

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PROCESO DE ORGANIZACIÓN Y SERVICIO AL
CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL
SECTOR SERVICIOS: CASO EMPRESA BURO GROUP
SAC - CALLERÍA, 2020

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

AUTORA

DEL AGUILA RODRIGUEZ, LILIANA CAROL
ORCID: 0000-0003-1898-8427

ASESORA

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEE
ORCID: 0000-0001-8823-2655

CHIMBOTE – PERÚ

2021

2. Equipo de trabajo

AUTORA

Del Águila Rodríguez, Liliana Carol

ORCID: 0000-0003-1898-8427

Investigador principal

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Pucallpa, Perú.

ASESORA

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Chimbote, Perú.

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID ID 0000-0001-8071-8327

Miembro

Espinosa Otoya, Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0002-7260-5581

Miembro

3. Hoja de firma de jurado y asesor

Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID ID 0000-0001-8071-8327

Miembro

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID ID:0000-0002-7260-5581

Miembro

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Dra. Palacios de Briceño, Mercedes René

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

Agradecimiento

A Dios todopoderoso por fortalecerme
y guiarme cada día.

A la Universidad Católica Los
Ángeles de Chimbote, por
haberme brindado la oportunidad
de lograr ser un profesional.

Al gerente y trabajadores del Buró
Group, por las facilidades para
realizar la investigación.

Dedicatoria

A mis padres por el apoyo y amor
incondicional.

A mis hijos.

Resumen

El desarrollo de la investigación tuvo como principal objetivo “Determinar el proceso de organización y servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios: caso empresa Buro Group SAC. del distrito de Callería, 2020”. Como problemática se identifica que no se está cumpliendo la promesa de satisfacción al cliente. Por esta razón se planteó el enunciado: ¿la micro y pequeña empresa Buro Group SAC del distrito de Callería año 2020 que realiza mejora en sus procesos de organización tendrá un impacto positivo en el nivel del servicio al cliente?. La investigación fue cuantitativa, nivel descriptivo y diseño no experimental, transversal. El cuestionario contó con 20 preguntas y permitió conocer que los colaboradores son en mayoría del sexo masculino, jóvenes-adultos y cuentan con estudios técnicos y universitarios. En relación a la primera variable organización, se halló que el personal conoce sus funciones, pero desconoce las tanto el organigrama como el manual de organización y funciones. Asimismo, se evidencia la necesidad de reforzar el canal de comunicación con la gerencia. En relación a la variable servicio al cliente, se halla que se reconoce un enfoque al cliente, la práctica de la mejora continua, pero contrariamente no se practica un mecanismo de recojo de la apreciación del cliente. Finalmente, los resultados permiten concluir que existe relación entre las variables organización y servicio al cliente, lo que demuestra que ejerce influencia el nivel de calidad de contribución de los colaboradores respecto al nivel de servicio que la empresa quiere y espera brindar a sus clientes.

Palabras clave: cliente, microempresa, organización, proceso, servicio.

Abstract

The main objective of the research was to "Determine the process of organization and customer service in micro and small enterprises in the service sector: the case of Buro Group SAC. in the district of Callería, 2020". As a problem, it is identified that the promise of customer satisfaction is not being fulfilled. For this reason, the following statement was made: "Will the micro and small company Buro Group SAC of the district of Callería in 2020 that improves its organizational processes have a positive impact on the level of customer service? The research was quantitative, "descriptive level and non-experimental, cross-sectional design. The questionnaire had 20 questions and allowed to know" that the collaborators are mostly male, young-adult and have technical and university studies. In relation to the first organizational variable, it was found that the personnel know their functions, but do not know the organization chart and the organization and functions manual. There is also a need to strengthen the communication channel with management. In relation to the customer service variable, it is found that a customer focus is recognized, the practice of continuous improvement is practiced, but on the contrary, a mechanism for collecting customer feedback is not practiced. Finally, the results allow us to conclude that there is a relationship between the variables "organization and customer service, which shows that the level of quality of the employees' contribution has an influence on the level of service that the company wants and expects to provide to its customers.

Key words: customer, microenterprise, organization, process, service.

6. Contenido

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Hoja de firma de jurado y asesor	iii
4. Agradecimiento y dedicatoria.....	iii
5. Resumen y Abstract.....	v
6. Contenido	vii
7. Índice de tablas y figuras	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	5
III. Hipótesis	21
IV. Metodología.....	22
4.1. Diseño de investigación	22
4.2 Población y muestra	22
4.3 Definición y operacionalización de las variables.....	23
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	24
4.5. Plan de análisis	24
4.8 Matriz de consistencia.....	25
4.7. Principios éticos	26
Capítulo V. Resultados	29
5.1 Resultados	29
5.2 Análisis de resultados.....	32
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	34

6.1. Conclusiones	34
6.2. Recomendaciones.....	35
Referencias bibliográficas.....	36
ANEXOS	39
1. Cronograma de actividades.....	39
2. Presupuesto	40
3. Consentimiento informado	41
4. Instrumento	42

Índice de tablas

Tabla 1 Características de los colaboradores de la empresa Buro Group SAC- Callería, 2020.	29
Tabla 2 Nivel de servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios: caso empresa” Buro Group SAC del distrito de Callería año 2020.....	30
Tabla 3 Mejorar del proceso de organización en las micro y pequeñas empresas: caso empresa” Buro Group SAC del distrito de Callería año 2020.....	31

I. Introducción

La micro y pequeña empresa Buro Group SAC es una institución creada el 15 de octubre del 2002, para brindar sus servicios en el mercado de seguros al mercado de la Región de Ucayali. Tiene una oficina ubicada en el Jr. Ucayali 760 del distrito de Callería y se caracteriza por una gestión enfocada en el cliente, a quien orienta en la mejor opción de la oferta de seguros. El mercado de seguros es muy activo en nuestro país, particularmente Pucallpa tiene un mercado en desarrollo con crecimiento continuo en la última década, situación que requiere de la implementación de mejores niveles de servicios ya que la oferta llega al cliente de varios canales.

En ese sentido el mercado exige a Buro Group SAC revisar sus procesos administrativos, encontrando entre los procesos organizativos falencias que afectan el servicio al cliente y es un tema de preocupación de la gerencia.

La investigación cuyo preinforme presentamos se titula: Proceso de organización y servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios: caso empresa Buro Group SAC- Callería, 2020, y partió de la problemática de la identificación de deficiencias que se han extendido a su nivel de servicio.

Buro Group SAC ha logrado mantener un exitoso desarrollo en 18 años de operaciones en la ciudad de Pucallpa, haciendo negocios con grandes y pequeñas empresas como bróker de seguros lo cual ha representado que su lista de clientes sea más extensa perdiéndose eficacia en el nivel de servicio. Ha tenido problemas con indicadores como rotación de personal, debido al incremento de su nivel de operaciones se han sumado nuevos colaboradores, los cuales no han recibido una

capacitación formal; sumándose a ello un débil proceso de organización, que genera falta de dirección y bajos desempeños.

Esta problemática ha impactado en el nivel de servicio: quejas respecto a calidad de atención , falta de capacitación en nuevo personal y alto costo por la incidencia de errores. Los directivos consideran que Buro Group SAC debe trabajar en un nuevo contexto enfocado en el establecimiento de procesos de organización. Estos deben ser orientados a unir esfuerzos y sacar a relucir las ventajas empresariales e identificando los desperdicios y procedimientos de poco valor enfocados a mejora el servicio al cliente.

Entonces, enunciamos la siguiente interrogante: ¿la micro y pequeña empresa Buro Group SAC del distrito de Callería año 2020 que realiza mejora en sus procesos de organización tendrá un impacto positivo en el nivel del servicio al cliente?. Para dar solución a la problemática se planteó como objetivo general: determinar el proceso de organización y servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios: caso empresa Buro Group SAC. del distrito de Callería, 2020.

Para lograr el objetivo general, se formuló los siguientes objetivos específicos:

- a) Identificar aspectos a mejorar del proceso de organización en las micro y pequeñas empresas: caso empresa Buro Group SAC del distrito de Callería año 2020
- y b) Establecer el nivel de servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios: caso empresa Buro Group SAC del distrito de Callería año 2020.

Como justificación, la realización de este estudio nos permite identificar directrices en la organización que la empresa Buro Group SAC del distrito de Callería que se necesita implementar con miras a mejorar el servicio al cliente. De esta manera generar un impacto en la calidad del servicio al cliente como principal fin de

la empresa, la cual favorecerá la imagen de buena gestión entre las empresas del distrito y asimismo, beneficiar a los clientes que serán atendidos de manera oportuna y calidad de servicio.

La metodología que se empleó fue cuantitativa, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, transversal. El instrumento contó con 21 preguntas y permitió caracterizar el perfil de los colaboradores son en mayoría del sexo masculino, jóvenes-adultos y cuentan con estudios técnicos y universitarios, asimismo como principales resultados, en relación a la primera variable *organización*, se halló que el personal conoce sus funciones, pero desconoce a su vez el organigrama y el manual de organización y funciones. Asimismo, se evidencia la necesidad de reforzar el canal de comunicación con la gerencia. En relación a la variable servicio al cliente, se halla que se reconoce un enfoque al cliente, la práctica de la mejora continua, pero contrariamente no se practica un mecanismo de recojo de la apreciación del cliente.

Como conclusiones, de acuerdo al objetivo general, la investigación permite concluir que existe relación entre el proceso de organización y servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios: caso empresa Buro Group SAC. del distrito de Callería, 2020, el cual demuestra que ejerce influencia el nivel de calidad de contribución de los colaboradores respecto al nivel de servicio que la empresa quiere y espera brindar a sus clientes.

Asimismo, en relación al primer objetivo específico, se concluye que existe relación entre el enfoque al cliente y la medición de satisfacción al cliente. Los resultados determinan que aunque se conoce que el fin es el cliente, sin embargo, los colaboradores desconocen *el cómo* se efectiviza este objetivo.

Finalmente se concluye en relación al segundo objetivo específico, que existe relación entre trabajo en equipo y gerencia de puertas abiertas.

II. Revisión de literatura

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes internacionales

Pillalaza (2017), en su tesis para obtención del título de Ingeniería en Finanzas con el tema “Plan Estratégico para el bróker de seguros JISSEGUROS de la ciudad de Quito”, en la Universidad Central del Ecuador, investigación realizada con el objetivo de realizar un plan estratégico para la propuesta de una empresa de bróker de seguros. Se utilizó el método deductivo e inductivo, análisis, síntesis y manejo de datos. Como conclusiones, se llegó a determinar un cuadro de mando general (*Sistema de gestión estratégica*), con la finalidad de crear valor con sus clientes, potenciar las capacidades a través de vinculaciones y redes de trabajo que fortalezcan sus procesos de competitividad, productividad y crecimiento, creando productos y servicios de calidad, y la *aplicación de administración por procesos basados en normas*, mitiga los riesgos en operaciones, permite una administración técnica, la toma oportuna de correctivos en función al riesgo asumido, contar con un plan financiero para garantizar la sostenibilidad de la empresa, lo que permite garantizar un mejor análisis y el mejoramiento continuo en el diferente accionar de la administración y un mejor control garantizando el buen manejo dado a sus recursos, la calidad del producto y del nivel de precios.

Villarroel (2016), en su tesis titulada, para optar el título profesional de Ingeniero en Alimentos en la Universidad de Chile; tuvo por objetivo desarrollar un

sistema de gestión de calidad según la norma internacional ISO 9001:2008. Como metodología de investigación, utilizó el tipo descriptivo. Sus conclusiones, indica que logró desarrollar un sistema de gestión de la calidad según la norma internacional ISO 9001:2008, y que ayudó a disminuir el número de no conformidades encontradas en el diagnóstico inicial. Asimismo, disminuyó en un 100.0% las no conformidades de la clasificación documental, quedando 32 no conformidades sin solucionar correspondientes a: implementación, operacional y compromiso de la organización, por lo que lograron disminuir el 27% las no conformidades totales. Finalmente, demostraron así que el sistema de gestión resultó ser una herramienta para lograr cumplir con los requisitos de la norma ISO 9001:2008.

Cueva (2019), en su tesis titulada: *Propuesta de un proceso de clasificación de inventarios para mejorar la gestión administrativa de microempresa Fernanda y el servicio al cliente en el sector de Tambillo*, para optar por el título profesional de Ingeniería Comercial, en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Tuvo como objetivo general realizar un control minucioso sobre los inventarios, mediante la implementación de un sistema de inventarios, para mejorar la eficiencia y eficacia de la gestión administrativa y, a través de esta, obtener un valor agregado en el servicio al cliente, para lo cual utilizó la metodología ABC. Según los resultados obtenidos la microempresa Fernanda carece de un sistema de inventarios que permitan un funcionamiento correcto del negocio y una adecuada distribución del dinero invertido en lo que a inventarios corresponde

2.1.2 Antecedentes nacionales

Valdivia (2020), en su tesis titulada: *Influencia de proceso administrativo y el entorno en la satisfacción del cliente en el centro de Servicio Dercocenter Roberts de*

la Empresa Reparaciones y Servicios del Sur S.A.C. en Arequipa-Perú-2020, para optar por el título de Bachiller en Administración, en la Universidad Continental. Tuvo como objetivo principal implementar un modelo administrativo considerando todos los puntos antes señalados, en torno a la realidad y requerimientos del mercado donde la empresa está ubicada geográficamente, para lo cual utilizó una metodología de investigación con un enfoque mixto. Según la información obtenida y el análisis realizado, se confirma que los colaboradores no tienen un conocimiento completo del proceso administrativo y que, por lo tanto, no se aplica en el desarrollo de sus funciones. Como se ha podido observar, existen serias deficiencias en relación con las partes que componen el proceso administrativo: en la planificación, la organización, la dirección y el control en el Centro de Servicio. La empresa no maneja adecuadamente la información hacia los colaboradores de aspectos importantes como los objetivos, los procedimientos de trabajo y el manual de obligaciones y funciones. Asimismo, se afirma que el proceso administrativo del Centro de Servicio no está establecido en lograr la mayor satisfacción de los clientes.

Medina (2018), en su tesis titulada: *El proceso administrativo y su incidencia en atención al cliente en el servicio de cambio de divisas en el centro comercial Molina Plaza. La Molina. Lima-Perú. 2017*, para optar por el título profesional de Licenciado en Administración Finanzas y Negocios Globales, en la Universidad Privada Telesup. Tuvo como objetivo general determinar cómo influye el proceso administrativo, en atención al cliente, en el cambio de divisas, en el centro comercial Molina Plaza. La Molina. Lima. Perú. 2017, para lo cual utilizó una metodología de investigación cuantitativa. Se llegó a determinar que el proceso de planificación en la presente investigación tiene un alto grado de influencia, ya que fue demostrado a través del

análisis de Wilcoxon, este indicador nos permite aplicar de manera eficiente el proceso de planificación, lo cual a la institución le permitirá planificar sus actividades con mucho tiempo de antelación, de esta manera poder cumplir con sus metas y objetivos. Cumpliendo las pautas y parámetros establecidos. Así mismo en lo que respecta al proceso de organización, tiene un alto grado de influencia, ya que fue demostrado a través del análisis de Wilcoxon, esto le permitirá a la institución tener de todas maneras, procesos para poder distribuir sus actividades de trabajo de manera estratégica, lo cual hará que las personas cumplan con lo planificado, con el propósito de alcanzar, las metas específicas de la institución.

Quispe & Carranza (2017), en su tesis titulada: *Mejora en el proceso de lanzamiento de productos en la empresa comercializadora de accesorios para lograr aumento en las ventas*, para optar el título profesional de Administración de Empresas, Universidad Privada del Norte. Objetivos: mejorar los resultados de las ventas de la empresa mediante la mejora de proceso de lanzamiento de productos. Metodología, se utilizó el tipo de investigación descriptiva. Entre sus resultados, se menciona que, gracias al estudio realizado en las tiendas por línea, se logró llegar al stock donde cada uno de los productos de cada línea esté abastecidas y no haya sobre stock. De esta manera los clientes siempre estarán satisfechos y encontraran todo lo que buscan en esta empresa comercializadora de accesorios. Se concluye que través del proceso de lanzamiento de productos esta empresa tendrá una mejor presencia en el mercado, donde podrá generar mucha ganancia, ya que ser referente de moda trae muchos

Díaz (2016), en su tesis titulada: *Plan de negocios para una tienda de ropa y accesorios para mujeres*, para optar el título profesional de Magíster en Gerencia y

Administración, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas; cuyo objetivo es presentar un modelo de negocio donde se ofrezca a nuestro inversionista un plan de negocio rentable y sostenible. En la investigación se utilizó el método inductivo-deductivo. Entre los principales resultados no se puede iniciar un negocio sin antes hacer un estudio a la población sobre sus necesidades o productos que ellos requieren, por eso es importante el análisis tanto del mercado como financiero, para realizar este plan de negocio es necesario contar con estrategias para lograr un solo objetivo. Por lo tanto, para la creación de una empresa deben tener en claro cuáles son sus objetivos y cuál es la meta que quieren lograr, de este modo deben transmitir a los colaboradores una meta fija y conseguir que todos vayan a una sola dirección. Asimismo, se concluye que en algunas empresas actuales no se brinda un servicio correcto de asesoría de clientes, por eso se decidió hacer un plan de negocio para brindar un servicio especializado a toda las mujeres que buscan vestirse y verse mejor día a día, ya que vivimos en un mundo globalizado donde las mujeres necesitan tener a su alcance productos de belleza y esta tienda será una de sus favoritas, también tendremos muchas alternativas a escoger, utilizaran las redes sociales como medio de comunicación, por medio de esta red, las mujeres podrán hacer sus pedidos de cualquier parte del mundo, donde se les atenderá rápidamente.

2.1.3. Antecedentes locales

Bazán (2019), en su tesis titulada: *Proceso administrativo y la calidad de servicio en la subdirección de licencias de conducir de Huánuco-2018*, para optar por el título de Maestro en Ciencias Administrativas, en la Universidad de Huánuco. Tuvo como objetivo general establecer la relación que existe entre El Proceso

Administrativo y la Calidad de Servicio en la Sub Dirección de Licencias de Conducir de Huánuco – 2018, para lo cual utilizó una metodología aplicada con enfoque cuantitativo. Se ha comprobado que existe un nivel de correlación positiva considerable entre el Proceso Administrativo y la Calidad de Servicio, después de haberse aplicado la prueba de Pearson se obtuvo un valor de 0.742 relacionada con los objetivos y obtención de resultados, por lo que se consideró válida la hipótesis de la investigación. De las encuestas realizadas a los usuarios en la Sub Dirección de Licencias de Conducir se puede concluir que los usuarios valoran los resultados obtenidos por sus trámites y el tiempo en que han sido atendidos, también se comprobó este resultado se debe a la inversión en tecnología que realizó la institución, como la compra de una impresora con sistema de retrotransferencia, la compra de equipos de cómputo de última generación y uso de los sistema de información que es proporcionado por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, así mismo con esto logró reducir considerablemente el tiempo de atención a los usuarios logrando resultados favorables para los usuarios que vienen a realizar sus trámites, lo que estaría pendiente es la implementación del área de atención al ciudadano para mejorar la información que se brinda a los usuarios sobre requisitos para los trámites de licencia de conducir e información sobre las infracciones al tránsito que podrían interrumpir el trámite de su Licencia de Conducir.

Salas (2017), en su tesis titulada: *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector comercial boutique de damas, provincia de Satipo, año 2017*; la que tuvo por objetivo, determinar el tipo de Gestión y si esta tiene en la práctica un enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, boutique de damas, provincia de Satipo, año 2017. Este informe se elaboró desarrollando la

metodología de investigación del tipo descriptivo – correlacional - no experimental, donde se aplicó un cuestionario estructurado de 23 preguntas a través de la técnica de encuesta, obteniéndose como resultados: Respecto al emprendedor: están en el rango de 29 a 39 años (50,0%); mayoría son del género femenino (81.8%); 40.9% tiene solo formación básica (son empíricos). Finalmente se concluye que respecto a la gestión y enfoque en el cliente: existe desconocimiento de gestión empresarial (63,6%); no han definido su misión, visión y valores (72,7%); no tienen Plan de Negocios (45.5%) y sobre todo, carecen de un protocolo de atención al cliente (54.5%).

Alviz (2016), en su tesis titulada: *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las mypes del sector servicio – estudios contables, del distrito de Callería-Pucallpa, período 2015 – 2016*. Respecto a los empresarios: El 100% de los representantes legales de las Mypes encuestadas, su edad fluctúa entre los 26 a 60 años; el 88% son del sexo masculino; el 100% tiene universitaria completa. Respecto a las características de las Mypes: El 94% tienen entre cinco a más de diez años en el rubro empresarial; el 59% y 53% posee entre dos a más de tres trabajadores permanentes y eventuales. Respecto al financiamiento: El 67% manifestaron que el financiamiento que obtuvieron fue de las entidades bancarias; en el año 2014 y 2015 el 67% manifestaron que los créditos solicitados fueron a corto plazo; el 67% invirtieron el crédito recibido en mejoramiento y/o ampliación de local. Respecto a la capacitación: El 67% no recibieron capacitación antes del crédito recibido; el 100% consideran a la capacitación como una inversión; el 82% consideran a la capacitación relevante para sus empresas; Respecto a la rentabilidad: El 82% no precisa si el financiamiento mejoró la rentabilidad de sus empresas; el 59% no precisa si la 36

capacitación mejoró la rentabilidad de sus empresas; el 94% manifestó que la rentabilidad de sus empresas ha mejorado en los dos últimos años.

6.2 Bases teóricas de la investigación

6.2.1. Variable 1: Organización

6.2.1.1. Definición

Conjunto de procesos que permiten diseñar y estructurar funciones y actividades destinadas a alcanzar objetivos, metas y visión empresarial, para ello necesita la ayuda de su personal que debe desplegar sus capacidades y destrezas con fines de lograr el éxito empresarial. Esta definición se apoya en lo mencionado por Aldana:

“La gestión es alcanzar los objetivos planteados, mediante la planeación, la organización, la ejecución, el control y la evaluación, de forma permanente, con la finalidad de alcanzar el mejoramiento y progreso de las organizaciones, con la colaboración de esfuerzos humanos, físicos, económicos y sociales, y de esa forma, alcanzar el bienestar de los trabajadores. (Aldana et ai, 2011, p.18)”

6.2.1.2. Dimensiones

Dimensión 1: Mejora de proceso

Figuerola (2014) “La mejora de procesos es esencial para los negocios en un clima de alta competencia, rivalidad del mercado y una economía globalizada. La

identificación de los procesos en el negocio que pueden ser mejorados, obteniendo un entendimiento de los procesos eficientes y eficaces, ayuda a la organización a crecer y expandirse” (p. 1).

Dimensión 2: Herramientas de calidad

Según Ramos (2018) “las herramientas de calidad generalmente son utilizadas para medir definir, analizar y así mismo para proponer soluciones a los problemas que se presentan en las organizaciones y que contantemente interfieren en el rendimiento y los resultados del esfuerzo de dichas organizaciones”.

Nombramos como importantes las siguientes herramientas de calidad:

- Flujograma (Diagrama de Flujo)
- Diagrama Ishikawa (Espina de Pescado)
- Hojas de verificación
- Diagrama de Pareto
- Histograma:
- Diagrama de Dispersión
- Control Estadístico de Proceso (CEP)

Dimensión 3: Participación del personal:

“Necesario para alcanzar el éxito de la empresa es reconocer la contribución de las personas. Se debe obtener el compromiso de cada uno de los integrantes. Se debe procurar un personal motivado, comprensión de la importancia de su contribución, autogestión”, (Balagué, N. y Saarti, J., 2014, p.24).

6.2.2. Servicio

Referirnos a servicio, representa ingresar a la nueva revolución de los negocios. Es el valor que el cliente espera más que la misma calidad del producto. ¿Quién de nosotros no ha tenido la experiencia de servicio de un producto que ha recibido?

El especialista en servicio Albrech,

“Ya no estamos en la revolución industrial, estamos en la revolución del servicio e involucra a todos los negocios que comercializan un bien u ofrecen un servicio. El servicio hoy está en los dos. Se ha convertido en el arma competitiva para diferenciarse entre los negocios.”

La misión de los hombres de negocios es identificar cuales son los factores clave que el cliente valora en la calidad de servicio que se ofrece y luego formular la estrategia que permitirá brindar la mejor experiencia de servicio de sus clientes. (Albrecht, 2006)

6.2.2.1. Calidad de servicio

Son las características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto o servicio; es por eso que hay que entender el servicio como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal, ya consista en un producto o en un servicio. (Wellington, 2000)

6.2.2.3. Satisfacción del cliente

Hoy para lograr la plena satisfacción del cliente, hay que ganarse un lugar en la mente de los clientes y, en consecuencia, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de una empresa exitosa.

En consecuencia, resulta de importancia que tanto mercadólogos, como todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente, cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, cómo se forman las expectativas en los clientes y en qué consiste el rendimiento percibido, para que de esa manera, estén mejor capacitadas para coadyuvar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la tan anhelada satisfacción del cliente. (Thompson, 2005)

6.2.2.3.1. Beneficios de satisfacción del cliente

Se pueden enumerar muchos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, y para facilidad de nuestra investigación, se resumirá en tres grandes beneficios que brindan una idea bastante clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente.

Primer beneficio: El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar, Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y, por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

Segundo beneficio: El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

Tercer beneficio: El cliente satisfecho deja de lado a la competencia, Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado.

En síntesis, toda empresa que logre la satisfacción del cliente obtendrá como beneficios:

- La lealtad del cliente (futuras ventas).
- Difusión gratuita (nuevos clientes).
- Una determinada participación en el mercado.

A la Satisfacción del Cliente lo define como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. (Thompson I. , 2005)

2.3. Marco conceptual

Términos de Gestión y Servicio

- **Sistema:** Conjunto de elementos que relacionados entre sí ordenadamente contribuyen a determinado objetos (Real Academia Española, 2001).
- **Gestión:** Es la acción o efecto de hacer actividades para el logro de un negocio o un deseo cualquiera (Real Academia Española, 2001).

- **Servicio:** En casi todo punto de contacto imaginable, se mide y analiza el servicio. En un área de servicios de una empresa, se hace más que evaluar la satisfacción, sino que se analiza todo el proceso.

Términos de Línea de Crédito

- **Acreeedor.** Persona o empresa a quien se le debe.
- **Activo.** Algo de valor. Los activos personales se dividen en dos categorías principales: activos líquidos (efectivo y ahorros) y activos de capital (inversiones, una vivienda u otra propiedad de valor).
- **Ahorro.** Proceso por el cual se guarda dinero hasta una fecha futura, en vez de gastarlo en la actualidad. El objetivo del ahorro es proporcionar fondos para emergencias, metas a corto plazo e inversiones.
- **Asesor financiero (también llamado planificador financiero).** Persona que brinda asesoramiento financiero. Verifique las correspondientes credenciales para asegurarse de que el asesor o planificador financiero sea un profesional calificado o certificado.
- **Asesoría de crédito.** Orientación profesional de asesores de crédito capacitados, que trabajarán con una persona para ayudarlo a salir de sus deudas y elaborar una planificación de gestión financiera segura.
- **Bancos.** Corporaciones autorizadas por el gobierno estatal o privada para ofrecer diversos servicios financieros como cuentas de cheques (o cuentas corrientes) o de ahorros, préstamos y cajas de seguridad.
- **Cajero automático (ATM).** Computadora que les permite a los consumidores consultar sus saldos, obtener efectivo, realizar depósitos y otras operaciones bancarias. Hay cajeros automáticos en bancos, tiendas, centros comerciales,

establecimientos con acceso para automóviles, universidades, hospitales, aeropuertos, estaciones de servicio y muchos otros centros que atienden las 24 horas. Si utiliza un cajero automático que no esté patrocinado por su banco, tal vez deba pagar una tarifa por utilizarlo.

- **Calificación crediticia.** Un número que indica la solvencia financiera de una persona. Se basa en su uso del crédito, en el pago de créditos, en su información laboral y de otro tipo.

- **Crédito.** Fideicomiso dado a otra persona para el futuro pago de un préstamo, saldo de tarjeta de crédito, etc.

- **Cuentas de ahorros.** Cuentas en instituciones financieras que permiten depósitos y retiros regulares. El depósito mínimo requerido, las cuotas cobradas y las tasas de interés pagadas varían según el proveedor.

- **Cuota anual.** El costo o cargo por disponer de crédito para usar durante un año. Algunas tarjetas de crédito cobran una cuota anual y otras, no. La cuota anual se suma al costo que se paga por usar la tarjeta de crédito y a los intereses.

- **Cheque.** Una orden por escrito de pagar una suma específica mediante fondos depositados en la cuenta de un banco o una cooperativa de crédito.

- **Empresario.** Persona que comienza un negocio.

- **Endoso.** Marca escrita (una firma, por ejemplo) en el reverso de un cheque, mediante la cual se autoriza al beneficiario a recibir o transferir el pago.

- **Estado de cuenta bancaria.** Registro mensual que proporciona el banco de toda la actividad de una cuenta.

- **Línea de crédito.** El monto de crédito disponible para compras o anticipos de efectivo en una cuenta de crédito.

- **Liquidez.** Calidad de un activo que permite convertirlo rápidamente a efectivo,
- **Patrimonio.** Activos o bienes acumulados, tales como dinero o propiedades, que frecuentemente son el resultado del ahorro y la inversión.
- **Quiebra/Bancarrota.** Cuando un prestatario no puede pagar sus deudas ni afrontar un plan de pagos con una tarjeta de crédito u otros acreedores, puede presentar su caso ante los tribunales para ser liberado de sus deudas. Es una situación grave que puede tener consecuencias serias en el consumidor. Puede requerirse la venta de las propiedades del deudor o un plan de pago de las deudas aprobado por los tribunales. También puede reducir o anular las posibilidades de que el consumidor consiga un trabajo, compre un automóvil o una casa u obtenga nuevos créditos durante muchos años.
- **Recursos financieros.** Activos financieros a los que se tiene acceso cuando es necesario.
- **Servicios bancarios en línea.** Sistemas por computadora que permiten a los consumidores consultar sus saldos, pagar facturas, transferir fondos y realizar otras operaciones bancarias por Internet.
- **Sobregiro.** Falta de fondos suficientes en una cuenta de cheques para cubrir la cantidad total de un cheque. Los bancos o cooperativas de crédito cobran una tarifa por sobregiro (un cargo por el servicio prestado) para cubrir los gastos generados al devolver un cheque y realizar otras operaciones originadas por el sobregiro.
- **Sueldo.** Pago por trabajo, que generalmente se calcula en períodos de una semana o más. En general, el sueldo está relacionado con la realización de tareas específicas durante un número mínimo, no máximo, de horas.

- **Sueldo neto (o sueldo líquido).** Cantidad total de dinero del salario. Sueldo o salario total (más bonificaciones), menos las deducciones de nómina.
- **Tarjeta de débito.** Tarjeta bancaria que permite pagar productos y servicios comprados con la tarjeta. El dinero se sustrae directamente de los fondos depositados en una cuenta bancaria personal.
- **Tarjeta de crédito.** Pequeña tarjeta de plástico que permite cargar gastos a una línea de crédito. Está codificada con el número de una cuenta de crédito y contiene otro tipo de datos.
- **Transferencia electrónica.** Proceso de enviar dinero de un individuo o un banco a otro, en ocasiones entre países.

III. Hipótesis

La investigación de título: Proceso de organización y servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios: caso Empresa Buro Group SAC-Callería, 2020, no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva. Las investigaciones de tipo descriptiva enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática (Hernández, R.; Fernández, C.; Baptista, 2014)

IV. Metodología

4.1. Diseño de investigación

La investigación fue cuantitativa porque la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizará procedimientos estadísticos e instrumentos de medición (Hernández, Roberto; Fernandez, Carlos; Baptista, 2014).

Fue no experimental porque la investigación es no experimental; en consecuencia esta investigación se realizó sin indagar deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran dentro de su contexto(Hernández, Roberto; Fernandez, Carlos; Baptista, 2014).

Fue transversal porque todas las variables fueron medidas en una sola ocasión, se trata de muestras independientes (Hernández, Roberto; Fernandez, Carlos; Baptista, 2014).

Fue descriptivo porque solo se describieron las partes más relevantes de las variables en estudio(Hernández, Roberto; Fernandez, Carlos; Baptista, 2014).

4.2 Población y muestra

4.2.1 Población

La población está conformada por los colaboradores de la micro y pequeña empresa Buro Group SAC del distrito de Callería.

4.2.2. Muestra

La microempresa Buro Group SAC cuenta con 7 colaboradores, a ser una población finita, se tomará como muestra al 100,0% de la población.

4.3 Definición y operacionalización de las variables.

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones (Factores)	Indicadores	Ítem del cuestionario	Escala de medición
Servicio al cliente	Es el proceso mediante el cual se asume la responsabilidad de la planificación y la regulación dentro de una organización de recursos, personas, manifestaciones o instalaciones a fin de realizar unos objetivos determinados. (Albrecht, 2006)	La gestión es la manera administrar una organización empresarial utilizando tácticas y estrategias con el fin de cumplir objetivos y rentabilidad.	Estrategia de calidad	Misión, visión, valores y objetivos	¿Tiene establecido la misión, visión, valores y objetivos?	Likert
			Mejora del proceso de organización	Enfoque en la mejora continua	¿Gestiona su negocio bajo la mejora continua?	Likert
				Enfoque en el cliente	¿La gestión tiene enfoque en el cliente?	Likert
				Enfoque en el trabajo en equipo	¿Se gestiona fortaleciendo el trabajo en equipo?	
Organización	Se conoce como organización a la formación social compleja y plural con múltiples aspectos y pueden, por tanto, ser estudiadas desde muchas perspectivas. (Luna, 2013)	Es agruparse con personas naturales o jurídicas para llevar procesos con el objetivo de obtener ganancias.	Núcleo de operaciones	Producción	¿Se da el proceso de producción en la empresa?	Likert
				Toma de decisiones	¿se da la toma de decisiones en la empresa?	Likert

Nota: elaborado por Liliana Carol Del Águila Rodríguez

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizó la encuesta para la obtención de los datos necesarios para la investigación y el instrumento del cuestionario estructurado en escala de Likert de 20 preguntas.

4.5. Plan de análisis

Los datos recogidos en la investigación serán tratados bajo el análisis descriptivo. Asimismo, para la tabulación se utilizará el programa IBM SPSS STATISTICS versión 25, exclusivo para estadística e investigación.

4.8 Matriz de consistencia

TÍTULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Proceso de organización y servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios: caso empresa Buro Group SAC- Callería, 2020.	¿la micro y pequeña empresa Buro Group SAC del distrito de Callería año 2020 que realiza mejora en sus procesos de organización tendrá un impacto positivo en el nivel del servicio al cliente?	<p>General</p> <p>Determinar el proceso de organización y servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios: caso empresa Buro Group SAC . del distrito de Callería, 2020.</p> <p>Específicos</p> <p>a) Identificar aspectos a mejorar del proceso de organización en las micro y pequeñas empresas: caso empresa” Buro Group SAC del distrito de Callería año 2020.</p> <p>b) Establecer el nivel de servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios: caso empresa Buro Group SAC del distrito de Callería año 2020.</p>	<p>Variable 1</p> <p>Servicio</p> <p>Variable 2:</p> <p>Organización</p>	<p>- Estrategia de calidad.</p> <p>- Mejora de proceso.</p> <p>- Núcleo de operaciones</p> <p>- Toma de decisiones</p>	<p>Tipo:</p> <p>El tipo de investigación es cuantitativa</p> <p>Diseño de investigación: El diseño es no experimental, transversal, descriptivo.</p> <p>Población y muestra</p> <p>La población la conforma la mype Buro GroupSAC y la muestra sus 7 colaboradores.</p> <p>Técnicas e instrumentos de recolección de datos:</p> <p>-Técnica: Encuesta</p> <p>- Instrumento: cuestionario de 20 preguntas</p>

Nota: elaborado por Liliana Carol Del Águila Rodríguez

4.7. Principios éticos

En la presente investigación se tuvo en cuenta los principios éticos que establece el Código de ética para la investigación de la ULADECH Católica:

Principio de protección a las personas, para esta investigación se desarrolló el protocolo del consentimiento informado, el mismo que fue firmado por los colaboradores de la microempresa Buro Group SAC que conforman la muestra en estudio. Si los participantes no desearon o tuvieron dificultades para firmar dicho documento, se aplicaron diversas estrategias en el que se evidencie el consentimiento para ser parte de esta investigación. A través del consentimiento informado se comunicó claramente el propósito de la investigación que consistió en determinar el proceso de organización y servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios: caso empresa Buro Group SAC . del distrito de Callería, 2020 , así como se les informó a que cada uno de ellos se pueden retirar en cualquier momento de la investigación sin perjuicio alguno, o también pueden abstenerse de contestar alguna de las preguntas, así mismo se les hizo mención que los datos recolectados quedarán disponibles para futuras investigaciones y/o productos derivados de la investigación. No se tuvo participantes menores de edad en esta investigación. Cabe señalar que esta investigación tiene como muestra a los colaboradores de la microempresa Buro Group SAC.

Principio de beneficencia y no maleficencia, esta investigación por su naturaleza no representó riesgo alguno ni para los participantes de la

investigación ni para el investigador, durante el recojo de información se informó de ello a los integrantes de la muestra. En todo momento lo que se buscó es maximizar los beneficios en favor de la investigación, sin ir en contra de los derechos de los participantes.

Principio de justicia, los resultados de la investigación estarán disponibles luego de finalizado la presenta investigación, si las personas que formarán parte de nuestra muestra tienen interés por los resultados para aplicarlas a sus empresas o realizar nuevas investigaciones se les facilitará dicha información por el medio que lo requieran, estos pueden ser correos electrónicos o participación en eventos donde se expongan los resultados de la investigación. Así mismo a todas las personas que participan de esta investigación se les brindó el mismo trato de respeto, consideración e información de aquello que requieran.

Principio de integridad científica, se tuvo siempre presente que los datos de identidad de los participantes de esta investigación son confidenciales y anónimas, también se les informó de ello a los participantes. No fue necesario en esta investigación el uso de equipos electrónicos, mecánicos, médicos entre otros, por ello no se establecerán protocolos de seguridad para el uso de estos equipos; también se dio a conocer a los participantes que la información recogida quedará en custodia del investigador por un lapso de cinco años, y solo serán usados exclusivamente para esta investigación. No se realizará técnicas de recolección de datos distintos al cuestionario, por ello los participantes no conocerán la información que brinde otro participante de la investigación. Cualquier aspecto que genere conflictos de interés serán resueltos

antes de iniciar el trabajo de campo, así se garantizará que no sucedan situaciones que puedan afectar al estudio o a la comunicación de resultados.

***Principio de libre participación y derecho a estar informado,** antes del recojo de información se solicitó expresamente el consentimiento informado a cada participante, así mismo se le solicitó hagan llegar todas sus dudas o consultas respecto a la investigación para ser absueltas oportunamente y evitar cualquier contratiempo durante o después de la investigación.*

Principio cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad, esta investigación no tuvo como muestra animales, plantas ni se realizaron aplicaciones en el medio ambiente, tampoco se afectó la biodiversidad como parte del estudio, por ello no se declaran los daños, riesgos o beneficios potenciales que se pueda tener sobre ellos.

Capítulo V. Resultados

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los colaboradores de la empresa Buro Group SAC- Callería, 2020.

Datos generales	N	%
Edad		
21 a 30 años	1	14.29
31 a 40 años	3	42.86
41 a 50 años	2	28.57
51 a más	1	14.29
Total	7	100.0
Género		
Masculino	5	71.43
Femenino	2	28.57
Total	7	100.0
Grado de instrucción		
Estudios básicos	0	0.00
Técnico	3	42.86
Universitario	4	57.14
Total	7	100.0

Nota: muestra de colaboradores participantes de trabajo de campo

Interpretación:

En la representación de la tabla 1, se identifica las características de perfil de los siete colaboradores de la empresa en estudio. Son jóvenes en su mayoría, de sexo masculino, cuentan con estudios técnicos y universitarios, lo que permite inferir que el nivel de preparación permite una mejor asimilación de procesos de mejora alineados a los fines de la organización.

En relación al primer objetivo específico: Establecer el nivel de servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios: caso empresa Buro Group SAC del distrito de Callería año 2020.

Tabla 2

Nivel de servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios: caso empresa Buro Group SAC del distrito de Callería año 2020.

Servicio	N	%
Conoce Misión, visión y valores	N	%
Si	6	85.71
No	1	14.29
Total	7	100.0
Enfoque en la mejora continua	N	%
Si	7	100.00
No	0	0.00
Total	7	100.0
Enfoque en el cliente	N	%
Si	7	100.00
No	0	0.00
Total	7	100.0
Enfoque en el trabajo en equipo	N	%
Sí	5	71.43
No	2	28.57
Total	7	100.0
Mecanismo de satisfacción al cliente	N	%
Sí	2	28.57
No	5	71.43
Total	7	100.0
Atiende sugerencias y reclamos	N	%
Sí	4	57.14
No	3	42.86
Total	7	100.0

Nota: muestra de colaboradores participantes de trabajo de campo

Interpretación:

Los resultados determinan que los colaboradores conocen la mística del trabajo de la organización, conocen que el cliente debe ser atendido y debe existir un ambiente colaborativo, sin embargo, los colaboradores desconocen “el como” se efectiviza este objetivo por lo que se hace necesario proponer un método de servicio al cliente.

En relación al segundo objetivo específico: Identificar aspectos a mejorar del proceso de organización en las micro y pequeñas empresas: caso empresa Buro Group SAC del distrito de Callería año 2020.

Tabla 3

Mejorar del proceso de organización en las micro y pequeñas empresas: caso empresa Buro Group SAC del distrito de Callería año 2020.

Organización	N	%
El organigrama está publicado		
Si	3	42.86
No	4	57.14
Total	7	100.0
Existe el Manual de Org. Y funciones		
Si	2	28.57
No	5	71.43
Total	7	100.0
Conoce cuales son sus funciones		
Si	7	100.00
No	0	0.00
Total	7	100.0
La gerencia es de "puertas abiertas"		
Sí	1	14.29
No	6	85.71
Total	7	100.0
Considera que hay clima organizacional		
Sí	4	57.14
No	3	42.86
Total	7	100.0

Nota: muestra de colaboradores participantes de trabajo de campo

Interpretación:

Los resultados permiten inferir que existen una “organización automática”, es decir que los colaboradores reconocen su función dentro de la organización, pero se desconoce elementos estructurales como organización (proceso). Es necesario la intervención de la gerencia para tomar acciones correctivas y esperar mejorar el nivel de calidad de aporte del personal.

5.2 Análisis de resultados

BURO GROUP SAC es una empresa creada el 15 de octubre del 2002, para brindar sus servicios en el mercado de seguros al mercado de la Región de Ucayali. Está conformada por un equipo humano que busca captar interés del mercado en adquirir seguros, sin embargo, el trabajo se caracteriza por ser *en campo*, por lo que las variables servicio al cliente y organización juegan gran importancia ya que busca tener una participación en el mercado.

En lo que respecta a la variable servicio al cliente, en la dimensión de Enfoque en el cliente, nuestra investigación halla que, si bien los colaboradores indican conocer a sus clientes, no conocen *el cómo* llegar a ellos o identificar qué aspectos los clientes esperan del nivel de servicio que se ofrece. Este resultado se relaciona con la investigación de Bazán (2019) que indica la importancia de la estrategia de conocer el nivel de satisfacción del cliente por lo que recomienda capacitaciones de atención al cliente, como plan de acción.

Asimismo, los resultados de la investigación relacionados a esta variable indica que los colaboradores poseen un enfoque en el cliente en desarrollo, los mecanismos para mejorar sus procesos y uso de herramientas de calidad deben fortalecerse, por lo tanto, la administración todavía está más orientada a una gestión que puede ser más técnica. Estos resultados se relacionan también con la investigación de Salas (2017), en la cual describen según sus resultados, las características de una gestión de calidad, la cual debe ser soportada en el uso de sus herramientas de calidad como las 5 S, considerada como técnica moderna de gestión de calidad. Nuestros resultados evidencian que el 80% tiene como dificultad una iniciativa todavía incipiente para la implementación de gestión de calidad y carecen de mecanismos de mejora de sus procesos.

Por otra parte, la variable organización todavía requiere *alcanzar madurez*, porque los resultados de la investigación permiten identificar que la organización no es asumida de manera técnica, es necesario reforzar el sentido de misión del personal. La mayoría de los colaboradores no tienen la práctica habitual de trabajo en equipo. Este resultado se relaciona con la investigación de Alviz (2016), que determina que las actividades tanto administrativas como operativas en la empresa se ejecutan de manera empírica; es decir porque no poseen manual de procedimientos, ni reglamentos para su personal, los cuales orienten al momento de ejecutar sus funciones. Sin embargo, sugiere que deben existir estrategias para el perfeccionamiento de sus procesos administrativos, la cual contemple los factores clave para alcanzar el éxito empresarial.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

De acuerdo al objetivo general, la investigación permite concluir que existe relación entre el proceso de organización y servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios: caso empresa Buro Group SAC. del distrito de Callería, 2020, el cual demuestra que ejerce influencia el nivel de calidad de contribución de los colaboradores respecto al nivel de servicio que la empresa quiere y espera brindar a sus clientes.

Respecto al primer objetivo específico, se concluye que existe relación entre el enfoque al cliente y la medición de satisfacción al cliente. Los resultados determinan que aunque se conoce que el fin es el cliente, sin embargo, los colaboradores desconocen “el como” se efectiviza este objetivo.

Respecto al segundo objetivo específico, se concluye que existe relación entre trabajo en equipo y gerencia de puertas abiertas. Los resultados identifican que existen una “organización automática”, donde los colaboradores desconocen elementos estructurales como organización (proceso).

Aportes del investigador:

La investigación ha generado nuevo conocimiento al sector empresarial, porque brinda como alcance, el impacto que genera la organización en la gestión de la empresa.

Beneficio al cliente

La identificación y análisis de los atributos que el cliente valora y que están en la propia gestión de los colaboradores.

6.2. Recomendaciones

Con la finalidad de alcanzar una mejor gestión, proponemos las siguientes recomendaciones:

Se sugiere que la gerencia proponga un método de “servicio al cliente” que facilite al equipo humano una guía para atender mejor al cliente. Esto permitirá a los colaboradores fortalecer su sentido de integración en la empresa.

Para lograr generar un verdadero trabajo en equipo debe existir una gerencia de puertas abiertas. Es necesario la intervención de la gerencia para tomar acciones correctivas para mejorar el nivel de calidad de aporte del personal.

Finalmente, se recomienda mantener como constante la búsqueda de mejora del nivel de competitividad a través de la capacitación de los colaboradores.

Referencias bibliográficas

Aldana, L., Álvarez, M., & Bernal, C. (2011). *Administración por calidad*. Madrid-España: Universidad La Sabana.

Albrecht, K. (2006). *La Revolución del Servicio* (Primera). Bogotá.

Alviz M. R. (2016). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las mypes del sector servicio – estudios contables, del distrito de Callería-Pucallpa, período 2015 – 2016*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Pucallpa, Perú.

Bazán (2019) *Proceso administrativo y la calidad de servicio en la subdirección de licencias de conducir de Huánuco-2018*. (Tesis inédita de posgrado). Universidad de Huánuco.

Balagué, N. & Saarti, J. (2014). *Gestión de la calidad en la biblioteca*.
file:///C:/Users/ann/Downloads/Karen%20Lobo/Balague.pdf

Cueva (2019) *Propuesta de un proceso de clasificación de inventarios para mejorar la gestión administrativa de microempresa Fernanda y el servicio al cliente en el sector de Tambillo*, para optar por el título profesional de Ingeniería Comercial (Tesis inédita de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Diaz. M (2016). *Plan de negocios para una tienda de ropa y accesorios para mujeres*. (Tesis inédita de posgrado) Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/609465/diaz_em.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Figuerola. N (2014). *Mejora de procesos*.
<https://articulospm.wordpress.com/2014/03/22/mejora-de-procesos/>
- Medina (2018) *El proceso administrativo y su incidencia en atención al cliente en el servicio de cambio de divisas en el centro comercial Molina Plaza. La Molina. Lima-Perú. 2017*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Privada Telesup.
- Mendoza (2018). *Gestión bajo el enfoque en atención al cliente, en las Mypes del sector comercial, boutique para damas, distrito de Callería, año 2018*. (Tesis inédita de pregrado) Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8900>
- Hernández, R.; Fernández, C.; Baptista (2014). *Metodología de la investigación*. 6ª Edición-Mexico.
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wpcontent/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sextaedicion.compressed.pdf>
- Pillalaza (2017) *Plan Estratégico para el bróker de seguros JISSEGUROS de la ciudad de Quito*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Central del Ecuador.
- Quispe. L. & Carranza. R (2017). *Mejora en el proceso de lanzamiento de productos en la empresa comercializadora de accesorios para lograr aumento en las ventas*. (Tesis inédita de pregrado) Universidad Privada del Norte.
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12475/Tesis%20Robero%20Carranza%20Luz%20Quispe.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramos. D. (2018). *Las siete herramientas de la calidad*
<https://blogdelacalidad.com/las-siete-herramientas-de-la-calidad/>
- Salas, C. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector comercial boutique de damas, provincia de Satipo, año 2017*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3670/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_EN_EL_CLIENTE_SALAS_ESPINOZA_CINT_YA_%20YENZY.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Valdivia (2020), en su tesis titulada: *Influencia de proceso administrativo y el entorno en la satisfacción del cliente en el centro de Servicio Dercocenter Roberts de la Empresa Reparaciones y Servicios del Sur S.A.C. en Arequipa-Perú-2020. (Tesis inédita de pregrado)*. Universidad Continental.

Villaroel (2016). *Desarrollo del sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2008 para su empresa de tecnología y servicios industriales, Indoamericana*. (Tesis inédita de pregrado) Universidad de Chile.

<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/142701/Desarrollo-del-Sistema-de-Gestion-de-la-Calidad-ISO-9001-2008-para-Empresa-de-Tecnologia-y-Servicios-Industriales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Wellington, J. (2000). *Investigación educativa: problemas contemporáneos y enfoques prácticos*. Continuum, Londres.

ANEXOS

1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																
ACTIVIDAD	I UNIDAD								II UNIDAD							
	SEM 01	SEM 02	SEM 03	SEM 04	SEM 05	SEM 06	SEM 07	SEM 08	SEM 09	SEM 10	SEM 11	SEM 12	SEM 13	SEM 14	SEM 15	SEM 16
SOCIALIZACIÓN DEL SPA/ANÁLISIS DE RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, INTRODUCCIÓN Y RESUMEN																
AVANCE DE ANÁLISIS DE RESULTADOS																
PRESENTACIÓN DE ANÁLISIS DE RESULTADOS																
PROGRAMACIÓN DE LA SEGUNDA TUTORÍA GRUPAL/MEJORA DEL ANÁLISIS DE RESULTADOS																
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES																
INTRODUCCIÓN, RESUMEN Y ABSTRACT																
PROGRAMACIÓN DE LA TERCERA TUTORÍA GRUPAL/CALIFICACIÓN DE LA REDACCIÓN DE ANÁLISIS DE RESULTADOS, CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES, INTRODUCCIÓN Y RESUMEN - ABSTRACT																
CALIFICACIÓN DE LA REDACCIÓN DE ANÁLISIS DE RESULTADOS, CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES, INTRODUCCIÓN Y RESUMEN - ABSTRACT																
PUBLICACIÓN DE PROMEDIO FINALES																


Fuente: elaborado por Liliana Carol Del Águila Rodríguez

2. Presupuesto

Presupuesto desembolsable			
Categoría	Base	Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
· Folder	2	4	8.00
· Fotocopias	0.1	43	4.30
· Papel bond A-4 (500 hojas)	12	1	12.00
· Lapiceros	2	3	6.00
· USB	27	1	27.00
Servicios			
· Internet (horas)	1	36	36.00
· Uso de Turnitin	100	1	100.00
Sub total			193.30
Gastos de viaje			
			0.00
Sub total			0.00
Total de presupuesto desembolsable			193.30
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	Número	Total (S/.)
Servicios			
· Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30	4	120.00
· Búsqueda de información en base de datos	35	2	70.00
· Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University)	40	4	160.00
· Publicación de artículo en repositorio institucional	50	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
· Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			845.30

Nota: elaborado por Liliana Carol Del Águila Rodríguez

3. Consentimiento informado


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Proceso de organización y servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios: caso empresa Buro Group SAC- Calleria, 2020y es dirigido por Liliana Carol Del Águila Rodríguez, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información respecto a la organización y servicio al cliente en las pequeñas empresas del sector servicios: caso empresa Buro Group SAC y de esta manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo IR11181076@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.


Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Liliana Carol Del Águila Rodríguez

Fecha: 10-04-2021

Correo electrónico: caroidelaguila@gmail.com

Firma del participante: _____

Firma del investigador: 

4. Instrumento



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación denominado: “Proceso de organización y servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios: caso empresa Buro Group SAC- Callería, 2020”

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

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

A. DATOS DEL MICROEMPRESARIO

1. ¿Cuál es la edad del microempresario?

De 25 a 35 años () De 35 a 44 años () De 45 a 54 años () De 55 a más ()

2. ¿Cuál es el género del microempresario?

a) Hombre b) Mujer

3. ¿Cuál es el nivel de instrucción del microempresario?

a) Estudios básicos () b) Técnico () c) Universitario ()

B. DE LA GESTIÓN

4. ¿Gestiona su negocio bajo la filosofía de la mejora continua?

a) Si () b) No sabe () c) No ()

5. ¿Conoce las necesidades de sus clientes?

a) Si () b) No sabe () c) No ()

6. ¿Se realizan encuestas de satisfacción al cliente?

a) Siempre () A veces () Nunca ()

7. ¿Existen mecanismos para generar valor añadido y mejora de procesos?

- a) Siempre () A veces () Nunca ()
- 8. ¿Hace uso de herramientas de gestión?**
a) Siempre () A veces () Nunca ()
- 9. ¿Se motiva la comunicación interna para generar ideas y calidad de información?**
a) Siempre () A veces () Nunca ()
- 10. ¿Realiza comparaciones o benchmarking de buenas prácticas de formas de trabajo de otras empresas?**
a) Siempre () A veces () Nunca ()
- 11. Respecto a los proveedores: ¿Existe protocolo en base a calidad y precio?**
a) Si () b) No sabe () c) No ()
- C. DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS-ORGANIZACIÓN**
- 12. ¿Se realiza la planeación de las actividades de la empresa?**
a) Siempre () b) A veces () c) Nunca ()
- 13. ¿Utiliza herramientas de organización?**
a) Si () b) No sabe () c) No ()
- 14. ¿Existe división del trabajo en su empresa?**
a) Si () b) No sabe () c) No ()
- 15. ¿Se ha realizado la departamentalización según funciones o grupos de trabajo?**
a) Si () b) No sabe () c) No ()
- 16. ¿Existe organigrama y está publicado?**
a) Si () b) No sabe () c) No ()
- 17. ¿Tiene habilidades directivas?**
a) Si () b) No sabe () c) No ()
- 18. ¿Aplica un estilo de liderazgo en la dirección de la empresa?**
a) Si () b) No sabe () c) No ()
- 19. ¿Utiliza técnicas para la toma de decisiones?**
a) Si () b) No sabe () c) No ()
- 20. ¿Existen políticas de responsabilidad establecidas?**
a) Si () b) No sabe () c) No ()

Pucallpa, agosto del 2020

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS



Excluir citas Activo Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía Activo