cliente, lo cual coincide con Coronel (2011) que en su trabajo de investigación indica que el 33% de las micro y pequeñas empresas encuestadas mencionan que también han obtenido cursos de atención al cliente y de sanitación e higiene; porque manifiesta que era un requisito para entrar a trabajar. Esto muestra que la mayor parte de las pollerías tienen en claro lo importante que es brindar una buena atención al cliente, por lo tanto cada una de ellas cuentan con un proceso para que sus trabajadores puedan satisfacer a sus clientes.
- El 63.3% del total de las mypes encuestadas, nos indica que la gestión de calidad, influye mucho en el rendimiento de la empresa, lo cual coincide con Abanto (2017) que en su trabajo de investigación el 62.5% de las micro y pequeñas empresas encuestadas aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. La mayoría de estas microempresas tienen en claro lo importante que es implementar un sistema de control de calidad.
- El 56.7% del total de las mypes encuestadas, nos indica que se enfocan en el plan estratégico, a diferencia de Campos (2017) que en su trabajo de investigación manifiesta que el 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas mencionan que no cuentan con una estrategia que gestión de calidad. Esto nos muestra que la gran mayoría de las pollerías cuentan con un organigrama estructurado, en lo cual cada colaborador tiene bien claro su deber dentro de la empresa obteniendo resultados eficientes por parte de la organización.

- El 43.3% del total de las mypes encuestadas, nos indica que obtienen como resultado un buen prestigio respecto a la buena atención al cliente que brindan, esto quiere decir que la mayor parte de ellas brindan una buena atención al cliente con la finalidad de obtener clientes fidelizados.
- El 73.3% del total de las mypes encuestadas, nos indica que si alcanzan sus objetivos mediante la gestión de calidad que brindan, lo que coincide con Abanto (2017) que en su trabajo de investigación indica que el 62.5% de las micro y pequeñas empresas aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. Cabe destacar que la gestión de calidad es una herramienta fundamental para todo tipo de organización lo cual trae buenos resultados para la empresa.
- El 46.7% del total de las mypes encuestadas, nos indica implementan la motivación a sus trabajadores como herramienta de gestión de calidad, a diferencia de Salinas (2018) que en su trabajo de investigación indica que el 70% de las micro y pequeñas empresas encuestadas no les brinda motivación. Esto muestra que los colaboradores deber ser motivados e incentivados para obtener buenos servicios por parte de ellos donde también deben optar por ofrecerles un buen ambiente de trabajo donde se sientan a gusto y puedan brindar un bien servicio eficiente al cliente.
- El 70% del total de las mypes encuestadas, nos indica que esperan como resultado que su negocio sea reconocido, por tal motivo es que trabajan a fondo en gestión de calidad, para que así puedan ofrecer un buen servicio de calidad y su empresa pueda ser reconocida por los servicios brindados que ofrecen al mercado.

- El 36.7% del total de las mypes encuestadas, nos indica que aplican su sistema de control de calidad, a diferencia de Campos (2017) que en su trabajo de investigación indica que el 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas no conocen el término de gestión de calidad.
- El 50% del total de las mypes encuestadas, nos indica que su prioridad ante su cliente viene hacer la calidad que brindan en su servicio, esto nos da a conocer que muchas pollerías están enfocados más a la calidad de su producto que ofrecen a sus clientes, pues tienen en cuenta que es su prioridad para que puedan liderar el mercado.
- El 80% el total de las mypes encuestadas, nos indica que obtienen como resultados clientes satisfechos a través de su servicio y calidad que brindan, lo cual coincide con Diana (2008) que en su trabajo de investigación indica respecto al resultado que supera 90% con su 91.78% de encuestados expresan que los productos si están acordes con su necesidades, frente a un 8.22% que manifiesta lo contrario. Esto indica a que la gran mayoría de las micro y pequeñas empresas, tienen en cuenta que es importante brindar una buena atención al cliente ofreciendo productos y servicios de alta calidad.
- El 100.0% del total de las mypes encuestas, nos indica que el personal de su empresa muestra interés hacia el cliente, a diferencia con Coronel (2011) que en su trabajo de investigación indica que el 34% de las micro y pequeñas empresas muestran que existen un compromiso con el cliente. Este resultado lo obtienen gracias a la motivación que hacen llegar a sus colaboradores.

VI. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Respecto al objetivo 1

- La gran mayoría de la población se encuentran en la edad adulta constituido por el 60.0% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas cuya edad fluctúa entre los 31 a 50 años de edad. Por otro lado se observa que los representantes legales de las micro y pequeñas empresas predominan el sexo femenino con un 70.0%. Asimismo de los encuestados, el nivel universitario predomina con un 73.3% alcanzando los estudios superiores. De tal manera los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas el 53.3% indica que son los administradores de las pollerías. De las micro y pequeñas empresas encuestadas el 73.3% tiene de 6 años a más en el cargo que desempeñan.

La mayoría de los representantes optan por un personal de edad adulta, con buena presencia y propuestas innovadoras pues confían y se enfocan en las experiencias que llevan laborando en ese mismo rubro compartiendo sus experiencias que llevan laborando en ese mismo rubro compartiendo lo que saben con sus compañeros de trabajo originando un buen ambiente laboral. De tal manera se observa que optan por un representante capacitado con estudios profesionales que tengan la capacidad de asumir nuevas responsabilidades y cumplir con la visión y la misión de las organizaciones.

Respecto al objetivo 2

- De las mypes encuestadas el 100.0% mencionan que las micro y pequeñas empresas están formalizadas tal como consta en la fuente obtenida por la sunat. También se puede argumentar de las micro y pequeñas empresas encuestadas que el 83.3% reconocen tener de 7 a 9 trabajadores. Así también el 60% de las micro y pequeñas empresas indica que fue por negocio familiar por el cual se obtuvo la empresa. El 56.6% reconocen que su objetivo de creación de la empresa es para generar utilidades. Respecto al equipamiento moderno, el 73.3% de las micro y pequeñas empresas cuentan con un buen equipo eficiente para brindar sus servicios. De las mypes encuestadas el 36.7% indica que tienen de 4 a 6 años de funcionamiento en el mercado.

La mayoría de las mypes se encuentran formalizadas, generando beneficios, como también mostrando seguridad en sus clientes y trabajadores, en la gran parte se observa que la mayoría tienden a ser creadas para generar muchas utilidades, por lo cual con el tiempo obtienen como resultado contar con equipos modernos que originan un mejor servicio a sus clientes.

Respecto al objetivo 3

- De las mypes encuestadas, la totalidad de las pollerías con un 100.0% brindan un buen servicio al cliente. Respecto a la capacitación la gran mayoría con un 70.0% capacitan a sus trabajadores mensualmente. En cuanto a la dificultad ante la implementación de la gestión de calidad la mitad con un 50.0% de las micro y pequeñas empresas muestran con un aprendizaje lento. También se

puede argumentar que la mayoría simple indica que los beneficios de la empresa al lograr satisfacer a su cliente un 43.3% esperan como resultado ser recomendados, la gran mayoría de las pollerías encuestadas nos informan que utilizan procesos de atención al cliente con un 73.3%, por otro lado la mayoría manifiesta con un 63.3% indica que la gestión de calidad contribuye en el rendimiento de la empresa, en cuanto a las técnicas modernas de gestión de calidad la mayoría con un 56.7% optan por un plan estratégico, la mayoría simple cumple con una buena contribución en cuanto a la atención al cliente donde el 43.3% esperan como resultado obtener un mejor prestigio por parte de sus clientes, la gran mayoría de las pollerías alcanzan sus objetivos mediante la gestión de calidad con un 73.3% aprobando que es una herramienta fundamental para toda organización, la mayoría simple utilizan como herramienta de gestión de calidad donde un 46.6% se basa a la motivación, la gran mayoría tiene como resultado de una buena atención al cliente donde un 70.0% esperan dar a conocer el negocio, la mayoría simple su motivo por el cual se aplica un sistema de control con un 36.7% nos indica que es para corregir errores, la mitad utilizan como prioridad determinar su calidad donde un 50.0% se basa a la calidad de producto ofrecido, La gran mayoría tiene sus clientes satisfechos por su servicio y calidad con un 80.0%, la totalidad del personal con un 100.0% muestra interés por su cliente.

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen poco conocimiento del término de gestión de calidad, también se observa que la mayoría cuentan con dificultades para su implementación al no adaptarse a los cambios, pero se observa que la gran mayoría de los representantes afirma que

la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio y ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización.

Recomendaciones

- La totalidad de los representantes de las mypes en caso de que no hayan finalizado sus estudios, la recomendación será que puedan volver a retomar para que cuenten con mucha más información sobre las herramientas de gestión de calidad, para que lo puedan implementar en sus empresas, obteniendo resultados eficientes, por otro lado brindando un ejemplo a sus colaboradores de poder seguir estudiando al pesar de que tengan muchos pendientes en su vida cotidiana.
- La totalidad de las mypes deben ser formales para que puedan contribuir al paisa y haiga un buen impulso económico, para que como resultado obtener una mejor calidad de vida, una ayuda a los más necesitados brindándoles un empleo, con un buen seguro de vida y un buen trato al personal, ofreciendo un buen ambiente de trabajo y un buen incentivo para motivarlos a que trabajen de manera consiente.
- La totalidad de las pollerías deberán contar con una información fundamental sobre gestión de calidad, para que puedan implementar este sistema de control en su organización con la finalidad de brindar un excelente servicio de calidad obteniendo así clientes muy fieles a ellos, en base a sus servicios ofrecidos, de tal manera poder apoderarse del mercado en ese rubro.

7. Referencias

- Escobedo, M. (2016). *Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, 2013* (tesis pregrado). Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039738>
- Campos, E. (2017). *La gestión de calidad y el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Casa Grande, año 2016* (tesis pregrado). Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045561>
- Abanto, K. (2017). *Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017* (tesis pregrado). Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045646>
- Mallqui, J. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y formalización de las mypes, sector comercial - rubro pollerías en la provincia de Leoncio Prado – Tingo María, período 2017* (tesis pregrado). Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045301>
- Medina, Y. (2016). *Caracterización del estilo de liderazgo transaccional en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes bares y cantinas (restaurantes – pollerías) en el distrito de Huaraz, 2014* (tesis pregrado). Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000042596>
- Salinas, C. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque del liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías de la ciudad de Huarmey, año 2017* (tesis pregrado). Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4765>

- Coronel, V. (2013). *Mejoramiento de calidad en el servicio y atención al cliente en el restaurante “los pollos de la colon”, de la ciudad de Riobamba. 2009.* (tesis pregrado). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/2327>
- Rivera, D. (2008). *Propuesta de mejoramiento para el servicio al cliente del grupo unipharm Bogotá* (tesis pregrado). Recuperado de: <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/4111/T11.08%20B657p.pdf>
- Gullo, J., & Nardulli, P. (2015). *Gestión organizacional*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Gallego, T. (2013). *Gestión integral*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Cortés, M. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (iso 9001:2015)*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Balagué, N., & Saarti, J. (2014). *Gestión de la calidad en la biblioteca*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Amorós, E., Becerra, J., & Díaz, D. (2007). *Gestión empresarial para agronegocios*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- López, P. (2015). *Cómo documentar un sistema de gestión de calidad según iso 9001:2015*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>
- Arenal, C. (2017). *Gestión de la atención al cliente / consumidor. uf0036*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>

Anexo 1

➤ Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE TALLER DE INVESTIGACIÓN																			
N°	ACTIVIDADES	FECHAS		MESES															
				SETIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
				SEMANAS															
		INICO	FINAL	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	SOCIALIZACIÓN DEL SPA	04/09/2018	11/09/2018	X															
2	REDACCION DE LAS BASES TEÓRICAS	12/09/2018	18/09/2018		X														
3	CRONOGRAMA PARA RECOLECCIÓN DE DATOS	19/09/2018	25/09/2018			X													
4	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	26/09/2018	02/10/2018				X												
5	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	03/10/2018	09/10/2018					X											
6	RECOLECCION DE DATOS	10/10/2018	16/10/2018						X										
7	RECOLECCION DE DATOS	17/10/2018	23/10/2018							X									
8	RECOLECCION DE DATOS	24/10/2018	30/10/2018								X								

Anexo 2:

Presupuesto

Concepto		Costo unitario	Cantidad necesaria	Valor total
Costo del curso	Matricula	S/. 200.00	1	S/.200.00
	Pensión taller III	S/.40.00	4	S/.160.00
impresión		S/. 0.30	195	S/.58.50
USB 4 GB		S/.18.00	2	S/.36.00
Pasajes para visitar a alas MYPES		S/.4.00	10	S/.40.00
Útiles	Lapiceros	S/. 0.50	4	S/.2.00
	Encuestas	S/. 0.30	195	S/.58.50
	Cuaderno	S/.20.00	1	S/.20.00
Pasaje para visitar a la biblioteca de la universidad		S/. 4.60	4	S/.18.40
internet mensual		S/.94.00	4	S/.288.00
			Total	S/.893.4

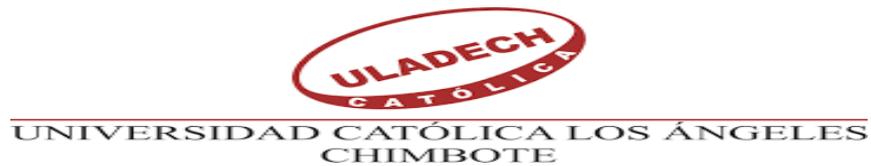
Anexo 3:**Muestra y población**

La población de las micro y pequeñas empresas que elaboran productos de pollería del distrito de Chimbote, fueron 30 pollerías a quienes se le tomaron la encuesta.

N°	MYPE	DIRECCIÓN
01	RESTAURANT POLLERÍA “LA GRANJA LINDA”	AV. JOSÉ PARDO 6515
02	RESTAURANT POLLERÍA “MIRKO”	JR. ELÍAS AGUIRRE N° 338
03	RESTAURANT POLLERÍA “NAPOS CHICKEN”	JR. LADISLAO ESPINAR N°565
04	RESTAURANT POLLERÍA “KIKIRIKI”	JR. MANUEL RUIZ N°337
05	RESTAURAND POLLERÍA “MARPER”	URB. LADERAS DEL NORTE MZ. H LTE. 10
06	RESTAURAND POLLERÍA “MAY CHICKEN”	AV. JOSE PARDO N° 1380 P. J. MIRAMAR BAJO
07	RESTAURANT POLLERÍA Y CEVICHERÍA “EL SABOR”	JR. JOSE BALTA N° 877 MZ. C LTE. 16 1ER Y 2DO PISO P.J. EL PROGRESO
09	RESTAURANT – POLLERÍA “MI VILLA”	JR. GUILLERMO MOORE N° 793 EL ACERO
10	RESTAURANT POLLERÍA “EL PALMERITO”	JR. LEONCIO PRADO N°780 CASCO URBANO

11	RESTAURANT POLLERÍA “MR. CHIKEN”	JR. CAHUIDE N° 278 MZ U. LOTE 11 P.J. EL PROGRESO
12	RESTAURANT POLLOS A LA BRASA Y PARRILLAS TITANIC E.I.R.L.	JR. LADISLAO ESPINAR N° 363 CASCO URBANO
13	RESTAURANT Y POLLERÍA “PANCHITO”	JR. JOSE BALTA N° 1085 PJ EL PROGRESO
14	RESTAURANT POLLO A LA BRAZA “GASTON”	AV. JOSE PARDO N° 456 CASCO URBANO
15	RESTAURANT POLLERÍA CEVICHERIA “EL GALPON”	URB. 21 DE ABRIL MZ 18 LOTE 10 ZONA “A”
16	RESTAURANT POLLERÍA “PARDO”	JR. ICA MZ 6 LT 23 – MIRAFLORES BAJO III ZONA
17	RESTAURANT Y POLLERÍA “VITO”	A.H. PUEBLO LIBRE MZ. C – LT 22
18	POLLERÍA RESTAURANT “DEL BUEN SABOR”	JR. VALENCIA MZ. W – LT 13 – A.A.H.H. VILLA ESPAÑA
19	RESTAURANT POLLERÍA “SABOR LAMBAYECANO”	JR. MANUEL VILLAVICENCIO N° 576 – CASCO URBANO
20	RESTAURANT POLLERÍA “EL BOLICHITO”	AV. CAMINO REAL MZ. Q1 – LT. 03 – P.J. MIRAFLORES ALTO
21	RESTAURANT POLLERÍA “FI – HAMBRE”	JR. CALLAO N° 454 – PJ. MIRAFLORES ALTO
22	RESTAURANT PARRILLAS POLLERÍA “EN SU PUNTO”	AV. ENRIQUE MEIGGS N° 792. MZ. X – LT. 3 – PJ. MIRAFLORES BAJO

23	RESTAURANT – POLLERÍA – CEVICHERIA “COSTA BRAVA”	PROLG LADISLAO ESPINAR N° 1080 – A P.J. PUEBLO LIBRE
24	POLLERÍA RESTAURANT Y CEVICHERIA “EL SABOR”	JR. JOSE BALTA N° 877 MZ. C LTE. 16. P.J. EL PROGRESO
25	RESTAURANT – POLLERÍA “EL MILAGRO”	JR. MIGUEL GRAU MZ. V LTE 23ª1 P.J. DOS DE MAYO
26	RESTAURANT- CEVICHERIA – POLLERÍA “RUMI WASI”	CALLE LOS ALAMOS MZ. F2 LTE. 13A A.H. SAN PEDRO
27	RESTAURANT POLLERÍA “LA PIETRA”	JR. MOQUEGUA N° 657 MZ. 09 LTE. 16. P.J. MIRAFLORES III ZONA
28	RESTAURANT POLLERÍA “CASA GRANDE”-	URB. EL TRAPECIO III ETAPA MZ. A2 LTE. 39
29	POLLERÍA RESTAURANT “DEL BUEN SABOR II”	AV. CAMINO REAL MZ. J3. LOTE 10 PJ. MIRAFLORES ALTO
30	POLLERÍA RESTAURANT “POLLO LOCO”	AV. JOSE PARDO N° 1101 A.H. PUEBLO LIBRE

Anexo 4:

Encuesta aplicada a los dueños, gerentes y/o Representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017.

La información que usted proporciona será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente.

Encuestador: Juan Carlos Torres Farro

FECHA 05/06/18

I. Acerca de los representantes legales de la empresa

1. ¿Ud. qué edad tiene?

18 a 30 años.

31 a 50 años.

51 años a más

2. ¿Cuál es su género?

Masculino.

Femenino.

3. ¿Cuál es su grado de instrucción?

Primaria.

Secundaria.

Superior técnico

Superior universitaria

Sin instrucción

4. ¿Qué Cargo desempeña dentro de la empresa?

Titular-Gerente

Administrador

Encargado

Otro.

5. ¿Qué tiempo tiene con el cargo?

0 a 3 años

4 a 6 años

7 años a más

II. Acerca de las Micro y pequeñas empresas

6. ¿Su empresa es formal o informal?

Formal

Informal

7. ¿Cuál es la cantidad de trabajadores que tiene su empresa?

De 1 a 3 trabajadores

De 4 a 6 trabajadores

7 a 9 trabajadores

8. ¿Cuál fue la forma por la que obtuvo la mype?

Negocio familiar

Herencia familiar

Constitución propia

9. ¿Cuáles son los motivos por la que constituyo su empresa?

Invertir

Ser empresario

Generar puestos de trabajo

Generar utilidades

10. ¿La empresa cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes?

Si

No

11. ¿Cuántos años de funcionamiento tiene su empresa en el mercado?

0 a 3 años

De 4 a 6 años

Más de 6 años

III. Acerca de la Gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de marketing

12 ¿El personal brinda un servicio amable?

Si

No

13 ¿Cuál es el tiempo que capacita a sus trabajadores?

Cada 1 mes

Cada 3 meses

Cada 6 meses

Anualmente

No capacita

14 ¿Hay dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad?

Poca iniciativa

Aprendizaje lento

No se adapta a los cambios

Desconocimiento de calidad

15. ¿Qué beneficios obtiene la empresa al lograr la satisfacción al cliente?

Nuevos clientes

Fidelización de clientes

Recomendación del cliente

Incremento de ventas

16. ¿Ud. Utiliza procesos de atención al cliente?

Si

No

17. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa?

Si

No

18. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad empresarial usa en su empresa?

Benchmarking

Marketing

Empowerment

Outsourcing

Otros

Ninguno

19 ¿De qué manera contribuye una atención de calidad a su empresa?

Aumento de ventas

Fidelización de los clientes

Mejor prestigio

Posicionamiento en el mercado

20 ¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?

Si

No

21. ¿Qué herramientas Ud. Utiliza para una buena gestión?

Comunicación

Liderazgo

Motivación

22 ¿Ud. Para que ofrece satisfacción al cliente? Brindar valor

Dar a conocer el negocio

Negociar

23. ¿Para qué Ud. Aplica el sistema de control de resultados?

Mejor calidad

Mejorar la satisfacción del cliente

Corregir errores

24. ¿Cuál es su prioridad para determinar la calidad en su empresa?

Planifica sus actividades

Precios bajos

Calidad del producto

Atención al cliente

25. ¿Los productos que ofrece atiende a las necesidades de los clientes?

Si

No

26. ¿El personal muestra preocupación por atender los intereses de los clientes?

Si

No

Algunas Veces

Anexo 5

Figuras



Figura 1: Edad del encuestado

Fuente: Tabla 1

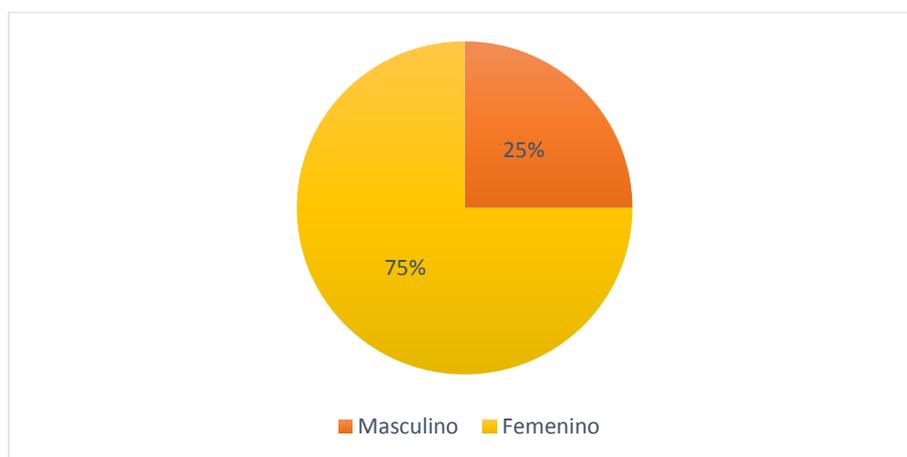


Figura 2: Genero del encuestado

Fuente: Tabla 1

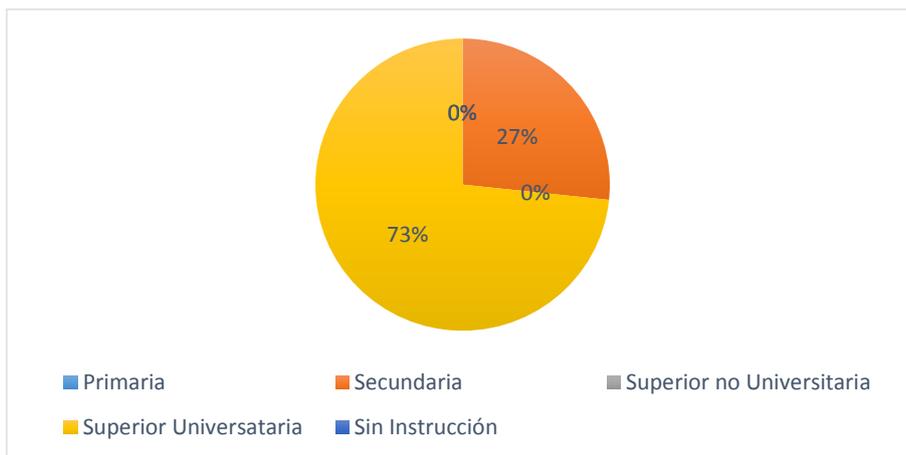


Figura 3: Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1



Figura 4: Cargo en la empresa

Fuente: Tabla 1

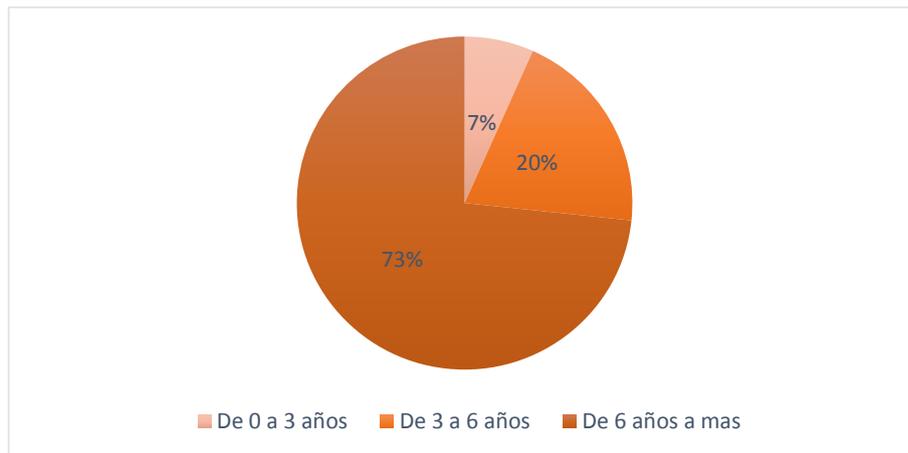


Figura 5: Tiempo en el cargo

Fuente: Tabla 1

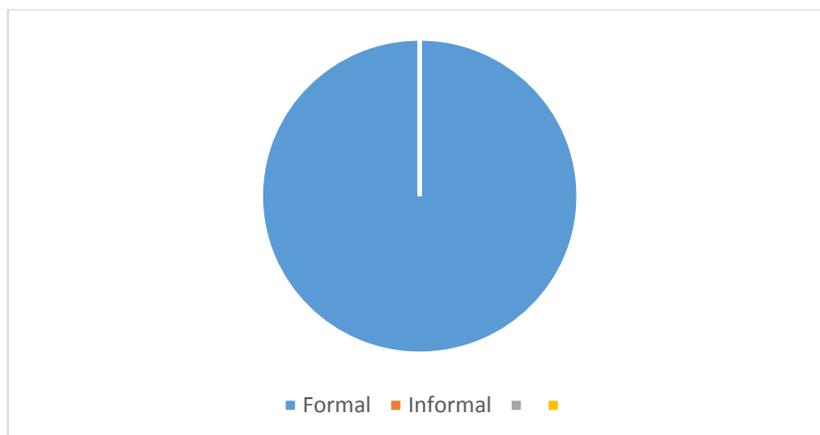


Figura 1: Empresa formal e informal

Fuente: Tabla 2

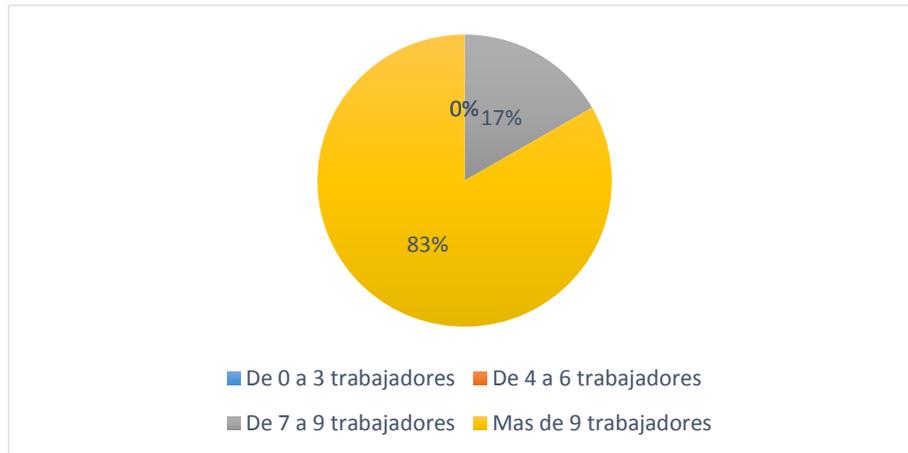


Figura 2: Número de trabajadores

Fuente: Tabla 2

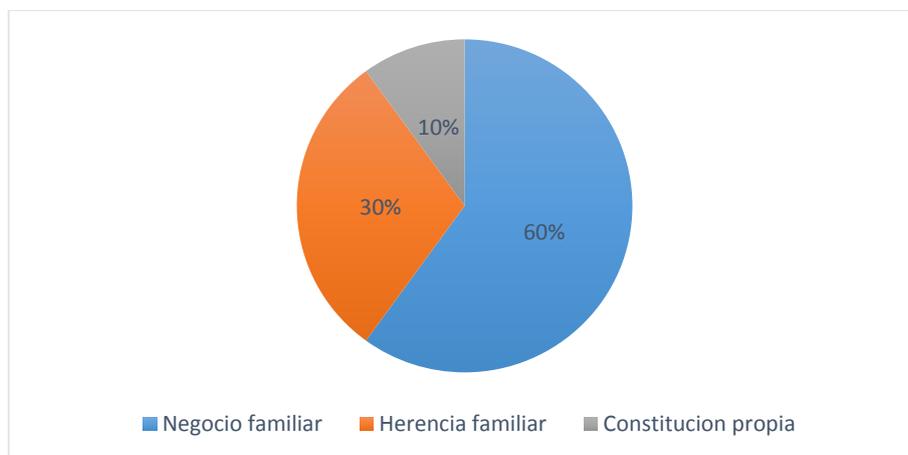


Figura 3: Forma en la que se obtuvo la mype

Fuente: Tabla 2

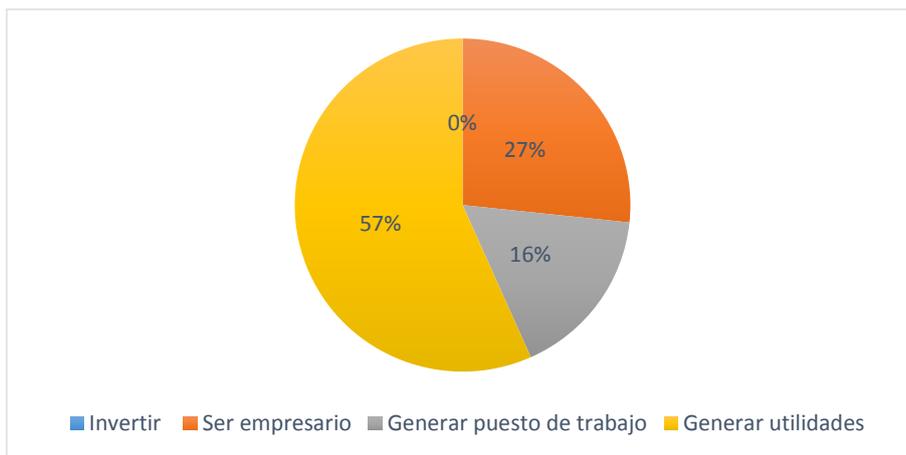


Figura 4: Motivo de la constitución de la mype

Fuente: Tabla 2

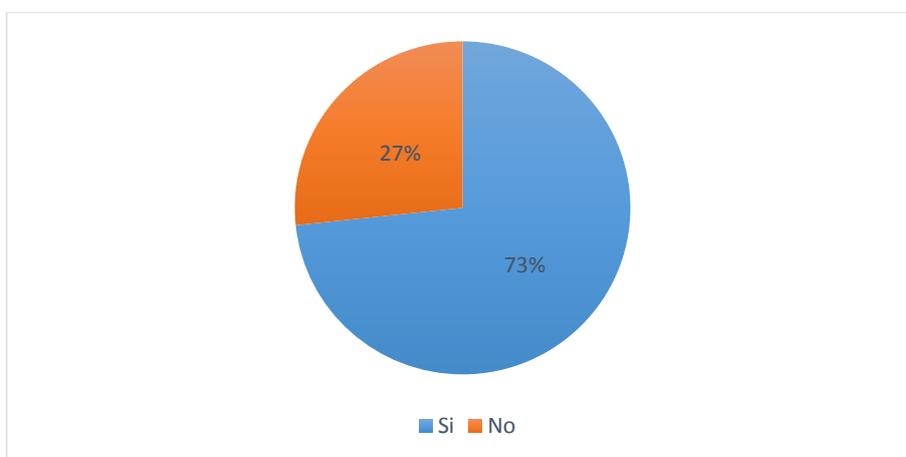


Figura 5: Equipamiento moderno

Fuente: Tabla 2

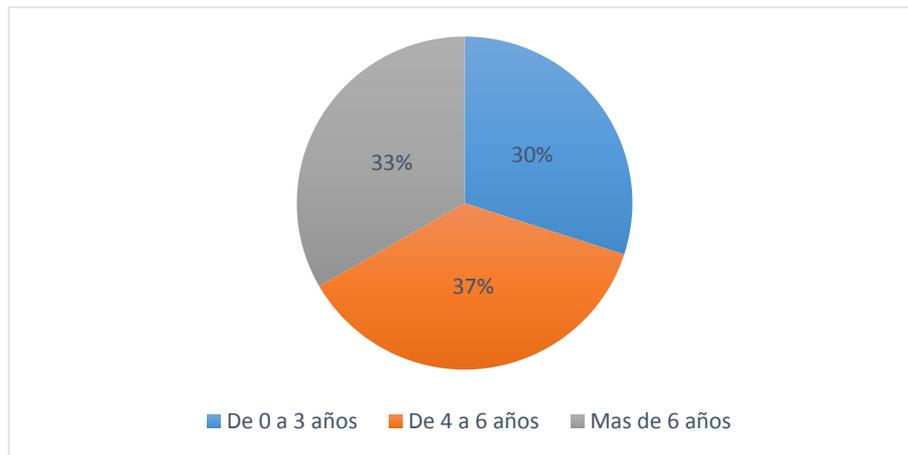


Figura 6: Años de funcionamiento en el mercado

Fuente: Tabla 2

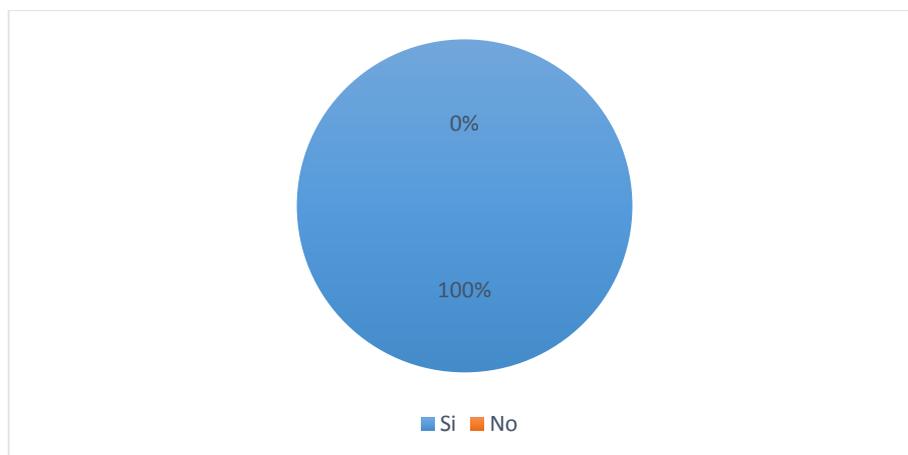


Figura 1: Buen servicio del personal

Fuente: Tabla 3

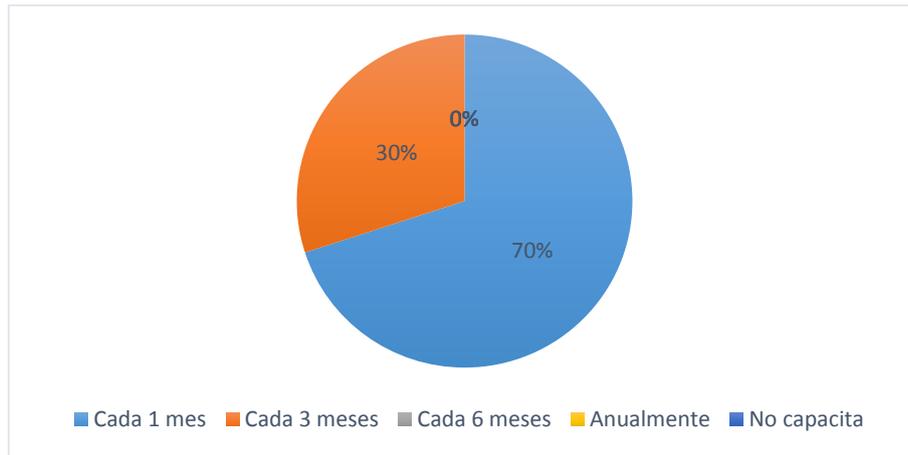


Figura 2: Capacitación de sus trabajadores

Fuente: Tabla 3

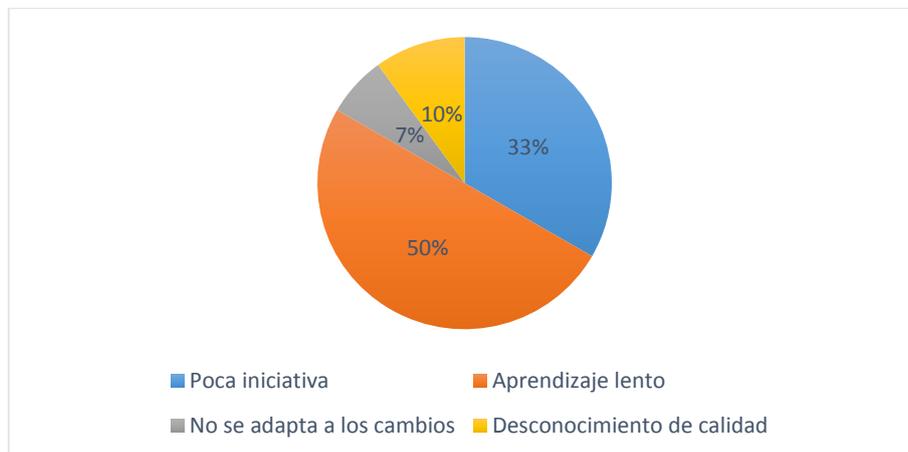


Figura 3: Dificultad del personal en la implementación de la gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

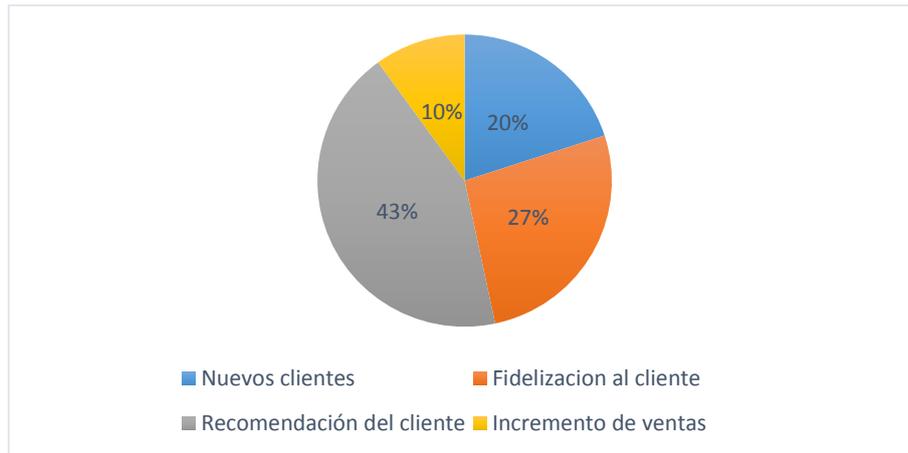


Figura 4: Beneficios de la empresas al lograr satisfacer a su cliente

Fuente: Tabla 3

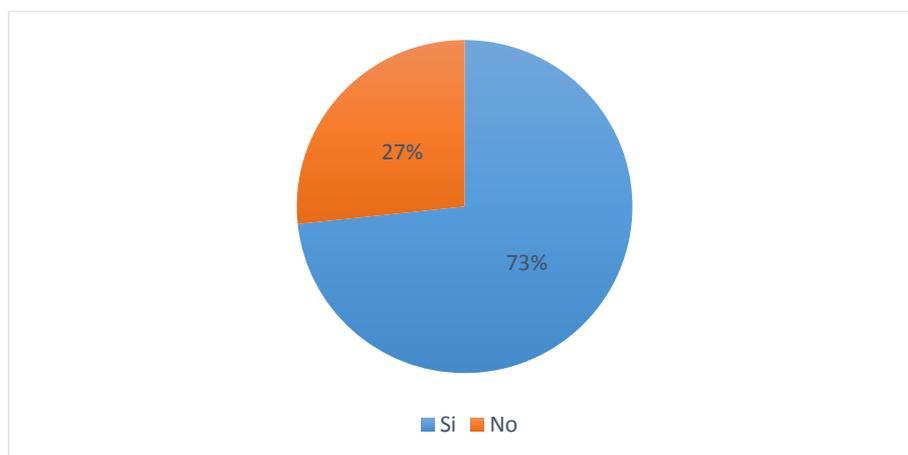


Figura 5: Utiliza procesos de atención al cliente

Fuente: Tabla 3

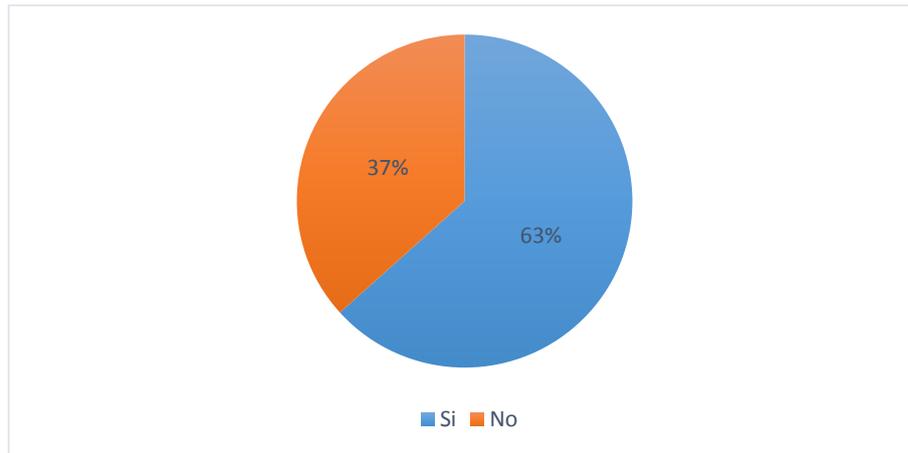


Figura 6: La gestión de calidad contribuye en el rendimiento de la empresa

Fuente: Tabla 3

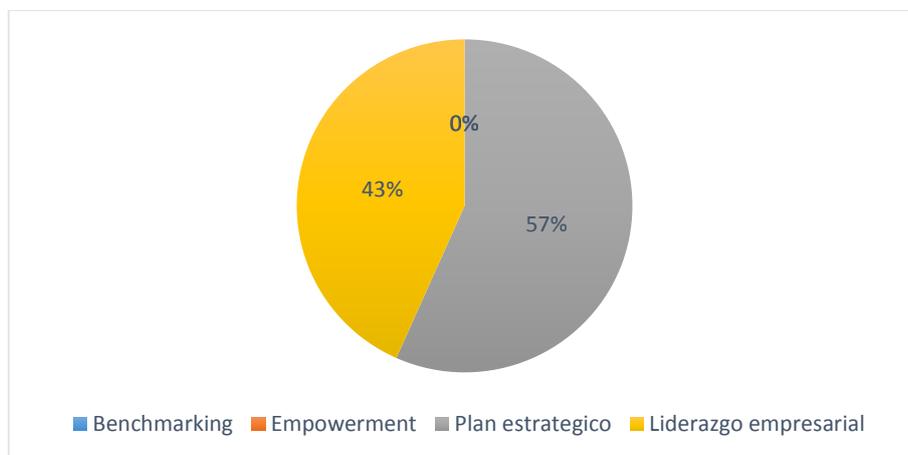


Figura 7: Técnicas modernas de gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

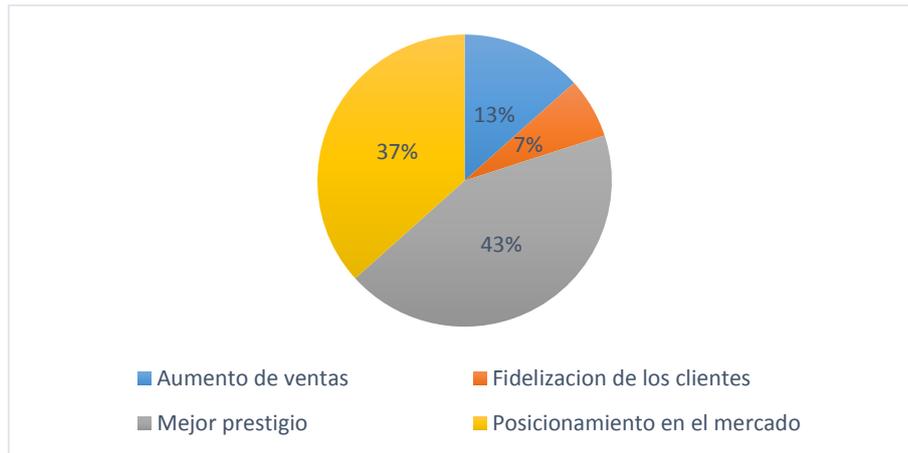


Figura 8: Contribución de una atención de calidad

Fuente: Tabla 3

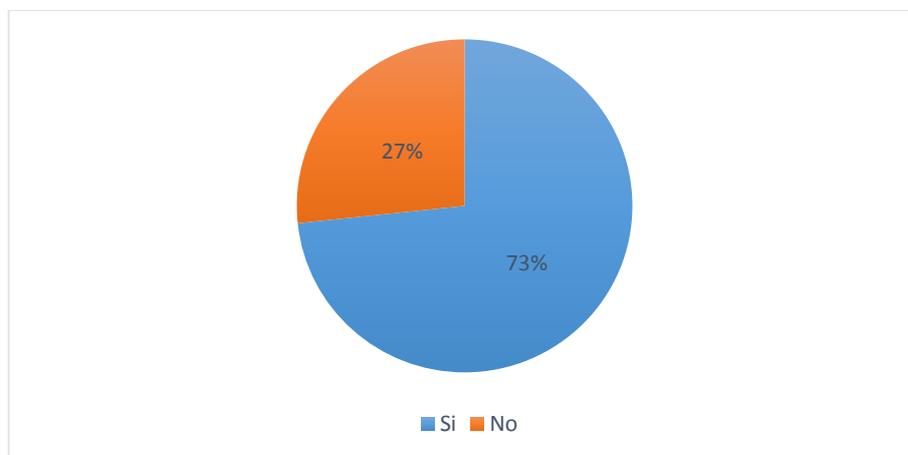


Figura 9: Objetivos de una buena gestion

Fuente: Tabla 3

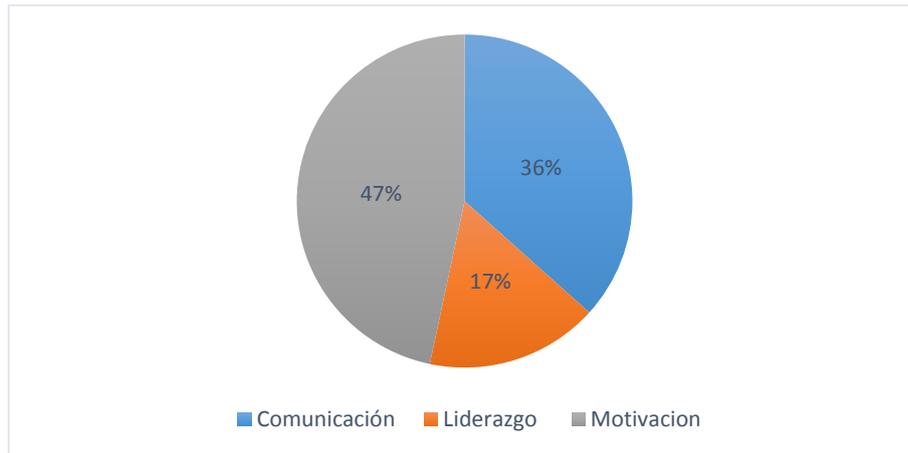


Figura 10: Herramientas de una buena gestión

Fuente: Tabla 3

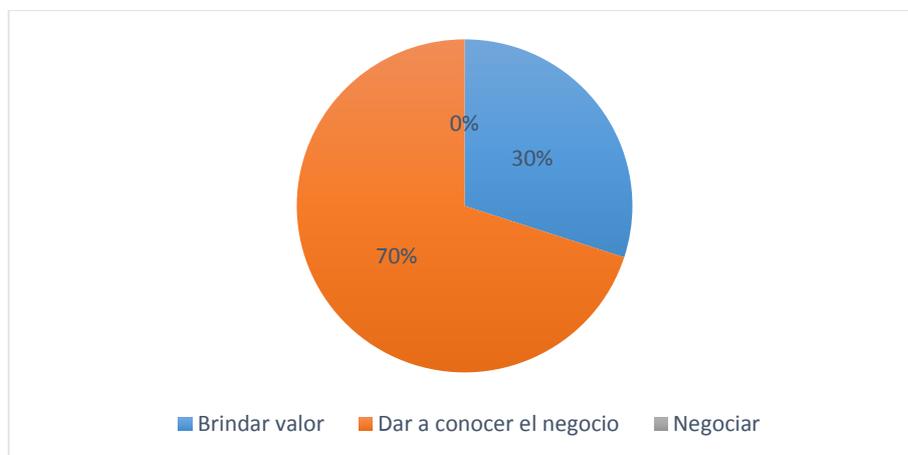


Figura 11: Motivo por el cual satisface a sus clientes

Fuente: Tabla 3



Figura 12: sistema de control

Fuente: Tabla 3



Figura 13: Prioridad de la empresa

Fuente: Tabla 3

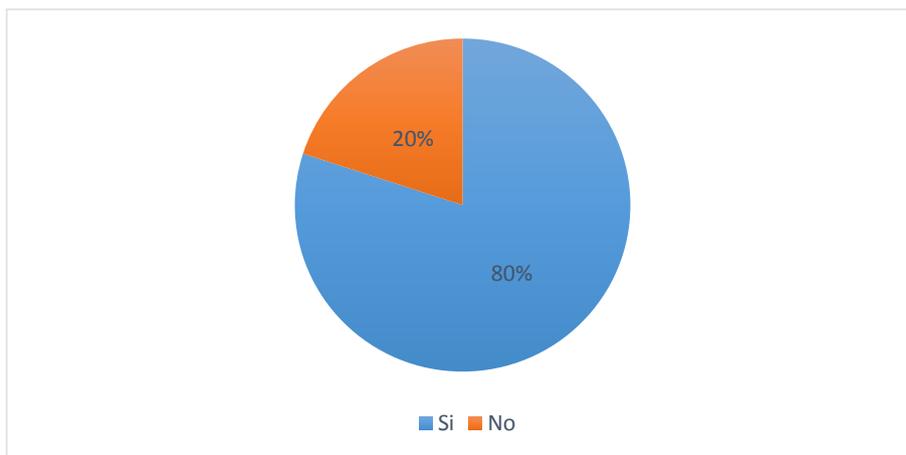


Figura 14: *Productos ofrecidos*

Fuente: *Tabla 3*

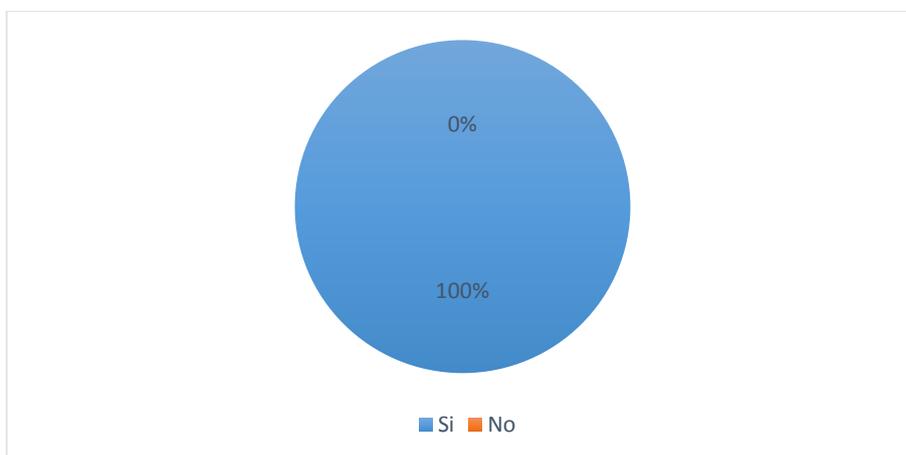


Figura 15: *Preocupación del personal por su cliente*

Fuente: *Tabla 3*