



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y  
ADMISNITRATIVAS

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE  
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS EN EL SECTOR SERVICIO RUBRO  
POLLERÍA DEL DISTRITO DE COISHCO Y PROVINCIA  
DEL SANTA AÑO 2017. CASO POLLERÍA LA  
“CABAÑITA”

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

AUTOR:

GARCIA ALFARO LUIS ENRIQUE

ASESOR:

MGTR: CARLOS ERNALDO REBAZA ALFARO

CHIMBOTE - PERÚ

2018

## **JURADO EVALUADOR**

Dr. José German Salinas Gamboa

Presidente

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Mgtr. Yuly Yolanda Morillo Campos

Miembro

## AGREDECIMIENTO

*En primer lugar, doy  
infinitivamente gracias a dios  
Por haberme dado fuerza y valor  
para culminar esta primera  
Etapa de mi vida.*

*En segundo lugar, a mis padres  
por haberme brindado su apoyo  
en todo.*

*Este tiempo de mi vida  
académica y a la vez  
demostrándome su amor,  
Corrigiendo mis faltas y  
celebrando mis triunfos.*

*Quiero agradecer sinceramente  
a aquellas personas que  
compartieron sus conocimientos  
conmigo para hacer posible la  
conclusión de este proyecto  
especialmente agradezco a mi  
asesor el MGTR: Rebaza Alfaro  
Carlos Enaldo, Por su asesoría  
en el desarrollo de este informe  
de investigación.*

*A la empresa la Pollería La  
Cabañita, por la colaboración  
brindada, durante la elaboración  
de este informe.*

## DEDICATORIA

Quiero de dedicarle a Dios que me ha dado la vida y fortaleza para terminar Este trabajo de investigación

A toda mi familia y amigos por estar conmigo y su respaldo que me dan su aliento de seguir.

Mayormente a mis padres por estar allí cuando más lo necesite. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi coraje para conseguir mis objetivos.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad, bajo el enfoque de atención al cliente en al micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollería, del distrito de Coishco, año 2017. Caso: Pollería la “Cabañita”, se desarrolló la situación actual de dichos rubros utilizando la investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo diseño transversal, es no experimental, se escogió una muestra poblacional de 07 microempresas, representado el 100% de la población, cuales se aplicó un cuestionario de 24 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta obteniendo los resultados. El 43% corresponde a más de 50 años, el 71% tienen de 0 a menos de 3 años de permanencia, la pollería la “cabañita” es de 3 a menos de 6 años. El 86% los representantes es gestión de calidad, planifica su actividad para la gestión, la pollería la Cabañita es de 100%, el 100% los representantes su servicio satisface a los clientes, clientes identificados, la pollería la Cabañita es 100%. Conclusión los representantes los cuales el 86% tiene de 20 a menos de 50 años y pollería la “cabañita” de 40 a menos de 50 años, el 57% es el grado de instrucción de superior universitario y pollería la “cabañita” de superior técnico, el 57% son encargados y la pollería la “Cabañita” es titular gerente, el 71% de la permanecía en el mercado es de 0 mas de 3 años y la pollería la “cabañita” de 3 a menos de 6 años.

Palabras claves: atención al cliente, gestión de calidad, mypes

## ABSTRACT

The present research work as a general objective: Determine the main characteristics of quality management, under the focus of customer service in micro and small businesses in the sector of the poultry sector service, Coishco district, 2017. Case: Pollería la "Cabañita", the current situation of these areas was developed using research of the quantitative type, descriptive level cross-sectional design, it is non-experimental, a population sample of 07 microenterprises was chosen, represented 100% of the population, which was applied a questionnaire of 24 questions, using the survey technique obtaining the results. 43% corresponds to more than 50 years, 71% have from 0 to less than 3 years of permanence, the poultry house "cabañita" is from 3 to less than 6 years. 86% of the representatives are quality management, they plan their activity for management, the Cabañita poultry house is 100%, the representatives 100%, the service satisfies the customers, the identified customers, the Cabañita poultry house is 100%. Conclusion the representatives which 86% have from 20 to less than 50 years old and poultry the "cabañita" from 40 to less than 50 years, 57% is the degree of instruction of university superior and poultry the "cabañita" of technical superior , 57% are in charge and poultry "Cabañita" is the manager, 71% of the remaining in the market is 0 more than 3 years and the poultry "cabañita" from 3 to less than 6 years

Keywords: customer support, quality management, mypes

## CONTENIDO

Título de la investigación .....	i
Hoja del jurado Evaluador .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Dedicatoria .....	iv
Resumen.....	v
Abstract .....	vi
Contenido .....	vii
<b>I. INTRODUCCION .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>II. REVISION DE LITERATURA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Antecedentes .....	7
2.2 Bases teóricas de la investigación .....	19
2.3 Marco Conceptual .....	30
<b>III. HIPOTESIS .....</b>	<b>333</b>
<b>IV. Metodología.....</b>	<b>34</b>
4.1 Diseño de la investigación.....	34
4.2 Población y muestra .....	34
4.3 Definición y operacionalización de variables. ....	35
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	38
4.5 Plan de análisis.....	38
4.6 Matriz de consistencia.....	39
4.7 Principios Éticos.....	40
<b>V. RESULTADOS .....</b>	<b>41</b>
5.1 Resultados .....	41
5.2. Análisis de resultados.....	44
<b>VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>55</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>58</b>
Referencias bibliográficas .....	60
ANEXOS .....	63

## INDICE DE FIGURAS Y TABLAS

<b>Tablas</b>	<b>N° de pagina</b>
Tabla 1: Características de los representantes de la Micro y pequeñas empresas del sector rubro pollería distrito de coishco y provincia del santa, año 2018...	41
Tabla 2: Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del servicio rubro pollerías distrito de coishco y provincia del santa, año 2018...	42
Tabla 3: Hacer un análisis comparativo de las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías del distrito de coishco, año 2018...	42

### **Figuras**

#### **Figuras de los representantes de las MYPES**

##### **Respeto al representante:**

Figura 1. Edad del encuestado...	66
Figura 2 Sexo del encuetado...	66
Figura 3 Grado de instrucción...	66
Figura 4 Cargo en la empresa .....	67
Figura 5 Años de permanencia...	67

##### **Respeto a las MYPES**

Figura 6 Cuenta con misión y visión...	67
Figura 7 motivo para crear su MYPE .....	68
Figura 8 Cuenta con otro local comercial...	68

##### **Acerca de la gestión de calidad bajo el enfoque de servicio atención al cliente**

Figura 9. Conoce que es gestión de calidad...	68
Figura 10. Realiza gestión de calidad en su empresa.....	69
Figura 11. Planifica actividad para una gestión de calidad.....	69
Figura 12. Su servicio es de calidad a de su competencia...	69
Figura 13. Su servicio satisface las necesidades del cliente.....	70
Figura 14. Los clientes se sienten identificados con su empresa.....	70

Figura 15. Cuenta con libro de reclamaciones.....	70
Figura 16. Tiene área de recepciones de reclamos del cliente.....	71
Figura 17. El personal recibe capacitaciones.....	71
Figura 18. El personal sabes cuáles son sus responsabilidades con el cliente.....	71
Figura 19. Realiza encuestas para medir el nivel de satisfacción al cliente.....	72
Figura 20. Comprende a los clientes exigentes que visitan.....	72
Figura 21. Usa canales de comunicación con los clientes.....	72
Figura 22. Que canales de comunicación utiliza.....	73
Figura 23. Cuenta con procesos establecidos en atención.....	73
Figura 24 Supervisa a sus personales.....	73

### **Figuras del caso la pollería la “Cabañita”**

Figura 25. Edad del encuestado.....	74
Figura 26 Sexo del encuetado.....	74
Figura 27 Grado de instrucción.....	74
Figura 28 Cargo en la empresa.....	75
Figura 39 Años de permanencia.....	75

### **Respeto a las MYPES**

Figura 30 Cuenta con misión y visión.....	75
Figura 31 motivo para crear su MYPE.....	76
Figura 32 Cuenta con otro local comercial.....	76

### **Acerca de la gestión de calidad bajo el enfoque de servicio atención al cliente**

Figura 33. Conoce que es gestión de calidad.....	76
Figura 34. Realiza gestión de calidad en su empresa.....	77
Figura 35. Planifica actividad para una gestión de calidad.....	77
Figura 36. Su servicio es de calidad a de su competencia.....	77
Figura 37. Su servicio satisface las necesidades del cliente.....	78
Figura 38. Los clientes se sienten identificados con su empresa.....	78

Figura 39. Cuenta con libro de reclamaciones.....	78
Figura 40. Tiene área de recepciones de reclamos del cliente.....	79
Figura 41. El personal recibe capacitaciones.....	79
Figura 42. El personal sabes cuáles son sus responsabilidades con el cliente.....	79
Figura 43. Realiza encuestas para medir el nivel de satisfacción al cliente.....	80
Figura 44. Comprende a los clientes exigentes que visitan.....	80
Figura 45 Usa canales de comunicación con los clientes.....	80
Figura 46. Que canales de comunicación utiliza.....	81
Figura 47. Cuenta con procesos establecidos en atención.....	81
Figura 48 Supervisa a sus personales.....	81

## I. INTRODUCCIÓN

Internacionalmente los países europeos como Bélgica y Alemania avanzan a una sociedad acelerada hacia a la economía y todas las esferas de que hacer la humanidad, esta situación estos países se plantea al crecimiento de sus propias Mypes, con una mejora competitividad. Las cadenas y establecimiento comerciales que venden pollo a la brasa incrementan en un 70% sus ventas este domingo, debido a las ofertas y promociones que lanzaran por la quinta del día pollo a la brasa en Bélgica es de aproximadamente seis kilos. Conforme a las estadísticas de la APA, la producción nacional de pollos alcanza anualmente los 100 millones de unidades. De este total, uno de 30 millones de pollos a todos, empleados para ser comercializados como pollo a la brasa, “el negocio de pollerías asido expandiéndose en nuestros países y el sector ha crecido a un ritmo anual 8%. Tras varios años de crecimiento del 14,7% de las importaciones siguiendo así la tendencia creciente de los últimos años.” (Mota, 2008). Esto quiere decir que el crecimiento en los últimos años fue favorable para las MYPE en dicho país.

Así como las nacionales del Perú como lima y chincha son ciudades que tienen muchas ganancias de generar muchos ingresos que a ellos los benefician en todas empresas que aportan en todo los lugares: Lima que tienen porcentajes muy elevados como 12 millones de pollos a las brasa se venden cada mes en el país de los cuales 60% y el 25% de pollos a la brasa se comercializan en el norte del país y otro como chincha no solo es porcentaje de competitividad que se vende pollos si no que los encuestados es de 35% indicaron que las pollerías de la provincia posee una calidad de servicios implacable que toda cliente necesita son considerados dentro de una buena valoración de atención y teniendo buena imagen de las personas en

general lo principal de como tener buen recibimiento de la capacitación del personal que se hace notar dentro de la empresa. (Torres, 2000).

Por otra parte, local como Ancash, Según Ninahuanca, (2013) señala que:

El desarrolló de la presente investigación se centró en los negocios dedicados al rubro de pollerías, el consumos de los pollos por las familias peruanas que el 2012 alcanzó los 60 kilogramos por capital de lima y 39 kilogramos a su nivel nacional, las ventas de las industrias avícola crecerían 8% este año hasta sumar cerca de 12.000 millones. En el 2012 la industria avícola registro un movimiento de 11.000 millones. Esta cifra fue mayor 8% respeto al 2011. Para este año se estima un crecimiento de entre 7% y 8% los últimos años la producción ha crecido significativamente.

La empresa la “pollería La Cabañita”, es una MYPE que se dedican a la venta de pollos a la brasa, se desconoce las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la capacitación de dicha empresa, por ejemplo: No sabemos si se trabaja en buenas condiciones en la preparación de pollos a la brasa para el consumo de los clientes o de las personas que frecuentan en dicha pollería, como también no tenemos un cierto resultado si los trabajadores que laboran cuentan una capacitación o al momento de atención a los clientes y a la vez tiene un representante cuenta con una persona que lo representa no cuenta con un nivel superior para dicha administración, así mismo en las demás MYPES se desconocen si cuentan o no con una gestión de calidad del producto a consumir, capacitación a su personal que labora y del grado de instrucción de la persona que lo representa. Po lo cual se plantea el siguiente problema de investigación:

**¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad, bajo el enfoque de atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro Pollería del distrito de Coischo, año 2017? Caso: Pollería La “Cabañita”.**

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

Determinar las principales características de la gestión de calidad, bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollería, del distrito de Coischo, año 2017. Caso: Pollería La “Cabañita”.

Para llegar el objetivo general se ha realizado los siguientes objetivos específicos:

Determinar las principales características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio Rubro pollería del distrito de Coischo y provincia del santa año 2017 Caso: Pollería La “Cabañita”.

Determinar las principales características de la Micro y pequeñas empresas del Sector servicio Rubro Pollería, del distrito de Coischo y provincia del santa año 2017 Caso Pollería La “Cabañita”.

Realizar un análisis comparativo de las características de la gestión de calidad, bajo el enfoque de atención al cliente en la Micro y pequeñas empresas del Sector servicio Rubro Pollería del distrito de coishco y provincia del santa, año 2017 Caso Pollería La “Cabañita”.

El presente trabajo de investigación se justifica porque se va a conocer las características de la micro y pequeñas empresas de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, la Capacitación y representantes de la mypes.

La presente investigación se justifica porque nos permitirá conocer como fuente de información para los empresarios de las Mypes y representantes, los cuales les servirá para tomar decisiones para la capacitación del personal que labora en dichas mypes, haciendo que estos obtengan los conocimientos adquiridos y la capacidad para desenvolverse en los puesto de trabajo que se requiera.

Por eso decimos que la atención al cliente es un tema de gran importancia hoy en día para casi todas las organizaciones, ya que un mercado tan competitivo como el de las pollerías todavía existe un gran margen para crear y fortalecer la lealtad de los clientes mediante una mejora en la atención al cliente, en el trato que un jefe puede tener con su personal que labora dentro de su empresa, el ambiente donde la persona desempeña su trabajo, la relación entre el personal de la empresa y otro elementos más, los cuales pueden ser un vínculo o un obstáculo para el buen desempeño de la organización.

La presente investigación la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en al micro y pequeñas empresas Enel sector servicio rubro pollerías del distrito de Coishco y provincia del santa año 2017 caso pollería la “Cabañita” no elabora hipótesis, dado que es una investigación descriptiva.

Esta investigación será de tipo cuantitativo, ya que consiste en cuantificar la información, usando tablas estadísticas y otra información numérica

El nivel de investigación es de acuerdo el nivel de tipo descriptivo

Así mismos diseños de la investigación fueron descriptivo- transversal, es no experimental, ya que solo estudiaran las variables más procederá a realizar el informe. Es transversal, porque analizaremos las variables en un periodo de tiempo (2017) y espacio determinando.

Población y muestra el estudio constituido por 07 micro y pequeñas empresas del sector servicio Rubro pollería, del distrito de Coishco y provincia del santa, año 2017. Caso pollería la cabañita. El universo de este estudio es conformado por una empresa de ventas, de pollerías, pollos a la brasa que queda ubicado en Coishco. A las cuales se aplicó un cuestionario de 25 preguntas, utilizándola técnica de la encuesta obteniéndose. los siguientes resultados: El 43% corresponde a más de 50 años, el 71% tienen de 0 a menos de 3 años de permanencia, la pollería la cabañita de 40 a menos de 50 años 45 años de permanencia es de 3 a menos de 6 años que representan al 100%, es gestión de calidad 86%, planifica su actividad para la gestión 86% respecto a la pollería la Cabañita es de 100% que tienen conocimiento de gestión de calidad, su servicio satisface a los clientes 100%, clientes identificados 100%, la pollería la “Cabañita” su servicio satisface y clientes identificados 100% llegando a la conclusión La mayoría de los representantes de las mypes encuestadas de los cuales el 86% tienen de 20 a menos de 50 años incluido la pollería la “Cabañita” es de 40 a menos de 50 años del representante, el 57% son representados por mujeres en el cual coinciden con la pollería la “Cabañita” que es representada por una mujer, de los cuales el 57% es el grado de instrucción es de superior universitario donde se asemeja en la pollería la “Cabañita” es titular gerente de la empresa, con respecto a las mypes el 71% de la permanencia en el mercado es de 0 a más de 3 años por otro lado la pollería la “Cabañita” de permanencia es de 3 a menos de 6 años en el mercado

Este presente trabajo de investigación está dividido por las siguientes partes:

I. Introducción, II revisión de literatura, III hipótesis, IV metodología, V resultados,  
VI conclusiones

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1 Antecedentes**

Almestar (2017) en su trabajo de investigación denominada: *“Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las Mype del rubro pollerías en la urbanización Ignacio merino – Piura, año 2017”*, Tuvo como la planeación respecto a los recursos humanos es la actividad para identificar las necesidades actuales y futuras de recursos humanos de la MYPE, su incremento y capacitación, así como el bienestar de quienes laboran en una empresa. La compensación y capacitación de los recursos humanos son partes esenciales para la supervivencia, competitividad y funcionamiento de las MYPE como problema obtuvo ¿Qué características tiene la competitividad y atención al cliente en las MYPE del rubro pollerías en urb. Ignacio Merino I y II etapa – Piura, año 2017? Y como objetivo general obteniendo determinar las características que tienen la competitividad y atención al cliente en las MYPE del rubro pollerías en urb. Ignacio Merino, 2017, Tuvo el objetivo específico: Determinar las ventajas competitivas que tienen las MYPE rubro pollería en la urbanización Ignacio Merino I y II etapa – Piura, año 2017; Determinar las estrategias genéricas que tienen las MYPE rubro pollería en la urbanización Ignacio Merino I y II etapa - Piura, año 2017; Determinar las necesidades de los clientes que tienen las MYPE rubro pollería en la urbanización Ignacio Merino I y II etapa - Piura, año 2017; Identificar el nivel de satisfacción de los clientes en las MYPE rubro pollería en la urbanización Ignacio Merino I y II etapa - Piura, año 2017. Se utilizó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal, siendo los resultados agrupados según las variables en estudio. También se obtuvo como resultados el 68%

del total de encuestados manifestó que la mayor fortaleza es la infraestructura, se observó que el 67% del total de encuestados considera que la calidad del servicio es bueno, se observó que el 40% mejoraría las instalaciones, y un 30% consideró que mejoraría la, el 60% del total de encuestados no considera a la pollería líder de la urbanización, mientras que un 40% manifestó lo contrario, que el 73% del total de encuestados consideró que los colaboradores están bien informados para realizar el servicio implementación del área de niños, el 57% manifestó que si atienden sus consultas, el 53% no se consideró un cliente fiel de la pollería, el 68% se cambiaría de pollería por una mejor oferta, el 47% mejoró en la atención al cliente, un 20% en calidad del producto, el 70% manifestó que la pollería si cuenta con buenos proveedores, el 73% del total de encuestados consideró que los productos de la pollería son de calidad se llegaron a concluir las conclusiones Se ha determinado que las ventajas competitivas que tienen las pollerías en la urbanización Ignacio Merino, están representadas en los productos de calidad en las actividades de la pollería, la garantía de buenos proveedores, la buena sazón y la adecuada ergonomía de las instalaciones; asimismo el precio no es la razón primordial de recurrencia en las pollerías y la mayoría de clientes percibe que los colaboradores están informados sobre los productos que ofrecen, además manifiestan que son atendidos sobre alguna duda o consulta

Meléndez y oribe (2014) en su trabajo de investigación denominada “*Calidad de servicio al cliente y su incidencia en la rentabilidad de las empresas del rubro restaurantes – pollerías del distrito de Tarapoto. Año 2014*”, Tuvo como finalidad: evaluar la gestión de calidad de servicio al cliente y como incide en la rentabilidad en la mencionada empresa, para conocer el nivel de la gestión de calidad de servicio al

cliente y su percepción de los clientes hacia la empresa; contando así con 5 dimensiones: capacidad de respuesta, fiabilidad, seguridad, elementos tangibles y empatía importantes en la investigación los cuales permitieron y/o ayudaron a la descripción de los problemas y obtuvo el siguiente problema ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio al cliente y la rentabilidad de las empresas del rubro restaurantes – pollerías del distrito de Tarapoto. Año 2014? Se planteo Como objetivo general: Determinar la relación entre la calidad de servicio al cliente y la rentabilidad de las empresas del rubro restaurantes – pollerías del distrito de Tarapoto Año 2014. También como objetivos específicos Determinar la rentabilidad de las empresas del rubro restaurantes – pollerías. Determinar la calidad de servicio al cliente. Determinar la calidad del servicio de atención que brindan los restaurantes – pollerías. Determinar la calidad del servicio de atención que brindan las pollerías en base a las percepciones y expectativas de los clientes. Esta investigación es tipo Aplicada ya que se usará teorías existentes para evaluar la calidad de servicio al cliente y su incidencia en la rentabilidad de las empresas restaurantes – pollerías del distrito de Tarapoto, teniendo que mejorar su rentabilidad. Se obtuvo también los resultados: registra la percepción de los clientes respecto a la calidad de servicio en la dimensión elementos tangibles, consignándolo como deficiente el 35,4% de ellos, regular el 48,8% y sólo el 15,8% de clientes lo perciben como eficiente en general lo califica de regular y eficiente un 64,6% de ellos. La habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa es analizada por los clientes, percibiendo que dicho servicio es de regular para abajo en un 83,8% y sólo un 16,3% de ellos considera que recibe el servicio que le prometieron en forma eficiente. La disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar el

servicio rápido, al ser analizado por clientes, éstos perciben mayoritariamente en un 88,3% muestra que éste, percibe mayoritariamente en un 76,7% que dicho aspecto es regular y deficiente, solamente el 23,3% de los clientes considera que la seguridad es eficiente. Se llegaron a concluir que: una relación directa entre la calidad de servicio al cliente y la rentabilidad de las empresas del rubro restaurantes – pollerías del distrito de Tarapoto, tal como lo muestra la prueba de chi – cuadrado realizado que muestra que existe una relación significativa ( $P < 0,05$ ) entre la Calidad de Servicio y la Rentabilidad tienen en promedio una percepción del cliente de 35,0% en la categoría deficiente, 47,92% en la de regular y 17,08% en la categoría de eficiente, constituyendo un gran desafío para las empresas del Rubro Restaurantes – Pollerías del distrito de Tarapoto, de encarar profesionalmente esta característica.

Uceda (2013) en su trabajo de investigación denominada: *“Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de la Victoria en la ciudad de Chiclayo 2013*, Tuvo que la satisfacción laboral influye con la satisfacción del cliente externo, todo trabajador dentro de una entidad es un cliente a satisfacer, ambos tipos de cliente se encuentran unidos de forma indisoluble, la satisfacción del cliente externo se encuentra directamente vinculada a la satisfacción del cliente interno. Si existe un trabajador satisfecho entonces se podrá dar como resultado como clientes satisfecho, Y planteo el objetivo general: Determinar la relación entre Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de la Victoria en la ciudad de Chiclayo 20. Tuvo como Objetivo específico: Determinar la relación entre la Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de la Victoria en

la ciudad de Chiclayo 2013, Determinar la relación entre la fiabilidad entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de la Victoria en la ciudad de Chiclayo 2013, Determinar la relación entre la empatía entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de la Victoria en la ciudad de Chiclayo 2013. Obtenido como Resultados: observamos que el 53% considera valioso su trabajo, y el 18% está indeciso; también nos dice que al 76% le gusta su trabajo pero para el 6% no es así, en cuanto al ambiente en donde trabajan el 76% está conforme sin embargo el 6% está indeciso, también es importante resaltar que para un 76% el ambiente donde trabaja es confortable así también un 71% se sienten comprometidos con el éxito del lugar, la satisfacción del empleado; un 59% de los trabajadores encuestados están conformes con el ambiente donde trabajan, mientras que un 47% están de acuerdo con el sueldo que reciben, un 52% sienten que reciben buen trato, mientras tanto un 64% piensa que llevarse bien con el jefe trae muchos beneficios, apreciamos que un 71% de trabajadores opina que su sueldo es bastante aceptable , para un 59% su trabajo cumple sus expectativas económicas y en un 41% hay indecisión en sus repuestas llego a a concluir las Conclusiones: El nivel de satisfacción laboral del personal de las pollerías de la Victoria, de acuerdo al factor Significación de Tareas, arroja un 76% ubicándose en una escala alta, pues observamos que los trabajadores afirman trabajar en un ambiente confortable y les gusta el trabajo que realizan. \* Estos trabajadores consideran su trabajo valioso y se sienten comprometidos con el éxito del lugar donde trabajan, aunque existe un pequeño porcentaje de indecisión, y de acuerdo al análisis de factor influye directamente en la calidad.

Moreno (2012) en su trabajo de investigación denominado: *“Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante la cabaña de don Parce” Piura 2012*, Tuvo como finalidad que los clientes del restaurant están satisfechos con el servicio brindado por este, en el que se permite conocer dimensiones que intervienen en la calidad de servicio se obtuvo el siguiente problema ¿ Cuáles son los factores o variables que los clientes del restaurante “La Cabaña de Don Parce” salgan satisfecho con el servicio recibido? Planteo el objetivo general: Determinar la relación Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante la cabaña de don Parce” distrito Piura 2012, Y como también planteo el objetivo específico: Reconocer la importancia vital de la satisfacción de los clientes para la existencia de las empresas en el tiempo, Identificar las variables más importantes que conforman la satisfacción del cliente en el restaurante, Aplicar las técnicas estadísticas de este estudio en cualquier escenario similar en el cual se desconozca el nivel de satisfacción de los clientes, Sentar las bases para que se lleve un control continuo de la satisfacción del cliente en el restaurante “La Cabaña de Don Parce”. Esta investigación es ya que describe, analiza e interpreta el nivel de satisfacción de los clientes en cuanto al servicio que reciben de la “Cabaña de Don Parce”. La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho. Como resultados se obtuvieron: el coeficiente de determinación es de un 34.47%, lo cual quiere decir que la variación de la satisfacción general se explica de manera lineal en un 34.47% a satisfacción general del cliente se explica de manera lineal en un 42.2% la dimensión “seguridad” es de 44.5%. Ello significa que la variación de la satisfacción general es explicada de manera lineal en un 44.5% se obtuvo que estas variables explican en un 59.74% el modelo en general, este resultado coincide con el hallado a

través del análisis factorial el cual explica la satisfacción general del cliente en un 59.68%, Se llegó a concluir las siguientes Conclusiones: Se puede concluir que los clientes del restaurante están satisfechos con el servicio brindado por este, esto se evidencia en que el promedio de las dimensiones de la calidad es de 4.017 y el promedio obtenido en la pregunta de satisfacción general es de 4.44, puntajes que dentro del baremo de medición se ubican en el rango “alta calidad”. No se puede indicar de manera categórica la dimensión más importante, por el contrario, se diría que hubo una igualdad entre dos dimensiones que son seguridad y confiabilidad. La primera se refiere a la cortesía, amabilidad y profesionalidad del personal y la segunda hace referencia a la calidad, sabor y frescura de la comida.

Medina (2018) en su trabajo de investigación denominada: *“Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las mype rubro pollería del distrito de vice – Sechura año 2018”*, Se tuvo ayudar a un grupo de pequeñas empresas que no tienen conocimiento científico de gestión de calidad y atención al cliente en sus MYPE, porque presentan una gestión empírica, debido a ello, la mayoría de microempresas Piuranas y del Distrito de Vice presentan limitaciones en su desempeño lo cual se obtuvo el siguiente problema ¿Qué características tiene la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollería Distrito de Vice – Sechura?, año 2018, Y como objetivo general se obtiene: Conocer qué características tiene la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro Pollerías, Distrito de Vice – Sechura, año 2018 Y se planteó los objetivo específico se obtuvo: Describir los principios que utilizan en la Gestión de calidad en las MYPE rubro Pollerías, Distrito de Vice – Sechura, año 2018, Determinar las prácticas de mejora continua que se emplean en la Gestión de calidad en las MYPE rubro

pollerías del Distrito de Vice – Sechura, año 2018, Describir la importancia de la atención al cliente en las MYPE rubro Pollerías, Distrito de Vice – Sechura, año 2018, Identificar las estrategias de mejora en el servicio de atención al cliente en las MYPE rubro Pollerías, Distrito de Vice – Sechura, año 2018 es cuantitativa ya que se va a necesitar medir o cuantificar numéricamente las variables estudiadas. Como resultados obtenido la encuesta el 75% de los datos recolectados informó que Sí consideran al cliente como una expectativa elevada respecto al servicio, mientras que el 25% No lo consideran como una expectativa elevada respecto al servicio al cliente según datos obtenidos el 75% de los trabajadores sostuvieron que Sí consideran que el liderazgo que se ejerce el 75% de los trabajadores encuestados afirman que Si utilizan en la empresa recursos tecnológicos orientados a servir al cliente, el 75% de los datos obtenidos Si utilizan recursos tecnológicos de alta calidad, la encuesta el 50% de los trabajadores manifiestan que Si tienen una buena relación entre sus compañeros, el 58% de los empleados Si se sienten comprometidos con la prestación del servicio al cliente, mientras que el 42% manifiestan que No, los clientes comunican sus incomodidades o quejas la encuesta, el 17% manifestó que siempre, el 75% que A veces, el 58% de los trabajadores manifestaron que A veces se toman en cuenta las quejas de los clientes, el 42% refirió que Siempre, el 50% de los trabajadores afirmaron que a veces realizan el trabajo en forma conjunta al realizar las actividades para brindar el servicio como conclusión obtuvimos Respecto a los principios de la gestión de calidad se describió como resaltantes que los trabajadores en su totalidad consideran la importancia del enfoque al cliente, del liderazgo que se ejerce como parte de priorizar el servicio al cliente, de la participación del personal y del compromiso con el servicio al cliente, y de los recursos utilizados que son de

buena calidad, por lo que para cualquier organización el cliente es el elemento más importante, ya que sin clientes no hay negocio y las organizaciones dependen de sus clientes, para ello deben interpretar sus necesidades actuales y futuras, y sobrepasar sus expectativas.

Yanina (2015) en su trabajo de investigación denominada: *“calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015”* , Como finalidad es satisfacer las expectativas del cliente es tan importante como se ha dicho; entonces es necesario disponer de información adecuada sobre los clientes que contenga aspectos relacionados con sus necesidades y atributos en los que se fijan para determinar el nivel de calidad conseguido y ante ello con el trabajo de investigación se logró determinar la relación entre la calidad de servicio con la satisfacción del cliente en el distrito de Andahuaylas. Obtuvo como objetivo general: ¿Cuál es la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015? Y planteo los siguientes objetivo específico: Determinar la relación entre la evidencia física del servicio y la satisfacción del cliente en las pollerías del distrito y provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015. Determinar la relación entre la fiabilidad del servicio y la satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015, Determinar la relación entre la capacidad de respuesta del servicio y la satisfacción del cliente en las pollerías del distrito y provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015, Determinar la relación entre la empatía del servicio y la satisfacción del cliente en las pollerías del distrito y provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015. Como resultados: total de 348

clientes, es decir, de 100% encuestados, 164 clientes son femeninos que representa un 47.13% y 184 clientes masculinos que representa un 52.87%. 53 clientes están entre las edades menos de 25 años que representa un 15.23%, 107 clientes están entre las edades de 25 a 35 años que representa un 30.75%. 130 clientes está comprendido entre las edades de 36 a 45 años que representa un 37.36%, 58 clientes está comprendido entre las edades de 46 a más que representa un 16.67%. el 1.89% de clientes visitan por primera vez; el 22.64% de clientes visitan de 1 a 2 veces; el 15.1% de clientes visitan más de 3 veces. Conclusiones: que significa que existe correlación positiva alta. Además, se puede afirmar con un nivel de confianza 99% que existe relación significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente, significa que existe correlación positiva baja. Además, se puede afirmar con un nivel de confianza 99% que existe relación significativa entre la capacidad de respuesta del servicio.

Silva (2017) en su trabajo de investigación denominada: “*Mejora en los procesos administrativos en restaurante pollería pardos chicken Enel distrito de san Borja 2017*” por ello esta finalidad de la investigación tiene como objetivo el mejorar los procesos administrativos en el restaurante las dimensiones: analizar planificación organización, dirección y control nos hacen desarrollar un mejor orden con os procesos administrativos que serán útil para cubrir las expectativas que desea alcanzar para la selección de personal en la organización y a la solución de aquellos inconvenientes en el área administrativa. Obtuvo el siguiente como problema ¿es posible mejorar los procesos administrativos del restaurante pollería pardos chicken? Como objetivo general analizar si es posible mejorar los procesos administrativos en un restaurante de pollos a la brasa pardos chicken, Y también planteo los objetivo

específico: analizar de qué manera la planificación puede mejorar los procesos administrativos en el restaurante de pollos a la brasa. Analizar de qué manera una mejora en la organización en los procesos administrativos ayudaría en un restaurante de pollos a la brasa. Evaluar las principales directrices que mejora los procesos administrativos en un restaurante de pollos a la brasa. Diagnosticar las medidas necesarias para reorganizar el control y mantener los procesos administrativos en un restaurante de pollos a la brasa se obtuvieron. Los siguientes resultados del total de la muestra, que son 20 personas, el género femenino cumple un total 60% de la expectativa de opinión acerca del tema y el 40% del género masculino cumplió con lo brindar la información solicitada en la encuesta opina que el desempeño administrativo fue un 80% regular, mientras que otros indican un 60% bueno y para finalizar de la muestra indica malo del total de la muestra que fueron 20 personas, indica que el 60% fue regular la comunicación interna, otros 30% que fue malo y el resto 10% nos dice que fue malo en este periodo de tiempo del total de la muestra que fueron 20 personas, indica que las expectativas de trabajo del administrador en un 80% fue no fue apto, mientras que el 60% indica que fue bueno y el 40% indica que a veces la comunicación cubría las expectativas laborales administrativas por conclusión se concluyen en los resultados de la encuesta la mayoría de los colaboradores de las áreas indican que es el administrador el único que posee la responsabilidad de la tienda pero con buena comunicación interna se puede llegar a solucionar situaciones mínimas para lograr grandes objetivos dentro del local. La atención de los clientes depende de cada uno de las personas que trabajan en el restaurante aunque sea el administrador quien da la cara ante el cliente externo, pero

el trabajo se hace en equipo con las convicciones deseables para la conveniencia de todos.

Salinas (2017) en su trabajo de investigación denominada “*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 2018*” conocer como finalidad porque beneficiara a la familia empresarial y a los emprendedores proporcionándoles conocimientos y herramientas sobre los beneficios de la aplicación de la Gestión de Calidad bajo el enfoque del liderazgo en sus Micro y pequeñas empresas. Obtuvo 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?. Como 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 también planteo como objetivo específico: 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. Se obtuvo los resultados el 60% de los representantes no se consideran ser buenos líderes dentro de su organización estos resultados coinciden con los resultados encontrados por quien menciona que el 50% de los empleados dicen que el gerente a veces es capaz de

motivar mediante articulación efectiva, y el 82% describen poco satisfactoria el liderazgo en la organización, también coincide con los resultados El 70 % de los emprendedores no les ayuda a resolverlo de manera correcta el 80% ocasionalmente les apoya siempre que se esfuerzan El 80% de los representantes encuestados si consideran que el liderazgo se llegaron a concluir los siguientes tienen cierto conocimiento del término Gestión de Calidad, la gran mayoría con desconocimiento sobre las técnicas modernas de la misma, la mayoría con dificultades para su implementación al no adaptarse a los cambios, conoce la observación como técnica para medir el rendimiento del personal; 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. La mayoría relativa de los representantes de las que las competencias propias de un líder son la comunicación y el saber escuchar a sus colaboradores para conocer sus necesidades, el cual no se consideran ser buenos líderes dentro de su empresa y tampoco promueven el trabajo en equipo.

## **2.2 Bases teóricas de la investigación**

Esta investigación del trabajo de atención al cliente resulta dar en cuenta algunas definiciones.

### **Definición de atención al cliente y Caracterización**

Sabiendo y teniendo un poco de concepto de la atención al cliente es la persona que hace satisfacer al consumidor y caracterizarlo el producto una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindado asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un producto o de

un servicio. Al cliente ha ido mejorando gracias a las normativas de calidad y el uso de la informática avances de las nuevas tecnologías, unidades que se crean con diferentes propósitos: fidelizar clientes actuales y premiar su lealtad.

**Diferenciación:** El mercado competitivo actual oferta bienes y servicios cada vez más parecidos y a precios similares para cada segmento de consumidores. La atención al cliente se convierte en una herramienta que permite ofrecer y ofertar un valor añadido con respeto a la competencia.

**Conocimiento de las necesidades y expectativas de los clientes:** Es necesario conocer profundamente las necesidades de los diferentes segmentos de clientes para poder satisfacer sus expectativas de forma que perciban como mínimo aquello que esperan recibir a cambio de sus dineros y que encuentren en el mercado aquellos productos que real satisfagan sus necesidades.

**Flexibilidad y mejora continua:** Las empresas han de estar preparadas para adaptarse a posibles cambios en su sector y a las necesidades crecientes de los clientes. Para ello el personal que están en contacto directo con el cliente ha de tener formación y capacitación.

**Orientación al trabajo y al cliente:** Los trabajos que implican atención directa al consumidor entera el componente técnico propio del trabajo desempeñando con un componente humano derivado del trato directo con personas.

Plantearse como meta la atención al cliente la fidelización: Es más rentable y difícil retener a los clientes actuales que captar nuevos clientes. Para lograr y buscar nuevos valores asociados a producto para que estos puedan sentirse satisfecho e infravalores otras variables como pueden ser el precio.

Canales digitales: El crecimiento de los equipos dedicados a la atención al cliente en las redes sociales, los foros y comunidades contribuyen a la optimización y la eficiencia del servicio. Para ello necesita tener un buen plan atención.

Según Díaz (2009) afirma que: “Si el objetivo es mantener una relación sólida con los clientes, de tal forma que nos compren otra vez debemos descubrir las herramientas con las que garantizar su lealtad”. (p. 10)

El párrafo anterior da entender que un cliente compra si está satisfecho con su compra anterior, el grado de satisfacción que un cliente ha obtenido en sus relaciones previas con la compañía suministradora condiciona fuertemente la posibilidad de ser fiel, con la caracterización nos benefician aplicando lo más importante que los clientes aumente y así poder sacando mucho provecho a las ganancias que vamos a obtener teniendo una buena competencia ante los demás.

La calidad crea verdaderos clientes

Solo es de tener una buena capacitación que la empresa debe de dar a los trabajadores para que sepa como tener buenos valores para atender bien a los clientes que van a consumir el producto.

Según Valerie (2001) sostiene que:

La calidad del servicio produce beneficios por que crea verdaderos clientes: que se sienten contentos al seleccionar una empresa después de experimentar sus servicios, clientes que utilizaran la empresa de nuevo y que hablaran de la empresa en términos positivos con otras personas. Se mantiene y generan ingresos a los fondos de la empresa. (p. 120)

Da entender el párrafo anterior que los clientes son las fuerzas que la empresa salga adelante con sus productos que se vende y producir más cosas y los beneficios que se va obtener por los clientes mayormente haciendo un buen trabajo siempre vamos a tener los positivo ayudara a incentivar más y a lo grande.

El control de calidad

Es la parte de la manufactura producto de buena calidad y las maquinarias en buenas condiciones todo en buen estado. Para que el cliente se sienta satisfecho con el manejo de la empresa teniendo una buena reputación frente a otras personas.

Según Pola (1999) afirma que: “Define la calidad como el conjunto de características de un producto, proceso o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer las necesidades del usuario o clientes y así podemos mejorar en otras cosas que nos ayudara bastante.” (p. 155)

El párrafo anterior da entender que la calidad es muy importante en las empresas que van a producir para llamar la atención al cliente para que si suele ser más conocidos en todo lugar donde se propone salir con la producción con el fin de

tener buenos resultados que el cliente se sienta a gusto, satisfecho con una buena presentación que sabe de dar lo mejor a los clientes en público general. Pola (1999)

### Autocontrol

Todo trabajo en conjunto o individual solo es poner fuerza para que el trabajo realizado sea bueno y preciso y muy ordenado en los deberes que dan dentro de la empresa para que tenga un buen prestigio una estrategia que deben de practicar todas las empresas.

Según Toledo (1995) afirma que:

Todos debemos ser capaces de ofrecer, en el momento preciso, la cantidad y calidad que el cliente necesita. Para ello es necesario fabricar bien. Solo lo lograremos cuando cada trabajador autocontrol su propio trabajo, es decir, cuando de forma que pueda alcanzar los resultados planificados. (p. 160)

Da entender el párrafo anterior que los trabajadores sean más responsables y puntual en la empresa que tiene su propio lugar donde trabaja ya hacer los bienes en las empresas que no pierdan ventajas que pondría mucha competitividad lo mejor es tener mucho esfuerzo en la empresa para que se sienta más identificados por los valores que lo enseñan a sus personales.

### El cliente

Bueno sabemos es el consumidor que adquiere una necesidad de compra realizada y también busca el mejor ambiente en donde deben de comprar el producto que se va a consumir.

Según Brown (1992) afirma que:

La atención al cliente no puede actuar en el vacío, tiene que formar parte de un compromiso de atención a las personas, dentro como de fuera de la empresa. Si una empresa siente indiferencia por las personas, tanto de dentro como de fuera de la empresa, nunca sacar alguno de una campaña de atención al cliente. (p. 80)

Da entender en texto anterior siempre toda empresa debe sacar lo mejor y tener mucha competencia a los demás y previniendo una buena imágenes que toda empresa debe de tener lo mejor.

El proceso de la calidad

Sabemos que el producto es la parte más esencial de la empresa de ofrecer y distribuir a diferentes partes o lugares de otros sitios

Según blanco (1895) afirma que: “El proceso de la calidad significa mucho más que un sistema, una asunción de estilo de responsabilidad de todo el personal, una forma de analizar y actuar permanente y continua” (p. 88)

En el texto anterior da entender que todo trabajador siempre debe de poner una parte positiva para que así la organización produzca y tenga buenos productos ante los usuarios y se lleven de bueno teniendo buenos resultados en la publicidad y con el crecimiento de lo que se vende y se distribuyen.

## Gestión de calidad

El objetivo es orientar la información la maquinaria y el trabajo de manera tal que los clientes estén conformes con los servicios que adquieren y detallan los principios.

**Enfoque al cliente:** Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deben de entender sus necesidades actuales y futuras, cumplir con los requerimientos del cliente y tratar de, no solo alcanzar, sino exceder sus expectativas.

**Liderazgo:** Los líderes crean el ambiente en el cual las personas pueden involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

**Implicación de todo el personal:** Las personas, a todos los niveles, son la esencia de una organización y su total implicación permite que utilicen sus habilidades en beneficio de esta.

**Enfoque de proceso:** Un resultado deseado se logra mas eficiente cuando los recursos relacionados y las actividades se manejan como un proceso.

**Enfoque de sistema a la gestión:** Identificando, entendido y manejando un sistema como proceso interrelacionados para lograr un objetivo dado, se contribuye a la efectividad y eficiencia de la organización.

**Mejora continua:** La mejora debe ser un objetivo permanente de la organización.

**Enfoque basado en hechos, para la toma de decisiones:** Las decisiones efectivas se basan en un análisis lógico e intuitivo de datos e información.

Relación de mutuo beneficio con proveedores: La habilidad de la organización y sus proveedores de crear valor se incrementa por la relación mutuo, en él se trata al proveedor como socio mas de la organización.

Según González (1920) afirma que: “Gestión de la calidad es hoy en día una alternativa para la empresa indispensable para el crecimiento y la supervivencia de la propia organización, en cualquiera de los entornos en los que actúe. (p. 115)

Da entender en el párrafo anterior de obtener una buena organización dentro y fuera de producir que nos lleve a la meta y ser más conocido en todo lugar teniendo de una buena producción que se logra.

#### Sistemas de calidad

Sabemos que los productos que van a comercializar debes estar en buena forma y llame la atención al cliente y así competir con diferentes tiendas que hay alrededor.

Según Blanco (2008) afirma que:” Los sistemas de calidad en la actualidad se basan en establecer el propósito de mejorar consta mente el producto y el servicio, con la meta ser más competitivos y continuar en el mercado”. (p. 122)

En el párrafo anterior que toda organización quiere lo mejor en su producción y calidad lo que va a vender a los clientes y llevar una buena imagen teniendo todo en una empresa vamos a tener una buena imagen ante los demás que no ven de diferentes empresas.

## Estrategias

Sabemos que estrategias es la forma como avanzar buscar la manera y forma de salir como empresa cumpliendo los objetivos.

Según Tarado (2002) afirma que:

También debemos observar las expresiones de nuestro cliente, ya que nos pueden ayudar a atenderles mejor. De ello sería cuando estamos explicando algo y vemos en la cara del cliente que no está comprendiendo nada debemos cambiar nuestro discurso para que pueda comprender mejor.

(p.140)

Da entender el anterior que todos los consumidores debemos de prestar atención en lo que va a decir y el vendedor teniendo una reputación hacia los clientes mayormente es el respeto que demostramos a las personas que si tenemos buenos valores que nos enseñan.

## La comercialización

Unas buenas ventajas de competir o de comercializar a diferentes partes del mundo podemos ser una buena empresa a nivel mundial distribuyendo bien los productos comprados por diferentes empresas.

Según Manuel (2008) afirma que:

Una buena gestión de la calidad en la empresa forma parte de las estrategias de negocios para mantener y elevar las ventajas competitivas, en estos

términos hay que hacer mención a la calidad total que es la que se extiende a cualquier actividad que desarrolle la empresa. (p. 188)

El anterior da entender una buena comercialización teniendo en claro los pasos que va seguir y cumpliendo lo requerido que un cliente desea una empresa siempre va a salir su objetivo que se propino, teniendo una buena producción todo saldrá bien siendo de los mejores que deseamos teniendo una calidad de producto todo saldrá bien al comercializar lo vendido nos van a ir aceptando lo bueno como empresas.

#### Servicio al cliente

Un buen recibimiento a los clientes será lo primero que ya estas siendo un buen comercializador con ellos para que se sienta bien y los respeto que se merecen. Brinda a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos.

Según Fernández (2008) afirma que: “Un buen servicio de atención al cliente creará una relación de confianza entre empresa y consumidor, también con llevar a un mayor nivel de seguridad en relación con el producto o servicio”. (p. 150).

El párrafo anterior da entender la empresa debe tener la seguridad que pueden y ellos podrían tener mejor rendimiento de producir y de mejor calidad, que toda empresa tiene estrategias y los pasos que los productos sean más vendidos y fáciles a los clientes que los van a comprar y se lleve buena satisfacción para los clientes.

#### Fase de gestión

Bueno es saber que el vendedor tiene la responsabilidad de atenderles bien a los clientes y recibir las consultas que le dicen y así explicarle mejor.

Según Alfaro (2001) afirma que: “La fase de gestión consiste en atender las necesidades del cliente, Es el encuentro que tiene lugar entre el cliente y la persona encargada de atenderle debe gestionarle y las dudas que tenga el cliente y una atención personalizada.” (p. 144).

El párrafo anterior como todo vendedor tiene que describir el producto para que el consumidor se sienta satisfecho con lo que va adquirir el producto tienen que darle información para que el cliente se sienta bien en comprar es lo principal que debemos hacer los que venden a los consumidores.

El consumidor

El usuario pide lo que sea pero que lo informe bien sobre el producto pasó a paso para que tenga un buen concepto de la empresa.

Según Sánchez (2005) afirma que:

La satisfacción del cliente es la evaluación que hace el usuario respecto a un servicio y que depende de que el servicio responda a sus necesidades y expectativas. De lo contrario, el cliente sea activa en la empresa hay que entender el proceso humano que percibe el cliente para satisfacer sus necesidades.” (p. 100).

Da entender el anterior texto siempre el consumidor tiene la razón de preguntar sobre el producto que se va a llevar para que se anime otra vez de comprar en la misma tienda que se sienta mejor todo lo que quiere un cliente consumir tenemos que darle para que se sienta satisfecho con el producto.

## Relación con los clientes

Es bueno saber los consumidores necesita tener una expresión de comprar un producto de sorpréndelos con un regalo adicional y así se verá que se a cambiado mucho como vendedores.

Según Ongallo (1995) afirma que: “Si cambiamos el modo de ver las cosas a fin de poder considerar las quejas como dones o regalos, seremos más capaces de mejorar la relación con nuestros clientes y muestra actuación como vendedores.” (p.55)

El texto anterior da entender si tenemos un problema que se vino inesperado y sin pensar como lo solucionaremos en un segundo para que no nos retrasemos y tener una buena competencia buena teniendo un buen perfil ante los ojos de los clientes al adquirir los productos comprados.

## 2.3 Marco Conceptual

### Gestión de calidad

Ahora en día las micro y pequeña empresa tienen específicos dentro de cada sector del negocio, esto apunta al aseguramiento de la buena calidad por la definición más general sino a garantizar que una organización o un producto sea consistente, se centra no solo en la calidad de un producto, servicio de la satisfacción de sus clientes, sino en los medios para obtener el conjunto de acciones en una organización llevan a cabo con la misión de administrar una empresa o negocio. Organización que confíen en el cambio orientado hacia el cliente y persiguen mejoras continuas en sus procesos de producción. Teniendo buena producción y se abarque de distribuir a diferentes países teniendo ganancias con el producto hecho.

Calidad: En la actualidad todos coinciden en reconocer la necesidad de mejorar la calidad de los productos para poder ser competitivos y permanecer en los negocios es ante toda la satisfacción del cliente

#### Atención al cliente

Sabemos que las áreas de recursos humanos que se destinen a ofrecer a los clientes, es decir, quienes ya tienen vínculo con las empresas, servicios de atención ante reclamos, consultas o nuevas adquisiciones que estos deseen realizar. Eficaz para interactuar con los consumidores brindando asesoramiento adecuado para el uso correcto de un producto.

Ya que los servicios y productos pueden tener perfiles y otras características de comercializaciones similares, pero el elemento diferenciador que destaca el valor de una empresa es el trato brindado a los clientes. Mayormente a los consumidores se le deben informar y ofrecer los productos que se le brinda a ellos para que tenga en cuenta lo bueno de la habilidad que se hizo el producto y la satisfacción a los clientes.

Organización orientada al cliente: Las organizaciones dependen de sus clientes por lo tanto deberían de comprender las necesidades actuales y futuras de los mismos, para satisfacer sus requisitos y esforzarse en exceder sus expectativas

Participación del personal: A todos los niveles es la esencia de una organización y su total implicación posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización

Construya confianza: El cliente, cada vez más, demanda confianza en los productos y servicios. Los clientes quieren hacer negocios con empresas en las cuales

pueden confiar, cuando está en la cultura de una compañía, es una garantía de carácter, habilidades y valores teniendo mayormente la confianza.

Infraestructura: la organización deberá de determinar y proporcionar la infraestructura para lograr la prestación del servicio el impacto ambiental debe de ser visto como parte de la empresa los tipos de infraestructura pueden ser

- 1). Edificios y espacios de trabajo
- 2). Equipo para procesos
- 3). Sistemas
- 4). Transporte y comunicación

Servicio: son actividades identificables por separado, esencialmente intangibles que proporcionan la satisfacción de deseos y que no están necesariamente unidas a la venta de un producto u otro servicio.

Promoción de los servicios: en el mercado de los servicios encontramos que las ventas personales, la publicidad y las formas indirectas de promoción son usada en forma extensiva. Un programa promocional en una empresa debe tener tres metas principales:

- 1). Enfocar los beneficios del servicio de una manera tan llamativa como posible
- 2). Diferenciar sus ofertas de los competidores
- 3). Crear una buena reputación, debido a que la empresa esta comercialización intangible, una buena reputación es critica

### III. HIPOTESIS

La presente investigación la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro pollerías del distrito de coishco y provincia del santa año 2017 caso pollería la no se elabora hipótesis, dado que es una investigación descriptiva.

## IV. Metodología

### 4.1 Diseño de la investigación

Para esta investigación se utilizó un diseño no experimental, transversal y descriptivo no se modificarán las variables

Así mismo el diseño de la investigación fue no experimental ya que solo estudiaran las variables gestión de calidad en atención al cliente tales como es gestión de calidad y las MYPES en los servicios de atención en pollerías en el distrito de Coishco, 2017.

Fue transversal, porque analizaremos las variables en un periodo de tiempo y espacio determinado.

Fue Descriptivo porque solo describirá las variables en un tiempo determinado

Fue descriptivo porque se describe las principales características más importantes de las micro y pequeñas empresas, los representantes legales y la variable de estudio.

M: MUESTRA

O: Observación de las variables: gestión de calidad y atención al cliente

M  O

### 4.2 Población y muestra

La población muestral del estudio estuvo constituida por 07 micro y pequeñas empresas del sector servicio Rubro Pollería, del distrito de coishco y provincia del santa, año 2017. Caso pollería La Cabañita El universo de este estudio está

conformado por una empresa de ventas, de pollerías, pollos a la brasa que queda ubicado en Coishco, y el universo con una población de 7 MYPES

En este caso comprobaremos si la empresa cuenta con los requisitos necesarios para el buen funcionamiento de la misma, así mismo se darán recomendaciones para la mejora continua

Para realizar este proyecto de investigación se solicitó la información requerida de las mypes vigentes dedicadas al sector servicio rubro pollerías en el distrito de Coishco donde se presenta la documentación requeridas para solicitar el documento donde nos muestra en un total de 7 mypes dedicadas al rubro de pollerías teniendo cuenta información se aplicó a todas las encuestas a las mypes encontradas

#### 4.3 Definición y operacionalización de variables.

Variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de los representantes de las Micro y pequeñas empresas	Principales características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas	Edad del encuestado	De 20a menos de 30 años De 30 a menos 40 años De 40 a menos de 50 años Más de 50 años	Ordinal: Numérico
		Sexo del encuestado	Femenino Masculino	Nominal
		Grado de instrucción	Primaria Secundaria Superior Técnico Superior Universitario	Ordinal
		Cargo en la empresa	Titular gerente Administrador Encargado	Nominal
		Años de permanencia	De cero a menos de 3 años De 3 a menos de 6 años De 6 a más años	Ordinal: Numérico

<b>Variable</b>	<b>Definición de la variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Perfil de las Micro y pequeñas empresas	Principales características de las Micro y pequeñas empresas	Cuenta con misión y visión	Si No	Nominal
		Motivo para crear su Mype rubro pollería	Desarrollo empresarial Obtener utilidades Satisfacer la necesidad del cliente Invertir	Razón
		Cuenta con otro local comercial	Si No	Razón

<b>Variable</b>	<b>Definición de la variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente	Es el que ofrece que realiza cada persona que trabaja una empresa para relacionarse y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y buscar en ellos su total satisfacción. conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece la empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado	Conoce que es gestión de calidad	Si No	Nominal
		Realiza gestión de calidad su Mype	Si No	Nominal
		Planifica actividad para una gestión	Si No	Nominal
		Su servicio es de calidad a de su competencia	Si No	Nominal
		Su servicio satisface a los clientes	Si No	Nominal
		Los clientes se sienten identificados con la Mype	Si No	Nominal
		Cuenta con libro de reclamaciones	Si No	Nominal
		Tiene área de recepciones de reclamos	Si No	Nominal
		El personal recibe capacitaciones	Si No	Nominal
		El personal sabe sus responsabilidades	Si No	Nominal
		Realiza encuesta para medir el nivel	Si No	Nominal
		Comprende a los clientes exigentes	Si No	Nominal
		Usas canales de comunicación	Si No	Nominal
		Que canales de comunicación utiliza	Comunicación directa Página web Redes sociales Correo electrónico TA	Razón
		Cuentas con procesos establecidos	Si No	Nominal
Supervisas a sus personales	Si No	Nominal		

#### **4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

Dentro de la técnica se utilizará la encuesta y el instrumento será el cuestionario para la información de la investigación la cual consta de 24 preguntas distribuidas o estar dividida en tres partes:

La primera parte que será 5 para las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, rubro la pollería La Cabañita del distrito de Coishco provincia del Santa año 2017.

La segunda parte también para 3 las características de las micros y pequeñas empresas de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, la pollería del distrito de Coishco provincia del Santa del año 2017.

La tercera parte que será 3 para la característica de una gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente, la pollería del distrito de Coishco- provincia del Santa año 2017.

#### **4.5 Plan de análisis**

Se aplico una encuesta a las mypes para determinar las características de los representantes de las Mypes en el rubro pollerías y con la variable de atención al cliente se utilizó un análisis descriptivo, lo cual se utilizó el programa Excel para realizar las tablas de los porcentajes de las encuestas, también el programa de Word se utilizo para procesar el proyecto completo, los análisis del resultado y los gráficos de cada pregunta y al final se utilizó el programa de PDF para la presentación final del proyecto de investigación.

#### 4.6 Matriz de consistencia

Título	Enunciado del Problema	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Metodología	Técnicas e Instrumento
<p>La Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al cliente en los Micro y pequeñas empresas en el sector servicio Rubro pollería del distrito de Coishco, provincia del Santa, Año 2017. Caso Pollería La “Cabañita”</p>	<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad, bajo el enfoque de atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del Sector servicio –Rubro Pollería del distrito de coishco, año 2017 Caso: Pollería La “Cabañita”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar las principales características de los representantes de la Micro y Pequeña Empresa del Sector servicio – Rubro Pollería del distrito de Coishco, año 2017. Caso: Pollería la Cabañita</li> <li>•Determinar las principales características de la Micro y pequeñas empresas del sector servicio – Rubro Pollería del distrito coishco, año 2017. Caso: Pollería La “Cabañita”</li> <li>•Realizar un análisis comparativo de las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la Micro y pequeña empresa del sector servicio- Rubro Pollería del distrito de coishco, año 2017. Caso: Pollería la “Cabañita”</li> </ul>	<p>Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente</p>	<p>Población: La población consiste en 7 micro y pequeñas empresas del sector servicio Rubro pollería del distrito de coishco provincia del santa.</p> <p>Muestra: Consta del 100% (7) de las micro y pequeñas empresas del sector servicio Rubro pollería del distrito de coishco provincia del santa</p>	<p>Tipo de investigación cuantitativa</p> <p>Nivel de investigación descriptiva</p> <p>Diseño de la investigación experimental transversal</p> <p>La población muestral esta conformada por una micro y pequeña empresa denominada “La “Cabañita”</p>	<p><b>Técnicas:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario estructurado</p>

## 4.7 Principios Éticos

Para esta investigación de este proyecto se tendrán en cuenta la ética del investigador.

**Protección a las personas:** La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, se debe respetar la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad cual se determinará de acuerdo con el riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.

**Beneficencia y no Maleficencia:** Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. La conducta del investigador debe responder las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

**Justicia:** El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar preocupaciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren practicas injustas derecho a acceder a sus resultados.

**Integridad Científica:** Rectitud deben regir no solo la actividad del investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y su ejercicio profesional resulta cuando su función de las normas se evalúa y declaran daños, riesgo y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación.

**Consentimiento informando y expreso:** En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica, mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

*Tabla 1: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector serví rubro pollerías del distrito de Coishco y provincia del santa año, 2017.*

Características	n	%	“La Cabañita”	%
<b>Edad del encuestado</b>				
De 20 a menos de 30 años	3	43.00	0	0.00
De 30 a menos de 40 años	1	14.00	0	0.00
De 40 a menos de 50 años	0	0.00	1	100.00
Mas de 50 años	3	43.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>Sexo del encuestado</b>				
Masculino	3	43.00	0	0.00
Femenino	4	57.00	1	100.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>Grado de instrucción</b>				
Primaria	0	0.00	0	0.00
Secundaria	1	14.00	0	0.00
Superior Técnico	2	29.00	1	100.00
Superior Universitario	4	57.00	0	0.00
<b>total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>Cargo en la empresa</b>				
Titular gerente	1	29.00	1	100.00
Administrador	1	14.00	0	0.00
Encargado	4	57.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>Años de permanencia</b>				
De cero a menos de 3 años	5	71.00	0	0.00
De 3 a menos de 6 años	1	14.00	1	100.00
De 6 a más años	1	14.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>

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

**Tabla 2:** Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Coishco, provincia del santa, año 2017. Caso Pollería la “Cabañita”.

Características	n	%	La “Cabañita”	%
<b>Cuenta con misión y visión</b>				
Si	7	100.00	1	100.00
No	0	0.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>Motivo para crear su Mype</b>				
desarrolló empresarial	3	43.00	0	0.00
Obtener utilidades	2	29.00	0	0.00
Satisfacer la necesidad del cliente	0	0.00	1	100.00
Invertir	2	29.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>Cuenta con otro local comercial</b>				
Si	3	43.00	1	100.00
No	4	57.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro pollerías del distrito de Coishco y provincia del santa año 2018.

**Tabla 3:** Hacer unos análisis comparativos de las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pollerías del distrito de Coishco y provincia del santa, año 2017. Caso la “Cabañita”

Características	n	%	La “Cabañita”	%
<b>Conoce que es gestión de calidad</b>				
Si	6	86.00	1	100.00
No	1	14.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>Realiza gestión de calidad su mype</b>				
Si	6	86.00	1	100.00
No	1	14.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>Planifica actividad para una gestión</b>				
Si	6	86.00	1	100.00
No	1	14.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>

**Tabla 3 continuación**

<b>Su servicio es de calidad de su competencia</b>				
Si	7	100.00	1	100.00
No	0	0.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>Su servicio satisface a los clientes</b>				
Si	7	100.00	1	100.00
No	0	0.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>Los clientes se sienten identificados con la mype</b>				
Si	7	100.00	1	100.00
No	0	0.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>Cuenta con libro de reclamaciones</b>				
Si	6	86.00	1	100.00
No	1	14.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>Tiene área de recepciones de reclamos</b>				
Si	6	86.00	1	100.00
No	1	14.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>El personal recibe capacitaciones</b>				
Si	7	100.00	1	100.00
No	0	0.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>El personal sabe sus responsabilidades</b>				
Si	7	100.00	1	100.00
No	0	0.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>Realiza encuesta para medir el nivel</b>				
Si	3	43.00	1	100.00
No	4	57.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>Comprende a los clientes exigentes</b>				
Si	7	100.00	1	100.00
No	0	0.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>

**Tabla 3 continuación**

<b>Usas canales de comunicación</b>				
Si	4	570.0	1	100.00
No	3	43.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>Que canales de comunicación utiliza</b>				
Comunicación directa	4	57.00	0	0.00
Página web	1	14.00	1	100.00
Redes sociales	1	14.00	0	0.00
Correo electrónico	1	14.00	0	0.00
T.A	0	0.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>Cuenta con procesos establecidos en atención</b>				
Si	7	100.00	1	100.00
No	0	0.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>
<b>Supervisa a sus personales</b>				
Si	7	100.00	1	100.00
No	0	0.00	0	0.00
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pollerías del distrito de Coishco y provincia del santa, año 2018. Caso la “Cabañita”*

## **5.2. Análisis de resultados**

### **Respeto al objetivo 1**

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del servicio rubro pollerías del distrito de Coishco y provincia del santa año 2017. Caso pollería la “Cabañita”

- El 43% del total de los representantes de las MYPES tienen la edad de 20 a menos de 30 años, otro es 43% corresponde a la edad de más de 50 años, difiere con el caso de la MYPE la “Cabañita” en que su edad es de 40 a

menos de 50 años. Lo que significa que la edad de sus representantes que lo cual nos dan entender que cuenta, con una gran experiencia y conocimiento en relación con sus mypes que representan quiere decir que dicha empresa opta por una persona con mucha experiencia en el ámbito laboral.

- El 57% del total de los representantes de las MYPES tienen el sexo femenino, lo cual coincide con el caso de la MYPE la “Cabañita” lo cual nos da entender que también las mujeres tienen derecho alternar o se encargan en diferentes áreas como la sesión de ventas y atención al público.
- El 57% del total de los representantes de las MYPES es grado de instrucción es de superior universitario, lo contrario en el caso de la pollería la “Cabañita” tiene superior técnico lo cual nos da entender que son personas preparadas que se requieren ejercer el cargo en cualquier mype por tener conocimientos profesionales en el aspecto administrativo de dicho rubro.
- el 57% del total de los representantes de las MYPES el cargo de la empresa es encargado, lo cual difiere en el caso de la pollería la “Cabañita” tiene como titular gerente lo cual nos da entender que son personas que representan que se encargan de supervisar los ingresos y egresos con la confianza absoluta en una empresa.
- El 71% del total de los representantes de las MYPES en los años de permanencia es de cero a menos de 3 años, lo cual difiere con el caso la pollería la “Cabañita” de permanecía tiene el 100% es de 3 a menos de 6 años nos da entender que son empresas con menos tiempos en negocios que se mantiene en el rubro, pero con sus competidores.

## **Respeto al objetivo 2**

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Coishco, provincia del santa, año 2017. Caso pollería la “Cabañita.”

- El 100% total de los representantes de las MYPES si tienen visión y misión en lo cual tiene objetivos que serían alcanzados por ellos mismos, cual coincide en el caso la pollería la Cabañita si tienen misión y visión al 100% por que son objetivos que ellos quieren alcanzar con sus propios esfuerzos y con el tiempo de ser más conocidos y siendo el mejor de todos.
- El 43% total de los representantes de las MYPES que le motivo para crear su mype es del desarrollo empresarial, lo contrario con el caso la pollería la “Cabañita” le motivo satisfacer la necesidad del cliente nos da entender que son empresas que van surgiendo a menos a más con el fin y por el encantamiento que se va a poner en el producto el sabor que van a ofrecer a los clientes una buena posición en el campo empresarial.
- El 57% total de los representantes de las MYPES no cuenta con otro local comercial, lo contrario con el caso la pollería la “Cabañita” si tiene otro local comercial nos da entender que es importante manteniéndose que la mype tenga las ventas que perciben para optar por otro local comercial y así expandir el negocio y tener nuevos locales.

### **Respeto al objetivo N°3**

Hacer unos análisis comparativos de las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pollerías de Coishco y provincia del santa, año 2017. Caso la pollería la “Cabañita”

- El 86% total de los representantes de las MYPES si conocen que es gestión de calidad, lo cual coinciden con el caso la pollería la “Cabañita “ que si conocen que es gestión de calidad, se relaciona con la teoría de Manuel (2008) afirma que: Una buena gestión de la calidad en la empresa forma parte de las estrategias de negocios para mantener y elevar las ventajas competitivas, en estos términos hay que hacer mención a la calidad total que es la que se extiende a cualquier actividad que desarrolle la empresa. Se concluyo que este tema permite que las organizaciones estén constante crecimiento generando mayor competitividad, porque con una estructura organizacional bien definida tiene en todo su orden en estas empresas lo bueno es que tiene sus papeles en reglas sus maquinarias nuevas para una buena producción a los clientes.
- El 86% total de los representantes de la MYPES si aplican la gestión de calidad, coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” que si aplican la gestión de calidad, se relaciona con la teoría de Pola (1999) que precisa lo siguiente: la calidad como el conjunto de características de un producto, proceso o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer las necesidades del usuario o clientes y así podemos mejorar en otras cosas que nos ayudara bastante. Se concluyo es de mejorar los procesos de los equipos que tiene la

mype para el servicio y satisfacción de los clientes, es contar con una guía de normas para que mantengan una buen permanecía y haciendo unos buenos beneficios y generando muchos ingresos al mype.

- El 86% total de los representantes de las MYPES si planifican actividad para una gestión de calidad, lo cual coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” si planifican actividad para una gestión, se relaciona con la teoría de Manuel (2008) quien afirma que: Una buena gestión de la calidad en la empresa forma parte de las estrategias de negocios para mantener y elevar las ventajas competitivas, en estos términos hay que hacer mención a las calidad total que es la que se extiende a cualquier actividad que desarrolle la empresa. Se concluyo que Mediante el sistema de calidad se va a lograr que nuestro producto y el servicio que le brinda a los clientes y no clientes queden satisfecho para obtener una buena producción.
- El 100% de los representantes de las MYPES manifiestan que su servicio si es de calidad a de su competencia, lo cual coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” que precisan que su servicio si es de calidad de su competencia, se relaciona con la teoría de Pola (1999) quien afirma que: la calidad como el conjunto de características de un producto, procesos o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer las necesidades del usuario o clientes y así podemos mejorar en otras cosas que nos ayudara bastante. Se concluyo en este tema que ofrece la empresa es de calidad por que cuenta con gestión de calidad en todo el producto es para un buen servicio que ofrecemos al cliente teniendo mayormente la competencia con otras mypes con el fin de que los

clientes se sienten contento con el ambiente y el buen desarrollo que se están dando.

- El 100% de los representantes de las MYPES manifiesta que su servicio satisface a los clientes, coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” quien precisa que su servicio satisfacen a los clientes, se relaciona con la teoría de Fernández (2008) que precisa lo siguiente: Un buen servicio de atención al cliente creará una relación de confianza entre empresa y consumidor, también con llevar a un mayor nivel de seguridad en relación con el producto o servicio. Es lo mejorar de calidad de las Mype, con el fin de obtener mayores ingresos y ventajas ofreciendo a los clientes y al público en general un producto de buena calidad y además contando con personal capacitado para la atención a los clientes.
- El 100% de los representantes de las MYPES manifiesta que los clientes si se sienten identificados con la Mype, coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” manifiestan que los clientes se sienten identificados con la Mype, se relaciona con la teoría de Valerie (2001) sostiene que: La calidad del servicio produce beneficios por que crea verdaderos clientes: que se sientan contentos seleccionar una empresa después de experimentar sus servicios, clientes que utilizaran la empresa de nuevo y que hablaran de la empresa en términos positivos con otras personas, se mantiene y generan ingresos a fondos de la empresa. Por la calidad de los productos que ofrece a sus consumidores y además contar con personales capacitados en atención al cliente en la Mype para que así puedan llevar una buena imagen de dicha

empresa. porque son clientes fidelizados con nuestras empresas desde el momento en que consumieron nuestros productos que se ofrecían.

- El 86% total de los representantes de las MYPES precisa que cuenta con libro de reclamaciones, lo cual coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” si cuentan con libro de reclamaciones, se relaciona con la teoría de Ongallo (1995) quien afirma que: Si cambiamos el modo de ver las cosas a fin de poder considerar las quejas como dónes o regalos, seremos más capaces de mejorar la relación con nuestros clientes y muestra actuación como vendedores. Se concluyo lo más importante que toda la Mype debe de tener toda la atención al cliente cuando tiene un problema con el producto que se va a consumir con el fin de la personas o consumidores puedan dar cuenta de las observaciones que puedan tener acerca del producto, atención o al ambiente con el fin de que los clientes puedan reclamar ya sea por el producto o personal que labora dicha empresa.
- El 86% total de los representantes de las MYPES si tiene área de recepciones de reclamos, cual coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” si tiene área de recepciones de reclamos, se relaciona con la teoría de Ongallo (1995) sostiene que: Si cambiamos el modo de ver las cosas a fin de poder considerar las quejas como dones o regalos, seremos más capaces de mejorar la relación con nuestro cliente y muestra actuación como vendedores. Más que toda la persona debe esperar su turno para el reclamo que puedan hacer la molestia que sienten al administrador o personas encargadas en la cual se encuentra el gerente apto para cualquier reclamo que puedan hacer los clientes.

- El 100% de los representantes de las MYPES manifiesta el personal recibe capacitaciones, cual coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” precisa que el personal recibe capacitaciones, se relaciona con la teoría de Fernández (2008) afirma que: un buen servicio de atención al cliente creará una relación de confianza entre empresa y consumidor, también con llevar a un mayor nivel de seguridad en relación con el producto o servicio. Se concluyo lo bueno es atender lo que es más importante de tener en todo orden lo pedido de y la orientación que se da a los personales par que la empresa tenga más prestigios ante a los ojos de los clientes que vienen a consumir. siempre es bueno enseñarles cosas nuevas que da mucho beneficio a la empresa.
- El 100% total de los representantes de las MYPES precisan que el personal sabe cuáles son sus responsabilidades cual coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” manifiesta que el personal sabe cuáles son sus responsabilidad, se relaciona con la teoría de Valerie (2001) afirma lo siguiente: “la calidad del servicio produce beneficios por que crea verdaderos clientes: que se sientan contentos al seleccionar una empresa después de experimentar sus servicios, clientes que utilizaran la empresa de nuevo y que hablaran en términos positivos con otras, se mantiene y generan ingresos a los fondos de la empresa. se concluyó en este tema que la responsabilidad de cada empresa es contar con personal capacitado para atención al cliente, con el fin de que dichas personas en general sientan admiradas por el labor que desempeñan dentro de la empresa y tareas en una mejora atención al cliente de acuerdo con la capacitación que reciben.

- El 57% total de los representantes de las MYPES manifiesta no realiza encuestas para medir el nivel, lo contrario con el caso la pollería la “Cabañita” precisan que si realiza encuestas para medir el nivel, se relaciona con la teoría de Fernández (2008) que precisa lo siguiente: Un buen servicio de atención al cliente creará una relación de confianza entre empresa y consumidor, también con llevar a un mayor nivel de seguridad en relación con el producto o servicio. Se concluyo mayormente hacen encuestas para saber el gusto por los productos porque uno sabe de los clientes que viene a consumir el producto ofrecido más que todo para saber si están a gusto con el producto y la atención al cliente.
- El 100% de los representantes de las MYPES precisan que comprende a los clientes exigentes, cual coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” manifiesta que comprende a los clientes exigentes, se relaciona con la teoría de Tarodo (2002) afirma lo siguiente: que también debemos observar las expresiones de nuestro cliente, ya que nos pueden ayudar a atenderles mejor, de ello sería cuando estamos explicando algo y vemos en la cara del cliente que no están comprendiendo que debemos cambiar nuestro discurso para que pueda comprender mejor. Se concluyo Siempre es mostrarse con un buen respeto y buen comportamiento ante el público al cliente que van a consumir es atenderlo demostrar que tenemos valores, con el fin de entenderlo bien de que no haiga un tipo de discusión más que todo el cliente se sienta tranquilos, porque nosotros le vemos al cliente y para eso se ofrecen un producto de buena calidad.

- El 57% total de los representantes de las MYPES encuestadas si utilizan canales de comunicación, cual coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” si utilizan canales de comunicación, se relaciona con la teoría de Manuel (2008) afirma que: una gestión de la calidad en la empresa forma parte de la estrategia de negocios para mantener y elevar las ventajas competitivas en estos términos hay que hacer mención a la calidad total que es que se extiende a cualquier actividad que desarrolle la empresa. se concluyó mayormente es sacar provecho con las promociones o redes sociales que nos va a permitir sacar y generar que nos va a beneficiar, claro para promocionar la Mype a nivel nacional de una mejora de calidad en los productos que se van a ofrecer para los clientes y ser más reconocible en todo para tener más publicidad que se dan.
  
- El 57% total de los representantes de las MYPES que canales de comunicación utilizan como comunicación directa, lo cual defiere con el caso la pollería la Cabañita de canales de comunicación utiliza la página web, se relaciona con la teoría de Manuel (2008) sostiene que: una buena gestión de calidad en la empresa forma parte de la estrategia de negocios para mantener y elevar las ventajas competitivas, en estos términos hay que hacer mención de calidad total que es la que se extiende a cualquier actividad que desarrolle la empresa. se concluyó con el fin que el cliente tenga en cuenta de la promoción que se va a comunicar y así avisar a los familiares y amigos de la calidad del producto por las personas entran a ver las páginas a ver distintos programas lo más importante.

- El 100% de los representantes de las MYPES manifiestan que cuentan con procesos establecidos en atención, lo cual coinciden con el caso la pollería la Cabañita precisan que cuentan con procesos establecidos en atención, se relaciona con la teoría de Fernández (2008) afirma que: Un buen servicio de atención a los clientes creará una relación de confianza entre empresa y consumidor, también con llevar a un mayor nivel de seguridad en relación con el producto o servicio. Se concluyo entender que los procesos nos ayudan a en mantener una Mype permanente y sobre alcanzado los objetivos que queremos, que esto quiere decir que tiene claro sus objetivos realizando una planificación de sus procesos, contamos con los objetivos claro y para realizar sus procesos en cuanto el producto y servicios.
- El 100% de los representantes de las MYPES precisan que supervisan a sus personales, coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” manifiesta que supervisan a sus personales, se relaciona con la teoría de Fernández (2008) precisa lo siguiente: un buen servicio de atención al cliente creará una relación de confianza entre empresa y consumidor, también con llevar a un amor nivel de seguridad en la relación con el producto o servicio”. Se concluyo entendamos que los valores que capacitamos y orientando a los personales nos van a servir de mucho porque nos hace una Mype con la mejor atención al cliente con el fin de que el cliente tenga un buen recibimiento y se siente cómodo con la Mype y la atención que se da a todos los personales se desenvuelvan dentro de la empresa ya sea que el producto que están ofreciendo.

## **VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Respeto al objetivo N°1**

#### **Terminando la investigación se llegó a la conclusión**

- La mayoría de los representantes de las MYPES encuestada, tienen una edad de 20 a menos de 50 años, coinciden ligeramente con el caso la pollería la Cabañita es de 40 a menos de 50 años del representante; el 57% son representados por mujeres en el cual coinciden con la pollería la “Cabañita” que es representada por una mujer; el 57% total de los representantes de las MYPES es el grado de instrucción es de superior universitario lo contrario con el caso la pollería la “Cabañita” es de superior técnico; por ultimo el 57% total de los representantes de las mypes cargo en la empresa son encargados en la mypes en la cual, es el contrario en la pollería la “Cabañita” es titular gerente de la empresa; el 71% total de los representantes de las MYPES de la permanencia en el mercado es de 0 más de 3 años, lo cual defiere con el caso la pollería la “Cabañita” de permanencia es de 3 a menos de 6 años en el mercado.
- La pollería la “Cabañita” lo cual opta con una persona mayor que tiene más experiencia en su labor en su puesto de trabajo. Opta por la persona de sexo femenina la representante y con superior técnico haciendo que las empresas tengan cierto conocimientos con mayor presentación, con permanecía en el mercado es suficiente de vender productos de calidad a los clientes y teniendo una mejor vista y obteniendo buenos resultados, sin tener estudios superiores.

## **Respeto al objetivo N°2**

- La mayoría de los representantes de las MYPES si cuenta con misión y visión que es el 100%, lo cual coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” que si cuenta con misión y visión, los 43% tienen su propio motivo para crear su MYPE es en el desarrollo empresarial, lo contrario con el caso la pollería la “Cabañita” es de satisfacer la necesidad del cliente; el 57% de los representantes de las MYPES si cuenta con otro local las mypes, coinciden con la pollería la cabañita que si cuenta con otro local comercial.

Los representantes de las MYPES si tienen otro local comercial para así tener más ganancias para ellos mismos su motivo es el desarrollo empresarial para así tener más ingresos y su negocio se pueda desarrollar en otros lugares toda empresa deben tener su propios objetivos visión al futuro claro se puedan motivar ellos mismos como empresarios, es necesario que este bien organizado ofreciendo un producto de calidad cumpliendo con los requisitos lo que el cliente quiere.

## **Respeto al objetivo N°3**

- La mayoría de los representantes de las MYPES el 86% si conocen que es gestión de calidad, cual coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” si conocen que es gestión de calidad, el 86% total de los representantes de las MYPES si realizan gestión de calidad, coinciden con el caso la pollería la “Cabañita”; el 86% total de los representantes de la MYPES si planifican actividad para una gestión, coinciden con al pollería la “Cabañita” si planifican actividad para una gestión; el 86% de los representantes de las

MYPES de las mypes si cuentan con libros de reclamos, coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” si cuenta con libros de reclamos; el 86% total de los representantes de las MYPES si tienen área de recepciones de reclamos, cual coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” si tiene área de recepciones de reclamos, el 57% total de los representantes de las MYPE no realizan encuesta para medir el nivel de satisfacción, lo contrario con el caso de la pollería la “Cabañita” si realizan encuesta para medir el nivel, el 57% de los representantes de las MYPES si usan canales de comunicación, coinciden con la pollería la Cabañita si usan canales comunicación; el 57% total de los representantes de las MYPES que canales de comunicación utiliza como es comunicación directa, lo contrario con el caso la pollería la Cabañita canales de comunicación utilizan la página web; el 100% total de los representantes de las MYPES si su servicio es de calidad a de su competencia; cual coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” si su servicio es de calidad de su competencia, el 100” total de los representantes de las MYPES si su servicio satisface a los clientes, cual coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” si su servicio satisface a los clientes; el 100% total de los representantes de las MYPES si los clientes se sienten identificados con la mype; cual coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” si lo clientes se sienten identificados con la mype, el 100% total de los representantes de las MYPES si el personal recibe capacitaciones; lo cual coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” si su personal recibe capacitaciones, el 100% total de los representantes de las MYPES si el personal si sabe cuáles son sus responsabilidades dentro de la empresa; cual coinciden con el caso la pollería

la “cabañita” si el personal sabe cuáles son sus responsabilidades el 100% total de los representantes de las MYPES si comprende a los clientes exigentes; lo cual coinciden con el caso la pollería la cabañita” si comprende a los clientes exigentes, el 100% total de los representantes de las MYPES si cuentan con procesos establecidos en atención, lo cual coinciden con el caso la pollería la “cabañita” si cuentan con procesos establecidos en atención y por ultimo el 100% total de las MYPES si supervisan a sus personales, cual coinciden con el caso la pollería la “Cabañita” si supervisa a sus personales.

Es importante que toda empresa sea encuestada para ver en cuales on los errores que tenemos como lo que se pueda agregar y poder mejorarlo para que sienta la necesidad de ellos se sienten cómodos y así también poderlo satisfacerlo más con el producto que estamos ofreciendo con una atención que nos ayudara a tener mas beneficios muchos ingresos y egresos para que así los puedan ayudar a decidir lo que se necesita

## **RECOMENDACIONES**

### **Finalizando el análisis se llegó a la recomendación**

\*La MYPE pollería la “Cabañita” con respeto que todas las empresas cuenten con un área de recepción de reclamos se recomiendan para que los clientes debe seguir adaptándose a los nuevos cambios y mejorando los puntos que no son adecuados para mantener bien ante las competencia que rodean tengan derecho a reclamar cualquier problema que ellos pueden observar dentro del local es quien ellos tiene la razón, tratándole de buena manera haciéndole sentir en confianza para la empresa tenga un buen reconocimiento y haciendo buenos papeles ante la sociedad.

- A realizar más encuestas para sí medir el nivel de confianza que sigan complaciendo a su clientes ofreciéndoles un servicios y producto de calidad satisfaciendo sus necesidades y atención al cliente que se puede dar y la opinión general del público del gusto de las pollerías que ofrece
- Utilizar más canales de comunicación tales como: página web, redes sociales y correo electrónico; para sí promocionar el producto de calidad que se ofrece al consumidor y buena atención al cliente.

## Referencias bibliográficas.

Almestar Patty (2017): *caracterización de la competitividad y atención al cliente en las mype del rubro pollerías en la urbanización Ignacio merino – Piura*

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2370/competitividad\\_atencion\\_al\\_cliente\\_almestar\\_adrianzen\\_patty\\_rosalia.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2370/competitividad_atencion_al_cliente_almestar_adrianzen_patty_rosalia.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Blanco Mateos, (2012). *Atención básica al cliente* (MF1329\_1). Málaga

Brown Andrew (1992). *Gestión de la atención al cliente*. Madrid,

Brunet, L. (2011). *El Clima de Trabajo en Las Organizaciones*. México: Trillas S.A. de C.V1111

Carrasco Diaz, S. (2009). *Metodología de la investigación científica* (Primera ed.). Lima, Perú: San Marcos.

Dessler, G., & Varela Juárez, R. (2011). *Administración de Recursos Humanos Enfoque Latinoamericano*. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V. Dolan

Díaz Fernández, (2008). *Atención básica al cliente: manual teórico*. Madrid, ESPAÑA

Fernández Andrés (2008): *dirección y planificación: estrategias en las empresas y organizaciones*. Madrid España

Manuel José (2008). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México

Medina Mary: *caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las mype rubro pollería del distrito de vice – Sechura*

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5932/clientes\\_calidad\\_medina\\_chunga\\_mary\\_estefany.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5932/clientes_calidad_medina_chunga_mary_estefany.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Meléndez Julio, Oribe Kelly (2014): *calidad de servicio al cliente y su incidencia en la rentabilidad de las empresas del rubro restaurantes – pollerías del distrito de Tarapoto*.

<http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/UNSM/1511/ITEM%4011458-666.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ñahuirima Yanina (2015): *calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac*

[http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina\\_%C3%91ahuirima\\_Tesis\\_Titulo\\_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina_%C3%91ahuirima_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Pola Maseda (1999): *Gestión de la Calidad*. México: Alfaomega

Salinas Cinthia (2017): *gestión de calidad bajo el enfoque del liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías de la Ciudad de Huarmey*

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4765/gestion\\_de\\_calidad\\_y\\_liderazgo\\_salinas\\_navarro\\_cinthia\\_nathaly.pdf?sequence=1&isAllowed](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4765/gestion_de_calidad_y_liderazgo_salinas_navarro_cinthia_nathaly.pdf?sequence=1&isAllowed)

Sergio Bravo, O. (2003). *Análisis de Rentabilidad Económica y Financiera. Material Didáctico N°3*. Lima, Perú. Ediciones ESAN

Silva Fanny (2017): *mejora en los procesos administrativos en restaurante pollería pardos chicken en el distrito de san Borja*

[http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3235/3/silva\\_pf.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3235/3/silva_pf.pdf)

Toledo Ángel (1995): *Administración de recursos humanos*. Colombia Bogotá

Uceda Indira (2013): *influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de la victoria en la ciudad de Chiclayo*

[http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/127/1/TL\\_Uceda\\_Pintado\\_IndiraLizeth.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/127/1/TL_Uceda_Pintado_IndiraLizeth.pdf)

Zeithaml Valerie (2001): *Conduciendo Equidad de Cliente: enfoque de decisiones estratégicas*. Texas

## ANEXOS

### Anexos 01

#### ➤ Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	FECHAS															
	ABRIL			MAYO				JUNIO				JULIO				
	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5
Participan en las actividades de inducción al uso del módulo de matrícula según el cronograma establecido en cada escuela	X															
Registran su matrícula según orientaciones recibidas en la escuela	X															
Socialización del SPA		X														
Realizan una lectura comprensiva del MIMI- Cap. IV		X														
Programan a través de un Diagrama de Gantt la recolección y organización de la información.			X													
En equipo analizan el o los instrumentos para la recolección de datos de su investigación				X												
Responden foro de tema de investigación				X												
Presentan el trabajo a través de una matriz exponiendo la Coherencia entre el problema, objetivo, metodología, variables, e indicadores del instrumento a través del campus virtual.					X											
Se realiza el recojo de la información a través del instrumento de recolección de datos						X	X		X							
Trabajo en equipo recogen las fortalezas y debilidades de la aplicación del instrumento de recolección de datos								X								
Responden foro colaborativo: Aplicación del instrumento								X								

Se enviara la matriz de datos codificados correctamente a través del campus virtual										X								
Analizan en grupo los resultados propuestos en los prototipos de investigación.											X							
Responden foro colaborativo: Análisis de resultados.											X							
Procesan estadísticamente los Resultados obtenidos a través del instrumento de recolección de datos.												X						
Presentan los resultados de su investigación a través de tablas y gráficos requeridos													X	X	X	X	X	X
Deberán de subir su informe para corrección por el docente														X				

➤ **Presupuesto**

<b>Concepto</b>		<b>Costo Unitario (S/.)</b>	<b>Cantidad necesaria</b>	<b>Valor Total</b>
Impresión y empastado		8.4	9	75.6
Pasajes para visitar las MYPES		6	3	18
Útiles	Lapiceros	2	2	4
	Encuestas	0.3	7	1.4
	Cuadernos	10	1	10
pasajes para la universidad		6	3	18
Internet mensual		140	4	250
			<b>TOTAL</b>	<b>377</b>

## **Anexos 02.**

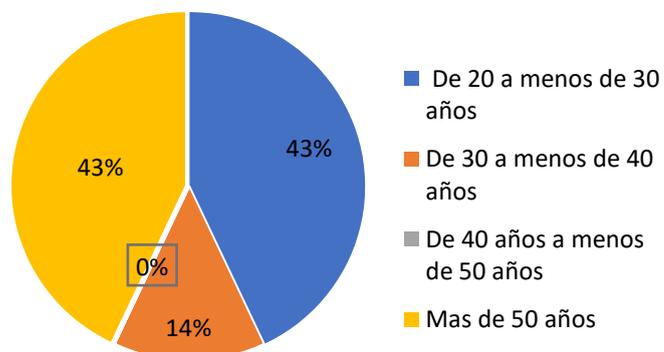
### **➤ MUESTRA Y POBLACIÓN**

La población de las micro y pequeñas empresas **rubro pannería del distrito de Coishco y provincia del santa;** es de 7; teniendo la muestra dirigida de 7 comercios donde se aplicó las encuestas que constaban del cuestionario a fin de determinar las características de estas micro y pequeñas empresas en la localidad.

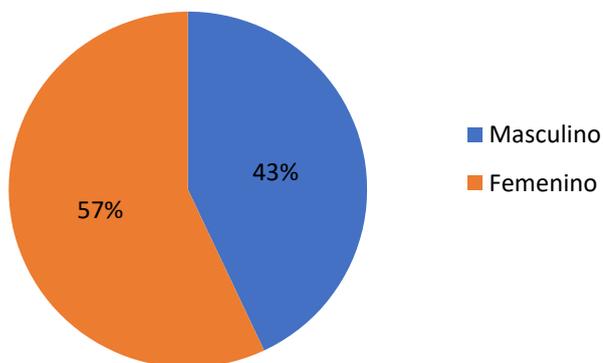
<b>Nombre de la pannería</b>	<b>Dirección</b>
tronquito	AV/ Panamericana 525
Ashly	JR/ Kennedy 253
Félix	AV/ Panamericana 683
Sonia	AV/ Panamericana 511
portón del sabor	AV/ Villa del mar 485
Urcia	AV/ Jorge Chávez 700
Ricardo	JR/ Palacios 602

**Anexo 03:**

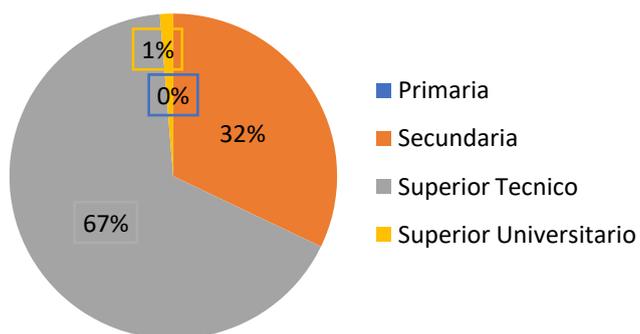
**Figuras**



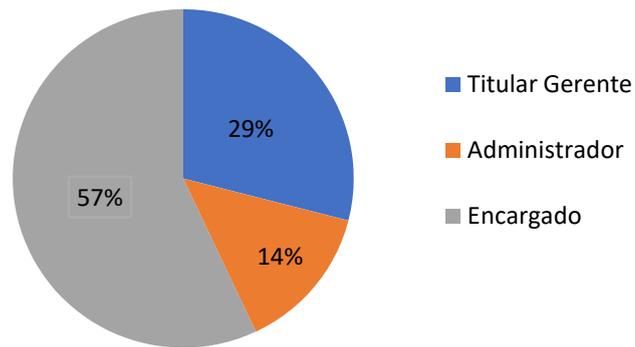
**Figura 1: Edad del encuestador**  
**Fuente: Tabla 1**



**Figura 2: Sexo del encuestador**  
**Fuente: Tabla 1**

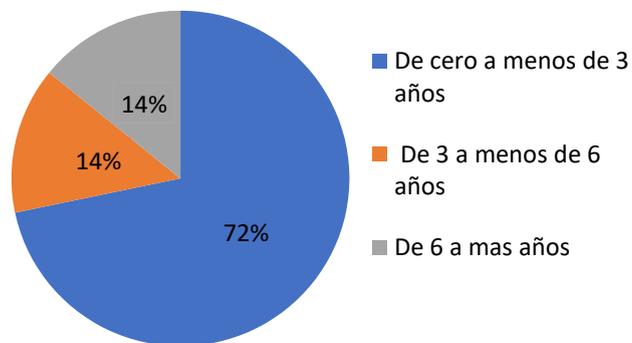


**Grafico 3: Grado de Instrucción**  
**Fuente: Tabla 1**



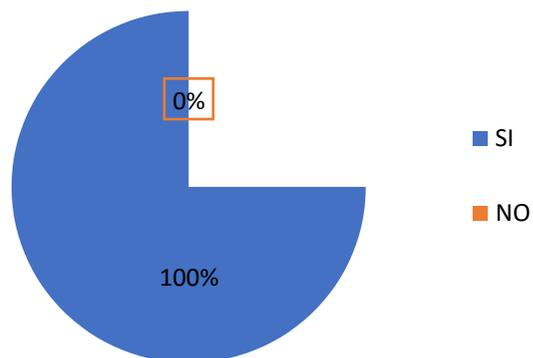
**Figura 4: Cargo en la Empresa**

**Fuente: Tabla N°1**



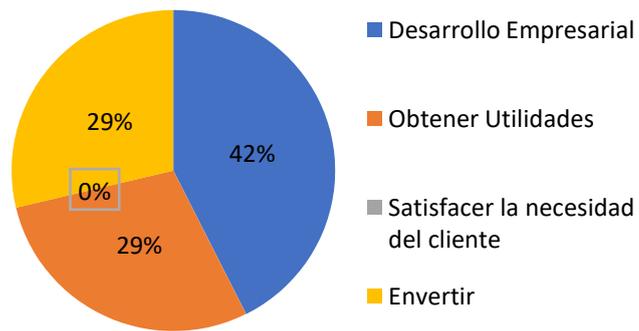
**Gráfico 5: Años de permanencia**

**Fuente: Tabla 1**

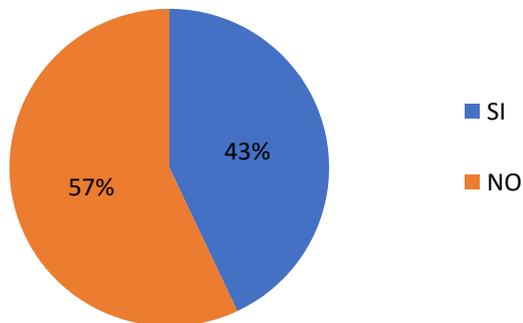


**Figura 6: Cuenta con Misión y Visión**

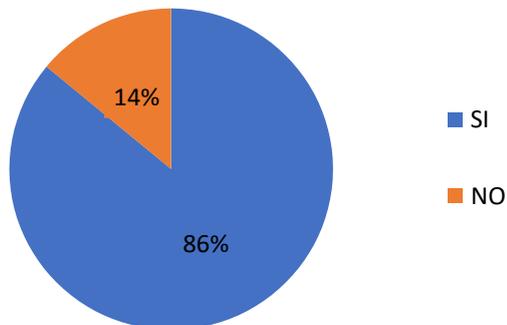
**Fuente: Tabla 2**



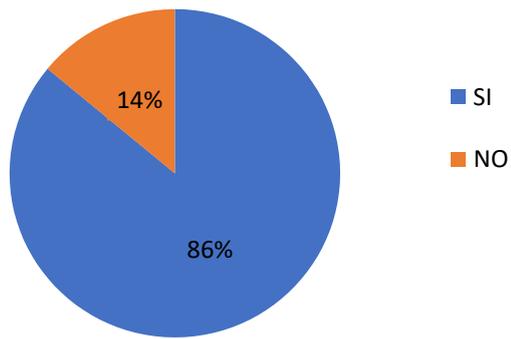
**Figura 7:** Que le Motivo para crear su pollería  
**Fuente:** Tabla 2



**Gráfico 8:** Cuenta con otro local comercial  
**Fuente:** Tabla 2

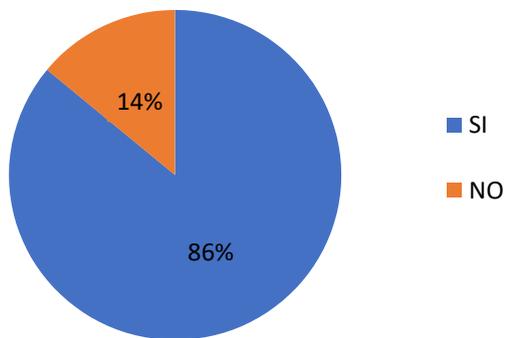


**Figura 9:** Conoce que es gestión de calidad  
**Fuente:** Tabla 3



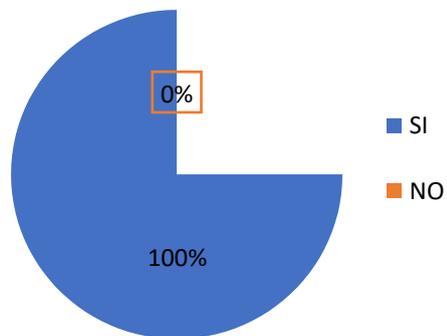
**Figura 10:** Realiza gestión de calidad en su empresa

**Fuente:** tabla 3



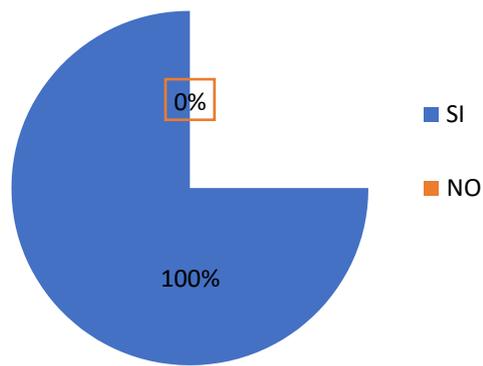
**Gráfico 11:** Planifica actividad para una gestión de calidad

**Fuente:** Tabla 3



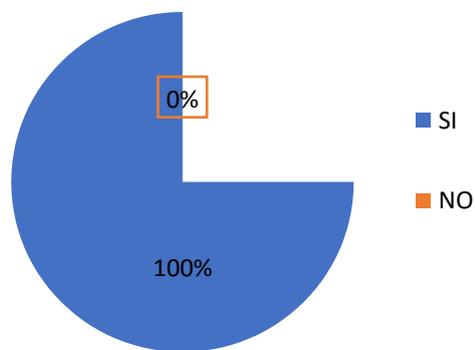
**Figura 12:** Su servicio es de Calidad al de su competencia

**Fuente:** Tabla 3



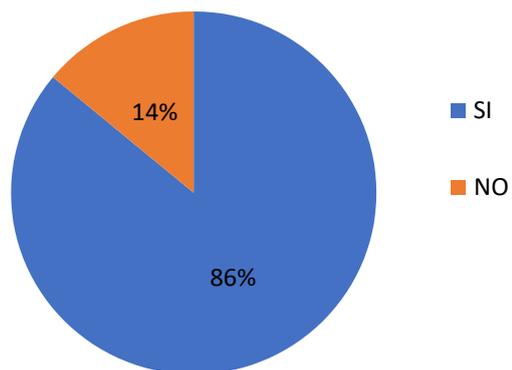
**Figura 13:** Su servicio satisface las necesidades del cliente

**Fuente:** Tabla 3



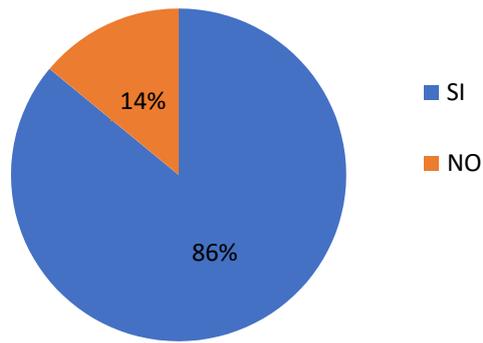
**Figura 14:** Los clientes se sienten identificados con su empresa

**Fuente:** Tabla 3



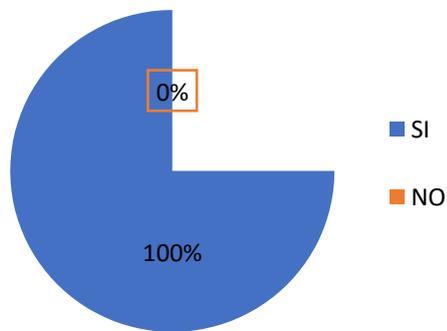
**Figura 15:** Cuenta con libro de reclamaciones

**Fuente:** Tabla 3



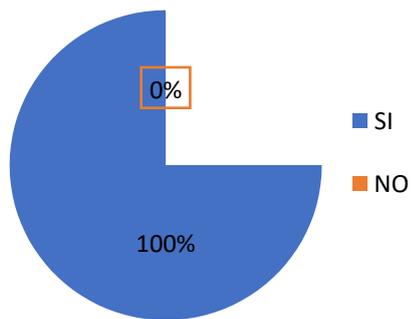
**Figura 16:** Tiene área de recepciones de reclamos del cliente

**Fuente:** Tabla 3



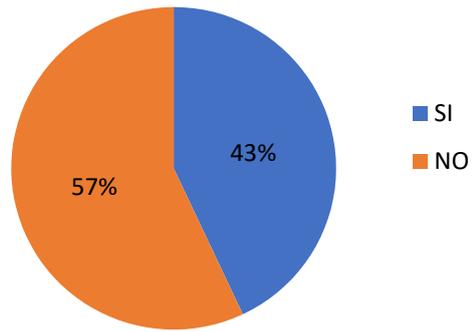
**Figura 17:** El personal recibe capacitaciones

**Fuente:** Tabla 3



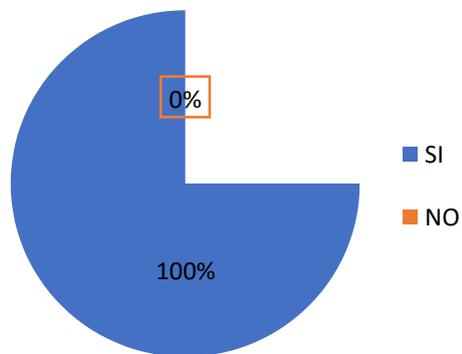
**Figura 18:** El personal sabe cuáles son sus responsabilidades

**Fuente:** Tabla 3



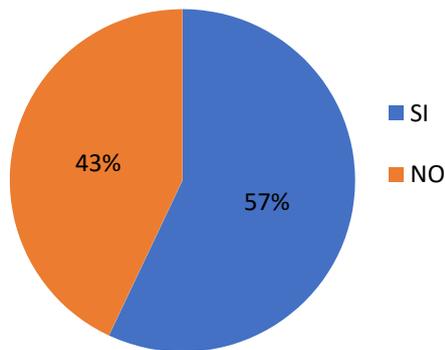
**Figura 19:** Realiza encuesta para medir el nivel de satisfacción al cliente

**Fuente:** Tabla 3



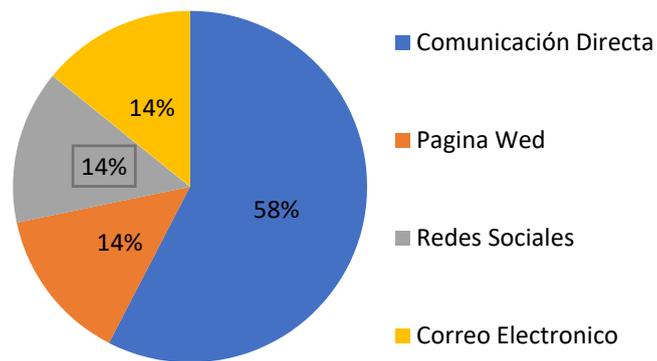
**Figura 20:** Comprende a los clientes exigentes que visitan

**Fuente:** Tabla 3



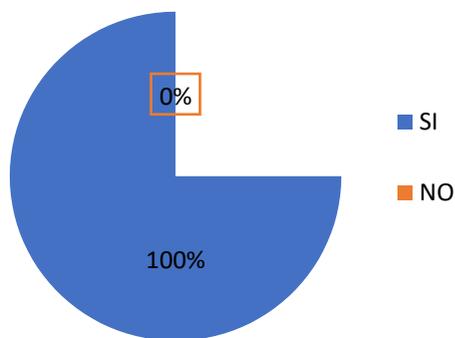
**Figura 21:** Usa canales de comunicación con los clientes

**Fuente:** Tabla 3



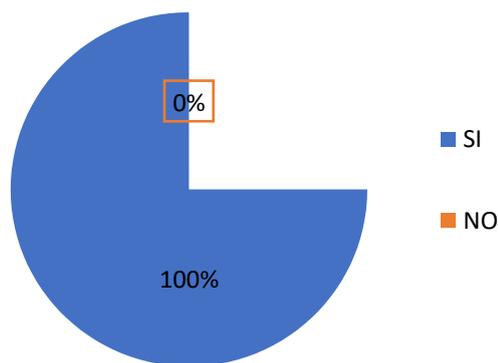
**Figura 22:** *Que canales de comunicación utiliza*

**Fuente:** Tabla 3



**Figura 23:** *Cuenta con procesos establecidos en atención*

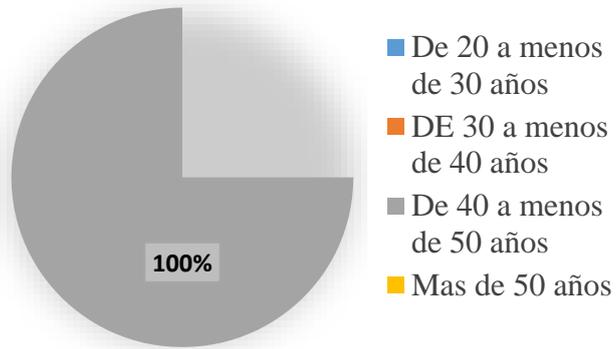
**Fuente:** Tabla 3



**Figura 24:** *Supervisa a sus personales*

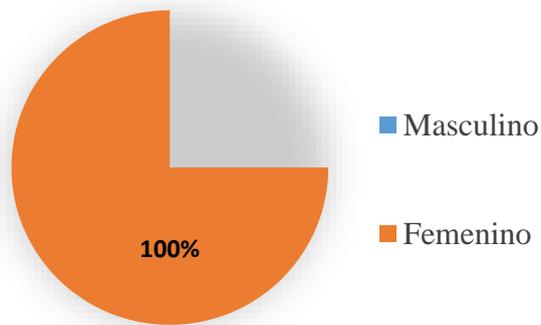
**Fuente:** Tabla 3

### Caso de Pollería La “Cabañita”



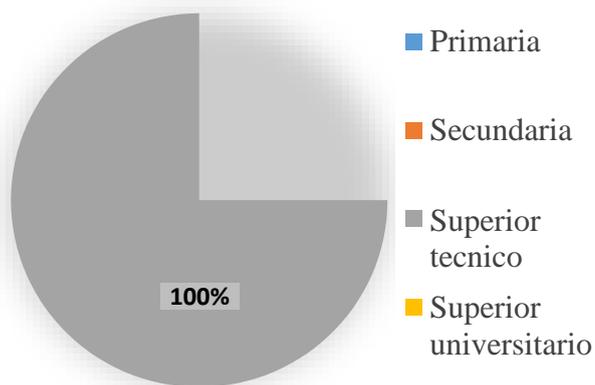
**figura 25:** Edad de la encuesta

**fuentes:** tabla 1



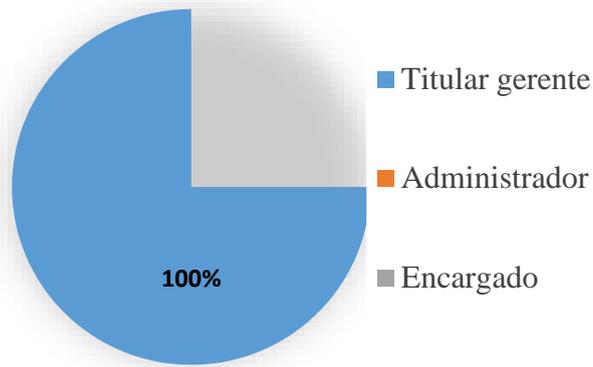
**Figura 26:** sexo de la encuesta

**Fuente:** tabla 1



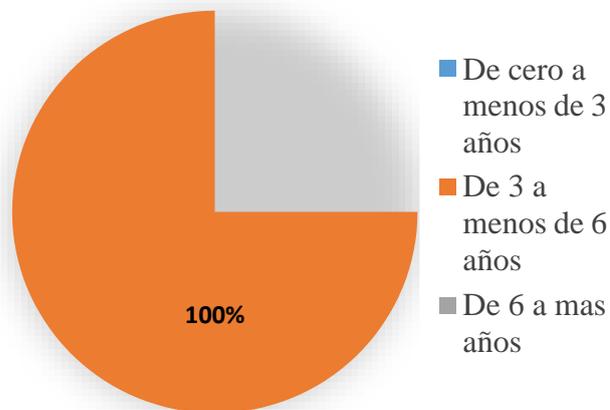
**Figura 27:** Grado de instrucción

**Fuente:** Tabla 1



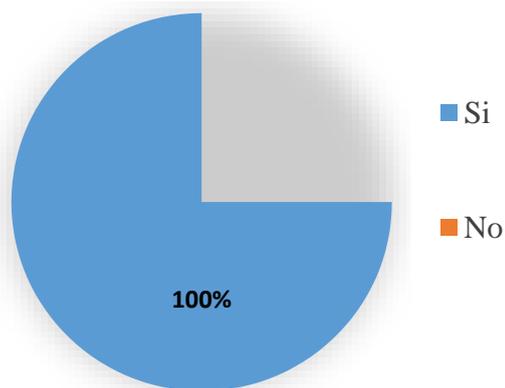
**Figura 28:** cargo en la empresa

**Fuente:** tabla 1



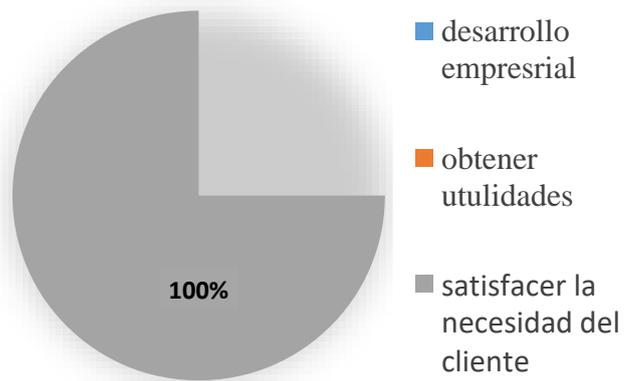
**Figura 29:** años de permanencia

**Fuente:** tabla 1



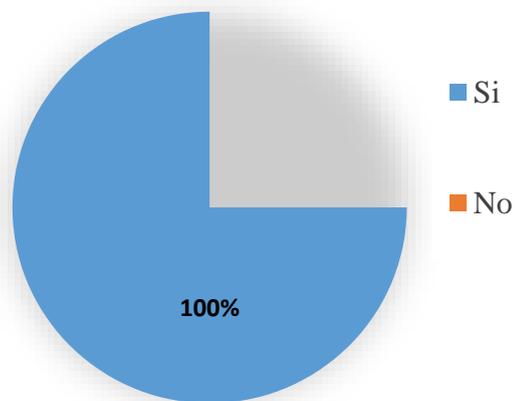
**Figura 30:** Cuenta con misión y visión

**Fuente:** tabla 2



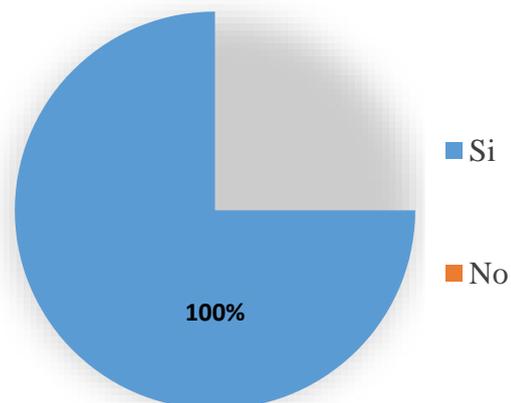
**Figura 31:** motivo para crear su MYPE

**Fuente:** tabla 2



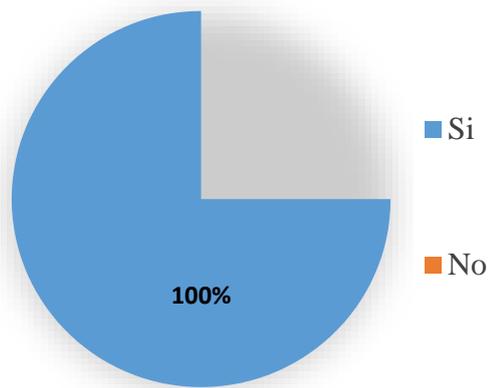
**Figura 32:** Cuenta con otro local comercial

**Fuente:** tabla 2



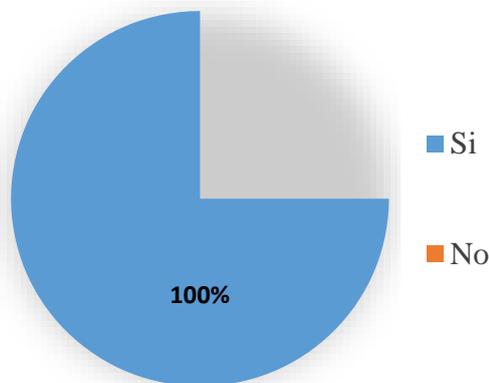
**Figura 33:** Conoce gestión de calidad

**Fuente:** tabla 3



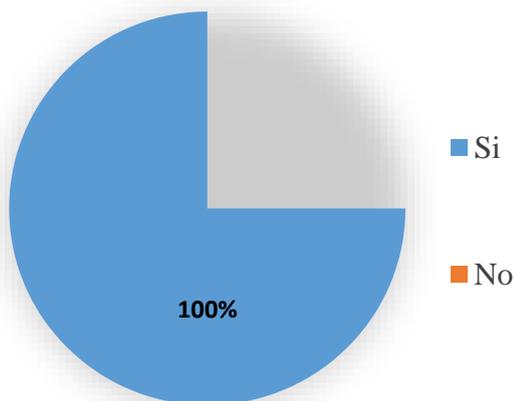
**Figura 34:** realiza gestión de calidad en su mype

**Fuente:** tabla 3



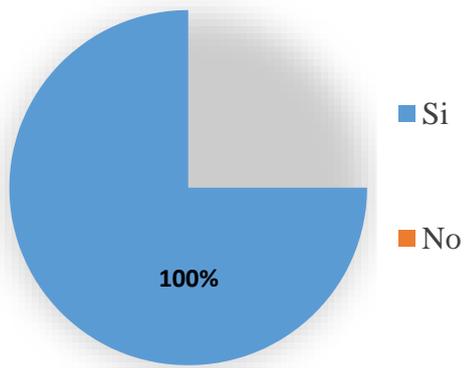
**Figura 35:** Planifica actividad para una gestión de calidad

**Fuente:** tabla 3



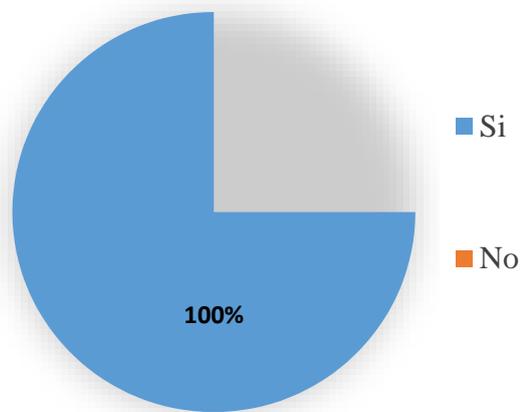
**Figura 36:** Su servicio es de calidad a de su competencia

**Fuente:** tabla 3



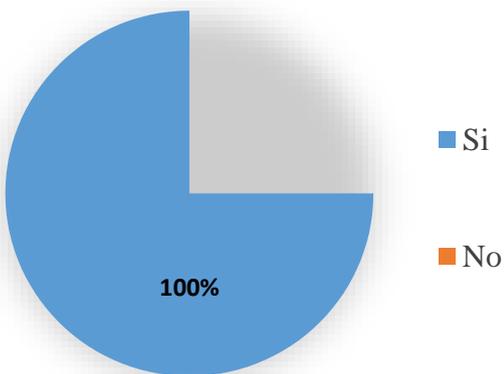
**Figura 37:** Su servicio satisface la necesidad del cliente

**Fuente:** tabla 3



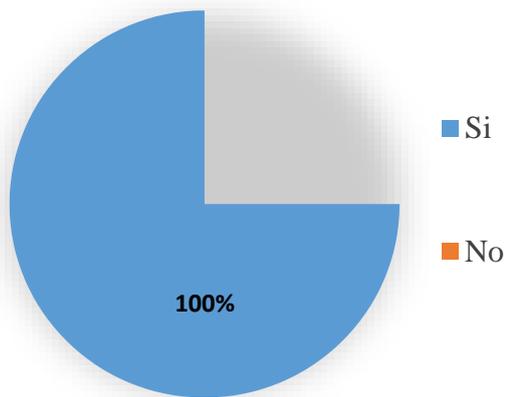
**Figura 38:** Los clientes se sienten identificados con su mype

**Fuente:** tabla 3



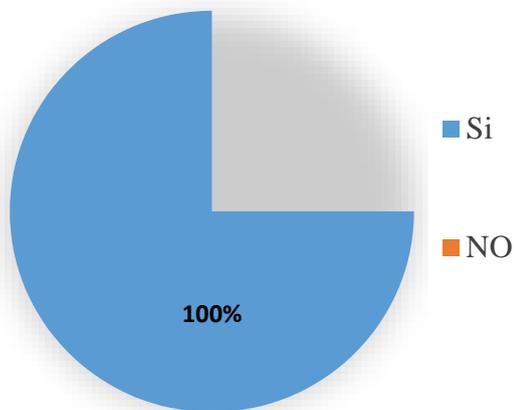
**Figura 39:** cuenta con libro de reclamaciones

**Fuente:** tabla 3



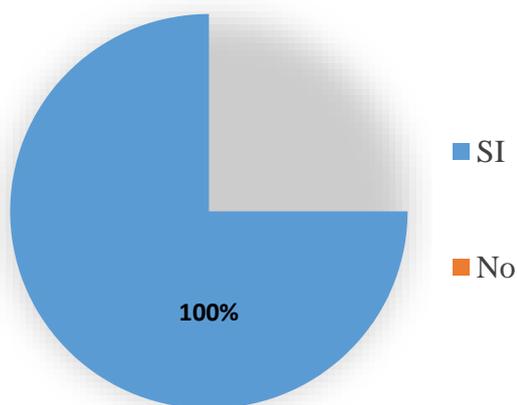
**Figura 40:** Tiene área de recepciones de reclamos a los clientes

**Fuente:** tabla 3



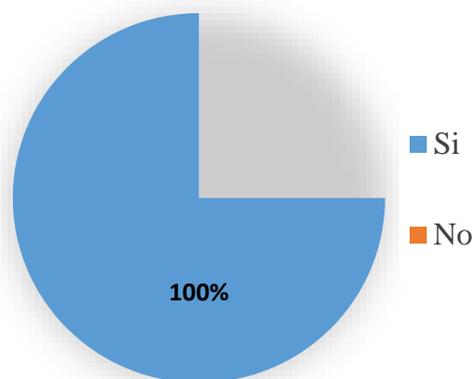
**Figura 41:** el personal recibe capacitaciones

**Fuente:** tabla 3



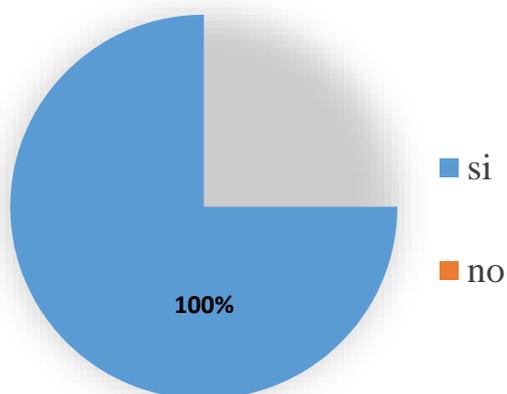
**Figura 42:** el personal sabe cuáles son sus responsabilidades

**Fuente:** tabla 3



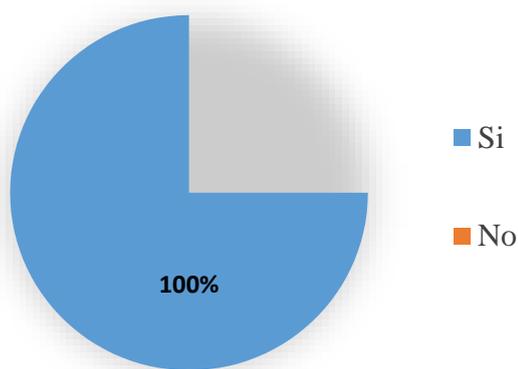
**Figura 43:** realiza encuestas para medir el nivel de satisfacción

**Fuente:** tabla 3



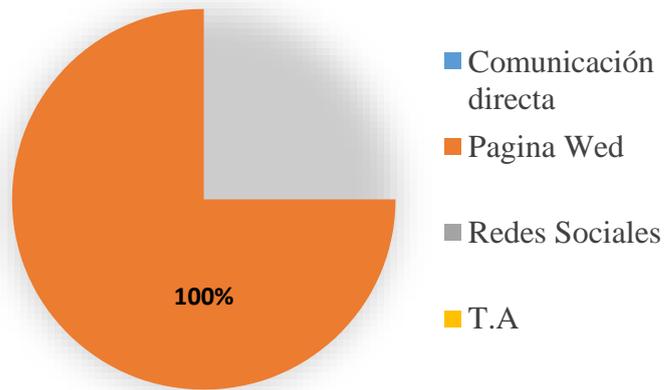
**Figura 44:** comprende a los clientes exigentes que visitaban

**Fuente:** tabla 3



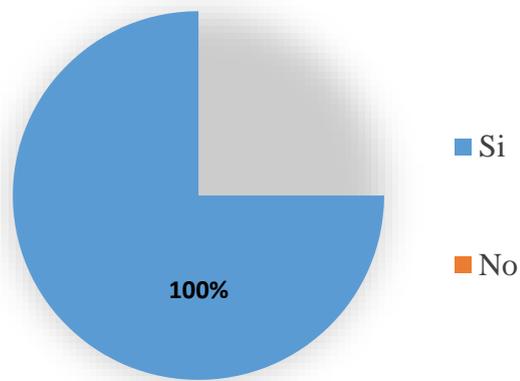
**Figura 45:** usa canales de comunicación con los clientes

**Fuente:** tabla 3



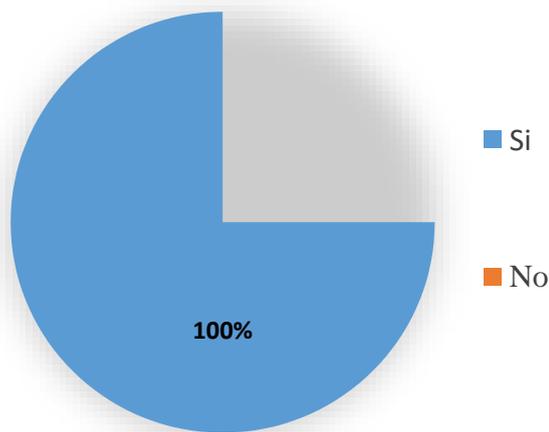
**Figura 46:** que canales de comunicación utiliza

**Fuente:** tabla 3



**Figura 47:** cuenta con procesos establecidos en atención

**Fuente:** tabla 3



**Figura 48:** supervisa a sus personales

**Fuente:** tabla 3

## Anexo 04



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVA

#### ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

#### **Cuestionario de aplicación a los dueños, gerentes y/o representantes de las micro y pequeñas empresas**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de la micro y pequeñas empresas para su desarrollar el trabajo de investigación título: Gestión de Calidad bajo el enfoque de la atención al cliente de los micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro pollerías del distrito de Coishco y provincia del santa, año 2018, para optar el grado de bachiller de administración.

Mucho se le agradeceré se sirva responder las siguientes preguntas relacionadas a su empresa la información que usted proporcionará será utilizado solo con fines académicos y de investigación y es estrictamente confidencial.

Gracias por su colaboración.

**ENCUESTADOR:** ... García Alfaro Luis....      **FECHA:** .../...../.....

#### **I. Acerca de los representantes legales de la empresa**

##### **1. ¿Cuál es su edad?**

- a) De 20 a menos de 30 años
- b) De 30 a menos de 40 años
- c) De 40 a menos de 50 años
- d) Más de 50 años

##### **2. ¿Cuál es su género?**

- a) Masculino
- b) Femenino

**3) ¿Cuál es su grado de instrucción?**

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Superior técnico
- d) Superior universitario

**II. Acerca de las micro y pequeñas empresas**

**4. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?**

- a) Titular Generante
- b) Administrador
- c) Encargado

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

- a) De cero a menos de 3 años
- b) De 3 a menos de 6 años
- c) De 6 a más años

**6. ¿cuenta su empresa con una misión y visión?**

- a) Si
- b) No

**7. ¿Qué le motivo a usted para crear su mype en el rubro pollería?**

- a) desarrollo empresarial
- b) Obtener utilidades
- c) Satisfacer la necesidad del cliente
- d) Invertir

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

- a) Si
- b) No

### **III. Acerca de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente**

**9. ¿Conoce Ud. Lo que es gestión de calidad?**

- a) Si
- b) No

**10. ¿Realiza una gestión de calidad en su empresa?**

- a) Si
- b) No

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

- a) Si
- b) No

**12. ¿Considera usted que su servicio es de calidad con respecto al de su competencia?**

- a) Si
- b) No

**13. ¿Considera que su servicio satisface las necesidades del cliente?**

- a) Si
- b) No

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

- a) Si
- b) No

**15. ¿Su empresa cuenta con un libro de reclamaciones?**

- a) Si
- b) No

**16. ¿Su empresa cuenta con un área para recepcionar los reclamos del cliente?**

- a) Si
- b) No

**17. ¿Considera usted que cumple todos los equipamientos de su cliente?**

- a) Si
- b) No

**18. ¿Su personal recibe capacitaciones para brindar una buena atención al cliente?**

- a) Si
- b) No

**19. ¿El personal tiene claro cuáles son sus tareas y responsabilidades para brindar una mejor atención al cliente?**

- a) Si
- b) No

**20. ¿La empresa realiza encuestas para medir el nivel de satisfacción del cliente?**

- a) Si
- b) No

**21. ¿Usted comprende a los clientes exigentes que visitan a su empresa?**

- a) Si
- b) No

**22. ¿Usted usa canales de comunicación con los clientes?**

- a) Si
- b) No

**23 ¿Qué canales de comunicación utiliza para relacionarse con sus clientes?**

- a) Comunicación directa
- b) Pagina web
- c) Redes sociales
- d) correo electrónico
- e) T.A

**24 ¿Su empresa cuenta con procesos establecidos en atención al cliente?**

- a) Si
- b) No

**25. ¿Supervisa a sus personales?**

- a) Si
- b) No