



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y  
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO  
RESTAURANTE CEBICHERÍA DEL MERCADO DE PIURA,  
2022**

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

**AUTORA:**

**MENDOZA IPANAQUE, ADRIANA CAROLINA**

**ORCID: 0000-0002-4377-2831**

**ASESORA:**

**PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ**

**ORCID: 0000-0001-8823-2655**

**PIURA – PERÚ**

**2022**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Mendoza Ipanaqué, Adriana Carolina

ORCID: 0000-0002-4377-2831

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Piura, Perú

### **ASESORA**

Palacios de Briceño, Mercedes René

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias e  
Ingeniería, Escuela profesional de Administración, Piura, Perú

### **JURADO**

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID 0000 0003 2177 5676

Salinas Gamboa, José Germán

ORCID 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID 0000-0003-1132-2243

## **FIRMA DE JURADO Y ASESOR**

Mgtr. María del Carmen, Rosillo de Purizaca

ORCID: 0000-0003-2177-5676

**Presidente**

Dr. José Germán, Salinas Gamboa

ORCID: 0000-0002-8491-0751

**Miembro**

Dra. María Isabel, Mino Asencio

ORCID: 0000-0003-1132-2243

**Miembro**

Dra. Mercedes René Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

**Asesora**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por guiarme y permitirme seguir adelante, a las Mype por todo el apoyo brindado durante mi proceso de investigación de mi tesis, propietarios y trabajadores, de la misma forma el apoyo a mi docente por los conocimientos brindados.

## **DEDICATORIA**

A mi madre por enseñarme a seguir mis sueños y metas, a mi hijo mi fuente de inspiración, a mis hermanos porque sin duda me brindaron la oportunidad de llegar hasta este punto de mi vida y que todo esto sea posible.

## RESUMEN

La presente investigación titulada: “Caracterización de gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022”. Se presentó como objetivo principal: “Definir las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Mype rubro restaurantes cebicherías del mercado de Piura, 2022”, se utilizó la metodología es de nivel descriptiva, tipo cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal. Las unidades económicas en estudio son 4 cebicherías, con una muestra de 16 personas para la variable gestión de calidad en caso trabajadores y 167 en lo que concierne a clientes y para atención al cliente está conformada por 167 personas que está destinada para los clientes se aplicó la técnica de encuesta e instrumento de recojo de datos, realizando 9 preguntas tanto para Gestión de Calidad como para la atención al cliente con un total de 18 preguntas. Entre los principales resultados que se obtuvieron en caso de la variable gestión de calidad se determinó que un 60.50% de los empleados cree que las áreas y cargos de puestos están bien establecidos. Así mismo, el 60.50% manifiesta que la Mype toma decisiones correctas ante algún problema que se pueda presentar. Por otro lado en cuanto a atención al cliente se obtuvieron que el 66.30% de los clientes considera que el ingreso a la Mype es de fácil acceso, además el 77.80% también considera que el tiempo de llegada de su producto es rápido. Se concluyó que hay buena distribución de los puestos de trabajo, se toman decisiones correctas ante los problemas, las Mype cuentan con un ingreso accesible y el tiempo de entrega de productos es rápido.

**Palabras clave:** Gestión, Calidad, Atención, Cliente.

## ABSTRACT

The present investigation entitled: "Characterization of quality management and customer service in the Mype cebichería restaurant category of the Piura market, 2022". Presents as main objective: "Define the characteristics of quality management and customer service in the Mype category cebicherías restaurants of the Piura market, 2022", the methodology used is descriptive level, quantitative type, non-experimental design and court cross. The economic units under study are 4 cebicherías, with a sample of 16 people for the quality management variable in the case of workers and 167 with regard to clients and for customer service it is made up of 167 people who are destined for clients. the survey technique and data collection instrument which was validated by management experts, asking 9 questions for both Quality Management and customer service with a total of 18 questions. Among the main results obtained in the case of the quality management variable, it was determined that 60.50% of the employees believe the areas and positions of positions are well established. Likewise, 60.50% state that the Mype makes correct decisions in the face of any problem that may arise. On the other hand, in terms of customer service, it was obtained that 66.30% of the clients consider that the entrance to the Mype is easily accessible, in addition, 77.80% also consider that the arrival time of their product is fast. It was concluded that there is a good distribution of jobs, correct decisions are made in the face of problems, Mype have an accessible income and the delivery time of products is fast.

**Keywords:** Management, Quality, Attention, Customer.

## CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO .....	ii
FIRMA DE JURADO Y ASESOR .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO .....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	x
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
ÍNDICE DE CUADROS .....	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	9
2.1. Antecedentes .....	9
2.2. Bases teóricas de la investigación .....	18
III. HIPÓTESIS.....	22
IV. METODOLOGÍA .....	23
4.1. Diseño de la investigación.....	23
4.2. Población y muestra .....	24
4.3. Definición y Operacionalización de las Variables .....	27
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	29
4.5. Plan de análisis .....	29
4.6. Matriz de Consistencia .....	30
4.7. Principios éticos .....	31
V. RESULTADOS.....	32
5.1. Resultados .....	32

5.2. Análisis de Resultados .....	37
VI. . CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	41
6.1. Conclusiones .....	41
6.2. Recomendaciones.....	42
REFERENCIAS.....	43
ANEXOS .....	47
Anexo 01: Cuestionario.....	47
Anexo 02: Validación de Instrumento .....	49
Anexo 03: Consentimiento informado .....	55
Anexo 04: Carta no adeudo.....	58
Anexo 04: Pantallazo turnitin.....	59

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Grafico de barras que representa a niveles de gestión de calidad .....	32
Figura 2: Grafico de barras que representa a factores de gestión de calidad .....	33
Figura 3: Grafico de barras que representa a factores de gestión de calidad .....	34
Figura 4: Gráfico de barras que representa a factores de atención al cliente.....	35
Figura 5: Gráfico de barras que representa a estrategias de atención al cliente.....	36

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Niveles de gestión de calidad .....	32
Tabla 2: Factores de gestión de calidad .....	33
Tabla 3: Factores de gestión de calidad .....	34
Tabla 4: Factores de atención al cliente .....	35
Tabla 5: Estrategias de atención al cliente .....	36

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Relación de las Mype .....	24
Cuadro 2 Fuentes de información .....	25
Cuadro 3 Matriz de Operacionalización de las Variables.....	27
Cuadro 4 Matriz de Consistencia.....	30

## I. INTRODUCCIÓN

La presente indagación que tiene como título “Caracterización de gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022”, proveniente de la línea de investigación denominada “Gestión de calidad en los procesos administrativos en las Micro y Pequeñas Empresas” que ha sido asignada por la Escuela Profesional de Administración de la ULADECH CATÓLICA.

El instituto nacional de estadística e informática (INEI, 2021), nos dice que el Perú cuenta con más de 2 millones 838 mil compañías o empresas constituidas, donde se ve un aumento en lo que respecta al trimestre del año anterior, En el cual, la industria de servicio de restaurantes representa el 7.0% de cada industria.

La ciudad de Piura es la ciudad principal de la provincia de Piura, es un fiel reflejo de lo que sucede en todo el país. Además, según el último informe del INEI, el producto bruto interno (PIB) del país en el segundo trimestre creció 41,9% respecto al mismo período del año pasado gracias Mype.

El crecimiento, las micro y pequeñas empresas juegan un papel muy importante ya que son una fuente de empleo. En 2020, las micro y pequeñas empresas (Mype) representaban el 95% de las empresas y el 47,7% de la población del Perú, según la Encuesta Nacional de Hogares del Instituto de Estadística e Informática (INEI). La actividad económica (PEA), se vio representada con un aumento del empleo del 4% lo cual muestra que estas unidades económicas generan empleo. (Diario gestión, 2020)

El empleo en América Latina lo componen el 48% de las MYPE, las cuales contribuyen a la creación de puestos de trabajo, disminuye la pobreza e incrementa a la población económicamente activa, pero muchas veces se ven perturbadas por el cambio constante en el entorno. En la actualidad muchas familias del país han podido salir de la pobreza gracias a sus emprendimientos, pero cabe recalcar que hay un gran número que

no consiguen el éxito y fracasan en el camino, debido que no existe una buena organización y poca preparación empresarial y esto no solo ocurre en el Perú. (López, 2020)

El mercado de Piura es uno de los principales centros de abasto para las familias piuranas donde alberga cientos de visitantes por día generando una alta demanda en el comercio. Piura es una ciudad norteña que teniendo entre sus platos típicos más resaltes el tradicional ceviche haciendo de este plato uno de los más requeridos de la ciudad, por ello al acudir al mercado casi nadie se resiste a consumir en una cebichería el tradicional plato típico siendo estas uno de los negocios con más consumo. (Diario la hora, 2021)

Si bien es cierto un 58% de los empresarios en el norte del país consideran que sus ingresos por ventas han disminuido desde marzo del 2020 por la crisis generada por el coronavirus, más del 60% de las micro y pequeñas empresas (Mype) no preveían cerrar su negocio de acuerdo a los resultados de la encuesta Emprendedores regionales frente al COVID-19 realizado por el portal especializado InfoMercado a 150 Mype de la región Piura.(Diario el Tiempo, 2020)

La pandemia por COVID-19 ha transformado de forma imprevista y radical el escenario económico global. Gobiernos y empresas de todos los países afectados han puesto en marcha medidas para frenar por un lado la rápida expansión del virus entre la población y por otro lado disminuir las consecuencias económicas y empresariales de la crisis que está alterando ya el funcionamiento cotidiano de las empresas. Las MYPE estación de servicio no han sido ajenas a la situación ya que se han tenido cierres parciales, total, si bien es cierto continuaron brindando servicio, pero si hubo baja de clientes, las ventas tuvieron una caída del 90% de lo habitual. (Meléndez, 2021)

Es importante el estudio de la investigación puesto que se busca conocer las características de la gestión de calidad y la atención al cliente de las Mype rubro

restaurante/cebichería. Si bien es cierto las micro y pequeñas empresas desempeñan un papel fundamental en la economía del país porque contribuyen a la creación de empleo, disminuye la pobreza e incrementa el producto bruto interno, pero es conveniente indicar que nuestras micro y pequeñas empresas todavía no están listas para participar en el comercio internacional de una economía globalizada, pues sus bajos niveles de gestión de calidad, y la carencia del uso de técnicas y herramientas de gestión no les permite adaptarse a los nuevos flujos de información.

Los consumidores cada vez son más exigentes con la atención requiriendo servicios y productos que satisfagan sus necesidades en América Latina la mayoría de los microempresarios no cuentan con estudios superiores, entonces pocos son los que gestionan adecuadamente sus negocios, ya que no tienen políticas y estrategias que les permitan mejorar.( López, 2018).

Los inconvenientes que presentan las empresas para realizar una correcta gestión es un tema necesario de investigar, ya que la mayoría de problemas que presentan las empresas en la actualidad están relacionadas con la falta de gestión en el financiamiento, recursos humanos y otras actividades que realizan las empresas para cumplir con sus objetivos. (Salazar, 2019)

Se hace necesario identificar las cualidades de las empresas se tiene que ver la forma de administración y que funcione correctamente, como se sabe en el Perú muchas de las Mype nacionales no logran cumplir con los estándares de calidad exigidos. Existen diferentes tipos de empresas, en algunas se hace mayor uso del buen trato en relación a la atención al cliente como herramienta para generar fidelidad al público, como es el caso de los restaurantes, donde la atención al cliente es fundamental para la retención del consumidor. (Vera, 2019).

En las cebicherías del sector del mercado de Piura, tanto el dueño como el personal en su mayoría no se encuentran capacitados, entonces no existe una buena organización interna, ni delegación de funciones, por ello los errores son continuos, ocasionando que muchas empresas no hayan estado preparadas para afrontar un fenómeno como la pandemia del Covid 19 provocando el cierre de algunas.

En el mercado de Piura, la mayoría del micro y pequeñas del rubro de restaurantes/cebichería, no gestionan adecuadamente el área de recursos humanos, es decir los dueños no buscan mejorar las capacidades de su personal, es por ello que no logran mejorar los procesos para una mejor atención al cliente.

Para las características del problema, la investigación de las Mype debe tener en cuenta los entornos interno y externo antes mencionados, donde el entorno interno considera factores importantes, como el talento, los materiales utilizados, las finanzas, el medio ambiente, etc. Para los factores del entorno exterior examina los métodos de trabajo y los factores políticos y jurídicos, socioculturales, económicos y tecnológicos del entorno exterior. (Suarez, 2019)

Por otro lado, muestran que cada empresa necesita estudiar los factores internos y externos que tiene, ya que estos factores pueden afectar positiva o negativamente a la empresa. Análisis interno: Las tiendas que hacen negocios en el mercado de Piura son de clase media porque la mayoría tiene un nivel educativo superior pero aún saben poco sobre ventas y cómo administrar un negocio. (Mija & Suarez, 2017)

Las empresas obtienen triunfo cuando los empleados están motivados y bien pagados los jefes deben priorizar esto porque tener suficientes personal que se identifique con ellos es la misión central de las empresas y organizaciones. (Martínez, 2019)

El equipo y material utilizado por las Mype cebicherías del mercado de Piura encontramos entre las más comunes: mesas, sillas, equipo de sonido, cartas de los platos,

cubiertos, utensilios de cocina, artefactos (refrigeradoras, congeladoras) que les permiten desarrollar la actividad comercial todos los días.

En los recursos de capital las Mype en algunos casos a sus inicios fueron financiamientos propios y otros empezaron con algún préstamo bancario que les permitió abrir un pequeño negocio que con el tiempo fue creciendo y expandiéndose ya algunos de ellos cuentan con 2 cebicherías en el mercado de Piura.

El dinero es importante para que toda persona que desee llevar a cabo su negocio. Ningún negocio puede permanecer en el tiempo sin tener solvencia económica. Cuando el negocio ya tiene suficiente capital, puede llevar a cabo sus propósitos y crecer de manera estable en el mercado. (Gutiérrez, 2019)

En lo que concierne a la infraestructura de los negocios estudiados son de material noble, madera de espacios pequeños y no tienen una buena distribución de mesa y sillas esto se debe muchas veces al espacio reducido con los que cuentan cada local del mercado. Parte primordial de un negocio es contar con una adecuada infraestructura que de bienestar y seguridad al encontrarse en el interior de ellas, que sean lugares espaciosos, con buena luz y una correcta demostración de sus servicios y productos. (Gómez, 2019)

En el entorno externo, podemos observar factores políticos incluidos las leyes, reglamentos y normas emitidas por el Ministerio de Trabajo, supervisión fiscal, registro público, turismo y producción. García (2018)

A lo que respecta con el aspecto laboral los trabajadores del régimen especial tienen derecho a percibir por lo menos la remuneración mínima vital (actualmente, S/. 930.00), de conformidad con la Constitución y demás normas legales vigentes, la jornada de trabajo de los trabajadores de las Mype es de ocho (08) horas diarias o cuarenta y ocho (48) semanales, al igual que el régimen laboral común. Sin embargo, en los centros de trabajo cuya jornada laboral se desarrolle habitualmente en horario nocturno, no se

aplicará la sobretasa del 35% de la remuneración vital prevista para el régimen común. El descanso semanal obligatorio y el descanso en días feriados se rigen por las normas del régimen laboral común de la actividad privada, vacaciones por 15 días, accidente dentro del lugar de trabajo los días deben ser pagados, gratificaciones 2 veces al año (julio y diciembre) e indemnización por tiempo de labores o servicio. (Diario Gestión, 2018)

Las empresas estudiadas se hayan en el régimen especial que se establece todas las normas que contemplan las leyes peruanas cumpliendo así con todos sus trabajadores conforme a ley. (SUNAT, 2019)

Con relación al factor económico el municipio de Piura viene organizando actividades dentro del mercado con la finalidad de promover la reactivación y la inversión privada para que el crecimiento empresarial vaya retomando su ritmo poco a poco. (Diario el Tiempo, 2021)

Lo socio cultural Piura se caracteriza por ser una ciudad alta mente turística, por su gente acogedora, por su diversidad de comida que hace que mucha gente llegue a visitar nuestra ciudad y se enamore de ella.(Diario el Tiempo, 2018)

En la tecnología en la cebicherías del mercado de Piura tienen que innovar y ponerse a la vanguardia de esta herramienta de la cual crecen aun muchos negocios, es importante y vital en estos tiempos de pandemia contar con esta alternativa de ventas para crecer y aumentar los ingresos de los negocios. (Loyulio, 2019)

El factor ecológico es otro aspecto de valor, que refleja el nivel de formación del entorno social, muchas empresas del sector rubro cebicherías de Piura no se comprometen al cien por ciento con la responsabilidad social para el desarrollo de su comunidad ya que muchas veces solo se preocupan por sus ingresos monetarios cuando en estos tiempos la responsabilidad social es de suma importancia. (Linares, 2020)

Por lo antes detallado se expone el siguiente enunciado del problema: ¿Cuáles son las características que tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022? Teniendo como objetivo general definir las características de gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022 y con cuatro objetivos específicos son: (a) Identificar los niveles de Gestión en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022; (b) conocer los factores de la Gestión de calidad en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022; (c) Identificar los factores de la atención al cliente en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022 (d) describir las estrategias de atención al cliente en las Mype en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022.

La investigación se justifica de manera práctica ya que permitirá a las Mype estudiadas a comprender y definir las características de gestión de calidad y atención al cliente que le permitan desarrollar a las Mype estrategias confiables para el logro de objetivos preestablecidos. Además, a través de esta investigación la autora podrá cumplir con los requisitos establecidos por la SUNEDU para obtener el título de Licenciada en Administración.

También se justifica de manera metodológica, porque permite diseñar instrumentos de recojo de información que podrán ser consultados por otros estudiantes sirviendo como referencia para investigaciones similares que trabajen las variables Gestión de calidad y Atención al cliente, de manera teórica porque el desarrollo del marco teórico se vincula con la gestión de calidad y atención al cliente de tal manera que se examinan las teorías y se comprueba con los resultados lo cual permite refutar o reafirmar la veracidad de un modelo teórico en una realidad.

De manera Institucional porque a través de este estudio realizado de manera

metódica permite dar credibilidad a la casa universitaria en la que se encuentra el estudiante realizando su trabajo de investigación y por último se justifica de manera profesional porque el alumno tiene como objetivo primordial lograr las metas pactadas, para alcanzar un conocimiento extendido y general acerca de este tipo de investigaciones y mediante su elaboración y sustentación podrá obtener el título profesional de licenciada en Administración.

Se empleará la investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal, la técnica de recojo de datos será la encuesta, con su instrumento el cuestionario orientado a recopilar datos de la variable gestión de calidad y atención al cliente con una población infinita y finita que tiene nuestra 167 en el caso de clientes y 16 en lo que concierne a trabajadores.

La investigación queda limitada desde la perspectiva: Temática por las variable gestión de calidad y atención al cliente; psicográfica microempresas rubro cebicherías; geográfica Piura y temporal año 2022.

Entre los principales resultados que se obtuvieron en caso de la variable gestión de calidad se determinó que un 60.50% de los empleados cree que las áreas y cargos de puestos están bien establecidos. Así mismo, el 60.50% manifiesta que la Mype toma decisiones correctas ante algún problema que se pueda presentar. Por otro lado en cuanto a atención al cliente se obtuvieron que el 66.30% de los clientes considera que el ingreso a la Mype es de fácil accesibilidad, además el 77.80% también considera que el tiempo de llegada de su producto es rápido. Entre las principales conclusiones tenemos que hay buena distribución de los puestos de trabajo, se toman decisiones correctas ante los problemas, las Mype cuentan con un ingreso accesible y el tiempo de entrega de productos es rápido.

## II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1 Variable: Gestión de calidad

Quezada (2018) en su tesis “*Propuesta de un modelo de gestión de calidad para mejora de los restaurantes de la ciudad de Ambato*”; presentada en la Universidad Regional Autónoma de Los Andes de Ecuador. La investigación presentó un enfoque mixto, de tipo descriptiva explicativa. Tiene como objetivo general proponer un modelo de gestión de calidad para mejorar los restaurantes de la ciudad de Ambato. Se concluye que cada vez son más los administradores o directores de restaurantes que creen que la calidad es la satisfacción del cliente, pero esa es solo una parte de la calidad y no otra. Se cree que este es un uso sensato del material y se cree que se requiere un gran esfuerzo para transformarlo. La minoría indica que la calidad no es de gran importancia para el crecimiento de un restaurante.

Burgos (2017) “*Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante-bar Ouzo Agave Azul S.A.S.* Bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS- USNA 008”, Universidad Libre (Colombia), es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental. Teniendo como objetivo general de conocer las características de la gestión de la calidad en un restaurante bar, la metodología cualitativa Ouzo Agave Azul S.A.S lleva a las siguientes conclusiones: En cuanto a la creación de una matriz, la misma se puede aplicar a una organización sin importar sus características, esta matriz trabajará para reflejar la información utilizando un diagrama de red, presentando una visión y visión común. Mire específicamente el logro de cada número en el estándar.

Muñoz (2018) “*Plan de acción para la gestión de la calidad y visibilidad en el mercado, del Restaurante Finca La Gloria, Provincia del Guayas; presentada en la*

*Universidad Estatal de Guayaquil de Ecuador*". Se presenta como un estudio mixto, es descriptivo porque explica cada detalle de la problemática que se necesita evaluar en un destino turístico como puntos importantes como la infraestructura, la calidad de los alimentos y sobre todo la calidad del servicio. Su objetivo principal fue definir las características de la gestión de la calidad y el reconocimiento en el mercado de restaurantes Finca La Gloria en la provincia del Guayas. Asimismo, la necesidad de desarrollar estrategias de visibilidad e impacto en el mercado puede coincidir con una necesidad comprobada. Como conclusión se desarrollara un plan de acción estratégico para corregir las deficiencias identificadas y así contribuir al cumplimiento del servicio, las principales áreas de mejora son: infraestructura, imagen, promoción publicitaria y calidad del servicio.

Luna (2017) "*Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2017*", presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. La investigación se ha desarrollado utilizando un diseño no experimental descriptivo, transversal y cuantitativo, Tiene como objetivo principal conocer las características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - restaurante en la región Nuevo Chimbote, 2017. Se concluye que todos los representantes del sector servicio MYPE - restaurante Nuevo Chimbote en 2017, en su mayoría hombres entre 18 y 30 años con estudios superiores y 3 años de experiencia laboral. En resumen, la mayoría de las MYPE están formalizadas, pero una pequeña cantidad de empleados laboran oficialmente, todas las MYPE desconocen los estándares de calidad y realizan una gestión de calidad de manera laxa y poco rigurosa cuentan con planes estratégicos, administrativos y operativos, los cuales los hace vulnerables en este mercado competitivo.

Goicochea (2019) "*La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del*

*sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa Maria del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2019*”; presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Tiene como objetivo general conocer las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa Maria del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2019.

La investigación fue tipo cuantitativa - nivel descriptivo, diseño no experimental- transversal, Obteniéndose las siguientes Conclusiones: A cerca de los representantes legales el total de representantes legales de la MYPE encuestadas son peruanos, la mayoría de ellos son personas adultas, sus edades fluctúan entre 31 a 50 años, la mayoría de ellos son del género masculino, cuentan con estudios secundarios y la gran parte son casados. A cerca de las MYPE Se concluye que la gran mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen funcionando en el mercado por más de 7 años a más, y la cantidad de trabajadores que cuentan estas MYPE son de 1 a 4, siendo la gran mayoría trabajadores permanentes.

Apolinario (2018) “*Caracterización de la gestión de calidad bajo las normas de elaboración y expendio de alimentos y bebidas - decreto supremo 007-98 en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, del distrito de Huaraz, 2017*”, ULADECH (Perú), se presenta como objetivo principal definir las características de la gestión de calidad de acuerdo a las normas para la elaboración y comercialización de alimentos y bebidas - Decreto Supremo 007-98 en las micro y pequeñas empresas del rubro Servicio-restaurante, en la región de Huaraz, 2017 la metodología es no empírica - trans, cuantitativa, descriptiva, importación Las siguientes conclusiones: Sobre las principales características de la gestión de MPES, restaurantes y granjas avícolas, tenemos lo siguiente: La mayoría de los gerentes también son dueños de la empresa,

tienen suficiente experiencia en su trabajo y rendimiento. Durante más de 5 años, también se graduaron de la universidad y recibieron capacitación adicional en BPM. Medina (2018) “*Caracterización de competitividad y gestión de calidad de las MYPE sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018*”; presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Metodología fue de tipo de descriptiva, nivel-cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal.

Para el objetivo general se propone investigar las características competitivas y la gestión de la calidad de la industria restaurantera MYPE en el rubro restaurante de pescado, Talara, 2018. Para las conclusiones se determina que los restaurantes Av V Talare utilizan ventajas competitivas como la diversificación, actividades que apoyan la cadena de valor, enfoque y uso de estrategias promocionales; Los tipos de competitividad utilizados son estructural, empresarial y por la importancia de la gestión de la calidad, se enfoca en los procedimientos, métodos y estándares de calidad y los beneficios que tienen para lograr la satisfacción con la atención y los procedimientos.

Bobbio (2018) “*Caracterización de la gestión de calidad y capacitación de las Mype rubro Hamburgueserías en Urb. Piura – Piura año 2018*”. Tiene como objetivo fundamental conocer sobre la formación y gestión de calidad de la MYPE de hamburguesas en la ciudad de Piura - Piura, 2018. Se utilizaron métodos de investigación descriptivos, cuantitativos, no experimentales y transversales, y los expertos desarrollaron y validaron una herramienta de recolección de información. Se concluye que en cuanto a la gestión de la calidad, muestra que el cumplimiento de las normas es bajo debido a que la mayoría de los trabajadores no cumplen con su función MYPE, y en cuanto a la capacitación, la mayoría de los trabajadores se dan cuenta de los beneficios que les reporta. La capacitación es parte de su trabajo, pero la mayoría utiliza este método para obtener ascensos y mejoras en el futuro.

Bances (2019) “*Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las Mype de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura)*”, 2019. Tiene como objetivo principal conocer la gestión de calidad y características competitivas de las Mypes del sector servicios, hoteles en Sechura (Piura), 2019. La metodología es descriptiva, cuantitativa, no empírica y transversal. Luego de analizar los resultados se concluyó que los elementos básicos de la gestión de la calidad son el 74% que utilizan procesos escritos, el 69% de los recursos humanos tienen valor y confianza; En cuanto a la demanda, el 79% satisface las necesidades de vivienda mejorando los servicios, el 62% cumpliendo tareas y amabilidad.

La competitividad está en constante cambio, la innovación está dominada por sistemas tecnológicos que facilitan los servicios de internet, bajos costos, personal capacitado, diferentes tipos de competitividad, comprensión del entorno, mejor escuela y motivación.

### **2.1.2. Variable: Atención al cliente**

Sánchez (2019) “*Evaluación de la calidad de atención al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa*”; presentada en la Universidad Rafael Landívar de Guatemala. Su principal objetivo es evaluar la calidad del servicio al cliente. El estudio fue descriptivo, transversal y no incluyó experimentos. Sus conclusiones son: Que hay una diferencia en las expectativas de los clientes entre los empleados y los gerentes, lo que explica por qué los gerentes no saben lo que necesitan sus clientes. Con base en revisiones de 360°, se encuentra que los empleados entienden las expectativas de los clientes porque tienen una relación directa y regular con ellos hasta ahora ningún gerente.

Villalba (2019) “*Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q Restaurant, y sugerencias de mejora*”; presentada en la Pontifica

Universidad Católica del Ecuador. Su objetivo general fue analizar la calidad del servicio al cliente y el servicio al cliente en los tres restaurantes mencionados en el estudio para posibles mejoras. La investigación se lleva a cabo utilizando métodos y técnicas de investigación descriptiva no experimental. Las conclusiones muestran cuán importante es el servicio al cliente en todo tipo de organizaciones, ya que está asociado a grandes beneficios para la empresa, como la ventaja competitiva en el mercado. El lado más fuerte de los tres restaurantes es el ambiente y la limpieza del lugar; La decoración y el tipo de música de cada restaurante inciden en el ambiente. Por otro lado, las falencias identificadas son: amabilidad del personal, presentación y preparación de bebidas, rapidez en el servicio; debe mejorarse después del lanzamiento de la oferta, ya que estos son los puntos clave de un servicio al cliente de alta calidad.

Jiménez, (2020) “*Calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el Centro Histórico de la ciudad de Quito*”; Presentado en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Su objetivo general es comprender el servicio al cliente y la gestión del servicio para agilizar las operaciones internas en los restaurantes finos del centro histórico de Quito. El método de investigación es descriptivo. Las conclusiones muestran que la mayoría de los clientes califican el servicio y la atención como muy buenos, lo que significa que el restaurante cumple con las expectativas del cliente. Cabe señalar que algunos clientes no quedaron satisfechos con el servicio y la atención y fueron ellos quienes ayudaron a identificar falencias en el restaurante. Son los empleados los que más soluciones pueden ofrecer a determinados inconvenientes, porque saben cómo llevar un negocio y unos pocos aseguran que aportan productos innovadores.

Vela & Zavaleta (2019) “*Influencia de la calidad de atención al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas Claro Tottus – Mall de la ciudad de Trujillo*”;

presentada en la universidad nacional de Trujillo La investigación fue correlacionar descriptiva, presentado un diseño no experimental transversal. El objetivo general fue conocer la calidad de servicio al cliente a nivel de ventas de la cadena Claro Tottus - Mall en Trujillo. Entre las principales conclusiones se encontró que la atención al sitio web afecta directamente las ventas, es decir que con la atención al sitio web se incrementan las ventas. Factores controlados, como la oferta del equipo de Claro, la amabilidad del promotor y la buena comunicación, incidieron positivamente en los niveles de venta. El 58% de los factores controlables inciden en el nivel de ventas, ya que son discutiblemente más manejables ya que requieren una buena actitud motivadora y de atención al cliente, y el 42% no controlable ya que depende de factores externos (promociones ofrecidas por Movistar y Nextel)

Campos (2019) *“Caracterización De La Capacitación En Técnicas De Venta En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio - Rubro Venta Al Por Menor De Productos Textiles Y Prendas De Vestir (Boutiques) Del Distrito De Huaraz, 2019”*, presentada en la universidad Cesar Vallejo de Trujillo, El objetivo general es identificar los aspectos más destacados de la capacitación técnica en ventas de pequeñas y medianas empresas del sector comercial - Retail Textiles (Ropa) Condado de Huaraz 2015 presentado en la Universidad Católica de Los Ángeles Chimbote. de Piura. Encuesta descriptiva, transaccional Entre los hallazgos de atención al cliente, el 53,33% de los empleados dijeron que no prestaban atención a las quejas que les enviaban; Finalmente, la mayoría de los empleados no saben cómo atender adecuadamente a los clientes y no saben cómo solucionar los problemas que se presentan día a día, por lo que no prestan la suficiente atención a las quejas que reciben.

Toledo (2018) *“Caracterización de la atención al cliente bajo el enfoque de la promoción de ventas en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro*

*actividades de médicos y odontólogos del distrito de Huaraz, 2018*”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote de Piura. El objetivo general fue conocer la calidad de servicio al cliente a nivel de ventas de la cadena Claro Tottus - Mall en Trujillo. Entre los principales hallazgos se encontró que el interés por el servicio incide directamente en los niveles de venta, por lo que si existe interés por un buen servicio, incide en el objetivo general de conocer las características de atención del cliente. como parte de la promoción de ventas en micro y pequeñas empresas de servicios - rubro de actividades de médicos y odontólogos en Huaraz poviat, 20186. El estudio tiene un diseño transaccional descriptivo, no experimental. Entre las conclusiones mostró que, en cuanto a la atención al cliente, el 63,9% de los pacientes dijeron que a veces el diseño del espacio físico es designado para la prestación del servicio, el 30,3% señaló que el plan proporcionado por la clínica dental muchas veces no son consistente con su cuidado, y el 6,1% señaló que siempre se fomenta el diseño del espacio físico del consultorio dental. De los pacientes encuestados, el 6,1% dijo que el tiempo dedicado a los servicios rara vez era suficiente y el 69,7% dijo que tenía poca tecnología moderna y necesitaba varias clínicas más.

García (2018) “*Caracterización de la capacitación y atención al cliente de las Mype del rubro grifos de la ciudad de Piura año 2017*”. En el contexto de las líneas de investigación de la Universidad ULADECH, se estableció como objetivo general: Definición de características de capacitación y atención al cliente en la categoría de grúas Piura MYPE, 2017. Por metodología cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no empírico y transversal. Principales resultados y conclusiones: Para la variable aprendizaje tenemos: para la meta (a) 100% aprendizaje formal, para la meta (b) 100% medir la mejora del conocimiento profesional. En la variable atención al cliente manifiestan que: Para el objetivo (c) el 100% corresponde a la importancia del aspecto costo y para el objetivo (d)

el 94% de la innovación empresarial.

Arenas (2020) *“Caracterización de la satisfacción del cliente y competitividad de las MYPE servicio rubro pollo a la brasa C. P La Arena-Piura, 2020”*, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote de Piura. La investigación es de tipo descriptiva, diseño no experimental de corte transversal, Tiene como objetivo fundamental conocer la satisfacción del cliente y las características competitivas de la MYPE CP La Arena-Piura Categoría de Servicio Pollo a la Brasa, 2020. Entre las conclusiones pudimos analizar que los clientes encuestados expresaron insatisfacción por el mal servicio, lo cual se representa en mala atención, retraso en la entrega del producto, trato grosero, mal personal de recepción; Finalmente, los factores de satisfacción del cliente MYPE son desempeño percibido, expectativas, nivel de satisfacción. Se puede argumentar que la satisfacción del cliente es baja porque el procesamiento de aves no supera sus expectativas en términos de servicio y atención.

Aldana (2018) *“Caracterización de la atención al cliente y el financiamiento en las Mype del rubro librerías del mercado modelo central de Piura, año 2018”* El objetivo general fue establecer las características financieras y de atención al cliente del rubro MYPE de librerías en el Mercado Central de Piura, 2018. Métodos de investigación descriptivo, cuantitativo y no empírico. Se utilizó un mapa transversal, agrupando los resultados por finalidad. Las conclusiones muestran que los factores más importantes en el servicio al cliente son la eficiencia y la satisfacción del producto; Debido a la estrategia de servicio al cliente, se aplican promociones y descuentos. De igual forma, en cuanto a las fuentes de fondeo utilizadas por las MYPE en la cartera de librerías, la mayoría son cajas de ahorro municipales; y finalmente, el financiamiento de las MYPE es superior a S/. 10.000 soles, también se puede notar la falta de manejo de redes sociales y sistemas informáticos.

## 2.2. Bases teóricas de la investigación

### 2.2.1. Gestión de calidad

Asensi, Soler, & Pérez (2021) Cuando se habla de gestión de la calidad, se puede decir que es el desarrollo futuro de la calidad total que abarca todos los aspectos de la organización, es decir, de manera responsable y participativa.

Ramírez (2019) la gestión de calidad va de la mano con brindar un buen servicio y atención a los clientes para la cual se deben poner en práctica procedimientos que nos ayuden a cumplir el propósito.

#### 2.2.1.1. Niveles de gestión de calidad

Carrasco (2020) Nos dice que en la gestión de calidad podemos apreciar 3 niveles que nos van a permitir crear estrategias para lograr nuestros objetivos.

a) **Nivel Estratégico:** Comprende en desarrollar la planeación de cómo se llevaran a cabo el logro de objetivos trazados en la organización para lo cual se deben establecer planes de acción con los recursos que se van a utilizar para cumplirlos lo más antes posible.

b) **Nivel Táctico:** Es donde se lleva acabo el progreso planificado de carácter minucioso de cada área con la que cuenta la organización que parte de un cuadro de referencia anticipadamente hecho por el nivel estratégico, este nivel es realizado y encaminado por los encargados de la jefatura de rango medio en la organización, en este nivel se relata la planificación de los productos que tiene la Mype.

c) **Nivel Operativo:** En este tercer nivel se ven las acciones específicas que deben ser realizadas por cada colaborador de cada una de las áreas que forman parte de la compañía, se va a ejecutar mediante a las instrucciones que brinden los niveles estratégico y táctico, desempeñando a cabalidad con las tareas encomendadas como la producción de los productos.

### 2.2.1.2. Factores determinantes de la gestión de calidad

Asensi, (2018) Nos detalla la existencia de factores de gestión de la calidad que no debemos ignorar, para lograr el mejor sistema de gestión, debemos velar por el desempeño de estos principios, encontrar siempre las herramientas y procedimientos adecuados que ayuden a mejorar la operatividad y lograr una mayor eficiencia y eficacia en los procesos.

a) **Liderazgo:** Los gerentes de las empresas deben ejercer un buen liderazgo para lograr la confianza de sus empleados.

b) **Competencias y compromisos:** Es primordial conseguir por parte del personal un compromiso completo en sus tareas encomendadas que le permitan aportar a la empresa.

c) **Enfoques en los procesos:** Las organizaciones deben tener en claro los procesos que deben seguir para poder ofrecer servicios de calidad.

d) **Necesidades del Cliente:** Se tiene que considerar como uno de los objetivos principales conocer los gustos y preferencias de los clientes.

e) **Decisiones eficaces:** Se define como los actos, conductas y hechos que se realizan para poder tomar buenas decisiones.

f) **Beneficio Integrado:** Es el regalo u obsequio que se le puede brindar al cliente durante, antes o después de su compra.

### 2.2.2 Atención al cliente

Chávez, (2018) Es el servicio que se le presta a los clientes de manera que busca satisfacer sus necesidades o gustos. Encontrando en nuestros servicios lo que requieren para satisfacer su necesidad.

Ariza, (2018) Se trata del conjunto de acciones que se toman para relacionarse con los clientes tanto actuales y los posibles clientes del futuro que podamos atraer.

Después que se realiza la compra de un producto el objetivo primordial de la empresa es la satisfacción del cliente.

### **2.2.2.1. Factores de atención al cliente**

Sandoval, (2019) nos habla de los factores de atención al cliente que poseen una gran capacidad de llamar la atención de los clientes mediante un contacto directo con ellos entre los cuales podemos determinar los siguientes:

a) **Accesibilidad:** Se debe tener fácil acceso a las instalaciones, es decir estos deben estar ubicados de manera idónea donde el cliente pueda acceder a ellos de manera fácil y rápida.

b) **Credibilidad:** La empresa junto a todo su equipo de trabajo debe generar confianza y contar con la capacidad de ayudar al cliente cuando este requiera de su ayuda.

c) **Personal capacitado:** Los altos rangos de una empresa deben preocuparse por contar con un personal arduamente capacitado ya que hoy en día es importante nutrir al personal de conocimientos que les ayuden aportar más .

d) **Enfoque al cliente:** El cliente es lo más importante y se debe cuidar por ello se debe ser educado, empático y amable con ellos que sientan que están enfocados a darles un buen servicio.

### **2.2.2.1. Estrategias de atención al cliente**

Alama, (2019) Junto con el avance de la ciencia y la tecnología, las empresas deben utilizar estrategias de mercado modernas para ofrecer una gama completa de productos y servicios de alta calidad para satisfacer las necesidades de los clientes. Por lo que nos detalla las siguientes estrategias de atención al cliente:

a) **Aprovechar la tecnología:** Las empresas en la actualidad deben invertir en adquirir más maquinaria tecnológica de punta que les permita innovar en sus servicios dentro de sus negocios, permitiéndoles estar a la altura de competir en el mercado.

**b) Conexiones con los clientes:** Una sólida relación personal con los clientes va generar una gran ventaja, donde los empleados de atención se debe involucrar activamente con los consumidores con honestidad, comprensión para ganar a su favor.

**c) Reducir Tiempo:** El factor tiempo es muy importante y siempre hay que tenerlo en cuenta ya que la mayoría de las quejas están relacionadas con este ámbito ya que cada usuario tiene un concepto diferente sobre el tiempo. Intenta siempre optimizar tu tiempo y en caso de fallo siempre tienes que compensar a tu cliente.

**d) Redes sociales:** Son una herramienta de negocio importante que ayuda mucho a las empresas a ofrecer sus productos por ello es primordial manejarlas y usarlas ya que es una estrategia que permite conocer y captar más clientes y destacar de la competencia.

**e) Ser innovador:** Realizar estudios de mercado para determinar si el servicio o producto ofrecido es el correcto y toma decisiones que te ayuden a mejorar el servicio o producto para que sea más óptimo y acorde con los gustos de tus clientes.

### **III. HIPÓTESIS**

Las investigaciones descriptivas se enfocan en describir hechos o contextos, al no mostrar la relación o evento sin modificar la relación o evento similar, el enfoque hipotético es innecesario, se enuncia hipótesis cuando la investigación desea comprobar una suposición y no solo revelar las características de un determinado lugar. (Mesones, 2020)

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1. Diseño de la investigación

La investigación de tipo cuantitativa se centra en la cuantificación de los datos recopilados mediante procedimientos estadísticos e informáticos es una investigación muy utilizada para identificar y obtener resultados universales de poblaciones grandes. Por lo tanto en el estudio de la tesis se utilizó un tipo de investigación cuantitativa ya que se recopiló información y resultados en el instrumento del cuestionario que se realizó mediante una encuesta a las Mype del rubro cebicherías del mercado de Piura. (Cano, 2017)

Es de nivel descriptivo porque consistió en recopilar y describir el ambiente del segmento demográfico y las propiedades de las variables en estudio (gestión de calidad y atención al cliente), sin alterar o manipular ninguna de las situaciones problemáticas centrándose exclusivamente en el cálculo y descripción de las mismas. Es una investigación cuyo único objetivo es conocer la realidad de algo más no exponer causa o efecto, por ello no se tiene control de las variables en estudio. (Mejía, 2020)

El diseño que se utilizó es no experimental ya que la investigación se realiza sin alterar ni manipular ninguna variable se presentan los hechos tal y como están en su contexto real y en un tiempo establecido, para luego analizarlos. Por lo tanto, en este diseño no se construye una situación específica sino que se observa las que existen. Por lo tanto, para la realización de la investigación se utilizó el diseño no experimental y de corte transversal porque la dimensión y características estudiadas de las variables se pueden evaluar en un momento terminante donde se tiene como propósito describir y analizar las variables en estudio. (Vegas, 2020)

#### 4.1. Población y muestra

##### **Población:**

Es un conjunto finito o infinito de personas, sujetos, empresas, etc. El tamaño de una población con características comunes es un factor importante en el proceso de investigación y, dado el número de factores que la componen, puede ser limitada o ilimitada. (Editorial Grudemi, 2018)

**P1:** La población para la variable gestión de calidad está dada por los indicadores nivel estratégico, nivel táctico, nivel operativo, liderazgo, enfoque de procesos; y decisiones correctas; cuya fuente fue dirigida a los trabajadores de las MYPE siendo una población finita que se conoce. Aparte para los indicadores competencias y compromisos, necesidades del cliente y beneficio integrado fue dirigida para los clientes siendo una población infinita desconocida.

**Cuadro1 Relación de Mype**

<b>Mype</b>	<b>Código</b>	<b>N° De Trabajador</b>	<b>N° De Propietarios</b>
<b>A</b>	3001	3	1
<b>B</b>	3002	5	1
<b>C</b>	3003	4	1
<b>D</b>	3004	4	1
<b>TOTAL</b>		<b>16</b>	<b>4</b>

Fuente: Elaboración propia.

**P2:** La población para la variable atención al cliente los indicadores utilizados fueron accesibilidad, credibilidad, personal capacitado, enfoque al cliente, aprovechar la tecnología, conexiones eficientes, reducir tiempo, utilizar redes sociales y ser innovador la fuente fue dirigida a los clientes siendo una población infinita desconocida.

##### **4.2.1. Criterios de inclusión**

##### **Variable: Gestión de calidad**

Se acudió a los trabajadores con más de una año de antigüedad en la empresa y

a los clientes de las Mype del rubro cebicherías de ambos sexos (masculino y femenino) mayores de edad (18 años) que se encuentren en disposición de colaborar y aportar a la investigación.

**Variable: Atención al cliente**

Se acudió a los clientes de las Mype del rubro cebicherías de ambos sexos (masculino y femenino) mayores de edad (18 años) que se encuentren en disposición de colaborar y aportar a la investigación.

**4.2.2. Criterios de exclusión**

**Variable: Gestión de calidad**

Se excluyó a los trabajadores que se encuentren en modalidad de prácticas pre profesional y a los clientes que no quieran aportar con la encuesta por razones propias.

**Variable: Talento humano**

Se excluyó a los trabajadores que se encuentren en modalidad de prácticas pre profesional.

**Muestra:**

Es un conjunto de elementos de personas o sujetos que serán examinados para el estudio de una investigación la cual suele ser aplicada a poblaciones finitas como infinitas teniendo como elemento principal la aplicación de diferentes fórmulas. (Pérez, 2021)

**Cuadro 2 Fuentes de información**

<b>Variable</b>	<b>Población</b>	<b>Elementos De Población</b>	<b>Muestra</b>
Gestión de calidad	Finita	16 trabajadores	16 trabajadores
	Infinita	Desconocido	167 clientes
Atención al cliente	infinita	Desconocido	167 clientes

Elaboración propia

**M1:** Para los trabajadores donde se obtuvo una población por debajo de los 50 individuos, por lo tanto esta cantidad se tomará como muestra, por ello no se requiere de

aplicación de fórmula estadística. (Suarez, 2019)

**M2:** En el caso de los clientes la población es infinita y desconocida, por ende se requiere utilizar una fórmula estadística para poder encontrar cuánto sería la población a encuestar. (Cupita, 2020)

Fórmula estadística:

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

Dónde:

$Z^2$  = Grado de confiabilidad (1.81) = 93%

$e$  = Margen de error (7%)

$p$  = Probabilidad que ocurra (0.5)

$q$  = Probabilidad que no ocurra (0.5)

Reemplazamos Valores:  $n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2} = 167$

Por lo que el tamaño de la muestra será de 167 clientes.

$Z$ =Valor obtenido mediante niveles de confianza que queda a criterio del investigador.

### 4.3. Definición y Operacionalización de las Variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Preguntas	Fuente	Escala
Gestión de Calidad	La gestión de calidad va de la mano con brindar un buen servicio y atención a los clientes para la cual se deben poner en práctica procedimientos que nos ayuden a cumplir el propósito. (Ramírez, 2019)	Niveles	La dimensión "Principios" se midió con sus indicadores; Táctico, estratégico y operativo con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario	Táctico	1. ¿Considera que la Mype realiza planes estratégicos para lograr sus metas de venta?	Trabajadores	Nominal
				Estratégico	2. ¿La Mype cuenta con áreas y cargos de puestos establecidos?	Trabajadores	
				Operativo	3. ¿La Mype se enfoca en lograr sus objetivos mensuales?	Trabajadores	
		Factores	La dimensión "Factores" se midió liderazgo, competencias y compromisos, enfoque en procesos, necesidades del cliente, decisiones eficaces, beneficio integrado con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Liderazgo	4. ¿Considera usted que su jefe es un buen líder?	Trabajadores	
				Competencias y compromisos	5. ¿Cree usted que la Mype se compromete con sus clientes?	Clientes	
				Enfoque en procesos	6. ¿La Mype le brinda a sus colaboradores capacitaciones constantes para mejorar se rendimiento?	Trabajadores	
				Necesidades del cliente	7. ¿La Mype conoce sus necesidades como cliente?	Clientes	
				Decisiones eficaces	8. ¿Considera que la Mype toma decisiones correctas ante un problema que se pueda presentar en cualquier momento?	Trabajadores	
				Beneficio Integrado	9. ¿Recibe algún obsequio u promoción por su compra?	Clientes	

Atención al cliente	Se trata del conjunto de acciones que se toman para relacionarse con los clientes tanto actuales y los posibles clientes del futuro que podamos atraer. Después que se realiza la compra de un producto el objetivo primordial de la empresa es la satisfacción del cliente. (Ariza, 2018)	Factores	La dimensión "Factores" se midió con sus indicadores accesibilidad, credibilidad, personal capacitado, enfoque al cliente y comunicación con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Accesibilidad	1. ¿Considera que el ingreso a la Mype es de fácil Accesibilidad?	Clientes	Nominal
				credibilidad	2. ¿Confía en la credibilidad de la Mype?		
				Personal capacitado	3. ¿Observa usted que los empleados se encuentran bien capacitados para ofrecerle una buena atención?		
				Enfoque al cliente	4. ¿Considera usted que el servicio que le brinda la Mype es bueno?		
	Estrategias	La dimensión "Tipos" se medirá con sus indicadores aprovechar la tecnología, conexiones eficientes, reducir tiempo, utilizar redes sociales y ser innovador con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Aprovechar la tecnología	5. ¿Encuentra tecnología moderna en la Mype?			
			Conexiones eficientes	6. ¿Considera usted que la Mype establece conexiones de buen trato con sus clientes?			
			Reducir tiempo	7. ¿Cree usted que el tiempo en que llega su pedido es rápido?			
			Redes sociales	8. ¿Encuentra publicidad de la Mype en redes sociales?			
			Ser innovador	9. ¿La Mype le ofrece productos innovadores?			

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

La indagación de estudio se utilizó la técnica de la encuesta para conseguir los datos se ejecutaron preguntas ordenadas y sintetizadas dirigidas a una muestra determinada específica, esta encuesta se fabricó de acuerdo a los indicadores de las variables. (Silupu, 2021)

La encuesta es una técnica de investigación social que va más allá de la investigación científica rigurosa y ayuda a recopilar datos cuantitativos de una muestra de población. Utiliza al cuestionario como herramienta y los datos obtenidos serán procesados por métodos estadísticos. Los resultados se obtuvieron a partir de la ejecución de la encuesta mediante un cuestionario de preguntas de escala nominal donde la de los trabajadores consta de 6 preguntas y la de los clientes de 12 preguntas donde se tiene respuestas cerradas (Sí o No), el cuestionario se realizó de manera presencial respetando todos los protocolos establecidos por el gobierno debido a la pandemia del Covid 19. El instrumento será evaluado para determinar su confiabilidad, esto también será verificado por el juicio de dos expertos.

#### **4.5. Plan de análisis**

Recopilados los datos se tabularon y graficaron comprendiendo las variables en estudio (Gestión de calidad y atención al cliente) y sus respectivas dimensiones. Se empleara estadística descriptiva para presentar y representar el conjunto de datos en tablas o gráficos utilizando Excel, y consecutivamente se utilizarán métodos experimentales para confirmar el análisis e interpretación de los datos recogidos a través del cuestionario el cual será validado por expertos.

#### 4.6. Matriz de Consistencia

Titulo	Problema	Objetivos	Variable	Metodología
Caracterización de gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022	¿Qué características tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022?	General: Definir las características de gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022.		Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptiva Diseño: No experimental. Corte: Transversal Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Población: Trabajadores: Finita Clientes: Infinita Muestra: Trabajadores: 16 Clientes: 167
		(a) Identificar los niveles de Gestión en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022	Gestión de calidad	
		(b) Conocer los factores de la Gestión de calidad en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022	Gestión de calidad	
		(c) Identificar los factores de la atención al cliente en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022	Atención al Cliente	
(D) Describir las estrategias de atención al cliente en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022	Atención al Cliente			

#### 4.7. Principios éticos

Los principios éticos son el inicio de cualquier argumento para justificar acciones y procedimientos. Investigación ética que garantice los derechos humanos, tomando como referencia los términos manejados en la indagación. (Uladech, 2019)

**Protección a la Persona:** Respetar los derechos de propiedad intelectual y la privacidad, y proteger la identidad de los participantes en la investigación. Además, se denegarán las solicitudes de parcialidad, manipulación y discriminación.

**Integridad Científica:** En lo que concierne a este principio se detalla que la investigación se realiza con libertad de juicio, criterio intelectual, integridad y compromiso social.

**Justicia:** El contenido se conserva virgen de las opiniones y respuestas coleccionadas de los clientes, trabajadores y dueños de las Mype que han aceptado colaborar contestando las preguntas del cuestionario a efectos de establecer la relación causa-efecto del estudio de las variables.

**Conocimiento informado y expreso:** Conjuntamente también se creyó provechoso conservar en reserva con el objetivo de lograr honestidad en los resultados de la identidad de los encuestados y de las Mype.

**Libre participación y derecho a estar informado:** A todos los participantes se les informo sobre su derecho de querer participar o no de la indagación, ofreciéndoles toda la información necesaria del tema.

**Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:** Se tuvo en consideración no exponer a ningún riesgo a los participantes, se utilizó únicamente material necesario para el desarrollo de la investigación estimulando una cultura a favor del cuidado ambiental.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

#### 5.1.1 Gestión de Calidad

**5.1.1.1 Objetivo:** Identificar los niveles de Gestión en las MYPE rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022.

**Tabla 1**

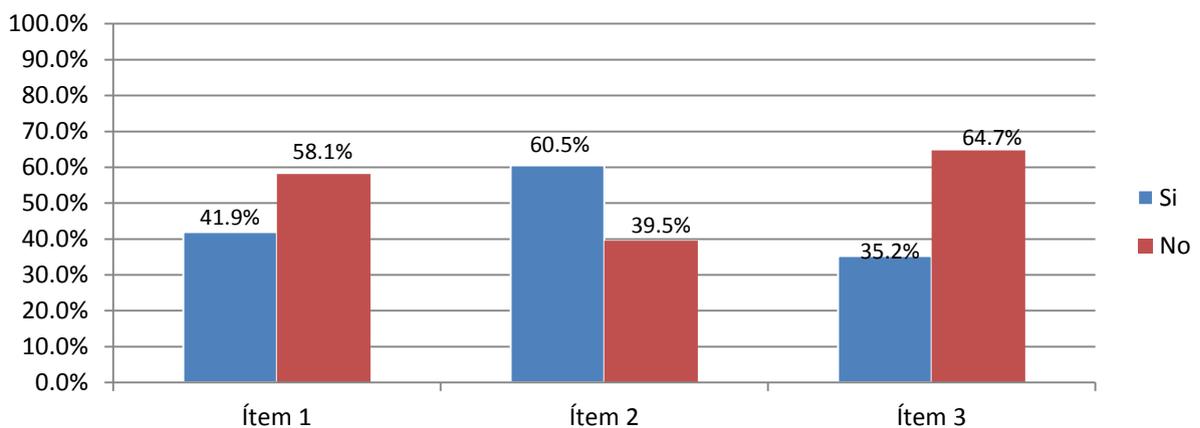
#### *Niveles de gestión de calidad*

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
1.	¿Considera que la Mype realiza planes estratégicos para lograr sus metas de venta?	7	41.90	9	58.10	16	100
2.	¿La Mype cuenta con áreas y cargos de puestos establecidos?	10	60.50	6	39.50	16	100
3.	¿La Mype se enfoca en lograr sus objetivos mensuales?	5	35.26	11	64.74	16	100

*Nota:* Encuesta aplicada a los trabajadores  
Elaboración propia

**Figura 1**

#### *Niveles de gestión de calidad*



*Nota:* Cuestionario aplicado a los trabajadores  
Elaboración propia

Se aprecia de acuerdo a la percepción de los trabajadores que el 60.5% manifiesta que la Mype si cuenta con áreas y cargos de puestos establecidos; 41.9% considera que

la Mype si realiza planes estratégicos para lograr sus metas de venta y el 35.2% manifiesta que la Mype si se enfoca en lograr sus objetivos mensuales.

**5.1.1.2 Objetivo:** Conocer los factores de la Gestión de calidad en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022.

**Tabla 2**

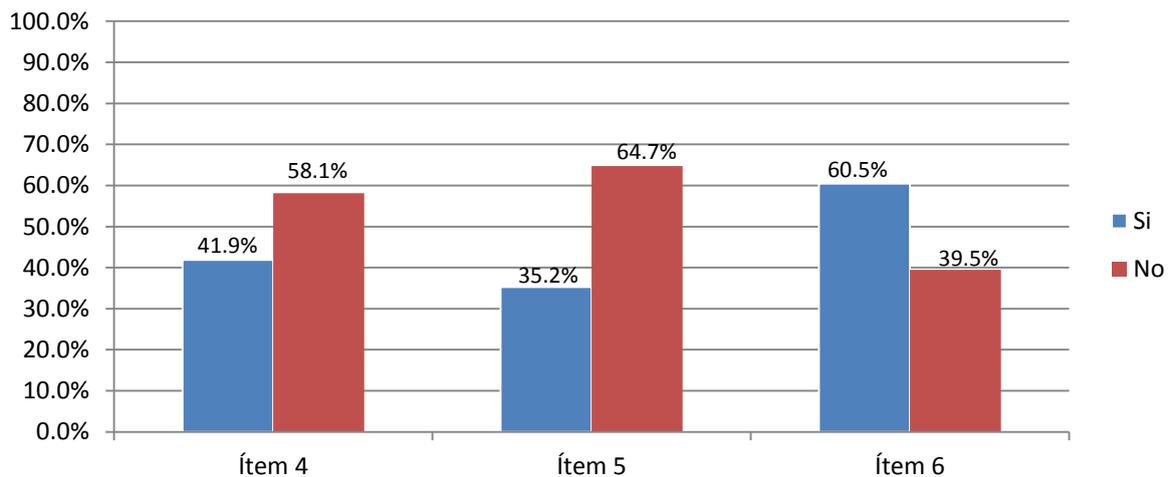
***Factores de gestión de calidad***

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
4.	¿Considera usted que su jefe es un buen líder?	7	41.90	9	58.10	16	100
5.	¿La Mype le brinda a sus colaboradores capacitaciones constantes para mejorar su rendimiento?	5	35.26	11	64.74	16	100
6.	¿Considera que la Mype toma decisiones correctas ante un problema que se pueda presentar en cualquier momento?	10	60.50	6	39.50	16	100

*Nota:* Encuesta aplicada a los trabajadores  
Elaboración propia

**Figura 2**

***Factores de gestión de calidad***



*Nota:* Cuestionario aplicado a los trabajadores  
Elaboración propia

Se aprecia de acuerdo a la percepción de los trabajadores que el 60.5% manifiesta que la Mype si toma decisiones correctas ante un problema que se pueda presentar en

cualquier momento; 41.9% que su jefe si es un buen líder y el 35.2% que si brindan a sus colaboradores capacitaciones constantes para mejorar se rendimiento.

**Tabla 3**

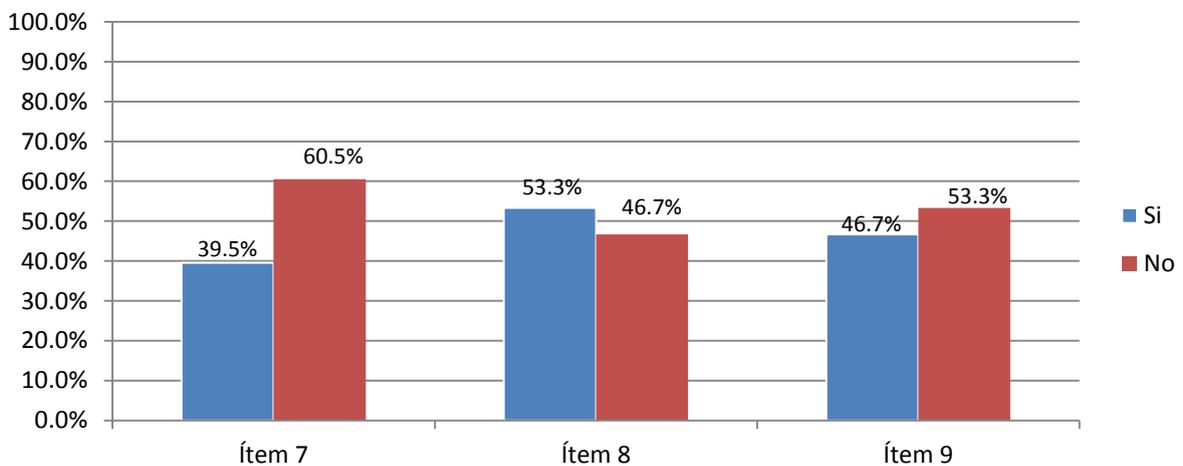
***Factores de gestión de calidad***

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
7.	¿Cree usted que la Mype se compromete con sus clientes?	66	39.50	101	60.50	167	100
8.	¿La Mype conoce sus necesidades como cliente?	89	53.30	78	46.70	167	100
9.	¿Recibe algún obsequio y promoción por su compra?	78	46.70	89	53.30	167	100

*Nota:* Encuesta aplicada a los clientes  
Elaboración Propia

**Figura 3**

***Factores de gestión de calidad***



*Nota:* Cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración Propia

Se aprecia de acuerdo a la percepción de los clientes que el 53.3% manifiesta que la Mype si conoce sus necesidades como cliente; 46.7% que si recibe algún obsequio y promoción por su compra; 39.5% cree que la Mype si se compromete con sus clientes.

**5.1.1.3 Objetivo:** Identificar los factores de la atención al cliente en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022.

**Tabla 4**

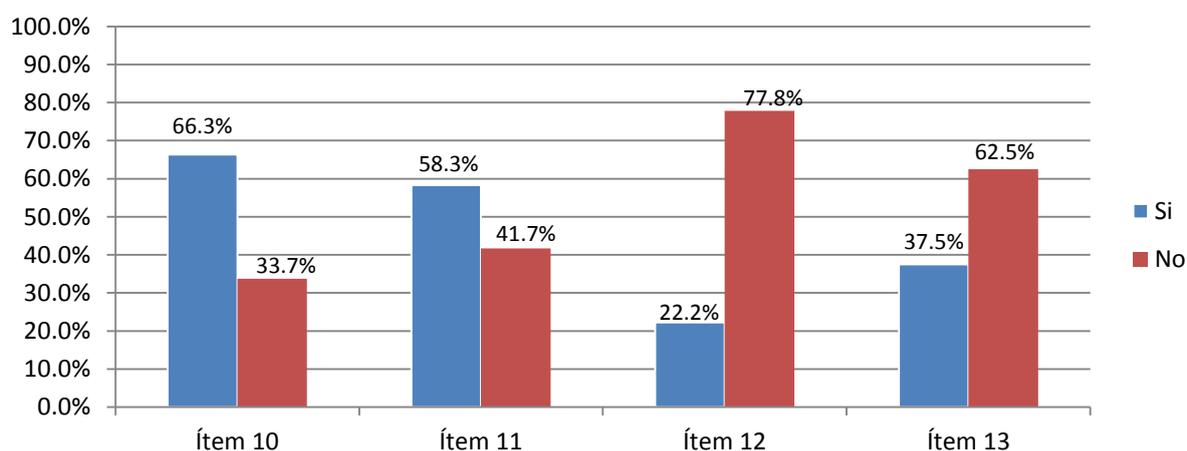
*Factores de atención al cliente*

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
10.	¿Considera que el ingreso a la Mype es de fácil Accesibilidad?	110	66.30	57	33.70	167	100
11.	¿Confía en la credibilidad de la Mype?	97	58.30	70	41.70	167	100
12.	¿Observa usted que los empleados se encuentran bien capacitados para ofrecerle una buena atención?	37	22.20	130	77.80	167	100
13.	¿Considera usted que el servicio que le brinda la Mype es bueno?	66	37.50	101	62.50	167	100

*Nota:* Encuesta aplicada a los clientes  
Elaboración propia

**Figura 4**

*Factores de atención al cliente*



*Nota:* Cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración propia

Se aprecia de acuerdo a la percepción de los clientes que el 66.3% manifiesta que el ingreso a la Mype si es de fácil Accesibilidad; 58.3% si confía en la credibilidad de la Mype; 37.5% que el servicio que le brinda la Mype si es bueno y el 22,2% si observa que

los empleados se encuentran bien capacitados para ofrecerle una buena atención.

**5.1.1.4 Objetivo:** Describir las estrategias de atención al cliente en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022.

**Tabla 5**

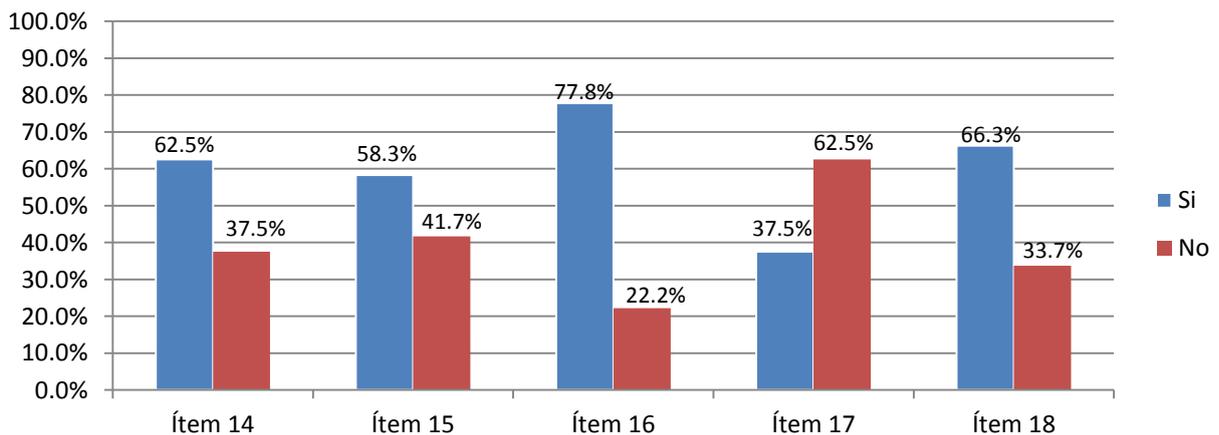
*Estrategias de Atención al Cliente*

N°	Ítem	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
14.	¿Encuentra tecnología moderna en la Mype?	101	62.50	66	37.50	167	100
15.	¿Considera usted que la Mype establece conexiones de buen trato con sus clientes?	97	58.30	70	41.70	167	100
16.	¿Cree usted que el tiempo en que llega su pedido es rápido?	130	77.80	37	22.20	167	100
17.	¿Encuentra publicidad de la Mype en redes sociales?	66	37.50	101	62.50	167	100
18.	¿La Mype le ofrece productos innovadores?	110	66.30	57	33.70	167	100

*Nota:* Encuesta aplicada a los clientes  
Elaboración propia

**Figura 5**

*Estrategias de Atención al Cliente*



*Nota:* Encuesta aplicada a los clientes  
Elaboración propia

Se aprecia de acuerdo a la percepción de los clientes que el 77.8% manifiesta que el tiempo en que llega su pedido si es rápido; 63.3% que si le ofrece productos innovadores; 62.5% que si encuentra tecnología moderna; 58,3% que si establece conexiones de buen

trato con sus clientes y el 37.5% si encuentra publicidad de la Mype en redes sociales.

## 5.2. Análisis de Resultados

### 5.2.1. Gestión de Calidad

**5.2.1.1 Objetivo:** Identificar los niveles de Gestión en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022.

En la tabla 1 denominada “Niveles de gestión de calidad – trabajadores” se observa que el 60.5% manifiesta que la Mype si cuenta con áreas y cargos de puestos establecidos; 41.9% considera que la Mype si realiza planes estratégicos para lograr sus metas de venta y el 35.2% manifiesta que la Mype si se enfoca en lograr sus objetivos mensuales. Por ello, Carrasco (2020) nos indica que en el nivel táctico las áreas de trabajo deben estar minuciosamente bien distribuidas para realizar un trabajo. Difiere, Quezada (2018) quien manifiesta que el nivel táctico tiene que ver con el proceso de elaboración del producto más no con la designación de los puestos de trabajo. Por ende, Carrasco (2020) describe que los planes estratégicos comprende la planeación de cómo se llevan a cabo los objetivos. Muñoz (2018) quien concluye que las Mype diseñaron un plan de acciones estratégicas para corregir las falencias de la empresa y mejorar la conformidad del servicio.

Por último, Carrasco (2020) indica que el nivel operativo está dado por las acciones de desempeño de las tareas encomendadas con el fin de lograr los objetivos. Difiere, Luna (2018) quien indica que al poner en práctica de manera inadecuada la gestión de calidad se carece que todo plan estratégico, táctico y operativo que los vuelve vulnerables en este mercado competitivo.

**5.2.1.2 Objetivo:** Conocer los factores de la Gestión de calidad en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022.

En la tabla 2 denominada “Factores de gestión de calidad – trabajadores” se observa que el 60.5% manifiesta que la Mype si toma decisiones correctas ante un problema que se pueda presentar en cualquier momento; 41.9% que su jefe si es un buen líder y el

35.2% que si brindan a sus colaboradores capacitaciones constantes para mejorar se rendimiento. Por ello, Asensi (2018) nos indica que la toma de decisiones se fundamenta en los actos y hechos que se toman a bien de encaminar la empresa. Por ende, Apolinario (2018) quien concluye que los gerentes de las Mype en su totalidad cuentan con estudios superiores de administración. Así mismo Asensi (2018) Se debe ejercer buen liderazgo por parte de los altos mandos de la empresa esto permitirá que el personal se involucre de manera más relevante. Difiere, Goicochea (2019) quien concluye en su investigación que la mayoría de los dueños de la Mype carecen de liderazgo. Por ende, Asensi (2018) nos detalla que las capacitaciones al personal son importantes para mejorar sus habilidades laborales y por último Bobbio (2018) quien nos dice que la mayoría de los empleados realiza bien sus tareas debido al beneficio que tiene capacitarse ya que forma tu desarrollo laboral.

En la tabla 3 denominada “Factores de gestión de calidad – clientes” se observa que el 53.3% manifiesta que la Mype si conoce sus necesidades como cliente; 46.7% que si recibe algún obsequio y promoción por su compra; 39.5% cree que la Mype si se compromete con sus clientes. Por ello Asensi (2018) nos indica que las empresas deben conocer los gustos y necesidades del público para poder crear productos que impacten. Difiere, Burgos (2017) quien concluye que las Mype carecen de conocer las necesidades primordiales de los clientes. Por ende, Asensi (2018) describe que se debe incentivar la fidelidad de los clientes con incentivos y regalos de valor agregado por su compra. Difiere que se deben establecer ventajas competitivas para lograr la diferenciación ante la competencia ya que mediante esto también se puede conseguir la fidelización. Así mismo Asensi (2018) nos detalla que debe existir un compromiso pleno de la empresa para los clientes lo cual permita a los mismos confiar en la credibilidad de sus servicios. Difiere, Quezada (2018) quien concluye que los gerentes y dueños de las Mype piensan que la credibilidad y calidad de los servicios es la satisfacción de los consumidores.

### **5.2.1.3      Objetivo:** Identificar los factores de la atención al cliente en las Mype

rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022.

En la tabla 4 denominada “Factores de atención al cliente – clientes” se observa que el 66.3% manifiesta que el ingreso a la Mype si es de fácil Accesibilidad; 58.3% si confía en la credibilidad de la Mype; 37.5% que el servicio que le brinda la Mype si es bueno y el 22,2% si observa que los empleados se encuentran bien capacitados para ofrecerle una buena atención. Por ello, Sandoval (2019) indica que se debe tener fácil acceso a las instalaciones, es decir estos deben estar ubicados de manera idónea donde el cliente pueda acceder a ellos de manera fácil y rápida. Difiere, Arenas (2020) quien menciona que la infraestructura de las empresas deben ser amplias y bien señalizadas las zonas de seguridad y sobre todo con ingresos amplios y accesibles.

Por ende, Sandoval (2019) describe que la empresa junto a todo su equipo de trabajo debe generar confianza y contar con la capacidad de ayudar al cliente cuando este requiera de su ayuda. Por otro lado, Villalba (2019) quien en conclusión demuestra la importancia de un buen servicio de atención al cliente lo que conlleva a que el cliente se sienta en confianza. Por lo tanto, Sandoval (2019) indica que el cliente es lo más importante y se debe cuidar por ello se debe ser educado, empático y amable con ellos que sientan que están enfocados a darles un buen servicio. Difiere; García (2018) quien describe que se debe ofrecer un buen servicio al cliente que cumpla con todos sus gustos y expectativas. Así mismo Sandoval (2019) nos detalla que los altos rangos deben preocuparse con contar con personal arduamente capacitado ya que es importante nutrir los conocimientos del personal que conforma la empresa. Difiere, Campos (2019) quien concluye que los trabajadores carecen de capacitaciones y por ende muestran deficiencias en el proceso de atención y de resolver determinadas situaciones o problemas que se presentan con los clientes.

**5.2.1.4 Objetivo:** Describir las estrategias de atención al cliente en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022.

En la tabla 5 denominada “Estrategias de atención al cliente – clientes” se observa que el 77.8% manifiesta que el tiempo en que llega su pedido si es rápido; 63.3% que si le ofrece

productos innovadores; 62.5% que si encuentra tecnología moderna; 58,3% que si establece conexiones de buen trato con sus clientes y el 37.5% si encuentra publicidad de la Mype en redes sociales. Por ello, Alama (2019) indica que el factor tiempo es muy importante y siempre hay que tenerlo en cuenta ya que la mayoría de las quejas están relacionadas con este ámbito ya que cada cliente tiene una concepción diferente del tiempo. Difiere, Vela & Zavaleta (2019) quien concluye que los clientes esperan largos tiempos para recibir sus productos lo cual crea incomodidad para ellos. Por ende, Alama (2019) manifiesta que se deben realizar estudios de mercado para determinar si el servicio o producto ofrecido es el correcto y tomar decisiones que ayuden a mejorarlo con el fin de que sea más óptimo y a gusto de los clientes. Difiere, Jiménez (2020) quien concluye que una minoría indica que ofrecen productos innovadores.

Por lo tanto, Alama (2019) describe que las empresas en la actualidad deben invertir en adquirir maquinaria de tecnología moderna que les permita mejorar sus servicios. Difiere, Toledo (2018) quien concluye que el 69,7% menciona que cuentan con poca tecnología moderna y que falta implementar un poco más los consultorios. Por ende, Alama (2019) indica que una sólida relación personal con los clientes le brinda una ventaja, por lo que el personal de atención se debe involucrar activamente con los clientes con inteligencia, integridad y energía para ganar a su favor. Difiere, Arenas (2020) quien concluye que los clientes mediante la encuesta dan a conocer su insatisfacción debido a la mala atención, esto se ve reflejado en el mal servicio lo cual o crea una relación entre cliente y el personal de atención.

Así mismo, Arenas (2020) indica que las redes sociales son una herramienta importante que ayuda mucho a las empresas a ofrecer sus productos por ello es primordial manejarlas y usarlas ya que es una estrategia que permite captar más clientes. Difiere, Aldana (2018) quien pudo observar en su estudio y no dejar como menos relevante la carencia de manejo de redes sociales y sistemas de computación en las Mype.

## VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1. Conclusiones

Con respecto a los niveles de gestión de calidad se identificó que la mayoría de las Mype cuenta con áreas y cargos de puesto establecidos y una minoría realiza planes estratégicos para lograr sus metas de ventas y se enfocan en lograr sus objetivos mensuales debido a que viven el día a día.

Los factores de gestión de calidad que aplican las Mype son toman buenas decisiones ante un problema que se pueda presentar en cualquier momento; conocen las necesidades de los clientes; brindan obsequios o promociones a los clientes por su compra; se ejerce buen liderazgo por parte de los jefes; brindan capacitaciones constante a los trabajadores y por último se comprometen con los clientes.

En lo que concierne a los factores de atención al cliente identificadas en las Mype están dadas porque la mayoría de ellas tiene buena accesibilidad de ingreso; brindan credibilidad y confianza a los clientes y una minoría brinda un buen servicio y por último los trabajadores no se encuentran bien capacitados para ofrecer una buena atención.

Las estrategias de atención al cliente están dadas por que la mayoría emplea tiempos rápidos de entrega de los productos; ofrecen productos innovadores; tienen tecnología moderna; establecen conexiones de buen trato con los clientes y una minoría pone publicidad en redes sociales.

Se concluyó de manera general que las Mype en su mayoría tienen buena distribución de los puestos de trabajo, se toman decisiones correctas ante los problemas, las Mype cuentan con un ingreso accesible y el tiempo de entrega de productos es rápido.

## **6.2. Recomendaciones:**

Las Mype realizar cronogramas mensuales de tareas que le permitan llegar a lograr sus objetivos.

Las Mype en cuentas para saber los gustos de los clientes y así poder realizar promociones atractivas en beneficio de ellos.

Las Mype capacitar a su personal para poder nutrir sus conocimientos previos y mejorar.

Los dueños de las Mype invertir en asesoramiento acerca del uso de las redes sociales lo cual le va permitir promocionarse por esa herramienta.

Los dueños de las Mype capacitarse más afondo en temas de gestión de calidad y atención al cliente para manejar de manera más clara sus negocios.

## REFERENCIAS

- Aldana, K. (2018). *Caracterización de la atención al cliente y el financiamiento en las MYPE del rubro librerías del mercado modelo central de Piura, año 2018*. Retrieved from <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3574>
- Angulo, Y. (2020). “*caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro-restaurantes campestres, zona agrícola del distrito de chimbote, 2019*” (universidad católica los ángeles de chimbote). from [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3766/gestion\\_de\\_calidad\\_mypes\\_angulo\\_corzo\\_yessica\\_ofelia.pdf?sequence=1&isallowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3766/gestion_de_calidad_mypes_angulo_corzo_yessica_ofelia.pdf?sequence=1&isallowed=y)
- Apolinario, Y. (2018). *caracterización de la gestión de calidad bajo las normas de elaboración y expendio de alimentos y bebidas - decreto supremo 007-98 en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes (pollerías) del distrito de huaraz, 2018* (universidad católica los ángeles de chimbote) [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3572/gestion\\_de\\_calidad\\_restaurante\\_polleria\\_apolinario\\_aquino\\_yonel\\_nelson.pdf?sequence=1&isallowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3572/gestion_de_calidad_restaurante_polleria_apolinario_aquino_yonel_nelson.pdf?sequence=1&isallowed=y)
- Asensi, S., Soler, S., & Pérez, V. (2018). Los Principios De Gestión De La Calidad En Iso 9001. *3C Empresa : Investigación y Pensamiento Crítico*, 6(5), 10–18. <https://doi.org/10.17993/3cemp.2017.especial.10-18>
- Burgos, D. (2020). *desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante- bar ouzo agave azul s.a.s. bajo los lineamientos de la norma iso 9001:2015 y la norma técnica colombiana ntsusna 008*. (Universidad Libre de Colombia). Retrieved from [https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10591/documento\\_final.pdf?sequence=1](https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10591/documento_final.pdf?sequence=1)
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2019). Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques,

- modelos y sistemas. In *OHSAS* (Vol. 18001). Retrieved from [www.pearsoneducacion.comwww.FreeLibros.org](http://www.pearsoneducacion.comwww.FreeLibros.org)
- Editorial Grudemi. (2018). *Población estadística*. Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/poblacion-estadistica/>
- Cano Saldaña, D. M. (2017). *Tipo, nivel y diseño de investigación*. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11939/Satisfacion\\_%20Cano\\_Saldana\\_Doris\\_Margarita.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11939/Satisfacion_%20Cano_Saldana_Doris_Margarita.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pérez, M. (8 de Octubre de 2021). *Muestra estadística*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/muestra/>
- Cutipa, G. (26 de Diciembre de 2020). *¿De qué depende el tamaño de la muestra?*. Obtenido de <https://guidocutipa.blog.bo/investigacion/de-que-depende-el-tamano-de-la-muestra/>
- Cardoso, M. (2019). *caracterización de la capacitación y calidad de servicio de las micro y pequeñas empresas en el rubro restaurantes en el distrito de trujillo, año 2016*. (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote). Retrieved from [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8581/calidad\\_capacitacion\\_cardoso\\_paredes\\_meli\\_cristina.pdf?sequence=1&isallowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8581/calidad_capacitacion_cardoso_paredes_meli_cristina.pdf?sequence=1&isallowed=y)
- Carhuachinchay, N. (2020). *los mecanismos de control interno administrativo y su impacto en los resultados de gestión de los restaurantes turísticos en la provincia de sullana - piura, año 2020*. (universidad católica los ángeles de chimbote).retrievedfrom [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1100/control\\_interno\\_administrativo\\_restaurantes\\_turisticos\\_carhuachinchay\\_farfan\\_nancy\\_amelia.pdf?sequence=1&isallowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1100/control_interno_administrativo_restaurantes_turisticos_carhuachinchay_farfan_nancy_amelia.pdf?sequence=1&isallowed=y)

- Castro, L. (2019). *caracterización de la capacitación y el liderazgo de las mype rubro pollerías de la urbanización ignacio merino de piura, año 2017* (universidad católica los ángeles chimbote facultad). retrieved from [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10207/capacitacion\\_liderazgo\\_castro\\_ayosa\\_lizeth\\_marilia.pdf?Sequence=1&isallowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10207/capacitacion_liderazgo_castro_ayosa_lizeth_marilia.pdf?Sequence=1&isallowed=y)
- Herrera, V. (2019). *Gestión De Calidad Con El Uso De La Mejora Continua En Las Micro Y Pequeñas Empresas Sector Servicio, Rubro Restaurantes De Comida Oriental En El Casco Urbano Del Distrito De Chimbote, 2016* (ULADECH). Retrieved from <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10194>
- Cruz, F. (2018). *los beneficios de la capacitacion y el desarrollo del personal de las pequeñas empresas universidad militar nueva granada facultad de estudios a distancia (faedis) programa de administración de empresas*. Retrieved from [https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/7168/Trabajo final FabianJamaica\(1\).pdf;jsessionid=ee145abf6207671a83d87e02ea2ee7fb?sequee=](https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/7168/Trabajo%20final%20FabianJamaica(1).pdf;jsessionid=ee145abf6207671a83d87e02ea2ee7fb?sequee=)
- INEI. (2021). *EN EL PERÚ EXISTEN MÁS DE 2 MILLONES 838 MIL EMPRESAS*. Lima Nota de prensa087 <https://www.inei.gob.pe/>
- Jimenez, D. (28 de Setiembre de 2020). *¿Como construir una organizacion con enfoque al cliente?* Obtenido de *¿Como construir una organizacion con enfoque al cliente?:* [https://www.pymesycalidad20.com/como-construir-organizacion-enfoque-al-cliente- necesitas-saber-pdf.html](https://www.pymesycalidad20.com/como-construir-organizacion-enfoque-al-cliente-necesitas-saber-pdf.html)
- John Kotter. (21 de Julio de 2009). *Cambio y Liderazgo*. Obtenido de *Cambio y Liderazgo:* <http://gerenciaycambio.blogspot.com/2009/07/john-kotter-cambio-y-liderazgo-1.html>

- Kanematsu, G. J. (2019). *Gestion de la calidad en atencion al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio ,rubro boutiques para caballeros del centro de la ciudad de Huacho .*
- López, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil* (universidad católica de santiagode guayaquil). retrieved from <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/t-ucsg-pos-mae-160.pdf>
- Martínez, E., Milian, E., & Onésimo, N. (2018). *propuesta de capacitación de personal para mejorar la calidad de servicio del restaurante sumaq, chiclayo, 2017* (universidad señor de sipan). Retrieved from [http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4490/Martinez\\_Castro - Milian Villanueva.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4490/Martinez_Castro_-_Milian_Villanueva.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Medina, José, Saravia, J., & Torres, C. (2019). *Diagnóstico para la creación de un plan de capacitación que permita la implementación de estrategias para mejorar la calidad en el servicio al cliente en el sector de restaurantes de primera categoría en la ciudad de san miguel; año 2019* (universidad de el salvador) from <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14331>
- Otazu, D. (2018). *Caracterización de la capacitación y competitividad en las mype del sector servicio, rubro restaurantes del cercado de la ciudad de Ayaviri, año 2017* (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote). Retrieved from [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3978/mype\\_capacitacion\\_y\\_competitividad\\_otazu\\_hanco\\_dianet.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3978/mype_capacitacion_y_competitividad_otazu_hanco_dianet.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## Anexos

### Anexo 1: Cuestionario

Cuestionario dirigido a los trabajadores



Buenos días/tardes, el presente cuestionario pretende recoger información de las Mype para el desarrollo de la investigación denominada “Caracterización de gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022”. Por lo cual, se le agradece marcar con un aspa (X) adecuadamente según su criterio dentro del recuadro.

PREGUNTA	SI	NO
1. ¿Considera que la Mype realiza planes estratégicos para lograr sus metas de venta?		
2. ¿La Mype cuenta con áreas y cargos de puestos establecidos?		
3. ¿La Mype se enfoca en lograr sus objetivos mensuales?		
4. ¿Considera usted que su jefe es un buen líder?		
5. ¿La Mype le brinda a sus colaboradores capacitaciones constantes para mejorar su rendimiento?		
6. ¿Considera que la Mype toma decisiones correctas ante un problema que se pueda presentar en cualquier momento?		

## Cuestionario dirigido a los Clientes



Buenos días/tardes, el presente cuestionario pretende recoger información de las MYPE para el desarrollo de la investigación denominada “Caracterización de gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro restaurante cebichería del mercado de Piura, 2022”. Por lo cual, se le agradece marcar con un aspa (X) adecuadamente según su criterio dentro del recuadro.

PREGUNTA	SI	NO
1. ¿Cree usted que la Mype se compromete con sus clientes?		
2. ¿La Mype conoce sus necesidades como cliente?		
3. ¿Recibe algún obsequio u promoción por su compra?		
4. ¿Considera que el ingreso a la Mype es de fácil Accesibilidad?		
5. ¿Confía en la credibilidad de la Mype?		
6. ¿Observa usted que los empleados se encuentran bien capacitados para ofrecerle una buena atención?		
7. ¿Considera usted que el servicio que le brinda la Mype es bueno?		
8. ¿Encuentra tecnología moderna en la Mype?		
9. ¿Considera usted que la Mype establece conexiones de buen trato con sus clientes?		
10. ¿Cree usted que el tiempo en que llega su pedido es rápido?		
11. ¿Encuentra publicidad de la Mype en redes sociales?		
12. ¿La Mype le ofrece productos innovadores?		

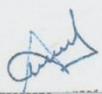
**Anexo 2: Validación de Instrumento****CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo IVÁN GUZMÁN CASTRO  
Identificado con DNI 07727308 MAGÍSTER  
EN DOCENCIA, CURRÍCULO E INVESTIGACIÓN

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: cuestionario , elaborado por el estudiante **MENDOZA IPANAQUE ADRIANA**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTE CEBICHERÍA DEL MERCADO DE PIURA, 2022”** que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 22 de marzo del 2022

  
/s/ IVÁN GUZMÁN CASTRO  
CIAD N° 5107

Ítems relacionados  Gestión de Calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción ?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
¿Considera que la Mype realiza planes estratégicos para lograr sus metas de venta?	X			Y		X	SI ( ) NO (X)
¿La Mype cuenta con áreas y cargos de puestos establecidos?	Y			Y		Y	SI ( ) NO (X)
¿La Mype se enfoca en lograr sus objetivos mensuales?	Y			Y		Y	SI ( ) NO (X)
¿Considera usted que su jefe es un buen líder?	X			Y		Y	SI ( ) NO (X)
¿Cree usted que la Mype se compromete con sus clientes?	X			Y		X	SI ( ) NO (X)
¿La Mype le brinda a sus colaboradores capacitaciones constantes para mejorar se rendimiento?	X			Y		Y	SI ( ) NO (X)
¿La Mype conoce sus necesidades como cliente?	X			Y		Y	SI ( ) NO (X)
¿Considera que la Mype toma decisiones correctas ante un problema que se pueda presentar en cualquier momento?	Y			Y		Y	SI ( ) NO (X)
¿Recibe algún obsequio u promoción por su compra?	X			Y		X	SI ( ) NO (X)

Ítems relacionados  Atención al Cliente	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción ?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
¿Considera que el ingreso a la Mype es de fácil Accesibilidad?	X			X		X	SI ( ) NO( X )
¿Confía en la credibilidad de la Mype?	X			X		X	SI ( ) NO( X )
¿La Mype Capacita a su personal de trabajo?	X			X		X	SI ( ) NO( X )
¿Considera usted que el servicio que le brinda la Mype es bueno?	X			X		X	SI ( ) NO( X )
¿La Mype cuenta con tecnología moderna?	X			X		X	SI ( ) NO( X )
¿Considera usted que la Mype establece conexiones de buen trato con sus clientes?	X			X		X	SI ( ) NO( X )
¿Cree usted que el tiempo en que llega su pedido es rápido?	X			X		X	SI ( ) NO( X )
¿Encuentra publicidad de la Mype en redes sociales?	X			X		X	SI ( ) NO( X )
¿La Mype le ofrece productos innovadores?	X			X		X	SI ( ) NO( X )

  
 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO  
 CLAD N° 5107

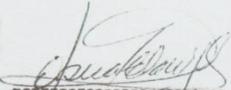
**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo Hector Orlando Arica Espinoza, identificado con  
DNI N° 02786302, con el grado de Magister en DOCENCIA UNIVERSITARIA

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por el estudiante **MENDOSA IPANAQUÉ ADRIANA CAROLINA**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RESTAURANTES CEBICHERÍA DEL MERCADO DE PIURA, 2022”** que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

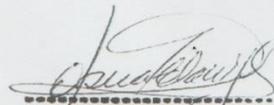
Piura, 23 de Marzo 2022

  
Mg. Arica Clavijo Hector Orlando  
DNI. 02786302  
CLAD 06246

Ítems relacionados  Gestión de Calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción ?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1. ¿Considera que la MYPE realiza planes estratégicos para lograr sus metas de venta?	/			/		/	SI ( ) NO( /)
2. ¿La MYPE cuenta con áreas y cargos de puestos establecidos?	/			/		/	SI ( ) NO( /)
3. ¿La MYPE se enfoca en lograr sus objetivos mensuales?	/			/		/	SI ( ) NO( /)
4. ¿Considera usted que su jefe es un buen líder?	/			/		/	SI ( ) NO( /)
5. ¿Cree usted que la MYPE se compromete con sus clientes?	/			/		/	SI ( ) NO( /)
6. ¿La MYPE le brinda a sus colaboradores capacitaciones constantes para mejorar se rendimiento?	/			/		/	SI ( ) NO( /)
7. ¿La Mype conoce sus necesidades como cliente?	/			/		/	SI ( ) NO( /)
8. ¿Considera que la MYPE toma decisiones correctas ante un problema que se pueda presentar en cualquier momento?	/			/		/	SI ( ) NO( /)
9. ¿Recibe algún obsequio u promoción por su compra?	/			/		/	SI ( ) NO( /)

  
**Mg. Arica Clavijo Hector Orlando**  
 DNI. 02786302  
 CLAD 06246

Ítems relacionados  Atención al cliente	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción ?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1. ¿Considera que el ingreso a la MYPE es de fácil Accesibilidad?	/			/		/	SI ( ) NO( / )
2. ¿Confía en la credibilidad de la MYPE?	/			/		/	SI ( ) NO( / )
3. ¿Observa usted que los empleados se encuentran bien capacitados para ofrecerle una buena atención?	/			/		/	SI ( ) NO( / )
4. ¿Considera usted que el servicio que le brinda la MYPE es bueno?	/			/		/	SI ( ) NO( / )
5. ¿Encuentra tecnología moderna en la Mype?	/			/		/	SI ( ) NO( / )
6. ¿Considera usted que la MYPE establece conexiones de buen trato con sus clientes?	/			/		/	SI ( ) NO( / )
7. ¿Cree usted que el tiempo en que llega su pedido es rápido?	/			/		/	SI ( ) NO( / )
8. ¿Encuentra publicidad de la MYPE en redes sociales?	/			/		/	SI ( ) NO( / )
9. ¿La MYPE le ofrece productos innovadores?	/			/		/	SI ( ) NO( / )

  
**Mg. Arica Clavijo Hector Oriando**  
**DNI. 02786302**  
**CLAD 06246**

### Anexo 3: Consentimiento informado



#### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula Caracterización de Gestión de calidad y atención al cliente En las MYPE Rubro Restaurante Cebichería Del Mercado De Piura, 2022 y es dirigido por Mendoza Ipanaqué Adriana Carolina, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: "Definir las características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las MYPE antes ya mencionadas"

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

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

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

Nombre: *Cardenia Maza Covénaz*

Fecha: 28/03/2022

Correo electrónico: *CardeniaMazacovenaz3@gmail.com*

Firma del participante: *[Firma]*

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



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**  
**(Ciencias Sociales)**

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula Caracterización de Gestión de calidad y atención al cliente En las MYPE Rubro Restaurante Cebichería Del Mercado De Piura, 2022 y es dirigido por Mendoza Ipanaqué Adriana Carolina, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: "Definir las características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las MYPE antes ya mencionadas"

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

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

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

Nombre: *Eduardo Adrianzen Vivera*

Fecha: 28/03/2022

Correo electrónico: *Eduardo298413@gmail.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**  
**(Ciencias Sociales)**

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula Caracterización de Gestión de calidad y atención al cliente En las MYPE Rubro Restaurante Cebichería Del Mercado De Piura, 2022 y es dirigido por Mendoza Ipanaqué Adriana Carolina, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: "Definir las características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las MYPE antes ya mencionadas"

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

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

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

Nombre: *Cari Quevedo Paz*

Fecha: 28/03/2022

Correo electrónico: *CariQuevedoPaz@gmail.com*

Firma del participante: *[Firma]*

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

## Anexo 4: Carta no adeudo

## Kardex de Pagos - 081152132 - Google Chrome

is/rpt\_kardexpagosV2.php?trp=2&flag=54&cod=4494s2y224w27464w274&nom=x4m4i3h3w4x3m4p3i315b3w493z4p3p4b27:

ULADECH CATOLICA  
<http://www.uladech.edu.pe>

KARDEX DE PAGOS

Módulo de Cobranzas  
 2022-05-21 22:28:07  
 User:081152132

Nro.	Sede	Escuela	Código
1	PIURA	CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN	<input checked="" type="radio"/> 081152132

Alumno: 081152132 - MENDOZA IPANAQUE ADRIANA CAROLINA

Sede: PIURA

Escuela: ADMINISTRACIÓN

Matriculas/Pensiones  Otros  Todos  Por Pagar  Pagos Clínica 

202201										
B022-00090075	11-02-2022	MATRICULA TALLER (PRESUPUESTO MOIC: V0001950)	838929	11-02-2022	300.00	60.00	0.00		240.00	B
B002-02422781	13-01-2022	ENTREGA DE DIPLOMA (ENTREGA DE DIPLOMA.)	02355145	13-01-2022	200.00	0.00	0.00		200.00	B
B002-02480098	13-05-2022	PENSION TALLER03 (PRESUPUESTO MOIC: V0001950)	06870071	13-05-2022	675.00	135.00	0.00		540.00	B
B002-02480099	13-05-2022	PENSION TALLER02 (PRESUPUESTO MOIC: V0001950)	06870071	13-05-2022	675.00	135.00	0.00		540.00	B
B002-02480100	13-05-2022	PENSION TALLER01 (PRESUPUESTO MOIC: V0001950)	06870071	13-05-2022	675.00	135.00	0.00		540.00	B
B002-02480101	13-05-2022	SERVICIO DE ANTIPLAGIO TALLER (PRESUPUESTO MOIC: V0001950)	06870071	13-05-2022	100.00	0.00	0.00		100.00	B
B002-02480102	13-05-2022	PENSION TALLER04 (PRESUPUESTO MOIC: V0001950)	06870071	13-05-2022	675.00	135.00	0.00		540.00	B
B022-00090480	14-05-2022	CONSTANCIA DE NO ADEUDO TALLER	338072	14-05-2022	20.00	0.00	0.00		20.00	B
									2,720.00	

## Anexo 5: Pantallazo Turnitin

---

MENDOZA IPANAQUE ADRIANA

---

INFORME DE ORIGINALIDAD

---

7%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

FUENTES PRIMARIAS

---

1

[repositorio.uladech.edu.pe](https://repositorio.uladech.edu.pe)

Fuente de Internet

7%

---