



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LAS MYPES DEL
SECTOR COMERCIO RUBRO AVÍCOLAS DEL CENTRO
POBLADO ANDRÉS ARAUJO MORÁN – TUMBES 2019”**

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

AUTOR

CRUZ NUÑEZ, FRANCISCO

ORCID: 0000-0002-9016-2825

ASESOR

ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO

ORCID: 0000-0002-6443-1497

TUMBES – PERU

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR:

Cruz Nuñez, Francisco

ORCID: 0000-0002-9016-2825

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

ASESOR:

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

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

JURADO:

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

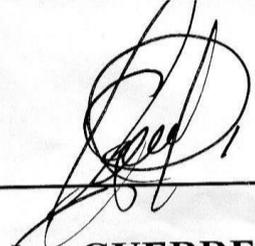
Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel

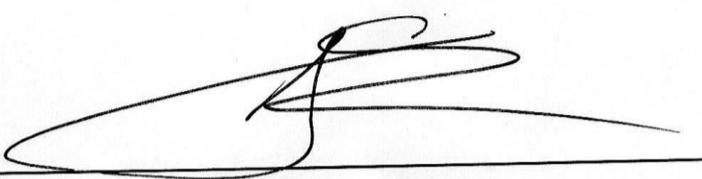
ORCID: 0000-0001-6769-1959

HOJA DE FIRMA DEL JURADO



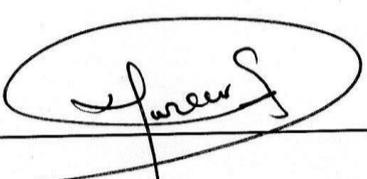
Mgtr. Lic. Adm. GUERRERO GARCÍA, Galvani.

PRESIDENTE



Mgtr. Lic. Adm. AGUILAR CHUQUIZUTA, Darwin Ebert.

MIEMBRO



Mgtr. Lic. Edu. VILLARREYES GUERRA, Domingo Miguel.

MIEMBRO



Mgtr. Lic. Adm. ESCOBEDO GÁLVEZ, José Fernando.

ASESOR

AGRADECIMIENTO

A la **UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE**, y especialmente a la Facultad De Ciencias Contables, Financieras Y Administrativas por haberme permitido ser parte de ella y abrirme las puertas del éxito y continuar con mis estudios superiores en contribución al beneficio y desarrollo de un país.

Mi más grande agradecimiento a las **MyPes** del sector comercio rubro Avícolas, en especial a los propietarios y clientes de estos negocios por facilitar, y brindarme de su tiempo e hacer posible que elabore mi informe de investigación y poder lograr mis objetivos trazados.

Mi mejor agradecimiento al **Mg. José Fernando Escobedo Gálvez** por su infinita dedicación, apoyo y comprensión para hacer posible que elabore este informe de tesis siendo un factor importante y clave para mi desarrollo como profesional.

DEDICTORIA

A Dios por haberme dado la vida, salud, permitido lograr llegar a esta meta trazada, por brindarme la sabiduría, la salud, conocimiento y hacer posible mis objetivos

A mis Padres por ser parte fundamental de este logro obtenido, por ser ellos quienes me inculcaron valores, y disciplina para seguir desarrollándome profesionalmente y lograr mis

También dedico a mi hijo quien es mi mayor motivación para nunca rendirme en los estudios y poder llegar hacer un ejemplo para él.

A mis hermanos por ser parte de mi vida, por estar siempre pendientes de mí, por apoyarme en cada momento y hacer posible que cada día tenga las ganas de seguir adelante y poder lograr cada objetivo propuesto, siendo el orgullo de cada uno de ellos.

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación denominado “CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO RUBRO AVÍCOLAS DEL CENTRO POBLADO ANDRÉS ARAUJO MORÁN – TUMBES 2019” En donde se pretende investigar **¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MyPes del sector comercio rubro avícolas del centro poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes 2019?** Problemática que afecta al sector comercio rubro Avícolas, para ello se busca dar solución, planteando el siguiente Objetivo de Investigación, **Determinar la caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MyPes del sector comercio, rubro Avícolas del centro poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes 2019.** Esta investigación tiene una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y un diseño no experimental, aplicando la encuesta y cuestionario como instrumentos y técnicas de recolección de datos; con una población de 68 clientes de las 10 MyPes dedicadas al rubro Avícolas; se concluyó que tanto el propietario como el personal no está comprometida y acto al cambio para ofrecer productos de calidad y que la empresa no evalué sus indicadores de venta.

Palabras Claves: Gestión De Calidad, Satisfacción Del Cliente Y MyPes.

ABSTRACT

In the present work of investigation denominated "CHARACTERIZATION OF THE QUALITY MANAGEMENT AND CUSTOMER SATISFACTION IN THE MYPES OF THE SECTOR TRADE RUBRO AVÍCOLAS OF THE CENTER POPULADO ANDRES ARAUJO MORAN - TUMBES 2019" Where it is tried to investigate What are the characteristics of the management of quality and customer satisfaction in the MyPes of the poultry sector trade sector of the Andrés Araujo Moran - Tumbes populated center 2019? Problems that affect the trade sector Poultry sector, for this purpose it seeks to provide a solution, raising the following Research Objective, Determine the characterization of quality management and customer satisfaction in the MyPes of the trade sector, Poultry sector of the town Andrés Araujo Moran - Tumbes 2019. This research has a methodology of descriptive type, quantitative level and a non-experimental design, applying the survey and questionnaire as instruments and techniques of data collection; with a population of 68 clients of the 10 MyPes dedicated to the Poultry sector; It was concluded that both the owner and the staff are not committed and act to change to offer quality products and that the company did not evaluate their sales indicators.

Keywords: Quality Management, Customer Satisfaction and MyPe

INDICE

HOJA DE FIRMA DEL JURADO	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICTORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INDICE.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
I. INTRODUCCION.....	12
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	19
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
2.2. BASES TEORICAS Y CONCEPTUALES	36
2.2.1. GESTIÓN DE CALIDAD.....	36
2.2.2. SATISFACCIÓN AL CLIENTE	41
2.2.3. MYPES	44
III. HIPÓTESIS.....	45
IV. METODOLOGÍA.....	46
4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	46
4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	46
4.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	46
4.4. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES....	48
4.5. POLACIÓN Y MUESTRA	50
4.5.1. POBLACIÓN.....	50
4.5.2. MUESTRA	51
4.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS.....	52
4.7. PLAN DE ANÁLISIS	53
4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA	55
4.9. PRINCIPIOS ÉTICOS.....	56
V. RESULTADOS.....	57
5.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	57
5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS	73
5.2.1. Según mi objetivo específico 01:.....	73
5.2.2. Según mi objetivo específico 02:.....	74

5.2.3. Según mi objetivo específico 03:.....	75
5.2.4. Según mi objetivo específico 04:.....	77
VI. CONCLUSIONES	79
VII. RECOMENDACIONES	80
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	81
ANEXOS	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población de Investigación	48
Tabla 2: Población de investigación	50
Tabla 3: Matriz de consistencia	55

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Tabla y Grafico 1: ¿La empresa le ofrece un producto de buena calidad?	57
Tabla y Grafico 2: ¿La empresa controla el buen estado y manipulación de cada producto que ofrece al cliente?	58
Tabla y Grafico 3: ¿Los equipos y servicios de la empresa donde se encuentran ubicados los insumos son adecuados?	59
Tabla y Grafico 4: ¿Considera que la empresa se preocupa por el cliente en satisfacer sus necesidades con producto de calidad?	60
Tabla y Gráfico 5: ¿La empresa estudia las condiciones económicas del cliente, para ofrecer nuevos productos?	61
Tabla y Gráfico 6: ¿El personal de atención al cliente demuestra liderazgo y motivación?	62
Tabla y Gráfico 7: ¿El contacto con los clientes se da de una manera muy cordial y empática?	63
Tabla y Gráfico 8: ¿La empresa considera al cliente ofreciéndole beneficios, ofertas o descuentos?	64
Tabla y Gráfico 9: ¿Considera usted que la higiene que se percibe externamente, se aplica dentro de la empresa?	65
Tabla y Gráfico 10: ¿Se encuentra satisfecho con el producto, precios y atención que le brinda la Empresa?	66

Tabla y Gráfico 11: ¿La empresa cubre las necesidades básicas y diarias de alimentación?.....	67
Tabla y Gráfico 12: ¿Considera usted que la empresa cumple con las expectativas esperadas del cliente?	68
Tabla y Gráfico 13: ¿Siente usted insatisfacción cuando le ofrecen un producto de mejor calidad a mayor precio?.....	69
Tabla y Gráfico 14: ¿Se considera un cliente fiel a la empresa, debido a las condiciones que le ofrece?.....	70
Tabla y Gráfico 15: ¿Considera que la empresa ofrece sus productos basándose al Enfoque al Cliente?	71
Tabla y Gráfico 16: ¿Considera que la empresa es equitativa y brinda una atención adecuada, sin importar la clase social?	72

I. INTRODUCCION

La siguiente investigación Caracterización De La Gestión De Calidad Y Satisfacción Del Cliente En Las MyPes Del Sector Comercio Rubro Avícolas Del Centro Poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes 2019.

Las unidades económicas materia de trabajo son MyPes del Centro Poblado Andrés Araujo Morán, Tumbes - 2019, dedicadas entre otras actividades al rubro de Avícolas; lo cual se han identificado que existen Diez (10) MyPes dedicadas a este rubro objeto de la investigación, el estudio parte del problema de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en el Centro Poblado Andrés Araujo Morán, en donde se pretende investigar **¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPES, sector comercio rubro Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán Tumbes, 2019?**

Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación **Determinar la Caracterización De La Gestión De Calidad Y Satisfacción Del Cliente En Las MyPes Del Sector Comercio Rubro Avícolas Del Centro Poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes 2019**

Kaoru Ishikawa, establece que los diagramas de matriz y propósito son importantes como herramienta para patrocinar los juegos de trabajo que se dedican a recuperarse la clase de gestión de calidad. Cree que la novedad abierta es primordial para mejorar dichos diagramas. Estos diagramas resultan útiles para acertar, prescribir y patentar las razones de la mudanza de condición en producción de calidad.

En los últimos años, la gestión de la calidad, los productos competitivos en el mercado, en el medio de los sistemas de mercadotecnia, cubriendo las necesidades de los consumidores. Esta trata de una estrategia de comunicación que sirve para el cumplimiento de todas las metas de las empresas, así mismo se trata de la importancia de una buena comunicación empresarial para transmitir la misión y la visión de la

empresa. De esta manera se debe mantener a todos. Según el pensamiento Kaizen, por lo que no es suficiente conforme a una situación estable, sino que se debe tener la misma capacidad para progresar con los cambios cada vez mejores. Podrías y te ayudaré a mejorar las filosofías de una manera mucho más directa. En General, las MyPes generan alrededor de un 47% de empleo en América Latina, demostrando una de las características más resaltables de este tipo de empresas. En el Perú, las MyPes van obteniendo una gran importancia cada momento, según investigaciones las MyPes contribuyen el 42% al producto bruto interno del país, asimismo mantienen 60% de la economía, lo cual es el principal motor del movimiento. En nuestro país se valora y se da suma importancia a las empresas como (MyPes) puesto que son ellas las que dan un valor importante para nuestro mercado interno del país. Pero se debe tomar en cuenta y tener en claro que las micro y pequeñas empresas facilitan el lado laboral y brinda la sostenibilidad económica activa de nuestro país, esto llega a un 47.4% de personas beneficiadas. Siendo así que las MyPes conforman la parte de sector dinámico en nuestra economía y no ponen interés para llegar a ser formales y desarrollarse con normalidad. Además, esto indica la escasa cultura institucional dentro de las organizaciones empresariales (MyPes) que tienen la complejidad para poder realizar la formalización de las empresas. El mundo cada vez avanza en un nivel acelerado hacia un nivel globalizado en cuanto a la economía, por ello hace que la humanidad se implique a grandes retos tanto como para la micro y pequeñas empresas (MyPes), los recursos monetarios financieros son de mucha importancia para llevar a cabo una actividad económica y , así mismo los recursos financieros que obtiene una empresa sirven para cubrir un déficit presupuestario dentro de una empresa, este cuenta con un financiamiento a corto y largo plazo. Es por ello que el producto que ofrecen dichas empresas de Avícolas debe ser factible y de buena calidad para la comodidad de los

clientes, para así posteriormente poder determinar diferentes características que ayuden a la gestión de calidad y satisfacción del cliente en el mercado y de igual manera poder brindar estrategias para la solución mediante este informe de investigación.

En el *Ámbito Político* se establecen mecanismos para reducir el nivel de informalismo que existe en las MyPes, esto debido a que en nuestro país existen en mayor cantidad Micro pequeñas Empresas, pero que no todas cumplen con sus derechos establecidos por ley. Según el estado peruano tras promulgar algunas reformas en favor de las MYPES, orientadas en facilitar el crecimiento de las micro y pequeñas empresas, estas constan de incentivos tributarios y procedimientos de reducción administrativa. Fraccionamiento de impuestos; empresas que cuenten con ventas menores a 150 UIT contarán con beneficios para fraccionar su IGV corriente hasta en 72 horas, y con ventas menores a 1700 UIT podrán aplazar sus tributos en 90 días, recortes aduaneros hasta en un 90%, 70% y 50%. Ley factoring menos facilidad de financiamiento a empresa con menores tasas de impuesto a la renta y gracias a este podrán recaudar dinero con la venta inmediata de las facturas a sus clientes. Además el hecho de que SUNAT ya no actuara como un ente regulador asfixiante para las empresas. Las empresas serán más competitivas informa el estado peruano tras promulgar algunas reformas en favor de las MYPES, orientadas en facilitar el crecimiento de las micro y pequeñas empresas, estas constan de incentivos tributarios y procedimientos de reducción administrativa. El Gobierno Peruano confirma el apoyo que se les brindara a las MyPes, ya que estas representan el motor y fuerza del Perú comento el presidente Martín Vizcarra mediante la entrega del premio nacional de la MYPE; además de añadir la importancia del 1 700 000 micro y pequeñas empresas las cuales representan el 24% de la economía nacional y creadores del 85% de fuentes de trabajo la población económicamente activa. (El Peruano 2018 – Martin Vizcarra).

En el *Ámbito Económico*. Las MyPes son los entes sumamente importantes dentro del país debido a que no solo brindan un espacio laboral, si no que aportan en gran porcentaje al desarrollo económico y social del país, esto conlleva a tener un mejor estilo de vida, mejor educación, mejor atención médica, etc. La asociación de emprendedores del Perú afirma que las MyPes contribuyen alrededor del 40% del Producto Bruto Interno (PBI); también contribuyen 98,6% de las unidades empresariales, las MyPes a medida que van creciendo y desarrollándose surgen más, esto dinamiza la economía del país. (La voz de los emprendedores – 2017). Asimismo el Ministro de Economía y Finanzas afirma que se replanteara el Régimen MyPes Tributario que afectó la recaudación del 2017; en este Régimen se le permite a las MyPes a solo pagar el 10% Impuesto a la Renta, este cambio significaba el traslado de impuesto de las pequeñas empresas que estaban dentro del pago al régimen general, este cambio favorece a las MyPes ya que pagaran menos. El ministro ratificó que no se pretende eliminar el Régimen MyPes Tributario sino de modificar con el fin de que este se adapte a las pequeñas y medianas empresas. (David Tuesta – 2018).

En el *Ámbito Social*. Hacen referente a la situación alarmante que se vive en este país, pues últimamente el nivel de pobreza se ha venido manteniendo, lo cual hace que afecte a un porcentaje de la población y que el país no logre un desarrollo en beneficio social y más enfocándose en las MyPes que son piezas fundamentales en el desarrollo del país, con el presente trabajo se busca la reducción de la pobreza. Los trabajos de las MyPes son de gran importancia en el desarrollo del Perú, se dice estas generan empleo a casi el 85% de la población peruana y el 42% de las riquezas. Según London Business School y el Babson Collage considero al Perú como el país más emprendedor del mundo lo cual nos llena de mucho orgullo además cave recalcar que era la primera vez que el Perú participaba, el ser reconocidos de esa forma quiere decir que en el Perú

nuestro desarrollo y prosperidad depende de nosotros mismos, esto es una noticia muy relevante ya que la imagen de nuestro país llama cada día la atención de muchos países (Pro Inversión – René Cornejo).

En el *Ámbito Tecnológico*. Actualmente las MyPes viven en un entorno tecnológico, globalizado lo cual hace que estas Micro Pequeñas Empresas se mantengan al tanto de los avances y hagan competitivas mediante medios de comunicación más cercana al cliente, así mismo debido a la competencia hace que utilicen nuevos mecanismos que le permita generar más utilidades y tengan nuevos emprendimientos manteniéndose firmes en el mercado. Las MyPes en el Perú necesitan urgentemente incorporar a sus estrategias de negocios el uso de tecnologías para poder ser más competitivas y productivas en el mercado nacional logrando así un mayor grado de eficiencia, si estas consiguen modernizarse, se tendrá un gran logrando modernizar el país ya que estas representan la mitad de los ingresos del Perú. (Peter Yamakawa – 2010)

En el contexto del *Ámbito Ecológico*. Las normas ISO 14001 Sistema de Gestión Ambiental es una de las herramientas cuyo fin es darles solución a los problemas ambientales dado a lo largo de los años, cabe recalcar la relación entre las empresas y el entorno ambiental, las MyPes no pueden hacer caso omiso a estas normas ya que ayudan en el desarrollo sostenible, calidad, y a la optimización de los recursos, permitiendo un aumento en la productividad y minimización de los costos. (Cavala – 2016)

Las estrategias ambientales dependerán mucho del trabajo de ellas y de los recursos con los que se dispongan a trabajar, las MyPes deberían ir más allá de solo ver inversiones costosas sino en ver los grandes beneficios que obtendrían al realizar estas operaciones; como los siguientes; que existe un gran número de personas interesados en

productos o servicios con mejor desempeño ambiental y dispuestas a pagar montos superiores a los productos que no aplican estas operaciones otro beneficio es que al poner por prioridad el cuidado ambiental no derrocharan mucha materia prima reduciendo en gran proporción los gastos de producción. (Marialena Jiménez – 2013).

En el *Ámbito Legal*. De acuerdo a ley de Promoción y formalización de Micro y Pequeñas Empresas, aprobado por decreto supremo N°007-2008-T, establece que el Estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MyPes teniendo en cuenta siempre el emprendimiento de nuevos negocios, sin dejar de lado el marco legal según decreto Ley, así mismo promueve servicios destinado a mejorar los niveles de organización, administración y tecnificación para con ellos contribuyan en el desarrollo del país.

El presente trabajo ha sido realizado en el marco del proceso para identificar la problemática; así mismo, poder resaltar la importancia que tienen las MyPes dentro de un país, como también identificar el instrumento que aportara información que facilite la optimización de la gestión, entendiéndose como tal a la mejora del proceso de gestión empresarial. Dentro de esto se ha podido formular objetivos que promueven mejoras continuas en la investigación y que vienen a ser los propósitos de buscar lograr la investigación.

Esta investigación se justifica, porque nos ha permitido conocer si existen o no trabajos de investigación por el cual se formuló el siguiente problema de investigación ¿Cuáles son las Características De La Gestión De Calidad Y Satisfacción Del Cliente En Las MyPes Del Sector Comercio Rubro Avícolas Del Centro Poblado Andres Araujo Moran – Tumbes 2019? Y los objetivos específicos: Describir las Características De La Gestión De Calidad Y Satisfacción Del Cliente En Las MyPes Del Sector Comercio Rubro Avícolas Del Centro Poblado Andres Araujo Moran –

Tumbes 2019. Determinar los principios de calidad en las MyPes, Sector Comercio Rubro Avícolas Del Centro Poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes 2019. Determinar las características de satisfacción del cliente en las MyPes Del Sector Comercio Rubro Avícolas Del Centro Poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes 2019. Determinar los niveles de satisfacción del cliente en las MyPes del sector Comercio Rubro Avícolas Del Centro Poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes 2019.

En la actualidad el buen servicio al cliente es esencial para el crecimiento de la MyPes, así como también estar en constante preparación y estar en todos los campos y niveles de conocimiento y una constante innovación permite que una empresa se mantenga en el mercado y siempre anticiparse a lo que los clientes desean ofreciendo productos y servicios de calidad. Es importante que las MYPE realicen un cambio en su enfoque administrativo ya que viven en un ambiente en donde solo sobreviven los mejores, además plantearse estrategias y adaptarse al cambio del entorno y no esperar que sean los clientes se adapten a ellas porque eso no sucederá, además debe aprovechar las oportunidades que se presentan y correr riesgos, pero de manera calculada. Es importante resaltar que el tema de estudio no se termina con el presente trabajo, sin embargo este constituye un medio que permite exponer conocimientos del estudio de investigación. La investigación queda justificada teóricamente porque contiene una apertura de conocimiento de la gestión de calidad y satisfacción del cliente, teniendo como base las características y estrategias de gestión de calidad, además de las características y niveles de satisfacción del cliente. (Miller y Salkiu, 2002).

Se justifica profesionalmente, en la medida en que esta investigación me permitirá obtener el grado de Licenciado en Administración. Así mismo se justifica por conveniencia porque permite conocer la realidad de la gestión de calidad y satisfacción

del cliente del rubro Avícolas Del Centro Poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes 2019.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.

Según **COLOMA Y JARA (2018)** en su investigación “*Propuesta De Mejora De Gestión Administrativa Aplicado A La Empresa Veterinaria El Hasky*” tuvieron como objetivo, Proponer un modelo de Gestión Administrativa para la Empresa Veterinaria El Hasky a través de un sistema integrado de administración y control interno, con el fin de obtener un rendimiento óptimo de los recursos humanos y materiales, orientados a mejorar la cultura organizacional de la empresa, teniendo una metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental con una población de 20 clientes, utilizando la entrevista y encuesta como instrumento de recolección de datos, concluyo que la veterinaria EL HASKY es una empresa que tiene expectativas de crecer en el mercado a mediano y corto plazo debido a que sus servicios son aceptados y están posesionados en la mente de sus clientes. • La investigación realizada en la empresa HASKY evidencia la falencia en la gestión administrativa, lo cual nos permitió conocer las oportunidades de mejora y mediante esto poder dar una propuesta que permita ser competitiva y alcanzar un liderazgo en el mercado. • De acuerdo a los resultados obtenidos por los instrumentos de investigación la Veterinaria Hasky a pesar de existir fortalezas no han sido potenciadas por sus administradores generándose una deficiencia estructural de la organización generando falta de servicio que responda a las necesidades de sus clientes internos y clientes externos.

Según **ALEJANDRO Y TOALA(2018)** en su investigación “*Modelo De Gestión Financiera Para Control De Liquidez En Exportjaime S.A*” tuvieron como objetivo, Diseñar un modelo de gestión financiera para el control de la liquidez en la empresa ExportJaime S.A., teniendo una metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental con una población de 5 pobladores, utilizando la entrevista y encuesta como instrumento de recolección de datos, concluyo que se identificó la asociación teórica entre las políticas directivas con relación a las cuentas por cobrar y por pagar, las cuales tienen impacto significativo en el Efectivo y Equivalentes al Efectivo, en la liquidez y en la gestión financiera de la empresa ExportJaime. Se diagnosticaron las causas por las cuales no se optimizó el control de la liquidez, profundizando en las políticas directivas con relación a las cuentas por cobrar y por pagar, debido a la falta de un responsable por la gestión de crédito y de un modelo para el gestionamiento de las cuentas por cobrar a los clientes y por pagar a los proveedores, por lo que no se aplica estrategias de pronto pago para la obtención de liquidez inmediata, debido a que la política de crédito en ventas es de 90 días, pero el proveedor solo ha otorgado un plazo de 30 días a ExportJaime para que cancele las obligaciones contraídas, porque no son suministradores exclusivos ni se mantiene con ellos políticas de justo a tiempo. Se desarrolló una propuesta que facilite el control de la liquidez a través de un modelo de gestión financiera que permita la sincronización de las cuentas por cobrar y por pagar en los estados financieros, mediante la estrategia de pronto pago para recuperar su cartera vencida, de modo que puedan cancelar las mismas en el menor tiempo posible y se pueda obtener dinero en cortos plazo para contar con efectivo que permita cancelar las deudas contraídas a los proveedores el cual puede generar

mayor líquido y rentabilidad. En consecuencia, el diseño de la propuesta de gestión financiera para el control de liquidez a través de políticas de cuentas por cobrar y por pagar en ExportJaime, generará un beneficio directo en los indicadores de liquidez y rentabilidad acorde al décimo objetivo del buen vivir.

Según **VILLAMAR (2016)** en su investigación *“Modelo De Gestión De Calidad Para El Mejoramiento En La Fabricación De Cocinas A Gas”* tuvieron como objetivo, Analizar los factores que dificultan la gestión de los procesos productivos aplicando un modelo de gestión de calidad para el mejoramiento en la fabricación de cocinas a gas, a partir de la medición, teniendo una metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental con una población de 82 clientes, utilizando la entrevista como instrumento de recolección de datos, concluyo El Objetivo final de este estudio se logró con el modelo de gestión propuesto y sus herramientas de control, mediante el seguimiento de indicadores de desempeño que permiten mejorar la eficiencia y productividad de los procesos, así como el análisis estadístico que asegura la mejora de calidad del producto. • La selección de los procesos, debe ser un hecho metodológico bien orientado, para evitar que procesos que no tengan la importancia debida, generen un vertedero de Información poco útil. • Los Indicadores de Gestión son una herramienta para medir rendimientos de la Organización, dentro de todos los ámbitos y que permiten mejorar la eficiencia, tras la aplicación de programas de operación, control, mantenimiento y mejoramiento de los procesos. • La utilización de la matriz de indicadores, permite monitorear de manera integral todos los procesos del sistema, analizar su tendencia y plantear mejoras para los mismos. El control estadístico de procesos, permite evaluar la capacidad del proceso productivo, entender

estadísticamente la variabilidad de cada operación del proceso, y coadyuva a la toma de decisiones en cuanto a las desviaciones detectadas.

Según **ORTIZ(2016)** en su investigación *“Diseño De Un Modelo De Gestión Crediticia En El Banco Abc”* tuvieron como objetivo, , teniendo una metodología de nivel cualitativo, tipo descriptivo, diseño no experimental con una población de 14 trabajadores, utilizando la entrevista, encuesta y cuestionario como instrumento de recolección de datos, concluyó que después de haber desarrollado la presente investigación, se determinan las siguientes conclusiones: • El levantamiento de información sobre la gestión de créditos y cobranzas del Banco ABC, mediante la entrevista estructurada y la observación documental permitió conocer las características de los procesos actuales. . • Se identificó las debilidades principales en los procesos antes indicados las mismas que fueron ratificadas por los Responsables de los procesos. Dichas debilidades representan oportunidades de mejora que están descritas en el desarrollo de la propuesta. • Se cumplió con el objetivo del trabajo de investigación, que consistió en diseñar un modelo de gestión crediticio que contribuya a disminuir los índices de mora en el pago de deudas de los clientes.

Según **BAZANTE (2015)** en su investigación *“Diseño De Un Sistema Administrativo Y De Gestión De Calidad Aplicado A La Empresa Profits Consulting Group, Del Cantón Guayaquil, Provincia Del Guayas”* tuvieron como objetivo, Establecer la importancia y efecto de contar con un Administrativos y de Gestión de Calidad en los procesos que se manejan en empresas legalmente constituidas, teniendo una metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental con una población de 25 clientes, utilizando la encuesta como instrumento de recolección de datos,

concluyo que durante el desarrollo de la investigación, se logró establecer los problemas que venían afectando a la empresa Profits Consulting Group, motivos que han llevado a la organización a entregar los servicios de manera deficiente, desencadenando en clientes insatisfechos, con la firme decisión de no volver a solicitar los servicios de la empresa. el principal objetivo de la investigación es contribuir con el diseño de un Sistema Administrativo y de Gestión de Calidad, que ayude a solucionar todos estos problemas, convirtiéndose en la directriz organizacional, instrumento que asegure el cambio tan anhelado por el bien colectivo, a través de ésta herramienta se optimizarán los procesos internos en su totalidad, esperando que a los 6 meses de haber sido desarrollado e implementado dicho sistema, la empresa alcance altos índices de calidad y solvencia.

Según **CASTILLO (2019)** en su investigación *“Caracterización De La Gestión De Calidad Y La Innovación En Las MyPes-Rubro Boticas Del AA. HH Claveles – Veintiséis De Octubre, Año 2017”* tuvo como Objetivo General, Identificar los beneficios de la gestión de calidad MYPE – rubro boticas AA. HH claveles – veintiséis de octubre, año 2017, con una metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental con una población de 61 clientes, utilizando la encuesta y cuestionario como instrumento de recolección de datos, concluyo que en el objetivo identificar los beneficios de la gestión de calidad, se obtiene que estos beneficios son necesarios en las MYPE ya que permite mejorar la organización y asimismo satisface las expectativas del cliente ya que se encarga de mejorar la organización, permite que la organización tenga capacidad de respuesta y flexibilidad y permite reducir costos y desperdicios por lo que se recomienda a las MYPE implementar un sistema de gestión de calidad

la cual es sumamente importante para ofrecer un producto o servicio de calidad entre otros muchos beneficios que hace que la empresa este más capacitada para enfrentar las diversas situaciones a la que se ve expuesta. Con respecto al objetivo definir los elementos de la gestión de calidad, se define que los sistemas de control de calidad es necesario establecerlos en las empresas para elaborar buenos productos, llevar un adecuado uso de los recursos que se emplean y que estos sean fiables para asegurar que el producto cumpla con los requerimientos del cliente y la participación entre todo el personal que labora en una organización. Por otro lado, la comunicación interna es importante para mejorar la atención al cliente, así como obtener un buen clima laboral, para que la información que se difunde sea clara y evita duplicidad de información. Respecto al objetivo conocer la importancia de la innovación, la comunicación es fundamental para reafirmar lazos laborales y personales permitiendo el crecimiento de una organización, que alargue el tiempo de vida de la empresa que se logren diferenciar por el valor añadido de los productos y servicios, permite crear nuevos productos y servicios, es importante la innovación ya que tiene la capacidad para enfrentar nuevos retos, permite ahorrar tiempo, es así que se recomienda a las MYPE en estudio que consideren la comunicación como el factor principal para el cumplimiento de sus objetivos, ya que esto permite fortalecer las relaciones interpersonales, así el traspaso de información de manera transparente. Respecto al objetivo describir las ventajas de la innovación, la mayoría de los encuestados consideran que la fidelización de un cliente también se logra cuando se ofrece una buena atención y se ofrece buenos productos, según los encuestados la mayoría considera que en vez de dedicarse solo en vender las empresas deben crear relaciones porque de esta forma logran

que el cliente vuelva de manera frecuente, asimismo se obtuvo un alto porcentaje en que para lograr una ventaja competitiva es necesario una posición estratégica en el mercado tal y como lo confirman Rosillo y Balboa en sus estudios.

Según **QUEREVALU** (2019) en su investigación “*Caracterización De La Gestión De Calidad Y Productividad De Las MyPes, Rubro Restaurantes Centro De Talara, Año 2017*” tuvo como Objetivo General Determinar las características que tiene la gestión de calidad y productividad de las MYPE, rubro restaurantes centro de Talara, año 2017, con una metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental con una población de 25 trabajadores, utilizando la encuesta y cuestionario como instrumento de recolección de datos, concluyo que con respecto a los elementos de la planificación de calidad de las MYPE, se describe que son realizar estrategias para alcanzar las metas planteadas, contribuir mediante planes a la mejora de calidad, participar en programas, establecer metas para mejorar la gestión de calidad y establecer políticas para evaluar el cumplimiento de las metas establecidas. En relación a los principios de la gestión de calidad de las MYPE, se detallan la mejora continua en el servicio, las relaciones que mantiene con sus clientes, el enfoque al cliente, en el que brindan una atención adecuada, la participación del personal, el liderazgo en el que se involucran a todos los miembros de la organización, los procesos para el logro de la mejora continua y la participación en el proceso de toma de decisiones. Con respecto a las estrategias que aumentan la productividad de las MYPE, se define que son realizar capacitaciones, realizar planes destinados a mejorar el trabajo, proporcionar el tiempo y recursos necesarios, debe existir comunicación y colaboración con los miembros de la empresa, incentivar y motivar a los

trabajadores e innovar en el uso de las tecnologías para prestar un buen servicio. En relación a los factores que aumentan la productividad, se especifica la identificación con la empresa, con los proyectos y objetivos que se plantea, brindar un ambiente organizacional adecuado y proporcionar el descanso adecuado por el cumplimiento de objetivos establecidos.

Según **CASTILLO (2019)** en su investigación “*Caracterización De Gestión De Calidad E Innovación De Servicios En Las MyPes, Rubro Ferreterías Piura Centro, Año 2017*” tuvo como Objetivo General, determinar las características que tiene la Gestión de Calidad e Innovación de Servicios de las MyPes, rubro Ferretería Piura Centro, año 2017, con una metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental con una población de 68 clientes, utilizando la técnica encuesta y cuestionario como instrumento de recolección de datos, concluyo que la investigación realizada en las MYPE rubro ferreterías, se ha identificó los beneficios que tiene la gestión de calidad considerando que los indicadores tales como: lo económico, confiable y satisfacción en su mayoría son de gran importancia porque permite fidelizar a los clientes a través de los productos que se brindan de primera calidad de esta manera genera rentabilidad para los negocios enfocados en el rubro de ferreterías ubicadas en el centro de Piura. Respecto a la importancia que tiene la gestión de calidad en las MYPE rubro ferreterías, se conoció que los indicadores tales como: Productos resistentes, necesidades y ceros defectos en su mayoría compensan las expectativas de los clientes generando total satisfacción de tal forma contribuye en el crecimiento de estas MYPE rubro ferreterías ya que salen ser más competitivas en el mercado por sus productos de calidad. En cuanto a las cualidades que tiene la innovación de servicios en las MYPE rubro ferreterías, se

identificó que los indicadores tales como: la comunicación y la buena atención en su mayoría proyecta empatía entre los trabajadores y los clientes permitiendo una buena relación en ambos estas cualidades generan un buen clima en el trabajo dando como resultado el ingreso consecutivo de antiguos y nuevos clientes por medio de las recomendaciones. 82 Finalmente en los tipos de innovación de servicios se observa que en las MYPE rubro ferreterías, se conoció que los indicadores tales como: la publicidad y la tecnología en su mayoría es la clave para alcanzar el éxito ya que permite a los Ferreterías ingresar a un mercado donde la satisfacción del cliente suelen ser más exigentes por eso las MYPE de hoy en día se involucran mucho con el tema de los avances tecnológicos ya que es un medio que garantiza seguridad y rapidez en el proceso de la compra.

Según **BANCES (2018)** en su investigación *“Caracterización De Gestión De Calidad Y Competitividad En Las MyPes De Servicios, Rubro Hoteles De Sechura (Piura), 2018”* tuvo como Objetivo General, Determinar que Características tiene la gestión de calidad y competitividad en las MyPes de servicios, rubro Hoteles de Sechura (Piura), 2018, teniendo una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental con una población de 84 clientes, utilizando la encuesta y cuestionario como instrumento de recolección de datos, concluyo En relación a los factores básicos para lograr la gestión de calidad en los hoteles de la ciudad de Sechura se aplican las normas establecidas por escrito para difundir los procesos, los valores contando con personal de confianza, la tecnología como un sistema de control y servicio al cliente y los recursos humanos por sus conocimientos y valores Las necesidades identificada para el desarrollo de la gestión de calidad a través de la transacción

comercial al requerir un hospedaje, el desempeño del personal del hotel siendo cumplidor de sus tareas y atender con amabilidad a los clientes En relación de la identificación de la innovación para ser competitivos los hoteles de la ciudad de Sechura, tiene la tecnología como un sistema facilitando diferentes servicios a disposición del cliente, los costos de los servicios son bajos, personal con apto para atender al cliente en constante renovación del conocimiento y listo para identificar y atender las necesidades del huésped. Finalmente los tipos de competitividad a que se acceden las MyPes Hoteles de la ciudad de Sechura, a la competitividad dinámica haciendo esfuerzos permanentes por mejorar los servicios del hotel, la competitividad ambiental pues existe conciencia por parte del empresario y del personal en cuidar el medio ambiente y cuentan con las herramientas necesarias.

Según **ALBILDO (2019)** en su investigación “*Gestión De Calidad En Atención Al Cliente Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Sector Servicio – Rubro Pollerías, En La Avenida Sánchez Carrión Distrito De El Porvenir, 2018*” tuvo como Objetivo General, Determinar la característica de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018 , con una metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental con una población de 12 MyPes, utilizando la encuesta y cuestionario como instrumento de recolección de datos, concluyo que la mayoría de los representantes tienen edad promedio entre los 31 - 50 años de edad, del mismo modo en su totalidad son de género masculino, cuentan con grado de instrucción nivel superior no universitario. Casi todos desempeñan el cargo de dueños, y más de la mitad llevan en el cargo entre los 4 a 6 años. Aún

sigue siendo un factor determinante la edad en los representantes, muchos jóvenes no logran consolidarse para emprender, los motivos serían experiencia y falta de recursos. Y esto se ve reflejado en la investigación realizada. Se recomienda a los jóvenes y mujeres capacitarse y realizar alguna formación académica, motivarlos a emprender; también a los representantes, tener una visión empresarial que le permita consolidarse y posicionarse durante más tiempo en el mercado. La mayoría de las MyPes llevan entre los 4 a 6 años de tiempo de permanencia en el rubro de pollerías, más de la mitad cuentan con 10 trabajadores máximo, dichas personas en su mayoría son familiares y tienen como objetivo de generar ganancia. Se recomienda que los representantes puedan tener conocimiento y capacitaciones para direccionar un negocio adecuadamente, y lograr posicionarse en el mercado durante más tiempo. Contar con más personal si es necesario, y tener colaboradores adecuados para el puesto. La mayoría de los representantes tienen cierto conocimiento de gestión de calidad, más de la mitad utiliza la técnica moderna de atención al cliente, las dificultades que impiden la implementación de gestión de calidad es que no se adaptan al cambio, la mayoría utiliza la observación para medir el rendimiento del personal. Pero más de la mitad considera que la gestión de calidad no contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, ni tampoco alcanzar los objetivos y metas trazadas. La mayoría conoce el término atención al cliente, casi en su totalidad considera que el cliente es fundamental para que regresen al establecimiento, así mismo utilizan la confianza como herramienta de atención al cliente. La mayoría considera que el factor más importante para la buena atención es comunicación. Así mismo afirman que la atención que brindan es buena, y finalmente han logrado una fidelización del cliente. El común de estas

MyPes es que están limitados solo a su experiencia empírica obtenidos durante el tiempo que vienen realizando su actividad. La capacitación, la publicidad, solo lo ven como un gasto. La falta de visión empresarial y una adecuada formación terminan por fracasar en el rubro manteniéndose poco tiempo en el mercado. Se recomienda, implementar un sistema de gestión adecuado, mejorar la atención brindada, y crear valor agregado al servicio y producto que permitan satisfacer al cliente y diferenciarse de la competencia, es decir fidelizar a los clientes.

Según **CUENCA(2018)** en su investigación *“Caracterización De La Gestión De Calidad Y Satisfacción Del Cliente En Las MyPes Del Sector Servicio Rubro Restaurantes En El Cercado De Tumbes, 2018”* tuvo como Objetivo General, Determinar la caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente de las MYPES, sector servicio rubro restaurantes en cercado de Tumbes, 2018., con una metodología de nivel cuantitativo, tipo descriptivo , diseño no experimental con una población de 68 clientes, utilizando la encuesta como instrumento de recolección de datos, concluyo que Según el objetivo específico 01 se concluye que las características de orientación al cliente radica en que la empresa no utiliza medios tecnológicos para orientar correctamente al cliente. Según el objetivo específico 02 respecto a los principios de la gestión de calidad los clientes consideran que tanto el dueño como el personal no están comprometida con ofrecer productos de calidad y que la empresa no evalúa sus indicadores de compra. Según el objetivo específico 03 se concluye que las características de satisfacción se enfocan en que la empresa no cumple con todos los servicios que ofrecen, debido a que la empresa no cubre cada una de sus necesidades. Según el objetivo específico 04 de acuerdo a los

niveles de satisfacción, los clientes consideran que el personal no valorar la percepción del cliente; en tal sentido, el nivel de satisfacción del cliente es bajo.

Según **LOPEZ Y PRECIADO (2018)** en su investigación “*Gestión De La Calidad Y Servicio Al Cliente En Los Hoteles De Playa De Tres Estrellas Del Distrito De Zorritos, Tumbes 2018.*” tuvieron como Objetivo General, Demostrar cómo la gestión de la calidad influye en el servicio al cliente en los hoteles de playa de tres estrellas del Distrito de Zorritos, Tumbes 2018., con una metodología de nivel descriptivo, tipo Aplicada, diseño no experimental con una población de 70 clientes, utilizando la encuesta y cuestionario como instrumento de recolección de datos, concluyeron Según los resultados obtenidos aceptamos la hipótesis general, afirmando la influencia de la gestión de la calidad sobre el servicio al cliente en los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos, Tumbes 2018

1. Los clientes indicaron estar de acuerdo con los elementos tangibles de los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos y se afirma la influencia de estos sobre el servicio al cliente.
2. Los clientes indicaron estar de acuerdo con la fiabilidad de los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos y se afirma la influencia de estos sobre el servicio al cliente.
3. Los clientes indicaron estar de acuerdo con la capacidad de respuesta de los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos y se afirma la influencia de estos sobre el servicio al cliente.
4. Los clientes indicaron estar de acuerdo con la seguridad de los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos y se afirma la influencia de estos sobre el servicio al cliente.
5. Los clientes indicaron estar de acuerdo con la empatía de los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de Zorritos y se afirma la influencia de estos sobre el servicio al cliente.

Según **RAMOS Y ROMERO (2016)** en su investigación *“Diseño De Un Plan De Servicio Para Una Mejor Gestión Competitiva En Las Empresas Hoteleras De La Región De Tumbes- 2016”* tuvieron como Objetivo General, Diseñar un plan de servicios para mejorar la gestión competitiva en las empresas hoteleras de la región Tumbes, con una metodología de nivel cuantitativo, tipo descriptiva diseño no experimental con una población de 93 empresas, utilizando la encuesta y cuestionario como instrumento de recolección de datos, concluyeron que 1. Existen empresas hoteleras que operan sin contar con un plan que les sirva de guía a fin de poder desarrollarse empresarialmente, teniendo en cuenta la alta competitividad de este sector. 2.- Algunos propietarios de las empresas hoteleras no están acordes con el avance de la tecnología por lo que mantienen una pobre comunicación, no solo con el personal de la empresa sino con sus clientes. 3.- Muchas de las empresas hoteleras no capacitan a su personal en lo que respecta a la atención al cliente, lo que implicaría un cliente insatisfecho. 4.-La falta de motivación y la delegación de responsabilidades al personal en toda empresa no permiten que el personal logre los objetivos de la empresa.

Según **MONDRAGON Y SILVA (2016)** en su investigación *“Calidad Del Servicio, Como Estrategia De Marketing En El Restaurant Campestre “El Huerto Del Sabor” De La Localidad De San Juan De La Virgen – Tumbes - 2016”* tuvieron como Objetivo establecer una propuesta de gestión para mejorar la calidad del servicio como estrategia de marketing en el restaurant campestre “El Huerto del Sabor” de la localidad de San Juan de la Virgen – Tumbes- 2016, teniendo una metodología de nivel descriptivo, tipo Aplicada, diseño no experimental con una población de 80 clientes, utilizando la encuesta como instrumento de recolección

de datos, concluyeron Nuestra propuesta de Gestión tiene influencia en la calidad del servicio en el restaurant campestre “El Huerto del Sabor” de la localidad de San Juan de la Virgen – Tumbes, debido a que plantea soluciones para las deficiencias presentadas, como lo manifiestan los encuestados un porcentaje considerable prefiere una carta por mesa en la que se les facilite los pedidos con los precios; y los mozos con el uniforme de los trabajadores ya que si carecen de este, es difícil identificarlos; el tiempo de espera lo mejoraría ya que va desde 15 minutos a 20 minutos, es un factor importante de calidad, con nuestra propuesta esperamos sea reducido a un máximo de 10 minutos, como parte de mejora de la calidad del servicio, así mismo una parte manifiesta que la publicidad debe de ser más constante y en diferentes medios para enterarse de la variedad platos y eventos así como de algún souvenir que les recuerde su estancia en el restaurante, como parte de un excelente servicio de calidad. 2. Dentro de los componentes de la Calidad del Servicio en el Restaurant Campestre “El Huerto del Sabor” de la Localidad de San Juan de la Virgen – Tumbes, se han podido identificar los principales que se aplican, como seguridad; referida al conocimiento del servicio y cortesía empleada; la empatía; que se refiere a brindar a los clientes una atención individualizada y cuidadosa; y la satisfacción del cliente; se pudo observar el grado de aceptación que tiene la calidad de la comida regional que se vende, dado 60% de encuestados regresaría por la excelente calidad de la comida. 3. A través de nuestra propuesta se plantea dar solución a las deficiencias encontradas por medio de estrategias tales como: marketing, promoción, distribución, diferenciación.

Según **CRUZ (2016)** en su investigación “*Caracterización Competitividad Y Gestión De Calidad En Las MyPes Rubro Banano Orgánico En Tumbes, 2016*”

tuvo como Objetivo General, Identificar factores de la competitividad en las MYPES rubro banano orgánico en Tumbes, 2016., con una metodología de nivel cuantitativo, tipo descriptiva, diseño no experimental con una población de 40 trabajadores, utilizando la encuesta como instrumento de recolección de datos, concluyo diciendo que Uno de los factores competitivos en las MYPES es la innovación el cual arroja con mayor 58% el si lo cual indica que si tiene la necesidad de cambiar y ser competitivo de acuerdo a mi bases teóricas Cárdenas Dávila Nelly las empresas se hacen competitivas al cumplirse dos requisitos fundamentales: primero, estar sometidas a una presión de competencia que las obligue a desplegar esfuerzos sostenidos por mejorar sus productos y su eficiencia productiva; y, segundo, estar insertas en redes articuladas dentro de las cuales los esfuerzos de cada empresa se vean apoyados por toda una serie de externalidades, servicios e instituciones. Se pone de manifiesto que son muchos los factores que inciden en el éxito competitivo de las micro y pequeñas empresas. • Con respecto a la infraestructura nos arroja que el 48% cada 2 a 4 años las empresas actualiza su infraestructura y su mantenimiento cada año de acuerdo al uso de la maquinaria para lograr altos niveles de satisfacción a sus clientes. Porter (2001) incluye no solo infraestructura genérica si no con más énfasis infraestructura especializada de producción y de comercialización. • En los recursos tecnológicos los trabajadores indican que están de acuerdo con un 53% por otro lado se identifica grandes segmentos de mercado con oportunidades que se debe aprovechar. Para ello deberán incorporar o desarrollar activos tecnológicos que les permita posicionarse por delante de su competencia.(Cárdenas, N 2011).asimismo para logra ventajas competitivas pues las empresas competitivas serán aquellas capaces de ofrecer continuamente

productos y servicios con tributos apreciados por sus clientes. 107 • Dentro los tipos de sistemas de control de calidad se utiliza el sistema calidad ISO 9000:2000 el que más se utiliza en el proceso ya que relaciona la calidad del producto con la competencia Vidal (2005) • La mayoría de empresas de este sector indican que toman las decisiones en forma de grupo en donde les permite identificar los problemas con mayor facilidad. Gonzales (2005) con la finalidad de identificar las carencias y deficiencias de la gestión actual. • Para el desenvolvimiento óptimo en la gestión de un ente, se debe contar con el profesional idóneo con virtudes, habilidades y Básicamente con capacidad de tomar decisiones al momento que surgen dificultades, que pueden ser problemas u oportunidades. Para lograr una administración óptima se tiene que establecer claramente los fines, objetivos y metas, la organización, dirigir y lograr lo que se persigue, verificar los resultados e implementar las mejoras. Broncano N.R (1999). • Dentro de las claves de gestión de calidad concluimos que cuando de calidad se trata ya no sólo es una cuestión de cumplir con las especificaciones, sino también de tener debidamente en cuenta la calidad de los procesos, pero sin dejar de lado la calidad de atención a los clientes, la calidad del ambiente de trabajo, la calidad del medio ambiente, la seguridad de trabajadores, usuarios y comunidad en su conjunto. Calidad total es algo que lo abarca todo tanto en procesos como en áreas y sectores. Calidad total implica un compromiso ético con la excelencia, lo cual significa un fervor por la mejora continua de los productos y procesos. (Mauricio Lefcovich).

2.2. BASES TEORICAS Y CONCEPTUALES

2.2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

2.2.1.1. DEFINICIÓN

Según CALVO (2012) considera que la gestión de calidad es el control y el manejo de sistemas lo cual incluyen políticas y sobre todo objetivos que resulten de la calidad, así mismo este hará posible el aseguramiento de la calidad de la gestión, dentro del marco de todo se debe tener en cuenta la necesidad de cumplir objetivos que resulten de beneficios para cierta organización, para hacer posible lo mencionado y por ende se tiene que tomar en cuenta las técnicas de planificación de la gestión de calidad. Se realiza una gestión de la calidad a nivel de todas las áreas de la empresa, no solo los procesos operativos, que implica a todos los trabajadores, y en especial a la alta dirección. Sino que también se considera modelos de excelencia empresarial como el EFQM, modelos de gestión de Calidad Total (TQM), esto promueve la adopción de un enfoque basado en procesos cuando se desarrolla, implementa y mejora la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, y para que la empresa logre alcanzar una satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos.

Según CAMISON (2006) manifiesta que la gestión de calidad es, un constructo inobservable, en absoluto fácil de conceptualizar y medir si no es a través de otras variables directamente observables aunque sólo sea a través de percepciones. Así mismo señala que la gestión de calidad

mantiene una incertidumbre para hacer posible la práctica y los enfoques que relaciona para la gestión de calidad en el cual dentro de ello se conoce con seguridad principios y técnicas, Con este proceder se olvidan partes importantes de las dimensiones organizativa, cultural y estratégica del enfoque. Este modo de medir el constructo no permitiría valorar adecuadamente el hecho de que una empresa esté adoptando parte de las prácticas y técnicas asociadas con la Gestión de la Calidad, sin estar comprometida con sus principios.

Según DEMING (2001) considera que la gestión de calidad mantiene un alto nivel de importancia para las empresas debido a que es predecible el grado de informalidad y hace posible que existan precios bajos con gran importancia dentro de un mercado competente y hace posible el acceso para los consumidores.

2.2.1.2. CARACTERISTICAS

WIKIPEDIA (2012) hace mención a la importancia de la gestión de calidad y precisa que en general la calidad es vital para la organización puesto que hace que un producto sea consistente, la gestión de calidad cuenta con cuatro características.

- **PLANEAMIENTO DE CALIDAD:** las organizaciones son las responsables de la Gestión de una excelente calidad que pueda ofrecer un producto al consumidor, el

cual será de mucha importancia para el prestigio y reconocimiento dentro del mercado.

- **CONTROL DE CALIDAD:** esta se basa precisamente en la solución de problemas que puedan existir dentro de un producto por la falta de calidad, y que no se llega a cumplir las cualidades esperadas
- **ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD:** es el seguimiento de líneas de actuación planificada y sistemática dentro de un sistema de gestión de calidad de la organización, lo cual debe ser demostrado con objeto de ofrecimiento de confianza adecuada, tanto para la empresa como para los consumidores y proveedores.
- **MEJORAS EN LA CALIDAD:** es la mejora continua que ofrecen las organizaciones con sus productos y satisfacen de una manera eficiente a sus consumidores, esto también engloba al desempeño que puedan tener sus colaboradores dentro de la organización.

2.2.1.3. PRINCIPIOS.

Dentro de la gestión de calidad existen principios que hacen que una empresa del siglo XXI se encuentre relacionada a los cambios y deben consolidar y transmitir confianza de cambio dentro de la alta dirección de la organización, según las normas ISO 9001 señala que la organización tiene que tomarse no como un sistema de implementación, sino como un sistema de

referencia y que se obtengan resultados de calidad, dentro de los principios podemos encontrar ocho.

- **ENFOQUE AL CLIENTE:** La organización debe comprender las necesidades de sus clientes actuales y futuras debido a que se debe a ellos mismos, por lo tanto, debe conocer cuáles son sus expectativas, que le gustaría que la organización le ofreciera, que cambios debería tener el producto o servicio, para lograr todo ello la empresa debe dedicarse a sus clientes específicamente, estar al tanto de los cambios o nuevas expectativas que aparecen dentro del mercado y dar respuesta de solución a los diferentes cambios que se dan dentro del rubro.
- **LIDERAZGO:** La alta dirección debe crear un ambiente comunicativo dentro de la organización eh implantar un propósito y una orientación de hacia dónde quieren llegar, cuales son los objetivos y metas por lograr, para ello se debe mantener muy de cerca al colaborador eh incentivarlo y brindarle motivación, confianza para que se sienta capaz de lograr lo que se plantea en equipo. El liderazgo es una cadena que involucra a todo el equipo de la organización y sobre todo a la alta dirección quien es responsable de los logros obtenidos en equipo.
- **PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL:** Dentro de la organización se debe tener muy en claro que el personal es la esencia fundamental para poder lograr ciertos objetivos

planteados, esto debido a que la empresa explota las habilidades y compromiso del colaborador y que sirven para el beneficio de la empresa, por tal razón la empresa debe tener muy de cerca al personal brindarte atención, confianza y hacerle sentir que su esfuerzo es la esencia de la empresa y que sin su compromiso no sería posible lograr los objetivos.

- **ENFOQUE BASADO EN PROCESOS:** Dentro de una organización se valora los resultados obtenidos, todo esto se consigue cuando las actividades y los recursos se desarrollan de una manera muy eficiente y hace posible que los procesos sea la parte fundamental de cada logro obtenido.
- **ENFOQUE DE SISTEMA PARA LA GESTIÓN:** La organización debe identificar y sobre todo, gestionar para tener un sistema que contribuya en la eficiencia, eficacia de la empresa por el cual será muy importante detectar y gestionar de una forma muy específica cada proceso que se desarrollara y que hará posible el logro de los objetivos planteados.
- **MEJORA CONTINUA:** La organización está obligada a una mejora permanente debido a la competencia y apareamiento de nuevas expectativas, por ello se deben aplicar procesos para lograr tener resultados, es muy importante dentro de la organización el saber planificar,

hacer, verificar y actuar para tener una mejora permanente.

- **ENFOQUE BASADO EN ECHOS PARA LA TOMA DE DECISIÓN:** Dentro de la organización siempre es importante tomar decisiones para mejorar cada proceso, para ello es importante basarse en análisis de datos de información obtenidos que puedan ayudar a evitar cualquier caos dentro de la organización,
- **RELACIONES MUTUAMENTE CON EL PROVEEDOR:** Para la organización es muy importante tener una comunicación asertiva con sus proveedores, debido a que le permite aumentar la capacidad para crear valor y el desarrollo de nuevas estrategias que hace posible mejorar la productividad y rentabilidad de ambos. El sistema de gestión de calidad se basa en una decisión estratégica que opta en tomar cada dirección de la empresa.

2.2.2. SATISFACCIÓN AL CLIENTE

2.2.2.1. DEFINICIÓN

Según **Philip Kotler**, define la satisfacción del cliente 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, esperadas por medio del cliente, así mismo mide el grado de lealtad que el cliente puede tener con la empresa por el cual la empresa se

hallara obligada a utilizar estrategias que le permita fidelizar los cliente y le entregue más de lo que puedan esperar.

Según **J.D.Power And Associates**, considera que la satisfacción del cliente se basa específicamente en los indicadores siguientes: La fidelidad, recomendación verbal, precios extra, mayor nivel de ventas, lo cual son fundamentales para que una organización logre tener una posesión estable dentro del mercado y que le permita ofrecer productos de calidad y sobre todo la aceptación del cliente.

Según Lic: VIVAS (2010) considera que la satisfacción de los clientes son reglas generales que les permite a la organización tener mucho más de cerca a sus clientes, considera que cien clientes producen 25 clientes más, además esto hará posible que sus propios cliente se encarguen de hacer publicidad y comentar sus propias experiencias, pero la empresa debe responder ante los problemas que les genera necesidad a sus clientes, la satisfacción del cliente se debe entender como la medida que una empresa ha resuelto las carencias y/o problemas manifestados por los clientes.

2.2.2.2. CARACTERISTICAS

Según **Philip Kotler**, considera que la gestión de calidad se logra bajo las siguientes características:

- **Rendimiento Percibido:** Se hace referente al desempeño que el cliente recibió por parte de la atención de un miembro de la organización, el cual le haya permitido sentirse seguro del servicio o producto que recibió. El rendimiento podrá ser determinado desde el punto de vista del cliente, resultando el

convencimiento y la emoción que siente el cliente. El "rendimiento percibido" puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el "cliente".

- **Las Expectativas:** esta se produce a raíz de la compra u/o obtención de un producto o servicio por parte de la empresa, el cual lo sentirá satisfecho al cliente y hará posible la fidelización, todo ello se lograra cuando la empresa brinda beneficios por medio de los productos, además las opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes hacen que la organización mejore.

2.2.2.3. NIVELES

Según CUENCA (2019) Señalan que el nivel de satisfacción del cliente se ha convertido en uno de los principales temas de estudio dentro del contexto del comportamiento del cliente, en el cual podemos encontrar los siguientes niveles:

- **Los Niveles de Satisfacción:** Después de la obtención de un producto o servicio, el cliente podrá medir el grado de satisfacción mediante:
- **Insatisfacción.** Eso se produce cuando el cliente no creer haber encontrado las expectativas esperadas mediante la adquisición del producto.

- **Satisfacción:** Se produce cuando el cliente está totalmente convencido con lo que la empresa le ofreció, además cree que fueron satisfechas sus necesidades.
- **Complacencia:** Hace referencia al excelente desempeño que hace la empresa y se denota por el cliente mediante lealtad al adquirir un producto o servicio, eso hará posible la fidelización. Por ese motivo, las empresas inteligentes buscan complacer a sus clientes mediante prometer solo lo que pueden entregar, y entregar después más de lo que prometieron.

223. MYPES

El 02 de Julio del 2013, el Congreso de la República promulgó la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”. Este tiene entre sus objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). Incluye modificaciones a varias leyes entre las que está la actual “Ley MYPE” D.S. N° 007-2008-TR. “Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente”.

III. HIPÓTESIS

Según **Sabino (1986)** nos señala que la investigación de tipo descriptiva se basa en realidades de hechos, así mismo sobre características fundamentales que permiten presentar una interpretación correcta. También nos señala que para la investigación descriptiva la razón primordial radica en poder descubrir características fundamentales de conjuntos homogéneos haciendo uso de criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto su estructura y comportamiento.

IV. METODOLOGÍA

4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Por la naturaleza del problema este proyecto de investigación es de carácter **DESCRIPTIVO (Tamayo)** “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente”.

4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Debido a que solo se evaluará mediante gráficos y estadísticas que nos permitirán obtener resultados de los puntos más importantes a evaluar, el nivel de investigación es de carácter **CUANTITATIVO**. Según Fernández y Díaz, (2002) la investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede.

4.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Kerlinger (1979) “La investigación **NO EXPERIMENTAL** resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones”. De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio, lo cual estos son observados en su ambiente natural, en su realidad.

Dónde:

M= Muestra conformada por las MyPes.

O= Observación de las variables: Gestión de Calidad y

Satisfacción del Cliente.

M  O

M : Muestra

O : Observación de la muestra

4.4. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 1: Población de Investigación

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENCIONES	INDICADORES	ITEMS(PREGUNTAS)	ESCALA DE MEDICIÓN
GESTIÓN DE CALIDAD	Según CALVO (2012) considera que la gestión de calidad es el control y el manejo de sistemas lo cual incluyen políticas y sobre todo objetivos que resulten de la calidad, así mismo este hará posible el aseguramiento de la calidad de la gestión, dentro del marco de todo se debe tener en cuenta la necesidad de cumplir objetivos que resulten de beneficios para cierta organización.	Se pretenderá determinar, describir las características de la gestión de calidad de las MyPes, materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes, indicadores, formuladores de preguntas.	CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD	CALIDAD	¿La empresa le ofrece un producto de buena calidad?	NOMINAL
				CONTROL	¿La empresa controla el buen estado y manipulación de cada producto que ofrece al cliente?	NOMINAL
				MEJORA CONTÍNUA	¿Las máquinas y servicios de la empresa donde se encuentran ubicados los insumos son adecuados?	NOMINAL
				PRIORIZACIÓN DEL CLIENTE	¿Considera que la empresa se preocupa por el cliente en satisfacer sus necesidades con producto de calidad?	NOMINAL
			PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD	GESTIÓN	¿La empresa estudia las condiciones económicas del cliente, para ofrecer nuevos productos?	NOMINAL
				LIDERAZGO	¿El personal de atención al cliente demuestra liderazgo y motivación?	NOMINAL
				COMUNICACIÓN	¿El contacto con los clientes se da de una manera muy cordial y empática?	NOMINAL
				BENEFICIOS	¿La empresa considera al cliente ofreciéndole beneficios, ofertas o descuentos?	NOMINAL

FUENTE: Elaboración Propia

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS(PREGUNTAS)	ESCALA DE MEDICIÓN
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Según Philip Kotler , nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas, esperadas por medio del cliente	Se pretenderá determinar, describir las características de la satisfacción al cliente de las MyPes, materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes, indicadores, formuladores de preguntas.	CARACTERÍSTICAS DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE	RENDIMIENTO PERCIBIDO	¿Considera usted que la higiene que se percibe externamente, se aplica dentro de la empresa?	NOMINAL
				SATISFACCIÓN	¿Se encuentra satisfecho con el producto, precios y atención que le brinda la Empresa?	NOMINAL
				CUMPLIMIENTO DE NECESIDADES	¿La empresa cubre las necesidades básicas y diarias de alimentación?	NOMINAL
				EXPECTATIVAS ESPERADAS	¿Considera usted que la empresa cumple con las expectativas esperadas del cliente?	NOMINAL
			NIVELES DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE	INSATISFACCIÓN	¿Siente usted insatisfacción cuando le ofrecen un producto de mejor calidad a mayor precio?	NOMINAL
				COMPLACENCIA	¿Se considera un cliente fiel a la empresa, debido a las condiciones que le ofrece?	NOMINAL
				ENFOQUE AL CLIENTE	¿Considera que la empresa ofrece sus productos basándose al Enfoque al Cliente?	NOMINAL
				EQUIDAD	¿Considera que la empresa es equitativa y brinda una atención adecuada, sin importar la clase social?	NOMINAL

FUENTE: Elaboración Propia

4.5. POLACIÓN Y MUESTRA

4.5.1. POBLACIÓN.

P1: En este caso para la variable Gestión de Calidad será de carácter infinito y se tomará en cuenta a los clientes de las MyPes del sector comercio rubro Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes. Por tanto considerando a **(López 2004)** La tendencia de los investigadores de la comunicación es querer aplicar una fórmula que les indique cuál será el número de personas a encuestar o a entrevistar. Lo que se hará en esta parte es ver algunas consideraciones para que el investigador tome en cuenta.

P2: En este caso para la variable Satisfacción del Cliente es de carácter infinito y se considera a los clientes de las MyPes del Sector Comercio rubro Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes, se tiene que la población es de 68 clientes y 10 MyPes.

Tabla 2: Población de investigación.

Ord	RAZÓN SOCIAL	Nº DE PROPIETARIOS
01	AVICOLA “ CORAZÓN DE JESUS”	01
02	AVICOLA “AVICIELO”	01
02	AVICOLA “PIOS”	01
03	AVICOLA “SANTISTEBAN”	01
04	AVICOLA “ALICORP”	01
05	AVICOLA “INDAVES”	01
06	AVICOLA “GARCIA”	01
07	AVICOLA “YOVERA”	01
08	AVICOLA “AVIMARKET”	01
09	AVICOLA “CORDOVA”	01
10	AVICOLA “MARY”	01
	TOTAL	10

Fuente: Elaboración propia

4.5.2. MUESTRA

Según Hernández, Fernández, Battista (2010); cuando la población es menor de 50 y la población de variables son infinitas no requiere de aplicación matemática, entonces se conoce las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de las variables Gestión de Calidad y Satisfacción del Cliente, se aplicó la siguiente fórmula.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Donde:

n= a ser estudiada

Z= considerado (para 90% de confianza Z=1.645

p= probabilidad 0.5%

q= no probabilidad (donde Q= 1-P)

q= 0.5%

e= error permitido 10%

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.645)^2(0.50)(0.50)}{(0.1)^2}$$

$$n = \frac{(2.706025)(0.25)}{(0.01)}$$

$$n = \frac{0.67650625}{0.01}$$

$$n=67.650625$$

$$n=68 \text{ clientes}$$

Según Hernández considera que de acuerdo al instrumento la muestra asciende a 68 clientes, quienes serán encuestados para las variables de Gestión de calidad y Satisfacción del cliente.

4.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

Técnicas:

Según, (Grasso, 2006:13). La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas, así por ejemplo:

Las técnicas que se utilizaron dentro de mi proyecto de investigación fueron:

La encuesta: El cual está conformada por 16 interrogantes, me permitió recoger información real de los clientes que acuden frecuentemente a la empresa a realizar sus compras, como también ver el grado de satisfacción por cada cliente.

Observación Directa: Fue muy importante al momento de encuestar debido a que permitió identificar las características de los encuestados y cuál es la situación real de la entidad, así mismo permitió identificar la problemática en su totalidad.

Bibliografía: Se analizó a cada uno de los autores que hablaron sobre lo que es Gestión de Calidad y Satisfacción al Cliente, de los cuales hice uso de su información para la elaboración de mi proyecto.

Instrumentos:

Para García, (2002). El cuestionario, vienen a ser preguntas formuladas de manera ordenada, de las dimensiones de cada una de las variables en investigación, que aborda la encuesta. Esta triangula mediante los objetivos

específicos y el marco teórico de la investigación, con las respuestas que se obtienen de la muestra.

El cuestionario: Fue el instrumento fundamental que hice uso para obtener resultados fidedignos y veraces para la obtención de información por medio de los clientes que acuden a las diferentes MyPes del sector comercio rubro Avícolas del Centro Poblado Andres Araujo Moran – Tumbes.

Cronograma de Actividades: Fue muy importante para llevar a cabo el desarrollo de mi proyecto, debido a que se establecieron fechas de desarrollo de actividades, aplicado de encuesta, tabulación, desarrollo de actividades, etc.

4.7. PLAN DE ANÁLISIS

Según **Alarcón & Gutiérrez**, señala que el plan de análisis refleja las medidas de las variables de Gestión de Calidad y satisfacción del Cliente de la misma forma serán presentados señalando los modelos y las técnicas de estadísticas de las que se harán uso, así mismo para el procesamiento de los datos y elaboración del proyecto se utilizarán los sistemas informativos e informáticos como son: El internet, Microsoft office (Power Point, Word, Excel, etc.) los cuales permitirán construir cada parte de mi investigación.

Word: servirá para confeccionar el proyecto de investigación y redactarlo de manera más estructurada para que sea presentado ante los representantes y tutores porque me brinda un nivel de confianza.

Microsoft Excel: Dicho programa me ha permitido realizar cálculos estadísticos; pues mediante este programa se arrojó la información para que se realicen las tablas de los resultados de la encuesta aplicada a los gerentes.

Power Point: este programa me facilitó hacer mis diapositivas en las cuales explicare los puntos importantes de mi proyecto de mi investigación y de esta manera hare mi exposición ante el jurado y el docente tutor.

Turnitin: Dicho programa; me permitió conocer el nivel de plagio de mi informe de investigación y de esa manera poder ir mejorando de acuerdo a lo establecido por el docente asesor.

4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tabla 3: Matriz de consistencia

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	POBLACIÓN Y MUESTRA	MÉTODO Y DISEÑO	INSTRUMENTO Y PROCEDIMIENTO
¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MyPes del sector comercio rubro avícolas del centro poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes 2019?	Objetivo General. Determinar la caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MyPes del sector comercio, rubro Avícolas del centro poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes 2019	Según Sabino (1986) nos señala que la investigación de tipo descriptiva se basa en realidades de hechos, así mismo sobre características fundamentales que permiten presentar una interpretación correcta.	♦ GESTION DE CALIDAD	POBLACION: P1: GESTIÓN DE CALIDAD – FINITA. P2: RENTABILIDAD – SATISFACCIÓN DEL CLIENTE ♦ Según Hernández, Fernández, Battista (2010); cuando la población es menor de 50 no requiere de aplicación matemática, Siendo la muestra los 68 clientes.	TIPO DESCRIPTIVO NIVEL CUANTITATIVO DISEÑO NO EXPERIMENTAL	Procesamiento de los datos La recolección de datos se realizó utilizando los programas de informática EXCEL, POWER POINT 2013 Y WORD 2013.
	Objetivos Específicos Describir las Características De La Gestión De Calidad Y Satisfacción Del Cliente En Las MyPes Del Sector Comercio Rubro Avícolas Del Centro Poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes 2019					
	Determinar los Principios de Calidad en las MyPes, Sector Comercio Rubro Avícolas Del Centro Poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes 2019		♦ SATISFACCIÓN DEL CLIENTE			
	Determinar las características de satisfacción del cliente en las MyPes Del Sector Comercio Rubro Avícolas Del Centro Poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes 2019					
	Determinar los niveles de satisfacción del cliente en las MyPes del sector Comercio Rubro Avícolas Del Centro Poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes 2019.					

Fuente: Elaboración Propia

4.9. PRINCIPIOS ÉTICOS

La presente investigación obtiene valiosa información acerca de la Gestión de Calidad y Satisfacción del Cliente dentro del sector comercio rubro Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán - Tumbes. Arias (2013) señala que el investigador o investigadora está obligado a proteger a los participantes de riesgos, daños y amenazas que pudieran afrontar ellos y el equipo de investigación. Cualquier cuestión que los pueda dañar física y/o mentalmente, de manera irreversible o aún reversible, debe cancelarse.

Para su aprobación ética se presentará ante el Comité Institucional de Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

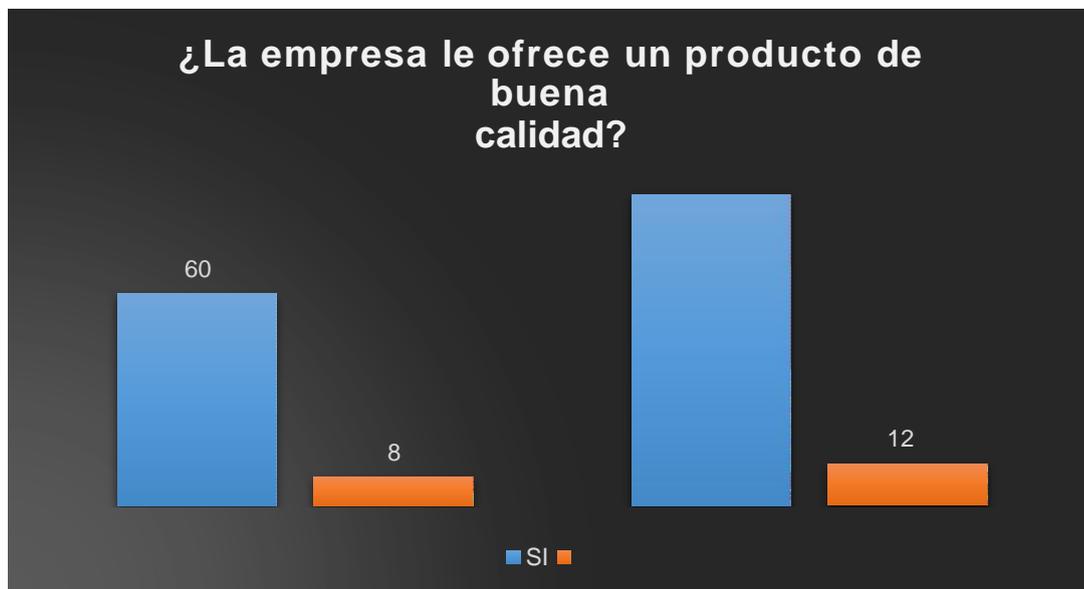
V. RESULTADOS

5.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Tabla y Grafico 1: ¿La empresa le ofrece un producto de buena calidad?

OPCION	Fi	Hi %
SI	60	88
NO	8	12
	68	100

FUENTE: Aplicada a los clientes de Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán Tumbes, 2019.



FUENTE: Elaboración Propia

Tabla y Grafico 2: ¿La empresa controla el buen estado y manipulación de cada producto que ofrece al cliente?

OPCION	Fi	Hi %
SI	45	66
NO	23	34
	68	100

FUENTE: Aplicada a los clientes de Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán Tumbes, 2019.

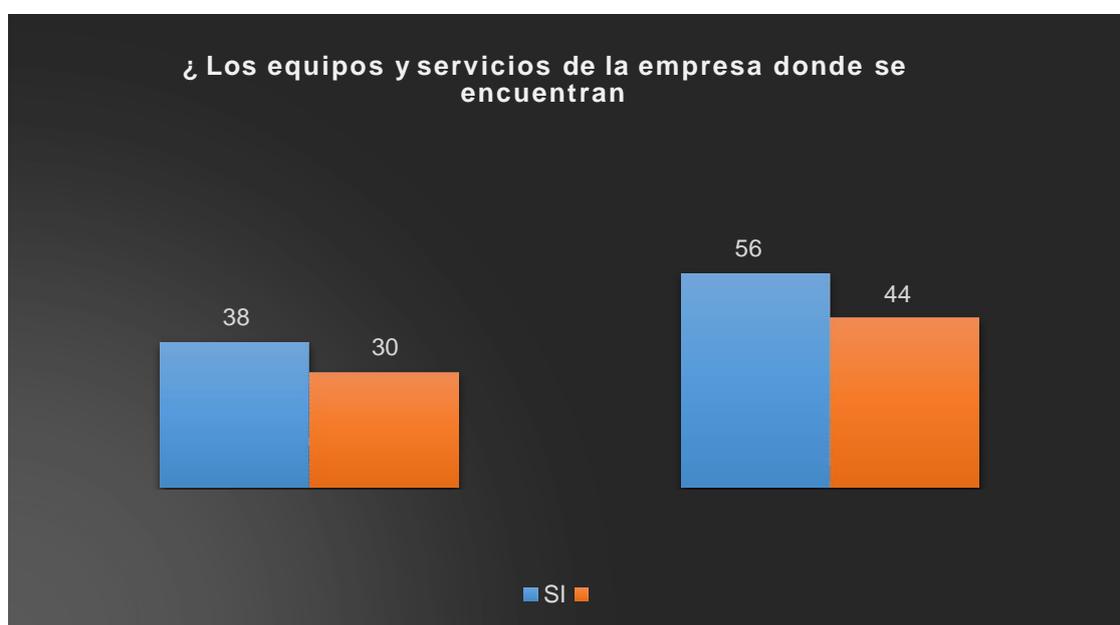


FUENTE: Elaboración Propia

Tabla y Grafico 3: ¿Los equipos y servicios de la empresa donde se encuentran ubicados los insumos son adecuados?

OPCION	Fi	Hi %
SI	38	56
NO	30	44
	68	100

FUENTE: Aplicada a los clientes de Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán Tumbes, 2019.

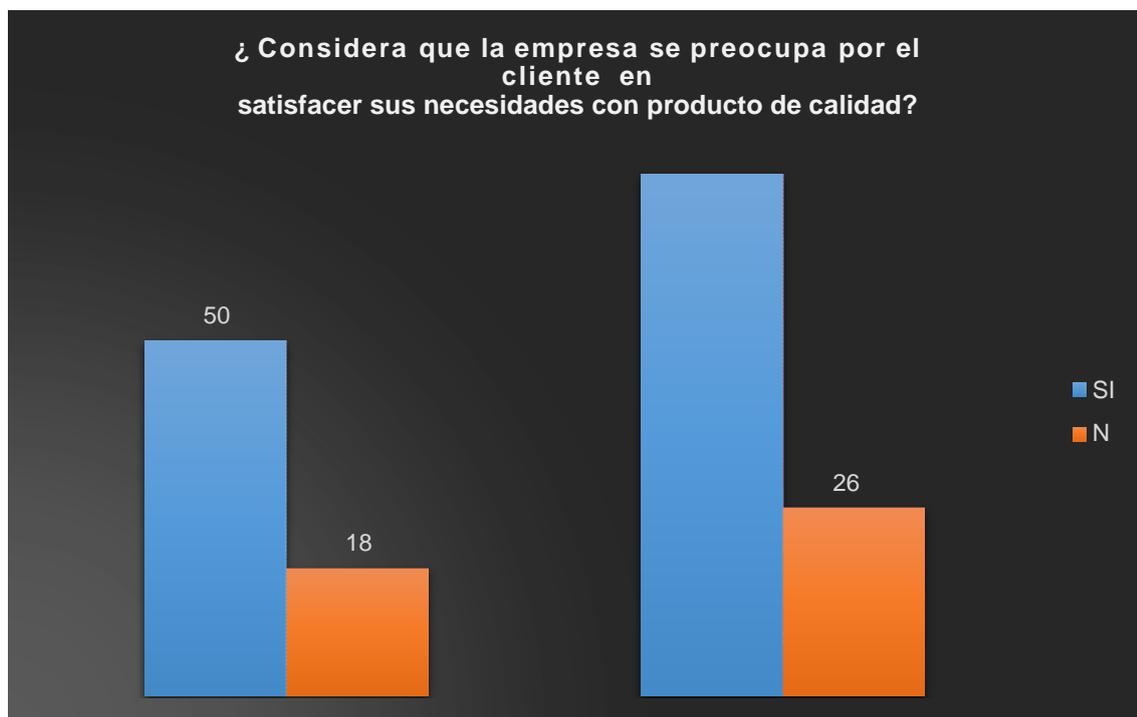


FUENTE: Elaboración Propia

Tabla y Grafico 4: ¿Considera que la empresa se preocupa por el cliente en satisfacer sus necesidades con producto de calidad?

OPCION	Fi	Hi %
SI	50	74
NO	18	26
	68	100

FUENTE: Aplicada a los clientes de Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán Tumbes, 2019.

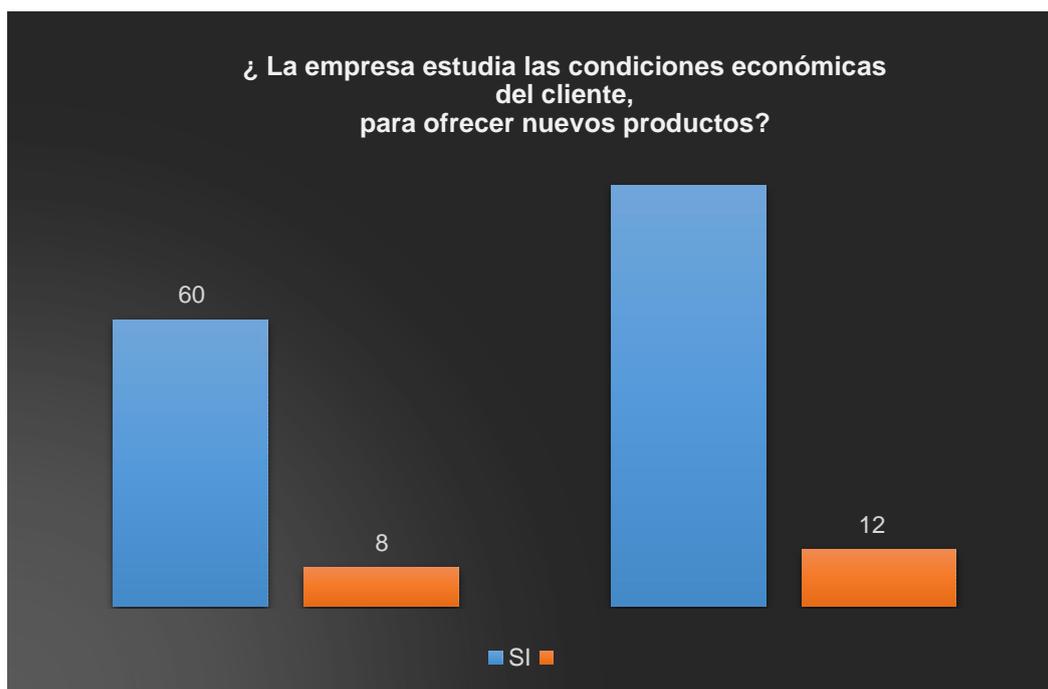


FUENTE: Elaboración Propia

Tabla y Gráfico 5: ¿La empresa estudia las condiciones económicas del cliente, para ofrecer nuevos productos?

OPCION	Fi	Hi %
SI	60	88
NO	8	12
	68	100

FUENTE: Aplicada a los clientes de Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán Tumbes, 2019.



FUENTE: Elaboración Propia

Tabla y Gráfico 6: ¿El personal de atención al cliente demuestra liderazgo y motivación?

OPCION	Fi	Hi %
SI	48	71
NO	20	29
	68	100

FUENTE: Aplicada a los clientes de Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán Tumbes, 2019.

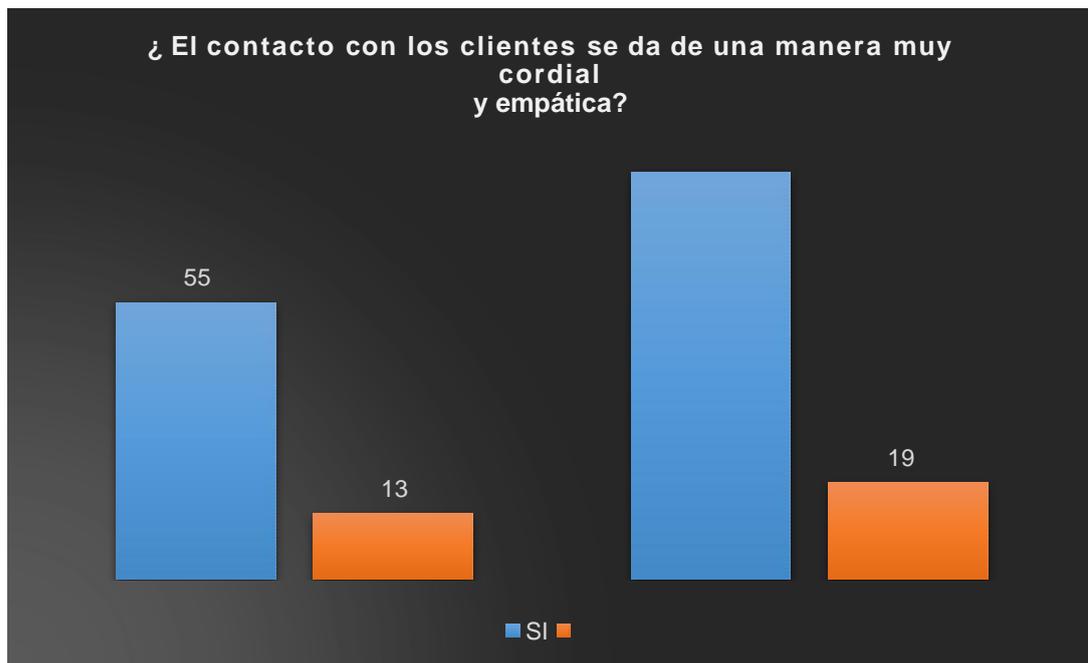


FUENTE: Elaboración Propia

Tabla y Gráfico 7: ¿El contacto con los clientes se da de una manera muy cordial y empática?

OPCION	Fi	Hi %
SI	55	81
NO	13	19
	68	100

FUENTE: Aplicada a los clientes de Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán Tumbes, 2019.

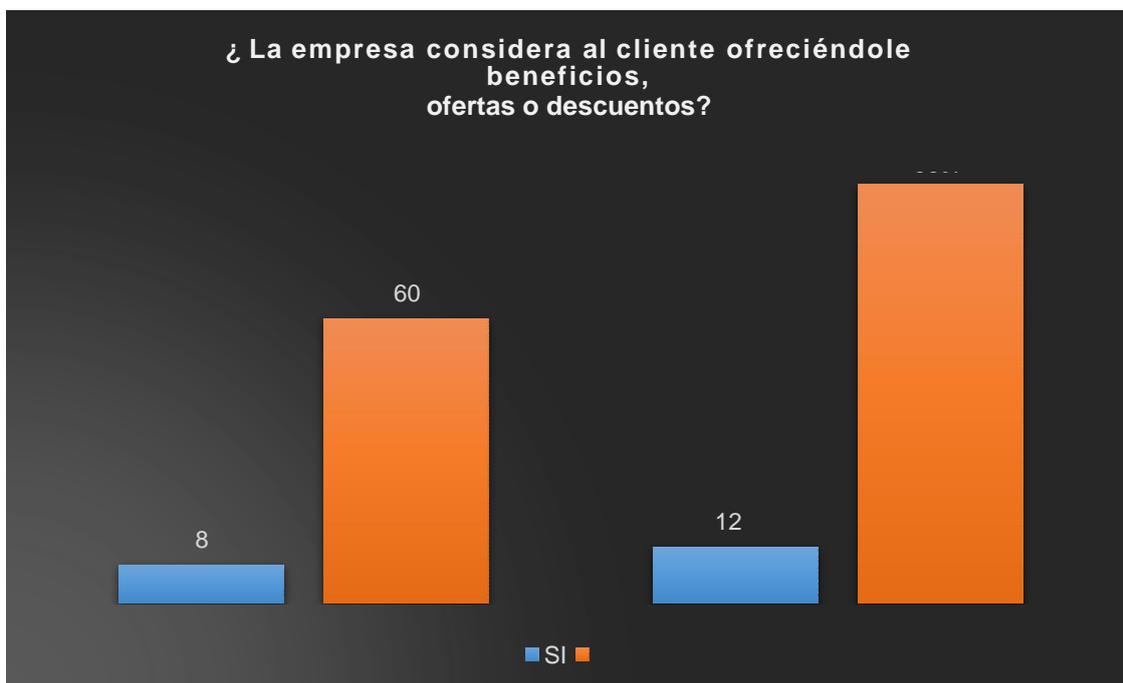


FUENTE: Elaboración Propia

Tabla y Gráfico 8: ¿La empresa considera al cliente ofreciéndole beneficios, ofertas o descuentos?

OPCION	Fi	Hi %
SI	8	12
NO	60	88
	68	100

FUENTE: Aplicada a los clientes de Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán Tumbes, 2019.

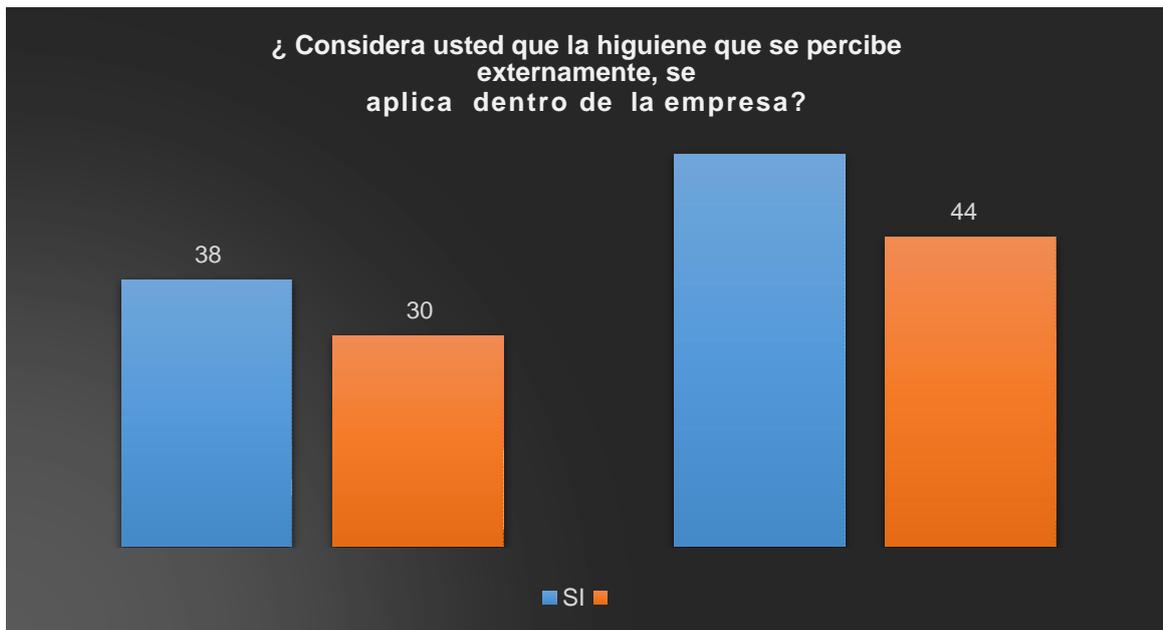


FUENTE: Elaboración Propia

Tabla y Gráfico 9: ¿Considera usted que la higiene que se percibe externamente, se aplica dentro de la empresa?

OPCION	Fi	Hi %
SI	38	56
NO	30	44
	68	100

FUENTE: Aplicada a los clientes de Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán Tumbes, 2019.

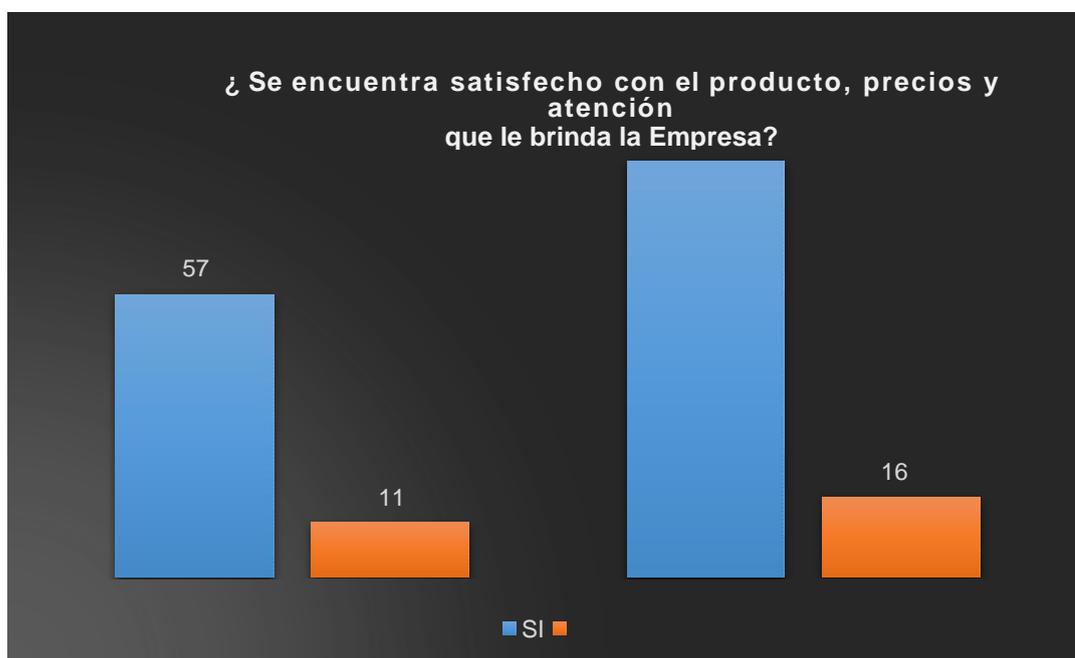


FUENTE: Elaboración Propia

Tabla y Gráfico 10: ¿Se encuentra satisfecho con el producto, precios y atención que le brinda la Empresa?

OPCION	Fi	Hi %
SI	57	84
NO	11	16
	68	100

FUENTE: Aplicada a los clientes de Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán Tumbes, 2019.

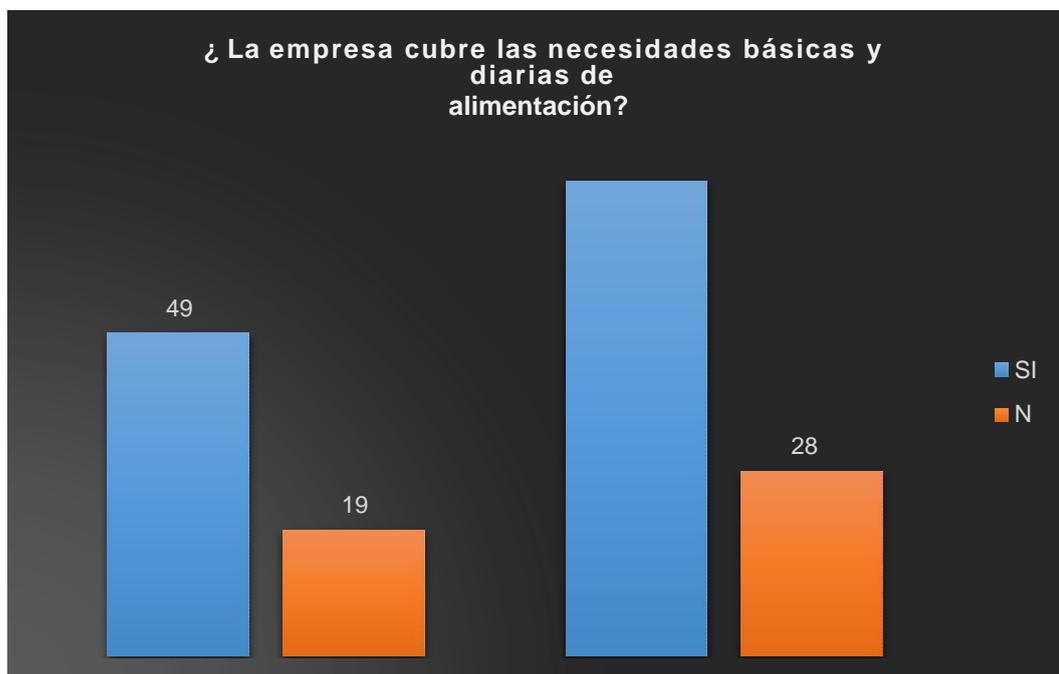


FUENTE: Elaboración Propia

Tabla y Gráfico 11: ¿La empresa cubre las necesidades básicas y diarias de alimentación?

OPCION	Fi	Hi %
SI	49	72
NO	19	28
	68	100

FUENTE: Aplicada a los clientes de Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán Tumbes, 2019.

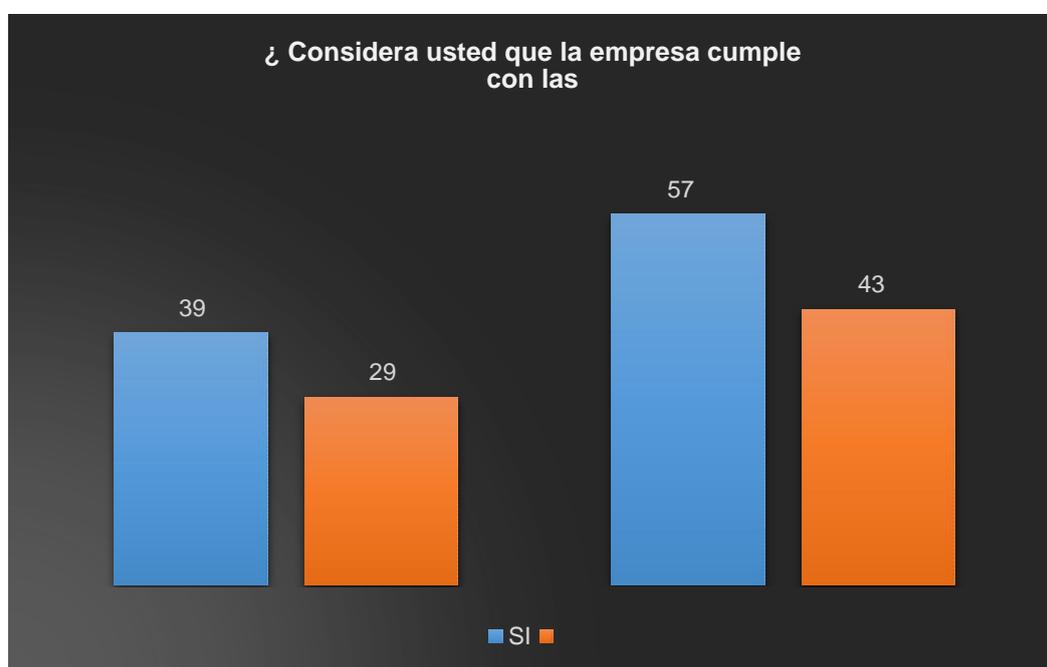


FUENTE: Elaboración Propia

Tabla y Gráfico 12: ¿Considera usted que la empresa cumple con las expectativas esperadas del cliente?

OPCION	Fi	Hi %
SI	39	57
NO	29	43
	68	100

FUENTE: Aplicada a los clientes de Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán Tumbes, 2019.

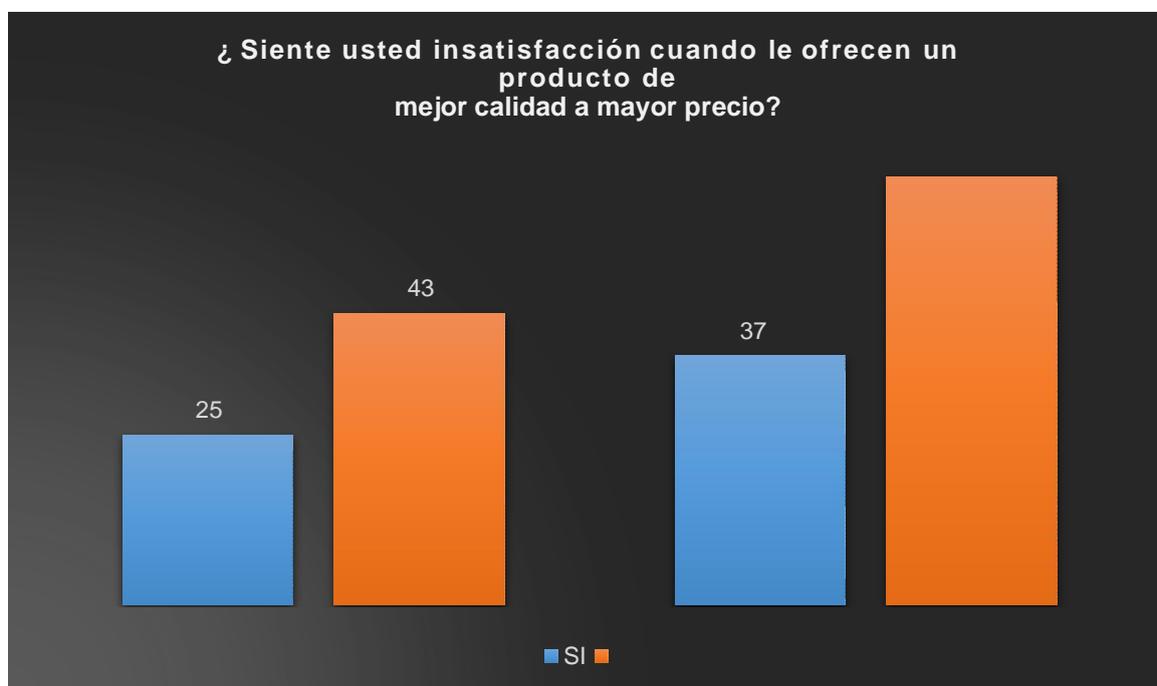


FUENTE: Elaboración Propia

Tabla y Gráfico 13: ¿Siente usted insatisfacción cuando le ofrecen un producto de mejor calidad a mayor precio?

OPCION	Fi	Hi %
SI	25	37
NO	43	63
	68	100

FUENTE: Aplicada a los clientes de Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán Tumbes, 2019.

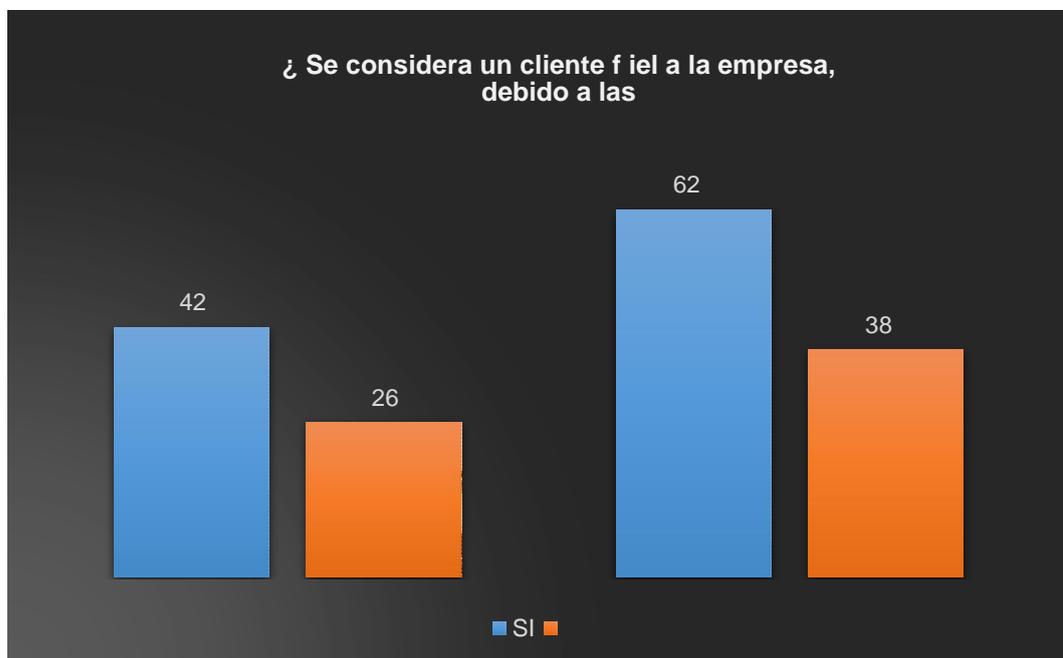


FUENTE: Elaboración Propia

Tabla y Gráfico 14: ¿Se considera un cliente fiel a la empresa, debido a las condiciones que le ofrece?.

OPCION	Fi	Hi %
SI	42	62
NO	26	38
	68	100

FUENTE: Aplicada a los clientes de Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán Tumbes, 2019.

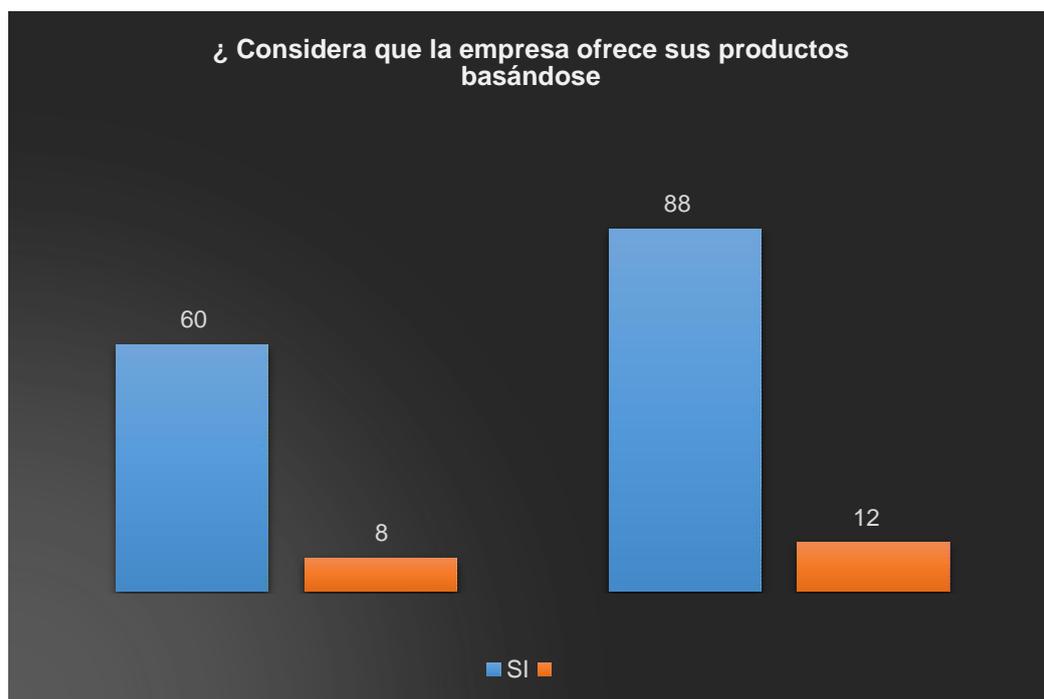


FUENTE: Elaboración Propia

Tabla y Gráfico 15: ¿Considera que la empresa ofrece sus productos basándose al Enfoque al Cliente?

OPCION	Fi	Hi %
SI	60	88
NO	8	12
	68	100

FUENTE: Aplicada a los clientes de Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán Tumbes, 2019.

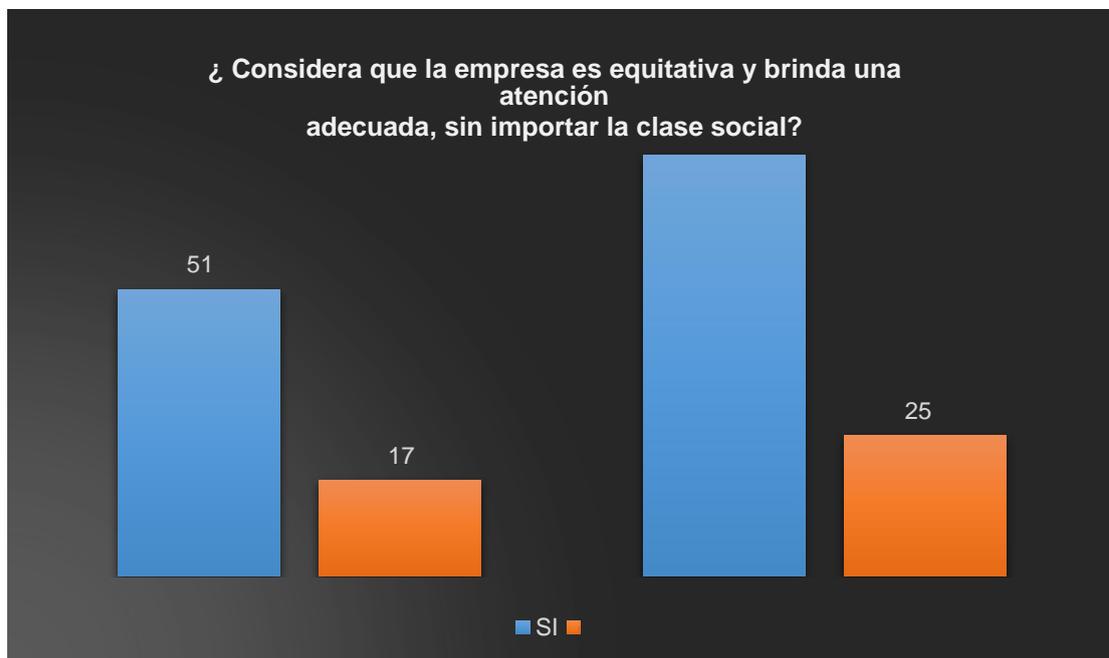


FUENTE: Elaboración Propia

Tabla y Gráfico 16: ¿Considera que la empresa es equitativa y brinda una atención adecuada, sin importar la clase social?

OPCION	Fi	Hi %
SI	51	75
NO	17	25
	68	100

FUENTE: Aplicada a los clientes de Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán Tumbes, 2019.



FUENTE: Elaboración Propia

5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.2.1. Según mi objetivo específico 01:

En la tabla 01 grafico 01, luego de aplicar la encuesta a los cliente del rubro Avícolas, consideran que la empresa hace uso de calidad, el cual al 100% (68) clientes respecto a la variable gestión de calidad; el 88% (60) de los comensales considera que la empresa ofrece un producto de buena calidad y el 12% (8) considera que no ofrecen productos de buena calidad, lo cual corroboro la información con el autor Cruz (2016) quien considera que la empresa tiene la necesidad de cambiar y para ello es sumamente necesario brindar un buen servicio o producto.

En la tabla 02 grafico 02, luego de aplicar la encuesta a los cliente del rubro Avícolas, consideran al 100% (68) clientes, respecto a la variable gestión de calidad; el 66% (45) de los comensales considera que la empresa tiene buen cuidado de los productos que ofrece al cliente y los mantiene en un buen estado de consumo y el 34% (23) consideran que los productos ofrecidos no los mantienen en un buen estado, información que se corrobora con el Autor Castillo (2019) quien manifiesta que los beneficios son necesarios y permite una mejore dentro de la empresa y esta se podrá conseguir ofreciendo productos en buenas condiciones de consumo.

En la tabla 03 grafico 03, luego de ser aplicada la encuesta al 100% (68) clientes respecto a la variable gestión de calidad; el 56% (38) de los comensales consideran que los equipos y servicios donde se encuentran ubicados los insumos no están en óptimas condiciones para el uso de alimentos, y el 44%(30) considera lo contrario, información que se corrobora con el Autor Castillo (2019) donde considera que la gestión de

calidad se basa en lo económico, confiable y satisfacción, por ello se debe brindar un producto que se encuentre reservado en buenas condiciones.

En la tabla 04 grafico 04 luego de aplicar la encuesta a los clientes de rubro Avícolas al 100% (68) clientes respecto a la variable gestión de calidad; el 74% (50) de los comensales considera que la empresa se enfoca en satisfacer las necesidades del cliente con productos de buena calidad y el 26% (18) considera que la empresa no considera las necesidades del cliente. Corroboro la información con el Autor Querevalu (2019) quien considera que es muy importante tener una buena relación con el cliente y saber cuáles son sus necesidades o expectativas, de igual forma brindarle una buena atención.

5.2.2. Según mi objetivo específico 02:

En la tabla 05 grafico 05, luego de aplicar la encuesta a los clientes del rubro Avícolas, al 100% (68) clientes respecto a la variable gestión de calidad; el 88% (60) de los comensales considera que la empresa estudia condiciones económicas para poder ofrecerles un nuevo producto y que se sientan satisfechos y el 12% (8) considera que no toman en cuenta la situación económica del cliente, información que discrepo con el Autor Albildo (2019) quien considera que la buena atención es la comunicación y no es necesario estudiar al cliente para ofrecerle un producto y fidelizar el cliente.

En la tabla 06 grafico 06, luego de aplicar la encuesta a los clientes del rubro Avícolas al 100% (68) clientes respecto a la variable gestión de calidad; el 71% (48) de los comensales considera que los miembros de la empresa tiene motivación personal y liderazgo para atender a sus clientes y

el 29% (20) manifiestan lo contrario, corroboro la información con el Autor Albildo (2019) quien manifiesta que es muy importante estar capacitado y motivado para tener una mejor atención al cliente y de esa manera posesionarse dentro del mercado.

En la tabla 07 grafico 07 luego de aplicar la encuesta a los clientes del rubro Avícolas el 100% (68) clientes respecto a la variable gestión de calidad; el 81% (55) de los comensales consideran que los miembros de la empresa tienen la capacidad de desenvolvimiento para llegar a los clientes de una manera muy empática y cordial y el 19% (13) considera que no están capacitados para atención al cliente, corroboro la información con el Autor Villamar (2016) quien considera que el desempeño permite mejorar la eficiencia y poder esa capacidad para ser productivo dentro de la empresa.

En la tabla 08 Grafico 08, luego de aplicar la encuesta a los clientes de rubro Avícolas al 100% (68) clientes respecto a la variable gestión de calidad; el 12% (8) de los comensales considera que la empresa ofrece beneficios, ofertas y descuentos a sus clientes y el 88% (60) considera que la empresa no ofrece ningún tipo de beneficio, descuento ni oferta para fidelizar clientes, información que se corrobora con el Autor Bazante (2015) donde manifiesta que si hay servicios de manera deficiente, pues esta desencadena insatisfacción del cliente, lo mismo sucederá si la empresa no ofrece beneficios o descuentos al cliente.

523. Según mi objetivo específico 03:

En la tabla 09 grafico 09, luego de aplicar la encuesta a los clientes de rubro Avícolas al 100% (68) clientes, respecto a la variable satisfacción del cliente; el 56% (38) de los comensales consideran que si se aplica la higiene

dentro de la empresa el cual se percibe externamente y el 44% (30) considera que no la aplica la higiene en general, tanto interna como externamente, información que se corrobora con el Autor Cuenca (2018) quien considera que el personal no considera la percepción del cliente, el cual hará que el cliente no se siente satisfecho.

En la tabla 10 y grafico 10, luego de aplicar la encuesta a los clientes del rubro Avícolas al 100% (68) clientes respecto a la variable satisfacción del cliente; el 84% (57) de los comensales consideran que se encuentran totalmente satisfechos con el producto precio y atención que reciben por medio de los miembros de la empresa y el 16% (11) considera que no están satisfechos con lo que les ofrece la empresa, lo discrepo con el Autor Coloma y Jara (2018) quien considera que la falta de gestión administrativa permite conocer oportunidades, pero según mi información considero que se puede ser líder dentro del mercado ofreciendo un producto de calidad y teniendo un precio estándar.

En la tabla 11 grafico 11, luego de aplicar la encuesta al 100% (68) clientes respecto a la variable satisfacción del cliente; el 72% (49) de los comensales considera que la empresa si cumple en cada una de las necesidades de sus clientes y el 28% (19) considera que no se sienten satisfechos por lo ofrecido por los clientes, el cual den ofrecer variedad de productos, corroboro con la información con el Autor López y Preciado (2018) quien considera que los clientes se sienten satisfechos con lo que la empresa les ofrece y cumple con las necesidades requeridas.

En la tabla 12 grafico 12, luego de aplicar la encuesta a los clientes del rubro Avícolas al 100% (68) clientes respecto a la variable satisfacción del

cliente; el 57 % (39) de los comensales consideran que la empresa cumple con las expectativas esperadas por parte de los cliente y se esmera en mejorar cada día, y el 43% (29) manifestaron que no ven las expectativas esperadas por parte de ellos, se corrobora la información con el Autor Mondragón y Silva (2016) quienes consideran que la empresa plantea soluciones para cual cualquier deficiencia que se presente y preste un servicio mejor, lo cual hace que el cliente se sienta satisfecho y vea las expectativas esperadas por ellos mismos.

5.24. Según mi objetivo específico 04:

En la tabla 13 grafico 13, luego de aplicar la encuesta a los clientes del rubro Avícolas al 100% (68) clientes, respecto a la variable satisfacción del cliente; el 37% (25) de los comensales consideran que si les produce insatisfacción cuando les ofrecen productos a mayor costo, debido a que tienen un límite de gasto diario y el 63% (43) considera que no les causa insatisfacción cuando les ofrecen nuevos productos a mayor precio, corroboro la información con el autor Ramos y Romero (2016) donde manifiestan que si una empresa no opera con un plan que le sirva de guía, no podrá desarrollarse, es así que si la empresa no ofrece un producto de acuerdo a la situación económica del cliente no podrá mantenerse dentro del mercado.

En la tabla 14 grafico 14, luego de aplicar la encuesta a los clientes del rubro Avícolas al 100% (68) clientes, respecto a la variable satisfacción del cliente; el 62% (42) de los comensales consideran que si son fieles a la empresa que les ofrece el producto, debido a la atención y precios que obtienen y el 38% (26) consideran que no son clientes fidelizados por la

empresa, corroboro la información con el Autor Castillo (2019) quien considera que la fidelización del cliente se logra teniendo una buena atención y ofreciendo buenos productos.

En la tabla 15 grafico 15, luego de aplicar la encuesta a los clientes del rubro Avícolas al 100% (68) clientes, respecto a la variable satisfacción del cliente; el 88% (60) de los comensales consideran que la empresa ofrece nuevos productos teniendo en cuenta el enfoque al cliente, para poder fidelizar más clientes y el 12% (8) considera que la empresa no considera el enfoque al cliente, corroboro la información con el Autor Bances (2018) considera que la se debe hacer uso de factores básicos para lograr una calidad de servicio y un mejor control al cliente, esto hace referencia a la importancia que le toma la empresa al cliente.

En la tabla 16 grafico 16, luego de aplicar la encuesta a los clientes del rubro Avícolas al 100% (68) clientes respecto a la variable satisfacción del cliente; el 75% (51) de los comensales considera que la empresa es equitativa con todos sus clientes al ofrecerles productos a los mismo precios sin tener en cuenta la clase social y el 25% (17) consideran todo lo contrario, información que discrepo con el Autor Mondragón y Silva (2016) quien considera que la empresa brinda una atención individualizada al cliente, lo cual dentro de mi investigación pude encontrar que la MyPes brindan una atención igualitaria para todos.

VI. CONCLUSIONES

- Según el objetivo específico 01 se describe que las características de acuerdo a la gestión de calidad, la empresa se enfoca en brindar una buena atención a sus cliente y además poderle brindar un producto de calidad para el consumo humano, así mismo la empresa busca saber cuáles son sus necesidades y poder ofrecerles nuevos productos en precios accesibles para todos.
- Según el objetivo específico 02 se determina que los principios para ofrecer un producto de calidad, la empresa hace estudio de las condiciones económicas de sus clientes para poderles ofrecer un producto, teniendo en cuenta la comunicación, la motivación y el liderazgo por parte de los miembros de la empresa para llegar hacia sus clientes.
- Según el objetivo específico 03 se concluye que para determinar las características de satisfacción de los clientes la empresa se enfoca en la buena calidad eh higiene del producto, de igual manera consideran la atención al cliente como parte fundamental para que se sienta satisfecho.
- Según el objetivo específico 04 para determinar los niveles de satisfacción, la empresa consideran los precios de productos, trato y enfoque al cliente, que permita satisfacción, así mismo que el cliente se sienta importante para la empresa sin ser subestimado por clase social.

VII. RECOMENDACIONES

- De acuerdo al objetivo específico 01, Se recomienda que la empresa haga uso de un plan de atención al cliente, para que de esa manera se pueda medir los resultados que se obtienen en cuanto a ventas semanales y mensuales, así mismo se recomienda que puedan utilizar volantes para promocionar nuevos productos.
- Según el objetivo específico 02, se recomienda que la empresa pueda capacitar a todo el personal, ofrecerles incentivos que les permita tener una motivación intrínseca que permita proponer retos, asumir responsabilidades, como también ser identificada esa motivación por los clientes y tener una comunicación asertiva.
- Según el objetivo específico 03, se recomienda que los miembros de la empresa utilicen implementos necesarios para la manipulación de productos, además recibir capacitación sobre buenas prácticas de manipulación (BPM), así mismo se debe controlar el nivel de temperatura de los productos congelados.
- Según el objetivo específico 04, se recomienda ofrecer una variedad de producto para que el cliente no tenga tan solo una alternativa de consumo y de esa forma exista una variedad de precios que estén al alcance del cliente, respecto al enfoque se recomienda tener un buen manejo de objeciones, realizar análisis de resultados, estudiar el cliente (costumbres, hábitos, cultura en general).

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Alejandro Mayra, Toala Silvia (2017) “*Modelo De Gestión Financiera Para Control De Liquidez En Exportjaime S.A*” Universidad De Guayaquil - Facultad De Ciencias Administrativas – Tesis para optar Título de Contador – recuperado de repositorio.ug.edu.ec – Recuperado de sitio de internet.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/23049/1/TESIS%20EXPORT.pdf>

Albildo Cristhian (2019) “*Gestión De Calidad En Atención Al Cliente Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Sector Servicio – Rubro Pollerías, En La Avenida Sánchez Carrión Distrito De El Porvenir, 2018*” Universidad Católica Los Angeles De Chimbote – Facultad De Ciencias Contables Financieras Y Administrativas – tesis para optar el grado de licenciado. Recuperado de Repositorio.uladech.edu.pe. Recuperado del sitio de internet.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10453/ATENCION_CLIENTE_ALBILDO_DOMINGUEZ_CRISTHIAN_JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bazante Alba (2015) “*Diseño De Un Sistema Administrativo Y De Gestión De Calidad Aplicado A La Empresa Profits Consulting Group, Del Cantón Guayaquil, Provincia Del Guayas*” Universidad De Guayaquil - Facultad De Ciencias Administrativas – Tesis para optar Título de Ingeniero – recuperado de repositorio.ug.edu.ec – Recuperado de sitio de internet.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/13661/1/Tesis%20Alba%20Bazante%20Garcia%20Final%20para%20presentar.pdf>

Bances Jahayra (2018) *“Caracterización De Gestión De Calidad Y Competitividad En Las MyPes De Servicios, Rubro Hoteles De Sechura (Piura), 2018”* Universidad Católica Los Angeles De Chimbote – Facultad De Ciencias Contables Financieras Y Administrativas – tesis para optar el grado de licenciado. Recuperado de Repositorio.uladech.edu.pe. Recuperado del sitio de internet. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3928/gestion_de_calidad_competitividad_bances_tume_eira_jahayra.pdf?sequence=1&isallowed=y

Cuenca Priscila (2019) *“Caracterización De La Gestión De Calidad Y Satisfacción Del Cliente En Las MyPes Del Sector Servicio Rubro Restaurantes En El Cercado De Tumbes, 2018”* Universidad Católica Los Angeles De Chimbote – Facultad De Ciencias Contables Financieras Y Administrativas – tesis para optar el grado de licenciado. Recuperado de Repositorio.uladech.edu.pe. Recuperado del sitio de internet. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10650/GESTION_DE_CALIDAD_SATISFACCION_DEL_CLIENTE_CUENCA_ESCUDERO_PRISCILA_CECILIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Conexionesan.Edu.Com “Seis claves para la orientación al cliente Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/05/seis-claves-acerca-de-la-orientacion-al-cliente/>

Castillo Yandarcy (2019) *“Caracterización De Gestión De Calidad E Innovación De Servicios En Las MyPes, Rubro Ferreterías Piura Centro, Año 2017”* Universidad Católica Los Angeles De Chimbote – Facultad De Ciencias Contables Financieras Y Administrativas – tesis para optar el grado de licenciado. Recuperado de Repositorio.uladech.edu.pe. Recuperado del sitio de internet.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10208/calidad_innovacion_castillo_cano_yandarcy_alberto.pdf?sequence=1&isallowed=y

Coloma Diego, Jara Debie (2018) *“Propuesta De Mejora De Gestión Administrativa Aplicado A La Empresa Veterinaria El Hasky”* Universidad De Guayaquil - Facultad De Ciencias Administrativas – Tesis para optar Título de Ingeniero – recuperado de repositorio.ug.edu.ec – Recuperado de sitio de internet.

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28215/1/TESIS%20Coloma%20Campos%20DIEGO%20%20Jara%20Torres%20Debie%20%20Propuesta%20de%20mejora%20de%20Gestion%20Administrativa%20apl.pdf>

Calderón Nelson (2018) *“Planeamiento Estratégico Y Gestión De Calidad En El Sector Textil De La Empresa Virgen Del Carmen S.A.C, Puente Piedra, 2018”* Universidad Cesar Vallejo – Facultad de Ciencias Empresariales – tesis para optar el grado de Licenciado – recuperado de repositorio.ucv.edu.pe – recuperado de sitio internet.

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/24586/Calder%C3%B3n_VNJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Camisón César, Cruz Sonia, González Tomás (2006) *Gestión de Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas* – recuperado de Sitio Internet. <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>.

Cruz Yoselyn (2016) *“Caracterización Competitividad Y Gestión De Calidad En Las MyPes Rubro Banano Orgánico En Tumbes, 2016”* Universidad Católica Los Angeles De Chimbote – Facultad De Ciencias Contables Financieras Y Administrativas – tesis para optar el grado de licenciado. Recuperado de Repositorio.uladech.edu.pe. Recuperado del sitio de internet.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2967/COMPETITI>

[VIDAD_GESTION_DE_CALIDAD_CRUZ_MERINO_YOSELYN_FAVIOLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

Castillo Liz (2019) “*Caracterización De La Gestión De Calidad Y La Innovación En Las MyPes-Rubro Boticas Del AA. HH Claveles – Veintiséis De Octubre, Año 2017*”
Universidad Católica Los Angeles De Chimbote – Facultad De Ciencias Contables Financieras Y Administrativas – tesis para optar el grado de licenciado. Recuperado de Repositorio.uladech.edu.pe. Recuperado del sitio de internet.
[http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/10543/CALIDAD_COMUNICACION_CASTILLO_JULCAHUANCA_LIZ_ZARELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

Denove Chris & D. Power James “la Satisfacción del cliente (satisfaction)”
[https://www.leadersummaries.com/resumen/la-satisfaccion-del-cliente](#)

Lopez Rosa, Preciado Adolfo (2018) “*Gestión De La Calidad Y Servicio Al Cliente En Los Hoteles De Playa De Tres Estrellas Del Distrito De Zorritos, Tumbes 2018*”. Universidad Nacional De Tumbes – Facultad de Ciencias Económicas – tesis para optar el grado de licenciado. Recuperado de Repositorio.untumbes.edu.pe. Recuperado del sitio internet.
[http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/unitumbes/239/tesis%20-%20lopez%20y%20preciado.pdf?sequence=1&isallowed=y](#)

Mondragon Edwin, Silva Tatiana (2016) “*Calidad Del Servicio, Como Estrategia De Marketing En El Restaurant Campestre “El Huerto Del Sabor” De La Localidad De San Juan De La Virgen – Tumbes - 2016*” Universidad Nacional De Tumbes – Facultad de Ciencias Económicas – tesis para optar el grado de licenciado. Recuperado de Repositorio.untumbes.edu.pe. Recuperado del sitio internet.

<http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/94/TESIS%20-%20MONDRAGON%20Y%20SILVA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ramos Katherin, Romero Juan (2016) “*Diseño De Un Plan De Servicio Para Una Mejor Gestión Competitiva En Las Empresas Hoteleras De La Región De Tumbes-2016*” Universidad Nacional De Tumbes – Facultad de Ciencias Económicas – tesis para optar el grado de licenciado. Recuperado de Repositorio.untumbes.edu.pe. Recuperado del sitio internet.
<http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/unitumbes/92/tesis%20-%20ramos%20y%20romero.pdf?sequence=1&isallowed=y>

Ortiz Gixon (2016) “*Diseño De Un Modelo De Gestión Crediticia En El Banco Abc*” Universidad De Guayaquil - Facultad De Ciencias Administrativas – Tesis para optar el Grado de Magister – recuperado de repositorio.ug.edu.ec – Recuperado de sitio de internet.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15919/1/tesis%20diseno%20de%20un%20modelo%20de%20gestion%20GO.pdf>

Querevalu Lesly (2019) “*Caracterización De La Gestión De Calidad Y Productividad De Las MyPes, Rubro Restaurantes Centro De Talara, Año 2017*” Universidad Católica Los Angeles De Chimbote – Facultad De Ciencias Contables Financieras Y Administrativas – tesis para optar el grado de licenciado. Recuperado de Repositorio.uladech.edu.pe. Recuperado del sitio de internet. QuestionPro.com (2019) “Características y Niveles de la Satisfacción del Cliente” Recuperado de:
<https://www.questionpro.com/blog/es/elementos-de-la-satisfaccion-al-cliente/>

Questionpro.Com (2019) “Características y Niveles de la Satisfacción del Cliente” Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/elementos-de-la-satisfaccion-al-cliente/>.

Villamar Tanya (2016) *“Modelo De Gestión De Calidad Para El Mejoramiento En La Fabricación De Cocinas A Gas”* Universidad De Guayaquil - Facultad De Ciencias Administrativas – Tesis para optar el Grado de Magister – recuperado de repositorio.ug.edu.ec – Recuperado de sitio de internet.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15874/1/Tesis%20TANYA%20VILLAMAR%20%20OCTUBRE.pdf>

ANEXOS

ANEXO 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES						
Actividades	2019					
	ABR			MAY		JUN
	08	29	30	01-06	07	02
INICIO DE CLASES	X					
INICIO DE CLASE	X					
PREBANCA		X				
LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES			X	X		
SUSTENTACIÓN					X	
TERMINO DE CLASE						X
TERMINO DE CLASE						X

Docente Tutor Investigador ESCOBEDO GALVEZ JOSE FERNANDO
Escuela Profesional ADMINISTRACIÓN
ULADECH Católica – TUMBES



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

“FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS”

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo analizar la caracterización de la **Gestión de Calidad y Satisfacción del Cliente** de las MyPes, sector comercio rubro Avícolas del Centro Poblado Andrés Araujo Morán – Tumbes 2019.

Es por ello que esta encuesta será aplicada para recopilar información.

GESTIÓN DE CALIDAD	SI	NO
¿La empresa le ofrece un producto de buena calidad?		
¿La empresa controla el buen estado y manipulación de cada producto que ofrece al cliente?		
¿Los equipos y servicios de la empresa donde se encuentran ubicados los insumos son adecuados?		
¿Considera que la empresa se preocupa por el cliente en satisfacer sus necesidades con producto de calidad?		
¿La empresa estudia las condiciones económicas del cliente, para ofrecer nuevos productos?		
¿El personal de atención al cliente demuestra liderazgo y motivación?		
¿El contacto con los clientes se da de una manera muy cordial y empática?		
¿La empresa considera al cliente ofreciéndole beneficios, ofertas o descuentos?		

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	SI	NO
¿Considera usted que la higiene que se percibe externamente, se aplica dentro de la empresa?		
¿Se encuentra satisfecho con el producto, precios y atención que le brinda la Empresa?		
¿La empresa cubre las necesidades básicas y diarias de alimentación?		
¿Considera usted que la empresa cumple con las expectativas esperadas del cliente?		
¿Siente usted insatisfacción cuando le ofrecen un producto de mejor calidad a mayor precio?		
¿Se considera un cliente fiel a la empresa, debido a las condiciones que le ofrece?		
¿Considera que la empresa ofrece sus productos basándose al Enfoque al Cliente?		
¿Considera que la empresa es equitativa y brinda una atención adecuada, sin importar la clase social?		

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 03: TURNITIN

INFORME FINAL

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%	0%	0%	%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	< 4%
Excluir bibliografía	Activo		

ANEXO 04: APLICACIÓN DE ENCUESTA

