



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACION**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS
DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA,
SULLANA-2019**

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

AUTORA

CANOVA VALLADARES CARMEN DORA

ORCID: 0000-0003-3930-9366

ASESOR

Mgtr. MARIA SILVIA VILLA SANTILLAN

ORCID: 0000 – 0003-1971-245

CAÑETE – PERÚ

2020

TITULO

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS
DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA,
SULLANA-2019**

.

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

CANOVA VALLADARES CARMEN DORA

ORCID: 0000-0003-3930-9366

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote Estudiante de Pregrado,
Cañete, Perú

Asesora

VILLA SANTILLÁN, MARÍA SILVIA

ORCID: 0000-0003-1971-2545

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

JURADO

PRESIDENTE

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID ID: 0000-0001-6079-2319

MIEMBRO

Lic. Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID ID 0000-0002-7260-5581

MIEMBRO

Mgtr. Meza de los Santos, Juan Pablo

ORCID ID 0000-0001-8852-1342

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID ID: 0000-0001-6079-2319

Presidenta

Lic. Espinosa Otoya, Víctor Hugo

ORCID ID 0000-0002-7260-5581

Miembro

Mgtr. Meza de los Santos, Juan Pablo

ORCID ID 0000-0001-8852-1342

Miembro

Mgtr. Villa Santillán, María Silvia

ORCID: 0000-0003-1971-2545

Asesora

AGRADECIMIENTO

A mi madre por su gran apoyo y esfuerzo en haber dedicado tiempo a mis hijos, ya que sin ella no hubiera podido terminar este proyecto de investigación que es muy importante en mi carrera profesional.

DEDICATORIA

Dedico primeramente mi trabajo a Dios

El creador de todas las cosas.

Y a mis hijos

De igual manera, dedico este proyecto de tesis a mis padres, Quienes han sabido formarme con buenos hábitos y valores lo cual me ha ayudado a salir adelante en mi vida.

RESUMEN

La presente investigación titulada Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE, rubro pollerías de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana - 2019, tuvo como objetivo general Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE, rubro pollerías de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana -2019. Se empleó la metodología de investigación tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal. Asimismo, se planificó recabar información de naturaleza cuantitativa. Las unidades económicas en estudio fueron 10 MYPEs rubro pollerías y 50 clientes, se diseñó un instrumento de recojo de información que contiene 18 preguntas cerradas. Se concluye que: Respecto a la gestión de calidad más de la mitad si ofrecen productos de buena calidad, además deducen que la empresa si controla el buen estado y manipulación de cada producto que ofrece al cliente. Se deduce que los encuestados afirman que el espacio donde son colocados los productos son los adecuados y que además se preocupan por la satisfacción del cliente y sus necesidades. Se determinó en relación al nivel de atención al cliente en las MYPE del rubro pollerías de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana, es bajo puesto que los clientes se encontraron en desacuerdo con la atención; porque sus procesos no son rápidos, no cuentan con instalaciones idóneas; no presentan los servicios adecuados a sus necesidades y no satisfacen sus expectativas.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de calidad, MYPEs rubro pollerías.

ABSTRACT

The present investigation titled Characterization of the quality management and customer service of the MYPE, category poultry of the urb. Enrique López Albuja I and II stage, Sullana year 2019, had the general objective of determining the characteristics of the quality management and customer service of the MYPE, poultry business of the urb. Enrique López Albuja I and II stage, Sullana year 2019. The quantitative research methodology was used, descriptive level, non-experimental design and cross-sectional. Likewise, it was planned to collect information of a quantitative nature. The economic units under study were 10 poultry businesses and 50 clients. An information collection instrument was designed that contains 18 closed questions. It is concluded that: Regarding quality management, more than half if they offer good quality products, they also deduce that the company controls the good condition and handling of each product that it offers to the customer. It follows that the respondents affirm that the space where the products are placed is adequate and that they also care about customer satisfaction and their needs. It was determined in relation to the level of customer service in the MSEs of the poultry business of the Urb. Enrique López Albuja I and II stage, Sullana, is low since the customers found themselves in disagreement with the service; because their processes are not fast, they do not have suitable facilities; They do not present the appropriate services to your needs and they do not meet your expectations.

Key words: Customer service, Quality management, MYPEs poultry business.

CONTENIDO

TITULO.....	ii
EQUIPO DE TRABAJO	iii
FIRMA DE JURADO Y ASESOR.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
CONTENIDO	ix
ÍNDICE DE GRAFICOS, TABLAS Y CUADROS	xi
ÍNDICE DE FIGURA	xiii
I. INTRODUCCIÓN	1
I. PLANEAMIENTO DE INVESTIGACION	4
Formulación del problema	4
1.1. Objetivo general:	4
1.2. Objetivos específicos:	4
1.3. Justificación de la investigación	5
II. REVISION DE LITERATURA	7
2.1. Antecedentes de la Investigación:	7
Marco Teórico y conceptual.....	15
3.2.1. Calidad	15
3.2.2. La evolución de la calidad.....	17
3.2.3. Los valores como base de la cultura de la calidad y el servicio.....	17
3.2.3. Gestión de calidad	20

3.2.3.1 La Gestión de calidad según las normas ISO	20
3.2.3.2 Elementos de la Gestión de calidad.....	22
3.2.4 Calidad del servicio.....	23
3.2.6. Características de la atención al cliente	29
III. Hipótesis General.....	31
IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
El tipo de investigación	31
Nivel de la investigación de la tesis	31
Diseño de la investigación	32
El universo y muestra:	32
4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	36
4.6.1 Técnicas de recogida de datos	36
4.6.1 Instrumento de recogida de datos.....	36
Plan de análisis	36
Principios éticos.....	38
RESULTADOS	40
Resultados	40
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
Conclusiones	62
Recomendaciones	64
Referencias Bibliográficas	65
Anexos 1: Instrumento de recolección de datos.....	69
ANEXOS 1 La Encuesta.....	70
ANEXO 2. Consentimiento Informado.....	71

ÍNDICE DE GRAFICOS, TABLAS Y CUADROS

Tabla 1: <i>La empresa le ofrece un producto de buena calidad</i>	40
Tabla 2: <i>La empresa controla el buen estado y manipulación de cada producto que ofrece al cliente</i>	41
Tabla 3: <i>Los productos y servicios de la empresa donde se encuentran ubicados los insumos son adecuados</i>	42
Tabla 4: <i>Considera que la empresa se preocupa por el cliente en satisfacer sus necesidades con producto de calidad</i>	43
Tabla 5: <i>La empresa estudia las condiciones económicas del cliente, para ofrecer nuevos productos</i>	44
Tabla 6: <i>El personal de atención al cliente demuestra liderazgo y motivación</i>	45
Tabla 7: <i>El contacto con los clientes es de manera cordial y empática</i>	46
Tabla 8: <i>La empresa considera al cliente ofreciendo beneficios, ofertas o descuentos</i>	47
Tabla 9: <i>Considera que la atención al cliente es la adecuada</i>	48
Tabla 10: <i>Para usted la atención en caja es rápido y ágil</i>	49

Tabla 11: <i>Para usted la atención que le brindan satisfacen sus necesidades</i>	50
Tabla 12: <i>Considera que las actividades que se realiza están enfocadas al cliente ...</i>	51
Tabla 13: <i>La distribución de las instalaciones, le genera satisfacción</i>	52
Tabla 14: <i>Usted considera que las empresas deben contar con diversidad de productos de toda necesidad.....</i>	53
Tabla 15: <i>Para usted las empresas cuentan con el personal calificado para la atención</i>	54
Tabla 16: <i>Considera que las empresas cuentan con servicios adecuados a sus necesidades</i>	55
Tabla 17: <i>Para usted la atención del cliente de las empresas satisfacen sus expectativas</i>	56
Tabla 18: <i>Usted se encuentra satisfecho con los servicios de atención al cliente que le brindan.....</i>	57

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1: <i>La empresa le ofrece un producto de buena calidad</i>	40
Figura 2: <i>La empresa controla el buen estado y manipulación de cada producto que ofrece al cliente</i>	41
Figura 3: <i>Los productos y servicios de la empresa donde se encuentran ubicados los insumos son adecuados</i>	42
Figura 4: <i>Considera que la empresa se preocupa por el cliente en satisfacer sus necesidades con producto de calidad</i>	43
Figura 5: <i>La empresa estudia las condiciones económicas del cliente, para ofrecer nuevos productos</i>	44
Figura 6: <i>El personal de atención al cliente demuestra liderazgo y motivación</i>	45
Figura 7: <i>El contacto con los clientes es de manera cordial y empática</i>	46
Figura 8: <i>La empresa considera al cliente ofreciéndole beneficios, ofertas o descuentos</i>	47
Figura 9: <i>Considera que la atención al cliente es la adecuada</i>	48
Figura 10: <i>Para usted la atención en caja es rápido y ágil</i>	49
Figura 11: <i>Para usted la atención que le brindan satisfacen sus necesidades</i>	50
Figura 12: <i>Considera que las actividades que se realiza están enfocadas al cliente</i> ..	51
Figura 13: <i>La distribución de las instalaciones, le genera satisfacción</i>	52

Figura 14: <i>Usted considera que las empresas deben contar con diversidad de productos de toda necesidad.....</i>	53
Figura 15: <i>Para usted las empresas cuentan con el personal calificado para la atención</i>	54
Figura 16: <i>Considera que las empresas cuentan con servicios adecuados a sus necesidades</i>	55
Figura 17: <i>Para usted la atención del cliente de las empresas satisfacen sus expectativas.....</i>	56
Figura 18: <i>Usted se encuentra satisfecho con los servicios de atención al cliente que le brindan.....</i>	57

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES rubro restaurant Pollería, Sullana - 2019, proviene de las líneas de investigación Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Perú, líneas que son asignadas por la Escuela de Administración y se vinculan con las variables que se utilizará para esta investigación las cuales es de gestión de calidad y atención al cliente.

La gestión de calidad en las empresas es conveniente y apropiado, porque promueve, planifica y ejecuta las políticas de excelencia de forma constante con el fin de emplazar sus actividades y procesos hacia niveles expectantes y elevados, para lograr y conservar el nivel de calidad del producto o servicio que se ofrece en el mercado, de acuerdo con las necesidades y exigencias del cliente o beneficiario.

La importancia de ofrecer bienes y servicios de calidad es cada vez más esencial en el mercado, la Gestión de calidad es un atributo importante que cada servicio debe contener; la calidad del servicio no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de una empresa constituyendo el centro de interés fundamental la clave de su éxito o fracaso. Es necesario que las empresas garanticen este aspecto de la calidad de servicio (Inquilla, 2019).

El problema identificado se formula en la siguiente interrogante: ¿Qué características tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES rubro restaurant pollería de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana año 2020?, teniendo como objetivo general en respuesta a la interrogante; Describir las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES rubro restaurant pollería de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana - 2019, teniendo como objetivos

específicos: a) Describir los principios que utiliza en la gestión de calidad en las MYPES rubro restaurant pollería de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana año 2019; b) Determinar las prácticas de mejora continua que se emplean en la gestión de calidad en las MYPES rubro restaurant pollería de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana - 2019; c) Describir la importancia de la atención al cliente en las MYPES rubro restaurant pollería de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana año 2019; d) Describir las dimensiones de atención al cliente en las MYPES rubro restaurant pollería de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana - 2019.

La investigación es de tipo descriptivo, de diseño no experimental, de nivel cuantitativo, empleando el cuestionario para propietarios/clientes y trabajadores como técnica de recolección de datos, asimismo queda delimitada desde la perspectiva temática por las variables de gestión de calidad y atención al cliente. Desde la Perspectiva geográfica: Piura; y psicográfica: MYPES Rubro restaurant pollería; y temporal: año 2019.

Los resultados obtenidos fueron con respecto a la pregunta *¿Considera que la empresa se preocupa por el cliente en satisfacer sus necesidades con producto de calidad?* del 100% de encuestados se observa que el 90% de los encuestados si considera que la empresa se preocupa por la satisfacción del cliente y su necesidad respecto a la calidad del producto, sin embargo, el 10% no lo considera. *¿Considera que la atención al cliente es la adecuada?* Los resultados fueron, del 100% de encuestados se observa que el 76% de los clientes afirman que la atención que brindan es la adecuada, el 24% deduce lo contrario. *¿Para usted la atención del cliente de las empresas satisfacen sus expectativas?* Los resultados fueron del 100% de encuestados según la Figura se deduce que el 72% de los clientes afirman que la atención que se les brindan si satisfacen sus necesidades, pero el 28% no están satisfechos.

En conclusión, con respecto a las características de la gestión de calidad más de la mitad si ofrecen productos de buena calidad, además deducen que la empresa si controla el buen estado y manipulación de cada producto que ofrece al cliente. Se deduce que casi todos los encuestados afirman que el espacio donde son colocados los productos son los adecuados y que además se preocupan por la satisfacción del cliente y sus necesidades.

En relación a los principios de la gestión de calidad la mayoría estudian las condiciones económicas del cliente con el fin de ofrecer un producto acorde a su capacidad económicas, por otro lado, demuestran liderazgo y motivación en su labor empresarial. Por ultimo todos los propietarios afirman que el contacto con los clientes si es de manera cordial y empática, considerando que se debe ofrecer ofertas y descuentos a los clientes.

Se determinó que en relación al nivel de atención al cliente en las MYPE del rubro pollerías de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana, es bajo puesto que los clientes se encontraron en desacuerdo con la atención; porque sus procesos no son rápidos, no cuentan con instalaciones idóneas; no presentan los servicios o productos adecuados a sus necesidades y no satisfacen sus expectativas.

Dentro de los factores más relevantes en la atención al cliente de las MYPE del rubro pollerías de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana, se determinó que los aspectos tangibles como las instalaciones, diversidad de platos, y la sazón son las menos valoradas; mientras que los aspectos intangibles como la capacidad de respuesta, la satisfacción de sus necesidades y la atención al público son de mayor relevancia para los clientes.

I. PLANEAMIENTO DE INVESTIGACION

Formulación del problema

¿Qué características tiene la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE, rubro pollerías de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana - 2019?

1.1. Objetivo general:

Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE, rubro pollerías de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana -2019

De esta manera, para lograr el objetivo principal, se ha planteado los siguientes

1.2. Objetivos específicos:

a) Conocer las características de la gestión de calidad de las MYPE, rubro pollerías de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana - 2019;

b) Describir los principios de la gestión de calidad de las MYPE, rubro pollerías de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana – 2019;

c) Determinar el nivel de atención al cliente de las MYPE, rubro pollerías de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana - 2019;

d) Indicar los factores más relevantes en la atención al cliente de las MYPE, rubro pollerías de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana - 2019.

La investigación aplicará la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la

población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información.

1.3. Justificación de la investigación

Desde el punto de vista **práctico**, la investigación servirá proponer estrategias efectivas que permitan al empresario de las Mypes rubro pollerías desenvolverse mejor en el ámbito de la gestión de la calidad centrada en el cliente los cuales cada vez son más exigentes en el servicio y en el producto. Si se aplican las alternativas a proponer no sólo se beneficia la empresa y quienes trabajan en ella sino sobre todo mejoran los ingresos y calidad de vida, dando la oportunidad de implementar nuevas sucursales en otros espacios de la ciudad de origen. Además, será útil, pues los empresarios pueden innovar sus productos adaptándolos a las necesidades del cliente

Teóricamente, el estudio aporta en el campo científico nuevas formas de entender la realidad de las Mypes, adscritas al rubro empresarial de las pollerías, que busca mantenerse en el mercado adoptando la gestión de calidad orientada a la atención al cliente. En ese sentido, se apuesta por mantener la eficacia y la eficiencia en todo el proceso del servicio tratando de enfocarse en la competitividad, dado que en los últimos años se ha verificado el crecimiento de los negocios de pollería, las mismas que tienen como soporte de comunicación las redes sociales y el servicio de Delivery. Estos cambios representan oportunidades de inversión para los empresarios, los cuales podrán entender mejor el rol que le toca desempeñar frente a las nueva realidad, necesidades e intereses de los clientes.

En cuanto a los **aportes metodológicos**, la investigación aplicó los pasos del método científico donde se detectó una problemática, se realizó estado del arte de la literatura, la información empírica se recogió a través de cuestionarios previamente validados y

verificados con la confiabilidad del Alfa de Cronbach, posteriormente se trabajó en base a la estadística descriptiva e inferencial. Esta investigación podrá servir como soporte a otros trabajos de investigación incluso en otros rubros de negocios.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1. Antecedentes de la Investigación:

Antecedentes Internacionales

Faytong, 2015, en su estudio de título “*Modelo de gestión para mejorar la calidad de atención al usuario del Gadm Cantón Babahoyo*”, tuvo como objetivo Diseñar un Modelo de Gestión para el mejoramiento de la calidad de atención al usuario del GADM Del Cantón Babahoyo, aplicando el Método Inductivo y Deductivo, se concluyó que el diseño de un modelo de gestión de calidad adaptado a la realidad de municipio de Babahoyo, mejora notablemente procesos administrativos de la institución y la acerca a la satisfacción, aumento e idealización de sus usuarios.

Antecedentes Nacionales

Haro, 2019 en su estudio de título “*Caracterización de la gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro gimnasios Distrito de Trujillo, 2018*”, tuvo como objetivo general, determinar la caracterización de gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las MYPEs del sector servicios - rubro gimnasios Distrito de Trujillo, 2018. La investigación se desarrolló utilizando un diseño: no experimental, transversal y descriptivo, se tomó una muestra dirigida a 15 MYPEs y se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas cerradas, finalmente se obtuvo información relevante sobre los propietarios, las MYPEs, la gestión de la calidad y la atención al cliente, obteniendo estos resultados: el 67% si conocen sobre gestión de la calidad, el 100% conoce sobre la atención al cliente, un 73% del personal no se adapta al cambio, un 67% miden el rendimiento a través de la observación, el 100% están convencidos que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar las metas de la empresa, la mayoría 60% si conocen el

termino atención al cliente, la totalidad el 100% si aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, la totalidad un 100% considera que si es fundamental la atención al cliente para que este regresen y se sientan satisfechos con el servicio brindado.

Concluye que, la mayoría de los micro empresarios conocen y aplican la gestión de la calidad, usando herramientas básicas de administración, midiendo el rendimiento a través de la observación, teniendo como objetivo mejorar el rendimiento del negocio para alcanzar las metas y objetivos trazados y ser más competitivas.

Huaranga, 2016, en su estudio *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013*, tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013. La investigación se ha desarrollado utilizando un diseño no experimental descriptivo, transversal y cuantitativo en una muestra dirigida a 23 micros y pequeñas empresas en una población de 90, quienes se les aplicó un cuestionario de 13 preguntas aplicando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 60,9% son de sexo masculino. El 52,2% tiene entre 18 y 30 años de edad. El 47,8% tiene un grado instrucción universitaria. El 43,5% tiene 3 años en actividad. El 65,2% cuenta con una capacidad entre 1 a 5 trabajadores. El 69,6% tienen formalizado sus MYPEs. El 65,2% mantienen a sus trabajadores de manera informal. El 100% no cuenta estándares de calidad ISO. El 60,9% aplica una gestión de calidad. El 56,6% utiliza la mejora continua como una técnica de gestión. El 47,8% se considera como dueño ante sus trabajadores. El 78,3% realiza capacitación orientada al servicio. El 39,1% considera el precio es su prioridad ante sus proveedores. Finalmente podemos concluir que la totalidad de los representantes de las MYPEs del sector servicios- rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2013, la mayoría son de género

masculino, tiene la edad entre 18 a 30 años con estudios universitarios y 3 años en actividad. La mayoría de las MYPEs esta formalizado, pero la minoría de trabajadores laboran de formal, la totalidad de las MYPEs desconocen sobre estándares de calidad y ponen en práctica una gestión de calidad de manera inadecuada que carece de todo un plan estratégico administrativo y operativo, lo que los vuelve vulnerables en este mercado competitivo.

(Barreto, 2018), en su estudio *Caracterización de la gestión de calidad bajo las normas iso 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015*, tuvo como objetivo, describir las principales características de la gestión de calidad bajo las normas ISO 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015. Para el desarrollo de la investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal o transaccional y descriptivo. Para llevar a cabo el estudio se escogió una muestra conformada por 30 gerentes de los restaurantes pollerías a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas cerradas, obteniendo los siguientes resultados: el 49% de los gerentes encuestados manifestaron tener entre 41 a 59 años; el 69% de encuestados son varones; 42,9% cuentan con estudios superiores universitarios incompletos; asimismo 66% indica que siempre utilizan las políticas de calidad; 69% mencionan que el ambiente del trabajo es adecuado; 43% indican que a veces documentan el producto; 49% señala que casi siempre controlan los procesos de elaboración del producto; 51 % casi siempre realizan seguimiento a la satisfacción del cliente y 40 % mencionan que solo a veces controlan la deficiencia y acciones de mejoramiento. Finalmente, como conclusión los gerentes perciben un nivel intermedio de deficiencia respecto a los requisitos de la norma ISO 9001 porque consideran que no

es un tema fundamental para los restaurantes (pollerías) por ende no cuentan con un buen proceso de elaboración del producto y no hay un control de quejas y reclamos.

(Huanca, 2019), en su estudio *Gestión de calidad de servicio al cliente en las pollerías del distrito de Quillabamba la convención departamento de Cusco - 2019*, cuyo propósito fue describir la calidad del servicio al cliente en las pollerías del distrito de Quillabamba la Convención departamento de Cusco - 2019. Materiales y métodos: La investigación es de tipo descriptiva, nivel descriptivo, el diseño es no experimental, la muestra fue de 200 clientes que acuden a las pollerías del distrito de Quillabamba, se utilizó la técnica de la encuesta, como instrumento el cuestionario Servperf el cual contiene 22 preguntas. Resultados: La calidad de servicio al cliente es 26.50% de insatisfechos en las pollerías del distrito de Quillabamba, de igual manera el 38.50% de clientes estuvieron insatisfechos en cuestión de los aspectos tangibles, así mismo el 28.50% de clientes respondieron que fueron indiferente con la gestión de calidad en la dimensión fiabilidad de servicio al cliente en las pollerías, sin embargo podemos mencionar que un 38% de cliente estuvieron muy insatisfecho con la gestión de calidad en la capacidad de respuesta de servicio al cliente en las pollerías de Quillabamba, también existe un 32.50% de clientes estuvieron muy insatisfecho en la gestión de calidad en la dimensión seguridad de servicio al cliente en las pollerías, así mismo 32% de clientes estuvieron muy insatisfechos de acuerdo a la empatía. Conclusión: La calidad de servicio al cliente es insatisfechos en las pollerías del distrito de Quillabamba la convención departamento de cusco.

(Robles, 2018), en su estudio *Gestión de calidad con el uso de las estrategias competitivas genéricas en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante del distrito de Independencia, provincia de Huaraz, 2017*, tuvo como objetivo determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las estrategias

competitivas genéricas en las micro y pequeñas empresas (MYPES) del rubro restaurante del distrito de Independencia, provincia de Huaraz, 2017, el tipo de investigación utilizada fue descriptiva, de nivel cuantitativo, diseño no experimental transversal, la población muestral estuvo constituido por 153 representantes, a quienes se aplicó un cuestionario de 29 preguntas cerradas por medio de la encuesta, donde se obtuvieron los siguientes resultados; respecto a los representantes y a las MYPES: el 62,75% de restaurantes son conducidos por mujeres, la mayoría de entre 41 a 50 años con nivel educativo secundario contando con 1 a 4 trabajadores, llevan funcionando la mayoría menos de 6 años con ventas mensuales menores a S/ 13,000. Respecto a la gestión de calidad: el 44,44% de encuestados manifiesta que en ocasiones planifican sus objetivos, el 66,67 % solo algunas veces determinan indicadores de control, el 56,21% en ocasiones capacitan a sus empleados en cuanto al manejo correcto de los alimentos, el 45,10% casi siempre controlan el adecuado manejo de los alimentos en la cocina. Respecto a las estrategias competitivas genéricas: el 69,93% considera que en ocasiones cuando venden a mayores volúmenes sus costos disminuyen, el 43,79% casi siempre considera que sus experiencias le han valido para que encuentren el debido funcionamiento en su restaurante, 72,55% solo algunas veces utiliza el 100% de su capacidad productiva, el 41,18% casi siempre produce platos de comida diferentes o especiales en relación a sus competidores, el 60,13% en ocasiones coordinan y planifican sus compras.

Finalmente se determinó que los representantes de los restaurantes del distrito de Independencia, en ocasiones aplican estrategias de liderazgo en costos, diferenciación y segmentación.

Antecedentes Locales

(Rivera, 2017) en su estudio de título “*Caracterización de la gestión de calidad del servicio y la satisfacción del cliente del Banco de Crédito del Perú – agencia Tambogrande – Piura – 2017*”, tuvo como objetivo Determinar las características de la gestión de calidad del servicio y satisfacción del cliente del Banco de Crédito del Perú – Agencia Tambo Grande – Piura – 2017, la misma que es de tipo descriptiva, de nivel cuantitativa y diseño no experimental-transversal, se desarrolló teniendo como muestra aleatoria simple a 96 clientes y se utilizó como instrumento de investigación el cuestionario. Se obtuvo como resultados que las dimensiones de calidad están totalmente identificadas, además se observó que la percepción del cliente es totalmente satisfactoria con respecto al servicio brindado por los colaboradores y su nivel de satisfacción es medio, concluyendo que un alto porcentaje de los clientes se encuentran contentos con la atención brindada en la agencia BCP Tambo Grande y percibe una óptima y adecuada gestión de calidad del servicio, sin embargo si pretenden optar por la excelencia deben mejorar algunos procesos ya que el nivel de satisfacción final se encuentra en un rango medio.

(Chunga, 2018) en su estudio de título “*Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollería del Distrito de Vice – Sechura año 2018*”, tuvo como objetivo Conocer qué características tiene la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro Pollería, Distrito de Vice – Sechura, año 2018, es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. Para la recolección de datos se seleccionó como técnica el cuestionario y el instrumento la encuesta, obteniendo así respecto a: gestión de calidad, en cuanto a principios consideran importante el enfoque al cliente, el liderazgo, participación del personal, el enfoque basado en procesos, en cuanto a mejora continua: consideran importante en su

totalidad la planeación para lograr los objetivos, por otro lado, respecto a atención al cliente: se destacó la importancia a través de la fidelización y valoración de los clientes, y se identificó estrategias para mejorar el servicio, implementando canales de atención, comunicación, y satisfacer las necesidades de los clientes. Por lo que se concluyó que, en los trabajadores, así como los clientes debe existir una estrecha relación en el producto ofrecido y servicio brindado, y la gestión de los recursos utilizados.

(Borunda, 2017) en su estudio de título “*Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la veterinaria “San Roque” de la ciudad de Huánuco – 2017*”, tuvo como propósito de determinar la relación de la calidad de servicio con la satisfacción del cliente de la veterinaria “San Roque - Huánuco 2017”, de tipo descriptivo y correlacional, porque tiene como propósito medir el grado de relación entre las variables: Calidad de servicio y Satisfacción del cliente. Se obtuvo los resultados que los servicios al cliente no resuelven los problemas sociales y los clientes se encuentran descontentos para ello se planteó las siguientes hipótesis: La calidad de servicio se relaciona positivamente con la satisfacción del cliente de la veterinaria “San Roque”.

(Mamani, 2018), en su estudio *Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017*, tuvo como objetivo general, describir las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017, se desarrolló la investigación utilizando un diseño no experimental - transversal y descriptivo, para la recolección de información se contó con una muestra y población de 16 MYPE, a las que se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: El 81.25% aplica una gestión de

calidad, el 56.25% utiliza la mejora continua como técnica de gestión moderna empresarial, el 56.25% considerándose como prioridad determinándose la calidad en su empresa y la del producto, el 43.75% considerándose con amabilidad y buen trato y prioridad a sus clientes, el 75% cree que la competitividad al momento de contratar personal, el 93.75% no ejecuta capacitaciones sobre atención al cliente, el 68.75% cree que una atención de calidad favorece en el aumento de ventas y el 56.25% considera que sus empresas cuentan con un buen clima laboral. Finalmente, las conclusiones son: la mayoría de las MYPE encuestadas están aplicando una gestión de calidad usando la técnica de mejora continua, y considera que la gentileza y buen trato contribuye al aumento de las ventas en su negocio.

(Cruz, 2015) en su estudio *Caracterización de la atención al cliente y la capacitación en las MYPE del rubro restaurantes del distrito de Lalaquiz - Huancabamba, 2015*, tuvo como objetivo mejorar las características de la atención al cliente y la formación y capacitación del personal en las MYPE rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015. Se utilizó la metodología de investigación de tipo no experimental de corte transversal, obteniendo los resultados agrupados de acuerdo a las variables de estudio, teniendo como base una muestra de 20 trabajadores y 135 clientes de las MYPEs en mención, aplicándoseles un cuestionario para estudiar la variable capacitación y otro para la variable atención al cliente, respectivamente. Como resultado de la investigación se concluye que la atención al cliente de las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, es de baja calidad; y los clientes dan mayor relevancia a los aspectos intangibles en búsqueda de satisfacer sus necesidades.

(Adrianzen, 2017), en su estudio *Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las MYPE del rubro pollerías en la Urbanización Ignacio Merino – Piura*,

año 2017, tuvo como objetivo determinar las características de la competitividad y atención al cliente de las MYPE, rubro pollerías en la Urb. Ignacio Merino I y II etapa – Piura, año 2017. Se utilizó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal, siendo los resultados agrupados según las variables en estudio, basado en una muestra de 384 personas, las cuales se distribuyeron un aproximado de 64 encuestas por pollería aplicando un cuestionario de 32 preguntas cerrada, las mismas que fueron validadas por expertos, asimismo se determinó con respecto a la competitividad que resalta la infraestructura y calidad del servicio, según la atención al cliente se puede afirmar que las características que presenta son: una deficiencia en la atención y la resolución de dudas o consultas, por lo que la fidelidad de la cual no cuentan las pollerías, los dueños necesitaran plantearse como saber que necesitan los clientes, porque hay un sector que piensa que no ha mejorado en lo absoluto para aumentar su participación en el mercado.

Marco Teórico y conceptual

3.2.1. Calidad

Según el diccionario de La Real Academia Española (2007) conceptualiza la expresión calidad como una singular propiedad o la intervención de más de dos propiedades adscritas a algo, dándole la oportunidad a una persona para que juzgue su valor. Con lo cual se moviliza dos ascensiones, una en base a las características o propiedades y, por el otro, a la valoración de “algo” inmersa al interior de ella.

El autor Deming (1989) concibe la calidad como una oportunidad para visionar necesidades a largo plazo de los clientes siempre que sean medibles; con ello se asegura que el producto final satisfaga la necesidad del cliente, quien a su vez optará por adquirirlos ofreciendo un precio justo por la calidad observada.

Por su parte, Taguchi (citado en Muñoz, 2000) considera que la calidad del producto o servicio se mide en función del alejamiento de la satisfacción entendida como diferencia, entre el coste y la insatisfacción frente al producto. Esta manera de entender como se aprecia la pérdida de calidad es la que al final, ayuda a entender que la falta de calidad de un servicio o producto resulta de la consideración de dos componentes de coste: los de la organización y el de los clientes.

Desde otra perspectiva, Feigenbaum (citado en Muñoz, 2000) considera que en el ámbito de la calidad ocurre cuando toda la organización operacionaliza todos sus esfuerzos para ofrecer un buen servicio que satisfaga la necesidad de cliente y con ello alcanzar el grado de calidad más alto que pueda existir hasta ese momento.

Por lo tanto, la calidad se ha convertido en una necesidad como consecuencia de la evolución de la realidad social. Por ello, ha desarrollado nuevas normas, modelos de gestión y la gerencia de calidad.

Desde la óptica de Vargas y Aldana (2007), la calidad funciona en base a nuevas perspectivas sustentadas en las características y en las necesidades del mercado de acuerdo a estos considerados: 1) La calidad es una manera de afrontar una dirección organizacional y en consecuencia provoca un impacto en el proceso y en el producto; 2) La calidad se debe manejar con enfoque estructurado, con una visión y con un procedimiento capaz de resolver un problema; 3) La calidad debe estar adscrita en el marco del direccionamiento estratégico empresarial; 4) La calidad debe tener como horizonte de conducción la alta dirección; 5) La calidad no debe perder de vista el manejo estadístico, todas las herramientas del proceso administrativo conjuntamente con sus técnicas; 6) La calidad debe involucrar a todos los miembros de la empresa, colaborando con la gerencia de los altos directivos; 7) La calidad apuesta por gestionar el conocimiento para que la actividad sea operativa y dinámica; 8) La calidad es

sistémica porque integra a todos sus atributos; 9) La calidad tiene normas y estándares que deben respetarse y cumplirse a cabalidad; y 10) La calidad siempre estará centrada en el interés y la necesidad del cliente.

3.2.2. La evolución de la calidad

Históricamente, la definición de calidad ha transitado por diversas etapas desde sus orígenes. A consecuencia de ello, se afinado el proceso y los propósitos orientados al enfoque de la satisfacción total de los clientes de servicios y bienes. En un primer momento se extendió como la inspección el cual consistía en detectar errores en el producto. En segundo lugar, apareció la denominación del control de calidad, el cual en base un proceso de seguimiento se mide la variación de los procesos, el cual permite al operador establecer límites y actuar con rapidez realizando los ajustes necesarios de acuerdo al propósito establecido. La tercera fase tiene que ver con el aseguramiento de la calidad, el cual consiste en sistematizar las actividades para asegurar confianza en el servicio o producto terminado el cual debe cume cumplir como regla la satisfacción del cliente. En cuarto lugar, se encuentra la gestión de la calidad total, el cual se enfoca en la mejora continua para cumplirá con satisfacer las necesidades de los clientes. Sobre esta perspectiva se encuentran los modelos de gestión de calidad Malcom Baldrige, el Premio Deming o el Modelo Europeo (Modelo EFQM) (Lizarzaburu, 2016).

3.2.3. Los valores como base de la cultura de la calidad y el servicio

Hay que advertir que la calidad de un servicio se mide en función del comportamiento de las personas que integran una organización. En tal sentido, los valores que configuran la personalidad del trabajador generan un efecto en la atención al cliente.

Desde la perspectiva de Brinkman y Bizama (2002, citado por Vargas y Aldana, 2007) sostiene que los valores se sustentan en tres requisitos: uno es las necesidades que tienen cada ser humano sobre su existencia, el otro, es la interacción social que aplican en cada organización y el tercero es la búsqueda del bienestar y la adaptación a la supervivencia dentro de la organización.

Entre los valores que los trabajadores deben exhibir se encuentran los siguientes:

- Prudencia: Es una virtud del ser humano que sirve de guía para actuar bien haciendo un balance entre el presente y futuro de la decisión adoptada.
- Amistad: Expresada en el afecto hacia los demás comportando objetivos, intereses, metas y valores.
- Autodominio: significa la capacidad de controlar y dominar las reacciones frente a un estímulo interno y externo.
- Confianza: Es un atributo fundamental que fortalece la relación entre las personas. Genera tranquilidad, seguridad y lealtad para realizar el servicio
- La calidad es entendida como la incesante búsqueda de la perfección de las personas, el servicio y el producto (Vargas & Aldana, 2007)
- Creatividad. Es fundamental que las personas tengan iniciativa e imaginación para encontrar nuevas aplicaciones o formas de hacer en un servicio.
- Justicia: Es dar lo que le corresponde a otra persona empleando la amabilidad, el respeto, la honestidad y la lealtad.
- Solidaridad: es compartir con los demás lo que uno posee en todos los ámbitos donde se desarrolla el ser humano.
- Fortaleza: se refiere a mantener constancia frente a las dificultades, adversidades, obstáculos. En otras palabras, hay que ser resistente y al mismo

tiempo tener paciencia para mantener la meta y el objetivo a alcanzar. Tiene que ver con la integridad y el cumplimiento de todo lo que se promete.

- Laboriosidad: se refiere al compromiso con el trabajo poniendo al servicio las competencias para buscar la excelencia en base a la disciplina.
- Puntualidad: se refiere a dar cumplimiento con el horario de trabajo el cual va acorde con la productividad, forma el carácter, el orden y la eficacia.
- Paciencia: se refiere a mantener la calma en todo momento sin alterarse ni perder la compostura.
- Sobriedad: significa gestionar el tiempo, las finanzas, los recursos, las necesidades y los intereses.
- Empatía: se refiere a poner en el lugar del otros sin perder la personalidad.
- Objetividad: se refiere a la imparcialidad frente a los hechos sin tratar de tomar posición.
- Optimismo: se refiere a darle sentido a las hechos y situaciones de una manera positiva. Implica actuar con alegría y fortaleza.
- Trabajo en equipo: es unir esfuerzos mancomunados para trabajar con un solo objetivo sin descuidar las funciones particulares de cada trabajador.
- Verdad: es mantener la coherencia entre lo que se dice y lo que se hace.
- Durabilidad: Se refiere a que los valores trascienden en el tiempo.
- Integralidad: es actuar con coherencia en todos los sentidos.
- Flexibilidad: cuando se presenten tensiones en la parte laboral algunas acciones se tienen que flexibilizar para poder avanzar.
- Satisfacción: significa estar feliz y contento por recibir lo que uno necesita.
- Dinamismo: Los valores tienen que visualizarse en crecimiento.
- Complejidad: Actuar con inteligencia para emitir juicios y tomar decisiones.

- **Aplicabilidad:** todo lo que proponga en la vida tiene reflejarse en la práctica es decir en el mundo de las organizaciones.

3.2.3. Gestión de calidad

La gestión de calidad es otro de los elementos que conforman la base del crecimiento de las organizaciones dentro del país, la gestión de calidad en las organizaciones es importante porque es a través de esta que las empresas logran la satisfacción de los usuarios que consumen los productos o servicios que estas producen, gracias a la gestión de calidad las empresas atraen mayor cantidad de clientes potenciales y logran tener ventajas competitivas dentro de los mercados en los que incursionan, la gestión de calidad es el resultado de una buena capacitación de personal y de seguir ciertas normas y la implementación de un sistema que permitirán que la empresa alcance un buen nivel de producción tanto de productos y servicios (Agurto, 2017).

3.2.3.1 La Gestión de calidad según las normas ISO

Desde que apareció las normas ISO 9000 en su evolución se aprecia una descripción detallada de que el que propone cada una de las propuestas de acuerdo a lo investigado por Lizarzaburu (2016):

- **Norma ISO 9000:** En esta primera propuesta aparecen con detalle las características de los fundamentos de los sistemas de gestión de la calidad especificando la terminología.
- **Norma ISO 9001:** en esta segunda propuesta aparecen los requisitos que deben presentar los sistemas de gestión de la calidad, los cuales requieren que los productos se ajusten a todos requerimientos de sus clientes. Se tiene como fin último tratar de cumplir con la satisfacción del cliente.

- Norma ISO 9004: introduce los conceptos de eficacia y eficiencia del sistema de gestión de la calidad. Aquí se aboca a tratar de mejorar la capacidad del desempeño de toda la empresa, satisfacer a los usuarios y otros interesados.
- Norma ISO 19011: implementa las auditorías de la gestión ambiental y los sistemas de gestión de la calidad.

Por otro lado, Lizarzaburu (2016), recoge y sintetiza los 8 principios establecidos en la ISO 9001:2008:

- Enfoque al cliente: se establece que aquellos que ofrecen sus servicios deben tener como objetivo principal atender las necesidades presentes y futuras de sus clientes de tal manera que cumplan con sus expectativas.
- Liderazgo: Debe estar en función de los objetivos institucionales y la orientación estratégica que trate de implementar la organización. Se recomienda que los líderes deben crear las condiciones básicas de un ambiente fraterno y amigable de tal manera que invite a la participación de sus miembros.
- Participación del personal: Debe entender con el nivel de involucramiento y su compromiso con la institución a fin de que sus competencias, capacidades y habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.
- Enfoque basado en procesos: Lo que importa es la estrategia que se usa para acompañar con eficiencia todo el proceso en la que está inmerso la gestión, las acciones y los recursos relacionados con la gestión del proceso.
- Enfoques del sistema para la gestión: desde el inicio se debe entender cómo funciona las distintas fases del proceso de tal manera que se pueda gestionar los procesos entendiéndolos como un sistema que apuesta por la eficacia y eficiencia de una empresa.

- Mejora continua: está vinculada con el perfeccionamiento continuo de acuerdo a las necesidades que se vaya presentando.
- Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones: la evaluación continua del proceso va determinando un diagnóstico que sirve como materia prima para tomar decisiones efectivas en base al análisis de datos e información.
- Relaciones beneficiosas con el proveedor: toma en cuenta los tipos de relación generada entre el productor y el cliente. Esa relación mutua beneficia mutuamente a ambos.

3.2.3.2 Elementos de la Gestión de calidad

De acuerdo a Duque (Duque, 2016) los elementos de gestión de calidad desde el contexto de la norma ISO 9001 2015 se establece.

- Incrementar el enfoque al cliente. Significa poner como prioridad las necesidades de los clientes por al final de cuenta este actúa como evaluador del producto o servicio y de sus comentarios invitará a otras personas para que prueben el producto. Todo esto lo hará se satisface sus necesidades y expectativas.
- Reducir la incertidumbre poniendo en funcionamiento la aplicación de un sistema de evaluación del riesgo.
- La dirección de la organización. Se requiere que el comportamiento de todas las personas que trabajan en la empresa tiene que orientar sus esfuerzos en una misma dirección y cada uno tendrá que colaborar y juntar esfuerzos para llegar a la meta. De esta manera, cada empleado se verá involucrado, motivado con poner en funcionamiento los requisitos de la norma ISO 9001.

- Objetivos claros e identificables. Los objetivos tienen que estar lo suficientemente claro para poder realizar la planificación, ejecución y evaluación del Sistema de Gestión de Calidad.
- Comunicación interna. Se debe establecer los medios y los canales de comunicación para que todos los departamentos, oficinas y trabajadores envíen sus mensajes sin duplicidades o redundancias en la información y contar con un buen sistema de mensajería.
- Sistema de control y evaluación continua. Todos los sistemas están sometidos a una evaluación continua y permanente con la finalidad de asegurar el propósito establecido por la organización.
- Procesos continuos de mejora. Se trata de una evaluación en círculo en donde todo el proceso es evaluado con la finalidad de establecer los sistemas de mejora en todo el proceso de la gestión.

3.2.4 Calidad del servicio

Al respecto, Lara (2002), entiende que la calidad del servicio ocurre cuando se da la conformidad del servicio de acuerdo a lo que el cliente ha solicitado y en relación a las expectativas del cliente. En otras palabras, los clientes deben valorar qué es lo que les ha generado el recibir el servicio y cuáles son sus expectativas que aseguran su satisfacción. Un servicio de calidad muestra en su esencia la eficiencia y la eficacia de lo producido.

3.2.5. Atención al cliente

3.2.5.1 El verdadero sentido de dar atención al cliente

La atención al cliente es una función fundamental de la empresa que consiste en trasladar la totalidad de sus productos y servicios, de manera que el cliente resulte totalmente satisfecho con la prestación del servicio y del producto recibido.

Najul (2011) sostiene que actualmente las empresas están comprometidas a procurar satisfacer las necesidades de sus clientes, generando un incremento productivo y mejora la calidad del servicio. Dicho de otra manera, los empresarios tienen que cuidar a sus clientes porque son la razón de ser de las organizaciones. Con la misma lógica, la organización empresarial, debe considerar cómo funciona el liderazgo, la eficiencia operativa, el recurso humano, cultura institucional. Como dice Alvarez et al. (2013), el mantener de manera permanente a los clientes es responsabilidad de toda la empresa.

Horovitz (2002 citado en Alvarez et al., 2013) considera que todo el capital humano desde los directivos hasta las personas que ofrecen el servicio debe estar en sintonía con los clientes, su compromiso es tal que todo el accionar gira en función de la satisfacción del cliente, procurando dejar en claro que el cliente siempre tiene la razón. Así mismo, los trabajadores, su actuación debe estar en sintonía con las expectativas y necesidades de los clientes, no importa el segmento económico a la que se relacione la empresa. En consecuencia, el tomar en cuenta, los tipos de clientes con los que se cuenta, sobre todo sabiendo identificar a aquellos que visitan a la empresa siempre, el que los hace de manera esporádica, el servicio siempre debe estar a la altura de las necesidades de los clientes porque ellos constituyen la materia prima de mayor relevancia para la productividad de la empresa. En otras palabras, hay que proteger a

los potenciales clientes internos y a los que recién se involucran para tener asegurado éxito de contar con una nueva clientela.

Najul (2011) propone a los empresarios aplicar los diez Mandamientos de la atención al Cliente

- En todo negocio, el cliente es el actor principal y al que se le tiene que tomar en cuenta en todo momento.
- Los clientes siempre tienen la razón y todo lo que ellos soliciten hay que ofrecérselos de tal modo que queden totalmente satisfechos.
- Los empresarios tienen que cumplir con todo lo prometido, es decir, se ha de ganar la confianza del cliente para asegurar la lealtad.
- El objetivo final de una transacción es dejar satisfecho al cliente, lograrlo no es sencillo, pero allí está el secreto de la toma de decisión del empresario que debe concentrarse en poner toda su atención a las necesidades y deseos de los clientes.
- En la mentalidad del cliente la forma como trata la empresa a sus usuarios es lo que hace la diferencia, en ese sentido, el afecto del capital humano con los clientes deja claramente establecido la posibilidad de regresar o que jamás se quiera volver.
- Evitar cometer errores, cuando se está ofreciendo el servicio, ello, con la finalidad de molestar al cliente. En ese sentido, se ha de cumplir con el compromiso de la entrega, la calidad del producto, entre otros aspectos que giran alrededor del despacho del servicio.
- Se ha de contar con un capital humano que esté al servicio de los clientes, que la forma de atenderlos debe desembocar en una satisfacción general. Para ellos el entrenamiento para conocer las actitudes, el carácter, la motivación, son factores cruciales para mantener siempre a los clientes, la organización, debe

contar con una política de recursos humanos que vaya a la par con las estrategias de marketing.

- Los que juzgan si el producto o servicio son los clientes. Ellos son los que finalmente califican la calidad de servicio y son ellos los que determinan si vuelven o de lo contrario nunca regresan.
- Siempre se debe tener en cuenta la necesidad de mejorar, de alcanzar los objetivos planteados sobre el servicio y satisfacción del cliente, con la finalidad de trazarse nuevas metas, para estar siempre a la vanguardia y hacer frente a la competencia.
- En la satisfacción del cliente, el recurso humano de la empresa debe trabajar en equipo, todas las personas deben seguir un solo objetivo que es en este caso de cubrir todas las necesidades del cliente.

Con todos estos tipos de mandamientos, los empresarios tienen que establecer un conjunto de acciones desarrolladas por los trabajadores, los cuales deben trabajar en equipo pensando en el mercado, cuyo objetivo satisfacer las necesidades de los clientes tanto internos como externos. Por ello se recomienda centrarse en las expectativas y necesidades que traen y en las que se puedan crear en el momento, siempre debe primar el principio de que el cliente siempre tiene la razón.

3.2.5.2 Objetivo de la atención al cliente

El autor Najul (2011) plantea a los empresarios tomar en cuenta los siguientes objetivos en la atención al cliente:

- Aprovechar las estrategias comunicacionales y la atención al usuario centradas a conseguir la cumbre de la calidad del producto o servicio y procurar que los clientes queden totalmente satisfechos desde sus propias expectativas.

- Capacitar al recurso humano concientizándolos en desarrollar una cultura de calidad aplicada al servicio, ejercitando y monitoreando su actuación a fin de que se adquiriera las competencias, capacidades y destrezas necesarias para atender y dar servicio al cliente.
- Establecer compromisos mancomunados entre empleados y empresarios sobre las ventajas comparativas y beneficios de los nuevos modos, herramientas y sistemas de trabajo en equipo, acudiendo a su involucramiento y asumiendo los compromisos con el mismo objetivo vinculado a la satisfacción del cliente.
- Procurar que la formación permanente de los trabajadores y empresarios es un factor sustantivo para mantener la estabilidad, la capacidad profesional y estar a la par con la competitividad.
- Conocer y aprender los procedimientos y las estrategias de cómo atender al público manteniéndose atento en todas las fases de gestión del negocio.

Desde otra perspectiva, el autor Paredes (2018) sostiene que en la atención al cliente se ha de considerar todas las actividades de la empresa que gestionan la interacción con los clientes. Por tanto, sea cual sea el tipo de empresa la atención al cliente debe cumplir con dos objetivos fundamentales: La relación directa con sus clientes y el análisis de su comportamiento para detectar los puntos que precisan mejoras.

La atención de las reclamaciones de los clientes y la búsqueda de soluciones y compensación por los incumplimientos en su caso.

3.2.5.3 Dimensiones de la atención al cliente

Zapata (2014) plantea a tomar en cuenta las siguientes dimensiones de atención al cliente:

- **La accesibilidad:** La obtención de un servicio debe estar al alcance del usuario y además debe satisfacer sus necesidades y requerimientos básicos para comprarlos. En la transacción no hay que perder de vista los elementos de apoyo que deben estar presentes en todo momento (fuerza de ventas, telemercaderistas, punto de venta, etc.) que son valorados por los clientes y en el momento de tomar la decisión contar con una respuesta oportuna, efectiva y eficiente.
- **La comunicación:** tiene que ser lo suficiente clara y precisa de tal manera que la transacción se haga sin contratiempos, de fácil acceso para el cliente quien es una persona sensible y que puede reaccionar de manera adversa ante cualquier eventualidad.
- **La capacidad del personal:** tiene que estar lo suficientemente entrenado y formado para responder de manera oportuna haciendo uso de sus capacidades, habilidades y conocimientos relacionadas a la atención al cliente.
- **La cortesía y la amabilidad:** Son valores importantísimos y que juegan un papel importante en la conservación de los clientes. Poner atención con todos los sentidos es mantener normas de cortesía, amabilidad, respeto y atención total.
- **La credibilidad:** el bien recibido tiene que ser confiable con la finalidad de atraer nuevos clientes porque en ese caso son los propios clientes los que hacen la propaganda sobre el servicio recibido.

3.2.6. Características de la atención al cliente

Alcázar (2015) considera que en la atención al cliente se debe tomar en cuenta las siguientes características:

- El cliente es el sujeto más importante clave en la supervivencia de la organización; sin clientes, la institución no podría funcionar ni desarrollar las actividades comerciales.
- La organización debe aprovechar todos sus recursos y unir todos sus esfuerzos para dejar satisfecho al cliente de todo lo que el pida y requiera.
- La organización debe honrar sus compromisos cumpliendo con todas las condiciones y los plazos establecidos, de tal manera que cualquier incumplimiento podría desembocar en la pérdida del cliente.
- Se debe tomar en cuenta todas las previsiones del caso frente a las necesidades, los anhelos y las expectativas del usuario frente a lo que va a recibir y obtener.
- El objetivo de la empresa es poner en juego todo su esfuerzo con el propósito de que el cliente logre regresar e incluso atraiga a otros potenciales consumidores.
- Los empresarios no se deben dar el lujo de perder un cliente frente a una insatisfacción como consecuencia de no haber recibido lo que se merece. No se tiene porque fallar
- El Departamento de Marketing debe estar acompañando en todo momento las acciones de satisfacción de los clientes internos y externos y evitar en todo momento que no se desanimen.
- Las organizaciones deben incorporar indicadores de gestión de calidad de atención al usuario, con la finalidad de mejorar continuamente y perfeccionar

el servicio, aunque la última palabra sobre la calidad del servicio la tenga el propio cliente.

- La organización debe implementar actividades de mejora en el servicio y en la presentación del producto, con el fin de registrar posibles errores y tener planes de contingencia.
- El talento del elemento humano debe servir de base para satisfacer al cliente.

Por su parte Cruz (2015), sugiere que los empresarios no deben perder de vista las necesidades y expectativas del cliente, no se debe ceder ningún milímetro de caer en el error porque ello puede ser contraproducente para los propósitos de crecimiento de la propia empresa. Eso implica, delinear cualquier política de atención al cliente, conocer a profundidad las necesidades, gustos y preferencias de los diferentes fragmentos de clientes para satisfacer sus expectativas.

En el caso de las MYPE, la flexibilidad y la mejora continua deben estar preparadas para dar respuestas a las probables contingencias, reaccionando de manera inteligente con criterios de adaptabilidad a posibles cambios en su sector y a las potenciales necesidades crecientes de los clientes. En ese sentido, el personal debe estar en contacto directo con el cliente poniendo los buenos oficios, aplicando los valores de acogida para reducir los riesgos de posibles fugas de los clientes.

Otro aspecto a tomar en cuenta, es la orientación al trabajo y al cliente, el cual conjuga dos componentes: la dimensión técnica adscrita al propio desempeño y el aspecto humano, vinculado directamente con las personas. En tal sentido, la meta es que el cliente esté convencido que es en este lugar donde se le brinda privilegios y atenciones no vista en otros lugares. (Cruz, 2015).

III. Hipótesis General

Según Díaz S. C. (2015), las investigaciones descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por ser una investigación de tipo descriptiva las hipótesis quedan descartadas.

IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación

En el presente trabajo, se utiliza el tipo de investigación Cuantitativa, porque trabaja con datos, con estadística y en donde se medirá dos variables la Gestión de Calidad y atención al cliente en las MYPEs rubro restaurant pollería de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana - 2019.

Es cuantitativo; porque según el autor (Díaz, 2015), permite contrastar la discrepancia en teorías verdaderas, tomando como premisa la elaboración de hipótesis originadas a partir de la obtención de una muestra una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero que sea específica de una población o fenómeno objeto de investigación. Motivo por el cual, para realizar estudios cuantitativos es necesario contar con una teoría ya cimentada, tomando en cuenta que el método científico utilizado en la misma es el deductivo.

Nivel de la investigación de la tesis

El nivel de la presente caracterización es descriptivo. El autor (Díaz, 2015), precisa que la investigación descriptiva radica la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el propósito de formar su estructura o procedimiento, en donde los

resultados de una investigación descriptiva se sitúan en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de las ciencias se refiere.

Diseño de la investigación

Diseño No experimental: (Díaz, 2015), indica que el diseño no experimental es el que se efectúa sin manipular deliberadamente ninguna variable. El investigador no reemplaza intencionalmente las variables independientes, se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un momento dado. Razón por la cual, la investigación utilizará un diseño no experimental transversal, tomando en cuenta que se investigará y medirá la gestión de calidad y atención del cliente en la MYPEs rubro restaurant pollería de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana año 2019, sin realizar la manipulación deliberada de estas variables, tomando en cuenta que únicamente se pretende observar los fenómenos a estudiar en su ambiente natural para después analizarlos.

Diseño transversal, producto de que recogen datos en un solo momento, en un tiempo único, con el propósito de describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento determinado.

El universo y muestra:

4.1.1. Población:

Según (Díaz, 2015), desde el punto de vista estadístico, una población, está definida como un conjunto finito o infinito de entes (personas, objetos, entidades, etc.) que con características comunes. El tamaño que posee una población es un aspecto muy importante en el proceso de investigación y está determinado por la cantidad de elementos que la componen.

N.º	Razón social	RUC	N.º trabajadores
01	Restaurant pollería Gonzalitos Champañat	10025478526	05
02	Restauran pollería "La finca Grill"	10070393459	06
03	Restauran pollería "La esquina"	10035801117	05
04	Restauran pollería anticuchos "Paquis"	20154785652	06
05	Restauran pollería "El encanto de Sullana"	10065874231	05
06	Restauran pollería El parrillero	10024568785	04
07	Restauran pollería El Tío Jhony	20600320689	05
Total			36

La población de esta investigación está constituida por 7 MYPEs correspondientes al rubro restaurant pollería, ubicadas en la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana y los trabajadores de las mismas, constituyéndose, en una población finita.

A su vez, para el análisis de la variable gestión de calidad, el cuestionario está encaminado a los trabajadores, como una población finita.

Sin embargo, para la variable atención al cliente, el cuestionario se dirige a los clientes, como una población infinita, teniendo en cuenta que se desconoce el número de clientes que tiene cada establecimiento, motivo por el cual, la muestra se estimó posteriormente.

4.1.2. Muestra:

(Arias, 2012) conceptualiza la muestra como una porción de la población, que en este caso la integran los trabajadores de la MYPES integrada 36 de ellos y 50 clientes de las pollerías de Sullana en el año 2019. Para esta oportunidad se aplica un muestreo no probabilístico por conveniencia (Arias, 2012). En cuanto a selección de los que tenían que responder los cuestionarios se seleccionaron en base los criterios de inclusión y exclusión.

a) Criterios de inclusión

- Trabajadores con más de 3 años de jornada laboral.
- Clientes con un mínimo de 3 visitas a las pollerías durante el año 2019

b) Criterios de exclusión

- Trabajadores contratados con menos de 3 años laboral
- Clientes externos con un mínimo de frecuencia de visitas

Tabla 1: Matriz de Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicador	Fuente	Metodología	Escala
Gestión de calidad	Es concebida como la aplicación de una serie de actividades previamente diseñadas y sistematizadas, cuyo propósito es poner en el mercado un producto o servicio dirigido a satisfacer las necesidades de los clientes (Faytong, 2015).	La variable se operacionaliza en base a los principios adscritos a la gestión de calidad señalando el enfoque, el liderazgo, la participación de los empleados, los procesos y la toma de decisiones a través de la aplicación de un cuestionario. Así mismo, comprende la mejora continua, a través de la normalización, producción, planificar.	Principios de la gestión de calidad. Son las guías teóricas que orientan a dar un servicio de calidad	. Enfoque al cliente . Líder . Participación del empleado . Gestión de procesos	Trabajadores	Nivel: Descriptivo Tipo: Cuantitativo Diseño: No experimental Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario	Nominal
			Mejora continua. Es aquella que a partir de un diagnóstico y de monitoreos permanentes adopta una estrategia de continuar con la productividad, normalización y la planificación.	. Normas . Planificación . Productividad			
Atención al cliente	Es una modalidad de servir a un usuario tratando de enfocarse en sus necesidades y expectativas frente al producto o servicio que recibirá (Borunda, 2017).	La variable se operacionaliza en relación a dos variables la importancia y las estrategias de atención a la clientela. En la primera se desagrega en la fidelización, percepción de la valoración de los clientes. En la segunda, se mide con la comunicación, la flexibilización, los medios de comunicación y necesidades del cliente, medidas mediante cuestionario.	Importancia de la atención al cliente. Se refiere a la valoración y al afecto que se le debe brindar aquella persona que requiere un servicio o producto	. Fidelización de la clientela . Percepción valorativa	Clientes		Nominal
			Estrategias de mejora de atención al cliente. Son las formas de actuar pensando en las necesidades de los clientes para que siempre sean fidedignos al servicio de la empresa.	. Comunicación . Flexibilización . Medios de atención . Necesidades de la clientela			

Fuente: Elaboración propia.

4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.6.1 Técnicas de recogida de datos

En la investigación se usa la técnica de la encuesta, técnica que es descrita por Bernal (2010) bajo el enfoque cuantitativo y consta de un conjunto de preguntas pudiendo ser cerradas o abiertas y que se aplican en solo momento a un determinado número de personas.

4.6.1 Instrumento de recogida de datos

De acuerdo a Bernal (2010) conceptualiza el cuestionario como un formato que contiene preguntas abiertas y cerradas, tienen instrucciones y sus indicadores están de acuerdo a las dimensiones desagregadas de las variables de estudio. En este caso se aplican dos cuestionarios uno a trabajadores y el otro a los clientes de las MYPE rubro pollerías.

Plan de análisis

Para la obtención de los resultados, una vez recogidos los datos, se efectuó la tabulación correspondiente, tomando cada una de las variables y tomando en cuenta sus dimensiones, se efectuó el cálculo de las frecuencias y porcentajes, empleando el Excel como herramienta. Prosiguiéndose con realizar el análisis e interpretación de los datos recogidos, a través de la encuesta los mismos que serán validados por profesionales expertos.

Tabla 2. Matriz de Consistencia

TITULO	ENUNCIADO	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPOTESIS	Metodología
Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES rubro pollería, Sullana año 2019	¿Qué características tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES rubro pollería de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana año 2019?	<p>Objetivo general</p> <p>Describir las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES rubro pollería de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana año 2019.</p> <p>a) Conocer las características de la gestión de calidad en las MYPES rubro pollería de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana año 2019</p> <p>b) Describir los principios de la Gestión de la calidad, de las MYPES rubro pollería de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana año 2019</p> <p>c) Determinar el nivel en atención al cliente en las MYPES rubro pollería de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana año 2019.</p> <p>d) Indicar los factores más relevantes en la atención al cliente en las MYPES rubro pollería de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana año 2019</p>	<p>Gestión de calidad</p> <p>Atención al cliente</p>	<p>Para el presente estudio no se formularán hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad. (Hernández, Fernández y Baptista, p. 140, 2015).</p>	<p>Tipo de investigaciones Cuantitativa</p> <p>Nivel Descriptivo</p> <p>Diseño No experimental</p> <p>Población: De 7 MYPES rubro restaurant pollería, Sullana, 2019</p> <p>Muestra: 36 trabajadores y 50 clientes.</p>

Fuente: Clientes de siete pollerías (MYPES) de la Urb. Enrique López Albuja II E – Sullana Piura - 2019.

Principios éticos

- **Protección de la persona.** El bienestar y seguridad de las personas es el fin supremo de toda investigación, y por ello, se debe proteger su dignidad, identidad, diversidad socio cultural, confidencialidad, privacidad, creencia y religión. Este principio no sólo implica que las personas que son sujeto de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino que también deben protegerse sus derechos fundamentales si se encuentran en situación de vulnerabilidad.
- **Libre participación y derecho a estar informado.** - Las personas que participan en las actividades de investigación tienen el derecho de estar bien informados sobre los propósitos y fines de la investigación que desarrollan o en la que participan; y tienen la libertad de elegir si participan en ella, por voluntad propia. En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.
- **Beneficencia y no-maleficencia.** Toda investigación debe tener un balance riesgo-beneficio positivo y justificado, para asegurar el cuidado de la vida y el bienestar de las personas que participan en la investigación. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.
- **Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad.** Toda investigación debe respetar la dignidad de los animales, el cuidado del medio ambiente y las plantas, por

encima de los fines científicos; y se deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y tomar medidas para evitar daños.

- **Justicia.** El investigador debe anteponer la justicia y el bien común antes que el interés personal. Así como, ejercer un juicio razonable y asegurarse que las limitaciones de su conocimiento o capacidades, o sesgos, no den lugar a prácticas injustas. El investigador está obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación, y pueden acceder a los resultados del proyecto de investigación.
- **Integridad científica.** - El investigador (estudiantes, egresado, docentes, no docente) tiene que evitar el engaño en todos los aspectos de la investigación; evaluar y declarar los daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, el investigador debe proceder con rigor científico, asegurando la validez de sus métodos, fuentes y datos. Además, debe garantizar la veracidad en todo el proceso de investigación, desde la formulación, desarrollo, análisis, y comunicación de los resultados.

RESULTADOS

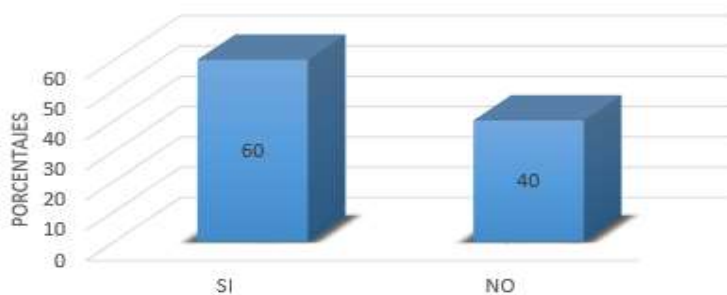
Resultados

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

Ítems	N	%
Si	06	60.00
No	04	40.00
Total	10	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

Figura 1: ¿La empresa le ofrece un producto de buena calidad?



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

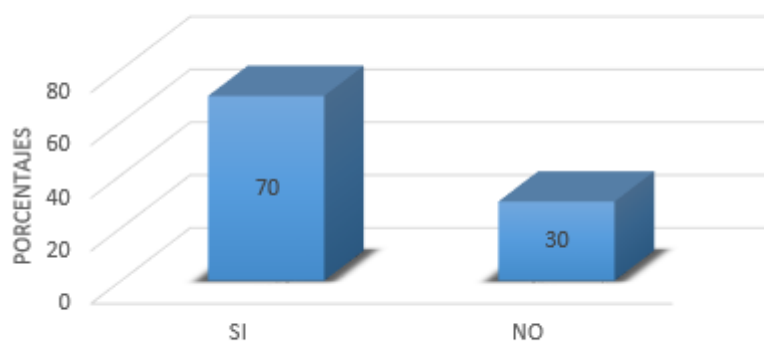
Interpretación: En la tabla N° 1 del 100% de encuestados se observa que el 60% de los propietarios afirma que la empresa si ofrece productos de buena calidad, sin embargo, el 40% no ofrece calidad de producto.

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

Ítems	N	%
Si	07	70.00
No	03	30.00
Total	10	100.00

Fuente: *Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs*

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



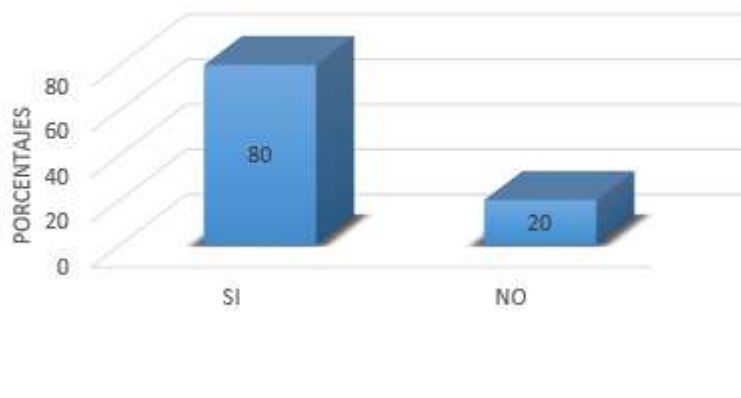
Interpretación: En la tabla N° 2 del 100% de encuestados se observa que se puede deducir que el 70% de los encuestados deducen que la empresa si controla el buen estado y manipulación de cada producto que ofrece al cliente, el 30% deduce que no.

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

Ítems	N	%
Si	08	80.00
No	02	20.00
Total	10	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

Figura 3: *¿Los productos y servicios de la empresa donde se encuentran ubicados los insumos son adecuados?*



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

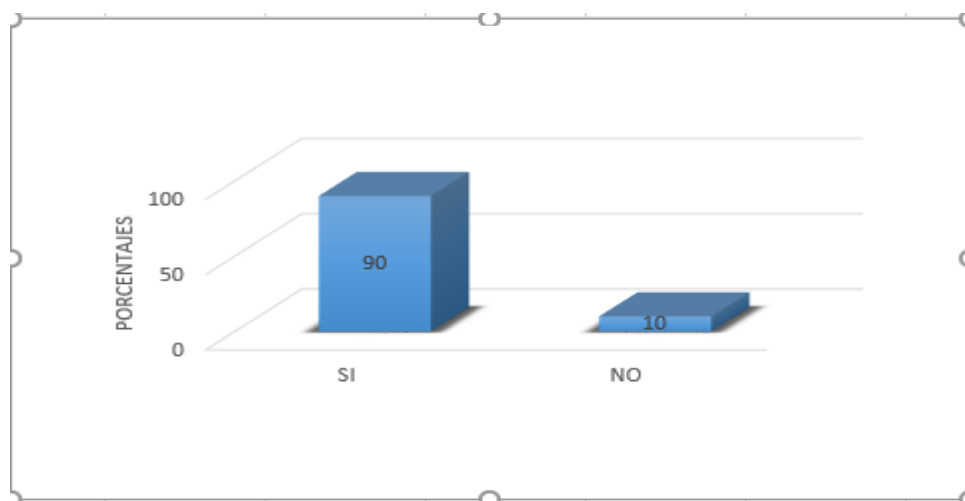
Interpretación: En la tabla N° 3 del 100% de encuestados se observa que se puede deducir que el 80% de los propietarios encuestados deducen que si es adecuado el espacio donde son colocados los productos y tales servicios de la empresa, el 20% deduce que no.

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

Ítems	N	%
Si	09	90.00
No	01	10.00
Total	10	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

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



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

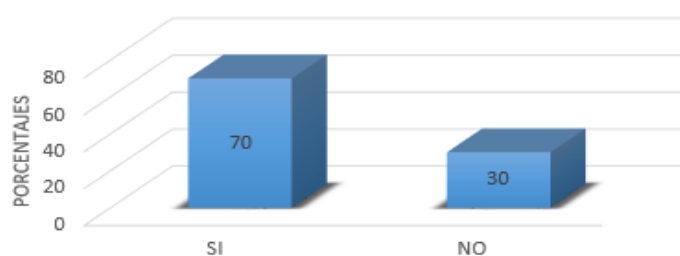
Interpretación: En la tabla N° 4 del 100% de encuestados se observa que el 90% de los encuestados si considera que la empresa se preocupa por la satisfacción del cliente y su necesidad respecto a la calidad del producto, sin embargo, el 10% no lo considera.

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

Ítems	N	%
Si	07	70.00
No	03	30.00
Total	10	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

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



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

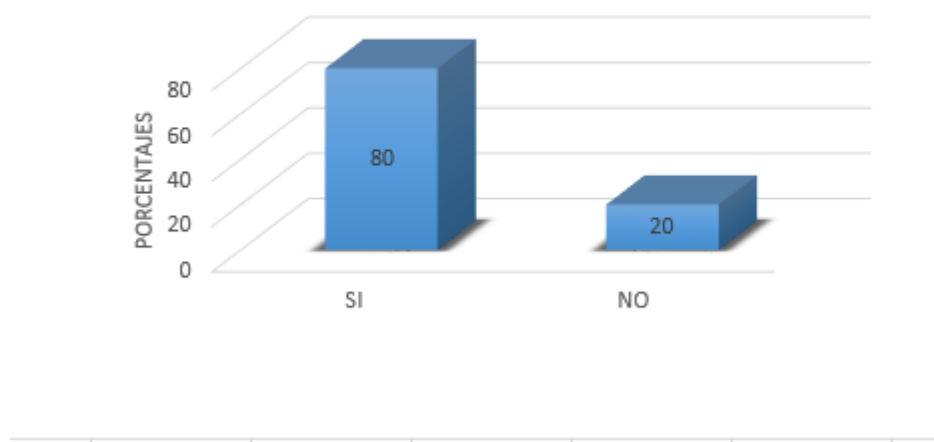
Interpretación: En la tabla N° 5 del 100% de encuestados se observa que el 70% de los propietarios deduce que la empresa si estudia las condiciones económicas del cliente con el fin de ofrecer un producto acorde a su capacidad económicas, sin embargo, el 30% no estudian dichas condiciones económicas.

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

Ítems	N	%
Si	08	80.00
No	02	20.00
Total	10	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

Figura 6: *¿El personal de atención al cliente demuestra liderazgo y motivación?*



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

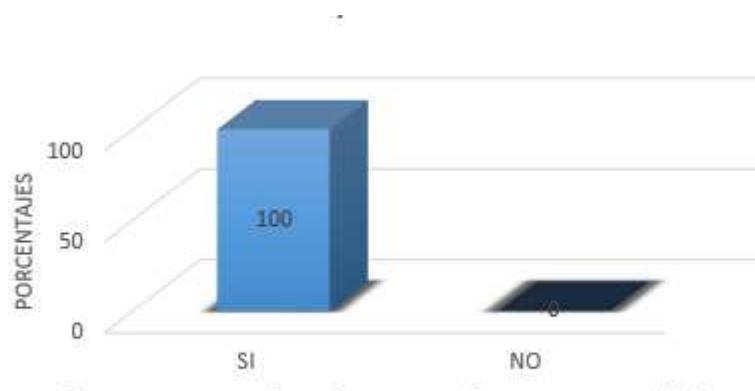
Interpretación: En la tabla N° 6 del 100% de encuestados se puede observar que el 80% de los encuestados afirman que el personal de atención si demuestra liderazgo y motivación en su labor empresarial, el 20% afirma que no.

Tabla 7: ¿El contacto con los clientes es de manera cordial y empática?

Ítems	N	%
Si	10	100.00
No	00	0.00
Total	10	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

Figura 7: ¿El contacto con los clientes es de manera cordial y empática?



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

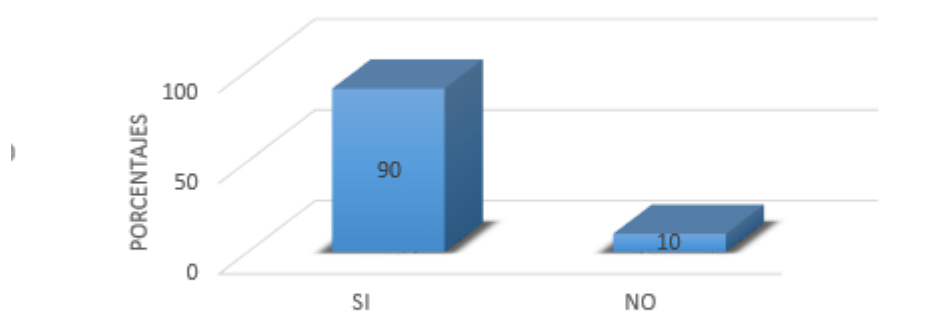
Interpretación: En la tabla N° 7 del 100% de encuestados se puede observar en el Figura que el 100% de los propietarios afirman que el contacto con los clientes si es de manera cordial y empática.

Tabla 8: ¿La empresa considera al cliente ofreciendo beneficios, ofertas o descuentos?

Ítems	N	%
Si	09	90.00
No	01	10.00
Total	10	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

Figura 8: ¿La empresa considera al cliente ofreciéndole beneficios, ofertas o descuentos?



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

Interpretación: En la tabla N° 8 del 100% de encuestados se observa que el 90% de los propietarios si considera al cliente ofreciendo diferentes ofertad y descuentos, además de diferentes beneficios acorde a los productos, sin embargo, el 10% no considera dichas estrategias para el cliente.

Tabla 9: *¿Considera que la atención al cliente es la adecuada?*

Ítems	N	%
Si	38	76.00
No	12	24.00
Total	50	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

Figura 9: *¿Considera que la atención al cliente es la adecuada?*



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

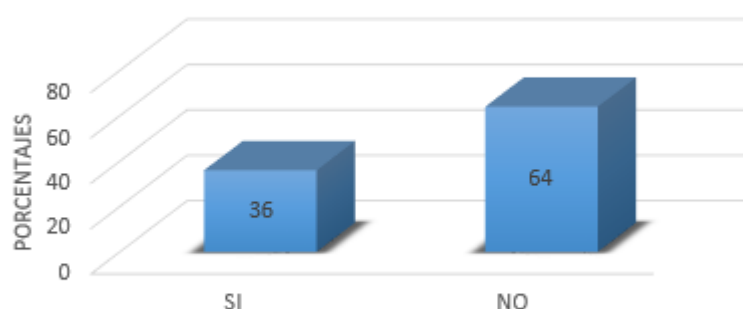
Interpretación: En la tabla N° 9 del 100% de encuestados se observa que el 76% de los clientes afirman que la atención que brindan es la adecuada, el 24% deduce lo contrario.

Tabla 10: ¿Para usted la atención en caja es rápido y ágil?

Ítems	N	%
Si	18	36.00
No	32	64.00
Total	50	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

Figura 10: ¿Para usted la atención en caja es rápido y ágil?



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

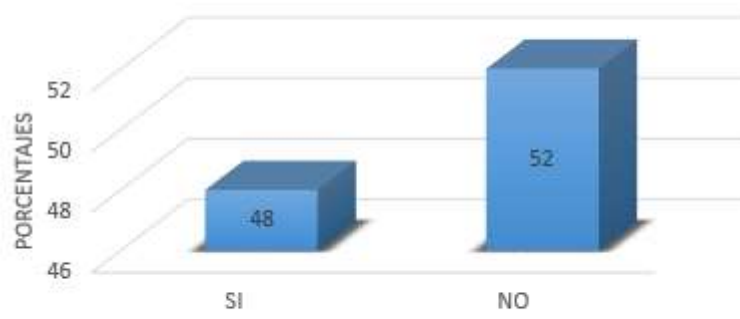
Interpretación: En la tabla N° 10 del 100% de encuestados se puede observar en el Figura que el 36% de los clientes encuestados deduce que la atención en caja es rápida y ágil, sin embargo, el 64% afirman que no.

Tabla 11: *¿Para usted la atención que le brindan satisfacen sus necesidades?*

Ítems	N	%
Si	24	48.00
No	26	52.00
Total	50	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

Figura 11: *¿Para usted la atención que le brindan satisfacen sus necesidades?*



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

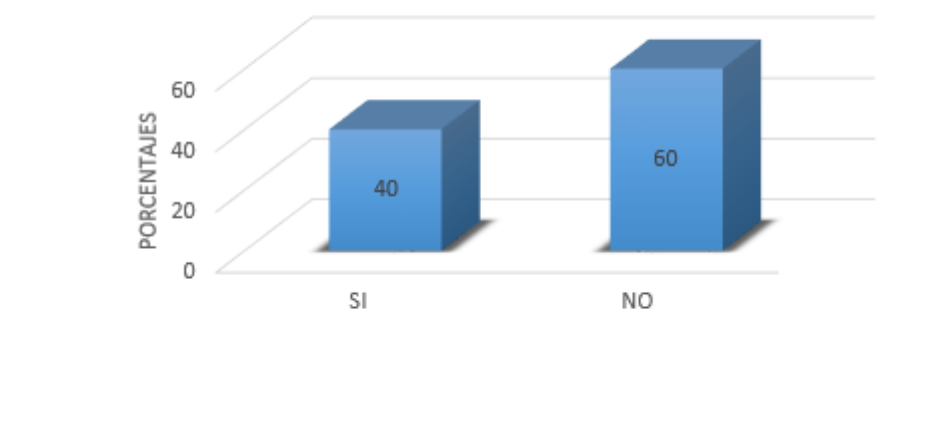
Interpretación: En la tabla N° 11 del 100% de encuestados según la Figura el 48% de los clientes deducen que la atención que se les brinda si logra satisfacer sus necesidades, pero el 52% afirman que no satisfacen. ¿Considera que las actividades que se realiza están enfocadas al cliente?

Tabla 12: *¿Considera que las actividades que se realiza están enfocadas al cliente?*

Ítems	N	%
Si	20	40.00
No	30	60.00
Total	50	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

Figura 12: *¿Considera que las actividades que se realiza están enfocadas al cliente?*



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

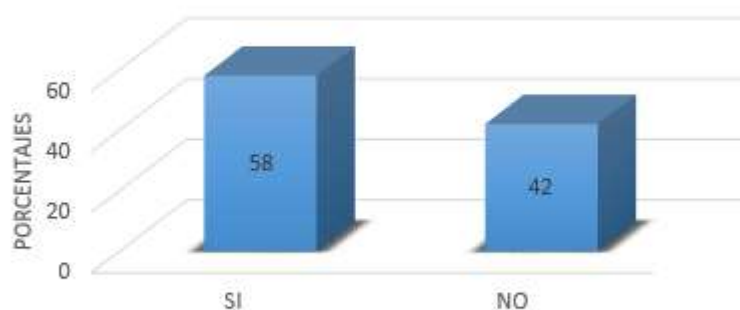
Interpretación: En la tabla N° 12 del 100% de encuestados se puede observar que el 40% de los clientes encuestados si consideran que las actividades que realiza la empresa están enfocadas en el cliente, sin embargo, el 60% deducen que dichas actividades no están enfocadas. ¿La distribución de las instalaciones, le genera satisfacción?

Tabla 13: *¿La distribución de las instalaciones, le genera satisfacción?*

Ítems	N	%
Si	29	58.00
No	21	42.00
Total	50	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

Figura 13: *¿La distribución de las instalaciones, le genera satisfacción?*



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

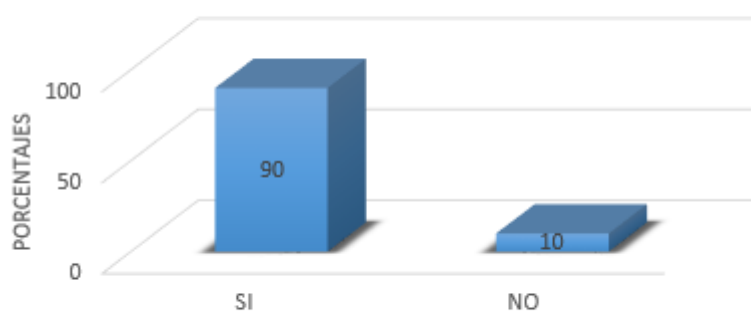
Interpretación: En la tabla N° 13 del 100% de encuestados se puede observar que el 58% de los encuestados si considera que la distribución de las instalaciones genera satisfacción al adquirir el servicio, el 42% no le satisface.

Tabla 14: *¿Usted considera que las empresas deben contar con diversidad de productos de toda necesidad?*

Ítems	N	%
Si	45	90.00
No	05	10.00
Total	50	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

Figura 14: *¿Usted considera que las empresas deben contar con diversidad de productos de toda necesidad?*



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

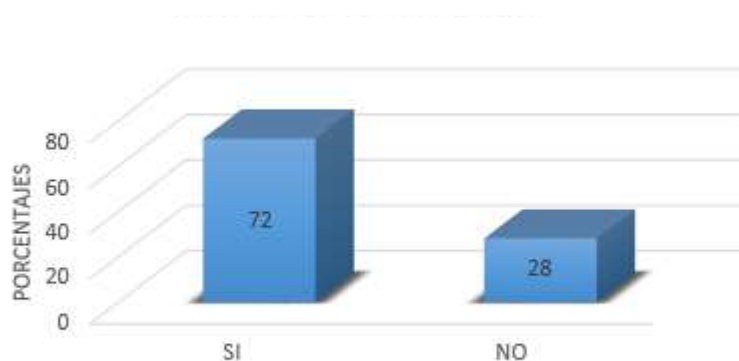
Interpretación: En la tabla N° 14 del 100% de encuestados se observa que el 90% de los clientes encuestados si considera que las empresas deben contar con diversidad de productos acorde a sus necesidades, sin embargo, el 10% deduce que no.

Tabla 15: *¿Para usted las empresas cuentan con el personal calificado para la atención?*

Ítems	N	%
Si	36	72.00
No	14	28.00
Total	50	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

Figura 15: *¿Para usted las empresas cuentan con el personal calificado para la atención?*



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

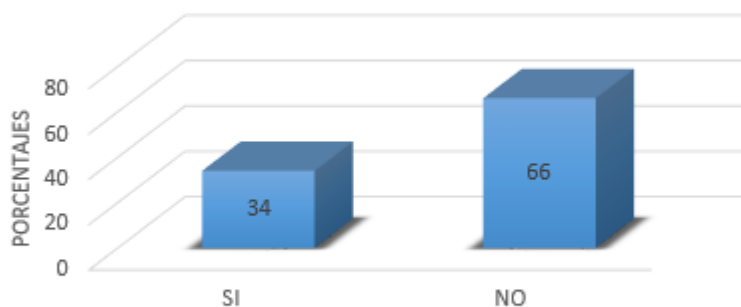
Interpretación: En la tabla N° 15 del 100% de encuestados se puede observar que el 72% de los clientes encuestados afirman que las empresas si cuentan con el personal calificado para la atención eficiente, sin embargo, el 28% opina lo contrario.

Tabla 16: *¿Considera que las empresas cuentan con servicios adecuados a sus necesidades?*

Ítems	N	%
Si	17	34.00
No	33	66.00
Total	50	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

Figura 16: *¿Considera que las empresas cuentan con servicios adecuados a sus necesidades?*



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

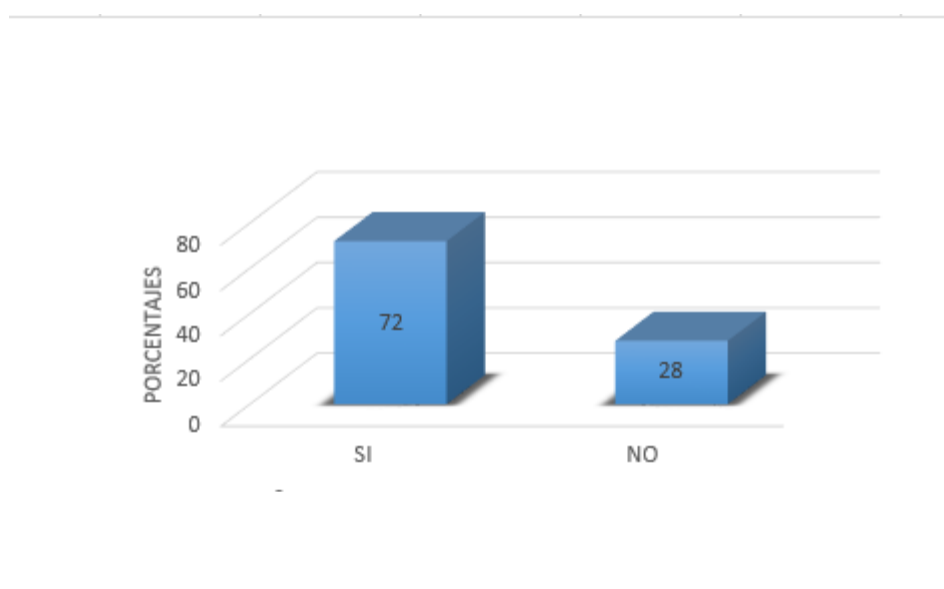
Interpretación: En la tabla N° 16 del 100% de encuestados se observa que el 34% de los encuestados considera que las empresas deben contar con los servicios adecuados y acorde a sus necesidades, sin embargo, el 66% no opina lo mismo.

Tabla 17: ¿Para usted la atención del cliente de las empresas satisfacen sus expectativas?

Ítems	N	%
Si	36	72.00
No	14	28.00
Total	50	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

Figura 17: ¿Para usted la atención del cliente de las empresas satisfacen sus expectativas?



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

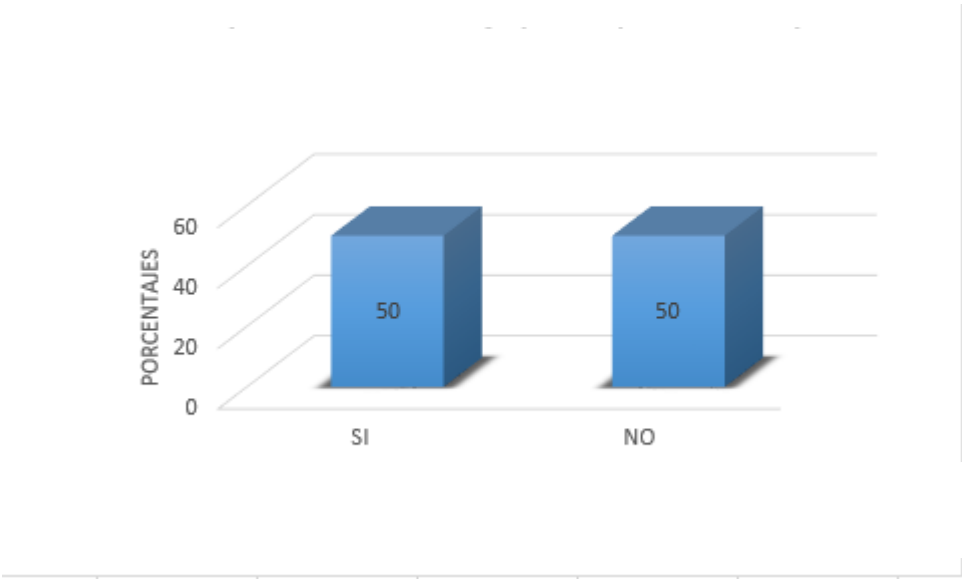
Interpretación: En la tabla N° 17 del 100% de encuestados según el Figura se deduce que el 72% de los clientes afirman que la atención que se les brindan si satisfacen sus necesidades, pero el 28% no están satisfechos.

Tabla 18: ¿Usted se encuentra satisfecho con los servicios de atención al cliente que le brindan?

Ítems	N	%
Si	25	50.00
No	25	50.00
Total	50	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

Figura 18: ¿Usted se encuentra satisfecho con los servicios de atención al cliente que le brindan?



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPEs

Interpretación: En la tabla N° 18 del 100% de encuestados se puede observar que el 50% de los clientes encuestados se encuentran satisfechos con los servicios de atención que le brinda la empresa, igualmente el 50% opinan lo contrario.

ANALISIS DE RESULTADOS

Objetivo General

Con respecto al Objetivo General: Describir las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPEs rubro restaurant pollería de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa Sullana año 2019. En la **Tabla N° 1** en relación a la pregunta La empresa le ofrece un producto de buena calidad, en su estudio: se observa que el 60% de los propietarios afirma que la empresa si ofrece productos de buena calidad, sin embargo, el 40% no ofrece calidad de producto. Asimismo (Mendoza, 2016), señala que “el servicio son las estrategias creadas por una compañía para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes. Para así diferenciarse de la competencia. ¿Por lo tanto, un buen servicio es importante para el crecimiento de una empresa **Tabla N° 2** La empresa controla el buen estado y manipulación de cada producto que ofrece al cliente? se observa que se puede deducir que el 70% de los encuestados deducen que la empresa si controla el buen estado y manipulación de cada producto que ofrece al cliente, el 30% deduce que no. Según Arnold,(2016), expresa que los líderes o gerentes de las MYPE deben inculcar el buen servicio a sus colaboradores ya que el buen servicio es lo esencial para el crecimiento de toda empresa sin importar cuál es el mercado objetivo, **Tabla N° 3** Los productos y servicios de la empresa donde se encuentran ubicados los insumos son adecuados, se puede deducir que el 80% de los propietarios encuestados deducen que si es adecuado el espacio donde son colocados los productos y tales servicios de la empresa, el 20% deduce que no, se tuvo como objetivo determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las estrategias competitivas genéricas en las micro y pequeñas empresas (MYPES) (Robles, 2018) **Tabla N° 4** en relación a la pregunta Considera que la empresa se preocupa por el cliente en satisfacer sus necesidades con producto de calidad, concluyendo que el 90% de

los encuestados si considera que la empresa se preocupa por la satisfacción del cliente y su necesidad respecto a la calidad del producto, sin embargo, el 10% no lo considera. Teniendo relación con lo expuesto

en su estudio: Caracterización de competitividad y gestión de calidad de las MYPES sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018. Tuvo como objetivo Determinar la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE (Vargas, 2018)

Tabla N° 5. La empresa estudia las condiciones económicas del cliente, para ofrecer nuevos productos, *se* observa que el 70% de los propietarios deduce que la empresa si estudia las condiciones económicas del cliente con el fin de ofrecer un producto acorde a su capacidad económicas, sin embargo, el 30% no estudian dichas condiciones económicas.

Objetivos Específicos:

Con respecto al Objetivo específico 1: Describir los principios que utiliza en la gestión de calidad en las MYPES rubro restaurant pollería de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana año 2019 en la **Tabla N° 7** El contacto con los clientes es de manera cordial y empática, se puede observar en la Figura que el 100% de los propietarios afirman que el contacto con los clientes si es de manera cordial y empática. Ccancapa, (2016), en su estudio: Caracterización de la capacitación - servicio al cliente de las MYPES, rubro restaurantes de la ciudad de Juliaca, año 2015. Tuvo como finalidad determinar las características de la capacitación y servicio al cliente en las MYPE del rubro restaurantes de la ciudad de Juliaca. La investigación es de tipo descriptiva, presenta un nivel cuantitativo, con un diseño no

experimental y transversal; la muestra estuvo conformada por 09 restaurantes, se determinó respecto a las características del servicio al cliente dependen de la capacidad y disposición de los camareros y el personal para atender a los clientes.

Con respecto al Objetivo específico **2**: Determinar las prácticas de mejora continua que se emplean en la gestión de calidad en las MYPEs rubro restaurant pollería de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa Sullana año 2019, En la pregunta de la **Tabla N° 9** Considera que la atención al cliente es la adecuada, se observa que el 76% de los clientes afirman que la atención que brindan es la adecuada, el 24% deduce lo contrario. La gestión según (Arnold, 2016) deduce que es un proceso oportuno y adecuado de valor agregado, la cual promueve y ejecuta políticas de calidad en forma permanente con el fin de orientar las actividades y procesos a niveles expectantes con el objetivo de mantener el nivel de calidad del producto de acuerdo a la necesidad y exigencia del cliente.

Con respecto al Objetivo específico **3**: Describir la importancia de la atención al cliente en las MYPEs rubro restaurant pollería de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa Sullana año 2019 en la pregunta **Tabla N° 18** Usted se encuentra satisfecho con los servicios de atención al cliente que le brindan, *se* puede observar que el 50% de los clientes encuestados se encuentran satisfechos con los servicios de atención que le brinda la empresa, igualmente el 50% opinan lo contrario. Según, Faytong, (2015), en su estudio: Modelo de gestión para mejorar la calidad de atención al usuario del Gadm Cantón Babahoyo. Tuvo como objetivo Diseñar un Modelo de Gestión para el mejoramiento de la calidad de atención al usuario del GADM Del Cantón Babahoyo, aplicando el Método Inductivo y Deductivo.

Con respecto al Objetivo específico 4: Describir las dimensiones de atención al cliente en las MYPEs rubro restaurant pollería de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa Sullana año 2019, en la pregunta de la **Tabla N° 15**, Para usted las empresas cuentan con el personal calificado para la atención, se puede observar que el 72% de los clientes encuestados afirman que las empresas si cuentan con el personal calificado para la atención eficiente, sin embargo, el 28% opina lo contrario. Palacios, (2019), en su estudio: Caracterización de la atención al cliente y capacitación de las MYPE rubro restaurantes de la calle Tacna del cercado de Piura, año 2017. Tuvo como objetivo general establecer las características de la atención al cliente y la capacitación de las MYPE del rubro restaurantes de la calle Tacna del centro de Piura, año 2017. Se empleó la metodología de investigación de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo y con diseño no experimental de corte transversal, siendo los resultados agrupados de acuerdo a los objetivos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Después de haber realizado el estudio y análisis de los resultados de las variables Gestión de Calidad y Atención al Cliente, concluyo con lo siguiente

Respecto al Objetivo General

Describir las características de la gestión de calidad y Atención al Cliente en las MYPEs rubro restaurant pollería de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa Sullana año 2019.

Se concluye que más de la mitad si ofrecen productos de buena calidad, además deducen que la empresa si controla el buen estado y manipulación de cada producto que ofrece al cliente. Se deduce que casi todos los encuestados afirman que el espacio donde son colocados los productos son los adecuados y que además se preocupan por la satisfacción del cliente y sus necesidades.

Respecto a los Objetivos Específicos

a) Describir los principios que utiliza en la gestión de calidad en las MYPEs rubro restaurant pollería de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa Sullana año 2019

Se concluye que en relación a los principios de la gestión de calidad la mayoría estudian las condiciones económicas del cliente con el fin de ofrecer un producto acorde a su capacidad económicas,

b) Determinar las prácticas de mejora continua que se emplean en la Gestión de calidad en las MYPEs rubro restaurant pollería de la urb. Enrique López Albuar I y II etapa Sullana año 2019

demuestran liderazgo y motivación en su labor empresarial. Por último, todos los propietarios afirman que el contacto con los clientes si es de manera cordial y empática, considerando que se debe ofrecer ofertas y descuentos a los clientes

c) Describir la importancia de la Atención al cliente en las MYPEs rubro restaurant pollería de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa Sullana año 2019

Se determinó que en relación al nivel de atención al cliente en las MYPE del rubro pollerías de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana, es bajo puesto que los clientes se encontraron en desacuerdo con la atención; porque sus procesos no son rápidos, no cuentan con instalaciones idóneas; no presentan los servicios o productos adecuados a sus necesidades y no satisfacen sus expectativas.

d) Describir las dimensiones de atención al cliente en las MYPEs rubro restaurant pollerías de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa Sullana año 2019.

Dentro de los factores más relevantes en la atención al cliente de las MYPE del rubro pollerías de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana, se determinó que los aspectos tangibles como las instalaciones, diversidad de platos, y la sazón son las menos valoradas; mientras que los aspectos intangibles como la capacidad de respuesta, la satisfacción de sus necesidades y la atención al público son de mayor relevancia para los clientes.

Recomendaciones

*Es importante conocer el estado de los servicios además de los platos para los clientes para evitar problemas de consumo.

*Por otro lado, la cordialidad y la empatía son agentes importantes para un trato eficiente. Por último,

*Se debe tener mejores niveles de atención a los clientes para poder tener buena imagen institucional además el satisfacer sus necesidades a través del buen servicio que se brinda.

Referencias Bibliográficas

- Alcázar, P. (2015). *Relación empresa - cliente*. México: ECO. Obtenido de https://www.edebe.com/ciclosformativos/zona-publica/UT09_830030_LA_CEyAC_CAS.pdf
- Alvarez, T., Mijares, B., & Zambrano, E. (2013). Sentido de compromiso en la atención al cliente interno de la gerencia de servicios logísticos PDVSA Occidente. *Telos*, 15(1), 13-31. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99326637003.pdf>
- Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis*. Madrid: Díaz de Santos.
- Duque, E. (2016). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(25), 64-80. Obtenido de http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/3190/Revisi%c3%b3n_del_concepto.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lara, R. (2002). La gestión de la calidad en los servicios. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*(19), 1-6. Obtenido de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:7YCa8Tiw5eMJ:https://www.redalyc.org/pdf/944/94401905.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=pe>
- Lizarzaburu, E. (2016). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. *Universidad & Empresa*, 18(30), 33-54. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187244133006.pdf>

Muñoz, A. (2000). *La Gestión De La Calidad Total En La Administración Pública*. Obtenido de Texto:

http://materiales.untrefvirtual.edu.ar/documentos_extras/01012_gestion_de_calidad/muñoz_machado_cap4.pdf

Najul, J. (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 4(8), 23-35. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2190/219022148002.pdf>

Real Academia Española. (2007). *Diccionario de la Real Acadèmica Española*. Madrid: RAE.

Vargas, M., & Aldana, L. (2007). *Calidad y Servicio: Conceptos y herramientas*. Bogotá: Ediciones ECOE. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=57-4DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT13&dq=CONCEPTOS+SOBRE+CALIDAD&ots=160p_zbtA3&sig=qV5vAD82ajhFftAcPysmFpTKCsY#v=onepage&q=CONCEPTOS%20SOBRE%20CALIDAD&f=false

Zapata, A. (2014). *Dimensiones de Calidad de Servicio para El Sistema Hospitalario de la ciudad de Manizales (Caldas-Colombia)*. Obtenido de XIX Congreso Internacional de investigación en Ciencias Administrativas: http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/DIMENSIONES_DE_CALIDAD_DE_SERVICIO_PARA_EL_SISTEMA_HOSPITALARIO_DE_LA_CIUADAD_DE_MANIZALES.pdf

Barreto, L. L. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad bajo las normas ISO 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015*. Huaraz: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

CEPAL, O. (2013). *Perspectivas económicas de América latina*. Recuperado el 21 de Abril de 2020, de <http://www.aecid.es/CentroDocumentacion/Documentos/documentos%20adjuntos/PYME%20ALyC%20CEPAL%20OCDE.pdf>

Inquilla, D. C. (2019). *Gestión de calidad con el enfoque de atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Juliaca año 2019*. Juliaca: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Oyola, R. J. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MYPEs en el sector comercio rubro distribuidora de abarrotes en el distrito de Tumbes, 2017*. Tumbes: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Panamericana. (25 de mayo de 2015). *Pollería de Pueblo Libre es denunciada por vender pollos en mal estado*. Recuperado el 21 de abril de 2020, de <http://panamericana.pe/24horas/locales/127124-denuncian-polleria-pueblolibre-vende-pollos-mal>

UNMSM. (2014). *Micro y Pequeñas empresas (MYPES) en el Perú*. Lima: UNMSM.

9001, I. (2016). *Principios de la Gestión de calidad*. Lima.

Adrianzen, P. R. (2017). *Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las MYPE del rubro pollerías en la Urbanización Ignacio Merino – Piura, año 2017*. Piura: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Agurto, I. Y. (2017). *Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las MYPE del sector transporte de pasajeros - rubro auto colectivos de la provincia de Sullana, año 2016*. Sullana: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Barreto, L. L. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad bajo las normas iso 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015*. Huaraz: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Cruz, F. E. (2015). *Caracterización de la atención al cliente y la capacitación en las Mype del rubro restaurantes del distrito de Lalaquiz - Huancabamba, 2015*. Piura: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Huanca, D. Y. (2019). *Gestión de calidad de servicio al cliente en las pollerías del distrito de Quillabamba la convención departamento de Cusco - 2019*. Juliaca: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Huaranga, K. A. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Mamani, M. d. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017*. Juliaca: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Paredes, E. C. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Robles, R. Z. (2018). *Gestión de calidad con el uso de las estrategias competitivas genéricas en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante del distrito de Independencia, provincia de Huaraz, 2017*. Huaraz: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Urbina, P. E. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción al cliente en las MYPEs del sector comercio rubro ferreterías en la Avenida Piura - distrito de Tumbes, año 2019*. Tumbes: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos

ANEXO N° 01



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE

CUESTIONARIO APLICADO A LOS TRABAJADORES Y CLIENTES DE LAS MYPEs EN LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA SULLANA AÑO 2020.

Me dirijo a usted, expresándole un cordial saludo, y a la vez me presento: Soy Carmen Dora Canova Valladares, Estudiante de la carrera de administración de la universidad ULADECH PIURA, en el cual le pido de su participación en la realización de este cuestionario que tiene como finalidad recolectar información. Los datos que usted proporcionara serán utilizados solo con fines académicos y de investigación.

Sírvase marcar con una (X) la respuesta correcta. Se le agradece por su valiosa información y colaboración.

	PREGUNTAS DIRIGIDAS : A CLIENTES	SI	NO
1	¿Alguna vez le han ofrecido promociones?		
2	¿Considera que recibe un trato preferencial?		
3	¿Frecuentaría el lugar, después de haber sido atendido (a)?		
4	¿De acuerdo a la calidad de atención y los precios le parece que son los adecuados?		
5	¿Recomendaría el lugar de atención?		
6	¿Considera que la comunicación con el personal es interactiva?		
7	¿Al momento de ser atendidos, el personal les muestra el conocimiento sobre el servicio que se le va a brindar?		
8	¿Le gustaría que el restaurante cuente con servicio delivery?		
9	¿Considera usted que el restaurante muestra variedad de productos para todo tipo de clientes?		
10	¿Considera que los precios son accesibles a los distintos tipos de clientes?		
11	¿Cree Usted ¿ Que la atención es rápida?		
12	¿Cree Usted que le brindan atención personalizada y suficiente?		
13	¿Percibe u ambiente que muestra calidad y profesionalismo?		



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE

**CUESTIONARIO APLICADO A LOS TRABAJADORES Y CLIENTES DE LAS
MYPEs EN LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA SULLANA AÑO
2020.**

Me dirijo a usted, expresándole un cordial saludo, y a la vez me presento: Soy Carmen Dora Canova Valladares, Estudiante de la carrera de administración de la universidad ULADECH PIURA, en el cual le pido de su participación en la realización de este cuestionario que tiene como finalidad recolectar información. Los datos que usted proporcionara serán utilizados solo con fines académicos y de investigación.

Sírvase marcar con una (X) la respuesta correcta. Se le agradece por su valiosa información y colaboración.

PREGUNTAS DIRIGIDAS : A TRABAJADORES		SI	NO
1	¿Considera importante el enfoque al cliente?		
2	¿Considera al cliente como una expectativa elevada respecto al servicio?		
3	¿Considera que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente?		
4	¿Los recursos tecnológicos que se utilizan en la empresa se orientan al servicio del cliente?		
5	¿Los recursos que se utilizan en el proceso del servicio son de alta calidad?		
6	¿Es buena la relación que mantiene los trabajadores?		
7	¿Existe un alto grado de compromiso con los clientes?		
8	¿Se toman en cuenta y comunican sobre las quejas e inquietudes de los clientes?		
9	¿Las actividades laborales se realizan en forma conjunta?		
10	¿En la organización, el restaurante cuenta con manuales de atención?		
11	¿Cumple el personal con estándares de su trabajo?		
12	¿La empresa mide la productividad de sus trabajadores?		
13	¿La empresa planifica sus actividades?		
14	¿Considera que la planeación es importante para cumplir con los objetivos?		



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula **CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA AÑO 2020**

Y es dirigido por Carmen Dora Canova Valladares, con código de estudiante 0811191074 investigador de la UNIVERISIDAD católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Determinar las características **CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo ccanova_68@hotmail.com para recibir mayor información.

Asimismo, para consultas sobre aspecto éticos puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores complete sus datos

Nombre PERCY FRANCISCO MORALES VASQUEZ

Fecha 30 DICIEMBRE 2020

Correo electrónico pmoralesvas@hotmail.com

Firma del participante

Firma del investigador (o encargado de recoger información)



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA AÑO 2020.

Y es dirigido por Carmen Dora Canova Valladares, con código de estudiante 0811191074 investigador de la UNIVERISIDAD católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Determinar las características CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo ccanova_68@hotmail.com para recibir mayor información .

Asimismo, para consultas sobre aspecto éticos puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores complete sus datos

Nombre

Sergio Augusto Valera Paredano

Fecha

30 de Diciembre - 2020

Correo electrónico

svalera68@hotmail.com

Firma del participante

S. Valera P.

Firma del investigador (o encargado de recoger información)

C. Dora Canova



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA AÑO 2020.

Y es dirigido por Carmen Dora Canova Valladares, con código de estudiante 0811191074 investigador de la UNIVERISIDAD católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Determinar las características CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo ccanova_68@hotmail.com para recibir mayor información .

Asimismo, para consultas sobre aspecto éticos puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores complete sus datos

Nombre Jorge Solis A.

Fecha 30 / Dic / 2020

Correo electrónico Jsolis@gmail.com

Firma del participante

Firma del investigador (o encargado de recoger información)



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA AÑO 2020.

Y es dirigido por Carmen Dora Canova Valladares, con código de estudiante 0811191074 investigador de la UNIVERISIDAD católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Determinar las características CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo ccanova_68@hotmail.com para recibir mayor información .

Asimismo, para consultas sobre aspecto éticos puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores complete sus datos

Nombre

Carlos Arnaldo Ballesteros Gallardo

Fecha

30 de Diciembre- 2020

Correo electrónico

canoso@hotmail.com

Firma del participante

[Firma manuscrita]

Firma del investigador (o encargado de recoger información)

[Firma manuscrita]



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA AÑO 2020

Y es dirigido por Carmen Dora Canova Valladares, con código de estudiante 0811191074 investigador de la UNIVERISIDAD católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Determinar las características CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo ccanova_68@hotmail.com para recibir mayor información .

Asimismo, para consultas sobre aspecto éticos puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores complete sus datos

Nombre Elba Meca Rosales

Fecha 30 de Diciembre

Correo electrónico elba.meca@hotmail.com

Firma del participante 

Firma del investigador (o encargado de recoger información)





**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula **CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA AÑO 2020.**

Y es dirigido por Carmen Dora Canova Valladares, con código de estudiante 0811191074 investigador de la UNIVERISIDAD católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Determinar las características **CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo ccanova_68@hotmail.com para recibir mayor información .

Asimismo, para consultas sobre aspecto éticos puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores complete sus datos

Nombre

MIGUEL AUGUSTO ANAMBULO GARCIA

Fecha

30 DE DICIEMBRE 2020


Correo electrónico

migarambulo@yahoo.es

Firma del participante



Firma del investigador (o encargado de recoger información)





UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA AÑO 2020.

Y es dirigido por Carmen Dora Canova Valladares, con código de estudiante 0811191074 investigador de la UNIVERISIDAD católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Determinar las características CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo ccanova_68@hotmail.com para recibir mayor información .

Asimismo, para consultas sobre aspecto éticos puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores complete sus datos

Nombre Martin Ronal. Panta Castillo

Fecha 30 Diciembre -2020

Correo electrónico mrpanta_68@hotmail.com

Firma del participante [Firma]

Firma del investigador (o encargado de recoger información) [Firma]



+51 985 535...



Hoy 10:51



