



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN
LAS MYPE RUBRO POLLERIAS DEL DISTRITO LA ARENA
PIURA, AÑO 2020**

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

AUTOR:

RAMOS SERNAQUÉ RAFAEL JHONATAN

ORCID: 0000-0003-4994-0717

ASESORA:

PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Ramos Sernaqué Rafael Jhonatan

ORCID: 0000-0003-4994-0717

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

ASESOR

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

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

JURADO

Vilela Vargas Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID ID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID ID: 0000-0001-7372-741X

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro

Miembro

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser mi guía en este largo camino, por ser mi fortaleza y ayudarme a cumplir mis metas.

DEDICATORIA

A mi Madre porque es mi motor para seguir adelante, quien día a día me brinda su apoyo incondicional.

RESUMEN

La investigación estableció como objetivo determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del distrito de La Arena de Piura, año 2020. Se empleó la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal, utilizando la técnica de la encuesta, instrumento: cuestionario que contiene preguntas en escala nominal para la variable gestión de calidad y atención al cliente. Se determinó que los propietarios de las MYPE en su mayor parte son mujeres de edades entre 25 a 40 años, que han formado empresas unipersonales en el rubro pollerías y los negocios tienen menos de 10 años. Se les aplicó una encuesta, obteniendo como resultados que el 100% de los trabajadores muestran empeño por brindar un buen servicio, así mismo el 100% de los trabajadores manifiestan que no consideran sus observaciones o comentarios para mejorar el servicio. En cuanto a los propietarios se observa que el 100% no utiliza un sistema para obtener mejores resultados y brindar un mejor servicio al cliente. Los propietarios no cuentan con un plan estratégico que los encamine a cumplir sus metas. Por otra parte el 96% de los clientes no considera que las MYPE cumplen con sus expectativas y necesidades, además, el 94% de los clientes encuestados no considera favorable el ambiente.

Palabras clave: Gestión de calidad, atención al cliente.

ABSTRACT

The objective of the investigation was to determine the characteristics of quality management and customer service in the MYPE heading of pollerías in the district of La Arena de Piura, year 2020. The methodology of quantitative type, descriptive level, non-experimental design, cutting was used transversal, using the survey technique, instrument: questionnaire that contains questions on a nominal scale for the variable quality management and customer service. It was determined that the owners of the MYPEs are mostly women aged between 25 and 40, who have formed sole proprietorships in the pollerías sector and the businesses are less than 10 years old. A survey was applied, obtaining as a result that 100% of the workers show an effort to provide a good service, and 100% of the workers state that they do not consider their observations or comments to improve the service. As for the owners, it is observed that 100% do not use a system to obtain better results and provide better customer service. The owners do not have a strategic plan that leads them to meet their goals. On the other hand, 96% of the clients do not consider that the MYPE meet their expectations and needs, in addition, 94% of the surveyed clients do not consider the environment favorable.

Keywords: Quality management, customer service.

CONTENIDO

AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	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.....	17
2.2.1. Gestión de calidad.....	17
2.2.1.1. Principios de la gestión de calidad.....	18
2.2.1.2. Elementos de gestión de calidad.....	19
2.2.2. Atención al cliente	21
2.2.2.1. Elementos de la atención al cliente.....	22
2.2.2.2. La comunicación en la atención al cliente.....	23
III. HIPÓTESIS	24
IV. METODOLOGÍA	25
4.1. Diseño de Investigación.....	25
4.2. Población y muestra.....	26
4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores	29
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31
4.5. Plan de análisis	32
4.6. Matriz de consistencia	33
4.7. Principios éticos.....	33
V. RESULTADOS	35
5.1. Resultados.....	35
5.1.1. Resultados de la variable gestión de calidad (Trabajadores y propietarios).....	36

5.1.2. Resultados de la variable atención al cliente (propietarios y clientes).....	44
5.2. Análisis de resultados	52
5.2.1. Resultados de la variable gestión de calidad (trabajadores y propietarios).....	52
5.2.2. Resultados de la variable atención al cliente (propietarios y clientes).....	55
VI. CONCLUSIONES	59
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	61
Bibliografía.....	61
ANEXOS.....	71
Validación.....	72
Cuestionario.....	84
Matriz Indicador - pregunta para el trabajador	88
Matriz Indicador - pregunta para el propietario.....	89
Matriz Indicador - pregunta para el cliente	90
Libro de códigos.....	91
Constancia de no adeudo.....	94
Turnitin.....	95

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 : Operacionalización de las variables.....	29
Tabla 2 : Matriz de consistencia.....	33
Tabla 3 : ¿Usted se empeña por brindar un buen servicio?	36
Tabla 4 : ¿Trabajan en equipo para brindar un servicio de calidad?.....	37
Tabla 5 : ¿Cree que sus observaciones o comentarios respecto a la mejora del servicio son considerados?	38
Tabla 6 : ¿Se considera un buen líder?	39
Tabla 7 : ¿Utiliza un sistema para obtener mejores resultados?	40
Tabla 8 : ¿El tiempo que demandan al momento de atender a los clientes considera que es el adecuado?	41
Tabla 9 : ¿El desempeño de sus trabajadores es el óptimo para que su clientela siga creciendo?	42
Tabla 10: ¿Considera que su negocio es innovador?	43
Tabla 11: ¿Cuenta con plan estratégico?.....	44
Tabla 12: ¿Mantiene una buena comunicación con sus trabajadores?.....	45
Tabla 13: ¿Mantiene una oferta a diferencia de los precios ofrecidos por su competencia?	46
Tabla 14: ¿Los productos ofrecidos por la MYPE cumplen con estándares de calidad y por ende cumplen con los requisitos de higiene y buen estado?	47
Tabla 15: ¿Se brindan una buena atención?.....	48
Tabla 16: ¿Considera que la MYPE cumple con sus expectativas y necesidades de acuerdo a los productos ofrecidos?	49
Tabla 17: ¿Usted se siente fidelizado por el buen trato y atención de la MYPE?	50
Tabla 18: ¿Usted considera favorable el ambiente o área en donde se vende el producto?	51

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	: Representa a la pregunta ¿Usted se empeña por brindar un buen servicio?	36
Figura 2	: Representa a la pregunta ¿Trabajan en equipo para brindar un servicio de calidad?	37
Figura 3	: Representa a la pregunta ¿Cree que sus observaciones o comentarios respecto a la mejora del servicio son considerados?	38
Figura 4	: Representa a la pregunta ¿Se considera un buen líder?	39
Figura 5	: Representa a la pregunta: ¿Utiliza un sistema para obtener mejores resultados?	40
Figura 6	: Representa a la pregunta: ¿El tiempo que demandan al momento de atender a los clientes considera que es el adecuado?	41
Figura 7	: Representa a la pregunta ¿El desempeño de sus trabajadores es el óptimo para que su clientela siga creciendo?	42
Figura 8	: Representa a la pregunta ¿Considera que su negocio es innovador?	43
Figura 9	: Representa a la pregunta ¿Cuenta con plan estratégico?	44
Figura 10	: Representa a la pregunta ¿Mantiene una buena comunicación con sus trabajadores?	45
Figura 11	: Representa a la pregunta ¿Mantiene una oferta a diferencia de los precios ofrecidos por su competencia?	46
Figura 12	: Representa a la pregunta: ¿Los productos ofrecidos por la MYPE cumplen con estándares de calidad y por ende cumplen con los requisitos de higiene y buen estado?	47
Figura 13	: Representa a la pregunta: ¿Se brindan una buena atención?	48
Figura 14	: Representa a la pregunta ¿Considera que la MYPE cumple con sus expectativas y necesidades de acuerdo a los productos ofrecidos?	49
Figura 15	: Representa a la pregunta ¿Usted se siente fidelizado por el buen trato y atención de la MYPE?	50
Figura 16	: Representa a la pregunta ¿Usted considera favorable el ambiente o área en donde se vende el producto?	51

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Relación de MYPES.....	26
Cuadro 2: Fuente de información.....	27
Cuadro 3: Características demográficas.....	37

I. INTRODUCCIÓN

Las Micro y Pequeñas empresas constituyen, el principal motor de desarrollo del Perú, surgen por necesidad de las personas y la falta de empleo lo que con lleva a que generen sus propios ingresos, creando sus negocios a través de pequeñas empresas, con el fin de auto emplearse y emplear a sus familiares. Contribuyendo en la actividad económica y generando empleo (Palacios, 2018).

Las MYPE son importantes para el desarrollo y la economía del país, siendo la fuente que genera empleo. Así como también son la fuerza impulsadora del crecimiento de la economía que genera el empleo y reduce la pobreza de los países en desarrollo. Esto se debe a que las MYPE cuando están creciendo, generan más fuentes de empleo, porque la demanda de la mano de obra aumenta y además las ventas incrementan permitiendo el logro de mayores beneficios.

Piura cada vez se vuelve un mercado más atractivo para los nuevos negocios, más aún en el sector gastronómico. El poblador de Piura siempre va ser exigente en el buen comer, por ende refleja la cocina piurana en el mundo por su buena sazón. Su secreto basa en su arte que emplea al cocinar, se sabe también que emplea muchas propiedades nutritivas que hace que el sabor sea agradable y exquisito. Piura cuenta con una gran variedad de platos exquisitos los cuales siempre son elogiados por los turistas. (Vásquez, 2019).

El distrito de la Arena es uno de los diez que conforman la provincia de Piura ubicada en el departamento de Piura. Sus habitantes son personas humildes que luchan día a día por sobrevivir y sacar adelante a sus familias buscando oportunidades para emprender un negocio, es así que han iniciado negocios de pollerías, aprovechando que

el distrito de La Arena es muy concurrido por turistas en especial el día 01 y 02 de noviembre en el cual se celebran las velaciones (homenaje a los difuntos).

La siguiente investigación estudiara las MYPE rubro pollerías del distrito de la Arena, centrándose en dos enfoques el micro entorno y el macro entorno respecto al micro entorno las MYPE rubro pollerías se encuentran en lugares céntricos, los ambientes son amplios, pero no muy acogedores. Hoy por hoy la tecnología está muy avanzada y los propietarios no emplean el pago por medio de tarjetas. En cuanto a la infraestructura se encuentran dividida en tres áreas, una sala comedor que acoge al cliente para disfrutar del pollo a la brasa. El ambiente contiene mesas decoradas con manteles, sillas, cuadros de pinturas, lámparas, etc.

El área de producción de la cocina e insumos, como base principal el pollo crudo que es distribuido diariamente por avícola el ganadero. Las papas, tomate, repollo, zanahoria, pepinillo son compradas en el mercado modelo de Piura, cabe indicar que elaboran sus propias cremas y ensaladas, donde requieren de ingredientes como: sal, huevo, aceite, zumo de limón, condimentos para sazonar el pollo. Para lo cual cuentan con: cocina industrial, horno, campana, lavadero, congelador, mesa de trabajo, licuadoras, sartenes, ollas, cazuelas, refrigerador para bebidas, coladores, cucharas, cubiertos, cuchillos, platos (hondo, cuadrado, extendido), tazas, vasos, cremeras, azucareras, saleros y otros.

En el área de servicios higiénicos cuentan con baños para damas y caballeros, donde tiene lavadero de manos e inodoro, en algunos casos encontramos útiles de aseo como, papel higiénico, jabón líquido, toalla de manos y espejo. Así mismo no cuentan con la maquinaria necesaria para brindar un servicio de calidad en sus pedidos. Detallan

las actividades de compra negocian con los proveedores evaluando precio, pago y entrega. En el método de trabajo existe falta de motivación a los trabajadores.

Respecto al macro ambiente, se aplicará la herramienta PEST, en el factor político legal constituido por el conjunto de leyes, ordenanzas y reglamentos establecidos por los órganos gubernamentales como el Ministerio de Trabajo y promoción del empleo. El sector restaurantes debe cumplir con los siguientes dispositivos legales:

- Ley N^a 30056: “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, centra la micro y pequeña empresa constituida por persona natural o jurídica, su objetivo es desarrollo de actividades producción, comercio y prestaciones de servicios.
- Ley N^o26842: Establece y ejecuta normas sobre la vigencia y control sanitario enfocados a la distribución de bebidas y alimentos que protejan la salud.
- Ley N^o28097: Ley de licencia de funcionamiento.

Así mismo estas MYPES deben contar con los requisitos para operar en el mercado peruano con fácil normalidad y funcionamiento, asegurando un nivel competitivo y de calidad en el sector de servicios. (Ministerio de la Producción, 2017).

Respecto al factor económico, las MYPE en Perú han tomado más importancia, ya que aportan al país aproximadamente el 40% del PBI, generando fuentes de trabajo ya sea formales e informales, desarrollando el comercio en la región Piura como una actividad principal, así aumenta crecimiento económico y desarrollo del país. (Portal PQS, 2018).

A nivel socioeconómico las MYPE son consideradas como la fuerza del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza. Si bien las MYPE representan un papel muy importante en la economía, el terreno donde se desarrollan todavía es muy frágil, pues se observan bajos índices de supervivencia y consolidación empresarial de estas empresas. En cuanto al nivel financiero, las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) colocaron S/ 11,831 millones a las MYPE al mes de enero de 2018. El monto representa un crecimiento de 13.7% respecto a los S/ 10,406 millones que alcanzaron durante el mismo período del 2017 (Asociación de Emprendedores del Perú, 2018).

Según Rios, (2018) el sistema financiero cuenta con las herramientas necesarias para evaluar incluso a los empresarios MYPE informales que no tienen cómo sustentar sus ingresos. El monto promedio de los créditos para las micro y pequeñas empresas en el sistema financiero está por debajo de los S/ 6,000. A nivel tributario, actualmente se pueden acoger al RMT, este régimen especialmente es creado con el objetivo de promover el crecimiento de las MYPE al brindarles condiciones más simples para cumplir con sus obligaciones tributarias. (SUNAT, 2018).

En Piura de acuerdo a publicaciones del Ministerio de la Producción se estima que existen más de 120,000 MYPE. Solo el 55% están registradas; es decir, 65,412. Las MYPE mueven la economía regional y representan el 84% del total de las empresas de Piura. De las cuales el 45% son formales y el resto informales. Además, se estima que de las MYPE recién creadas o constituidas, desaparecen el 15% en menos de dos años, lo que agrava el desempleo en las zonas urbanas. (Diario el Tiempo, 2019).

En la región Piura, según el tamaño de empresa, las MYPES absorbieron el 31.9 % de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada, La mayor cantidad de trabajadores se encuentran en las ramas de actividad económica extractiva con 34.9 % y servicios con 24.4 %. (RPP Noticias, 2016). Cecilia Vilela, Diario El Tiempo, manifestó que, de las 500 mil microempresas registradas en la región, el 30% aún no supera las pérdidas que ocasionó El Niño Costero, debido a las deudas que mantienen con diferentes cooperativas. Explicó que estas empresas se encuentran cerca del río, en el Bajo Piura, en Tambogrande, en Paita, en Sullana y hasta en Ayabaca. (Diario El Tiempo, 2019). En enero de 2019 la actividad en los restaurantes (servicios de comidas y bebidas) creció 4.49% en comparación al mismo mes del 2018 y sumó 22 meses de crecimiento continuo; el grupo de restaurantes aumentó en 4,44% impulsado por la creciente actividad de los establecimientos de pollerías, comidas rápidas, restaurantes, chifas, y comida criolla. (Vinces, 2019).

Respecto al Factor Sociocultural, la gastronomía peruana es considerada una de las mejores del mundo. El centro poblado de la Arena se caracteriza por ser exigente en el buen comer, así mismo tienen por costumbre salir a comer a las pollerías, restaurantes, mayormente los fines de semana y feriados que son disfrutados en familia y entre amigos. Principalmente el día 06 de enero se celebra la bajada de reyes y danza negritos que es una tradición propia, los carnavales se dan inicio el día 20 de enero en donde se celebra también la fiesta de las yunzas.

En cuanto al rubro pollerías, el pollo a la brasa es el líder en el mercado de comida rápida en el país, a nivel de transacciones, estas alcanzan las 1'194,232 operaciones, con un crecimiento anual de 7.7%. Y por persona, al año, se realizan más de 37 compras, con una venta per cápita superior a los S/66. Las ventas tienen avances

de 9% al año, y ya mueven más de US\$ 2,130 millones. (Garcia, 2019). El consumo de pollo a la brasa experimenta un crecimiento anual del 7%, de acuerdo a los datos de la Asociación Peruana de Avicultura, en nuestro país se consumen 4,5 pollos por persona al año, siendo otras fechas clave de mayor consumo Fiestas Patrias, Navidad y Día de la Madre. Su consumo es tan frecuente que hasta tiene una fecha de celebración: el día del pollo a la brasa, el cual se ha vuelto parte de la identidad nacional peruana, y representa un gran aumento de ventas para las pollerías. (Diario El Tiempo, 2019).

El factor tecnológico la MYPE rubro pollerías no utilizan páginas web, redes sociales para promocionar su negocio. Así lanzar ofertas, ofrecer promociones para lograr la atracción de los clientes, esto ayudaría a mejorar el negocio, por lo mismo que se encuentran en desventaja, hay falta innovación, infraestructura, no cuentan con playas de estacionamiento, el tiempo de espera es muy largo, también se puede observar falta de personal, no prestan una buena atención al cliente, ya que el cliente es importante y exigente, por ende siempre busca algo diferente y novedoso, que les genere nuevas experiencias.

De acuerdo a la situación antes caracterizada, se puede enunciar el problema como: ¿Qué Características tienen la Gestión de calidad y Atención al cliente de las MYPE rubro Pollerías del Distrito de La Arena, Piura año 2020?, problemática que existe en la Región Piura y que, gracias a la ULADECH católica, sede Piura, escuela de Administración se buscará dar solución a la problemática antes identificada. Así este problema permite señalar como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del distrito de La Arena de Piura, año 2020. Los objetivos específicos son (a) Identificar los principios de la gestión de calidad que ofrecen las MYPE rubro pollerías del distrito La Arena Piura,

año 2020. (b) Conocer los elementos de gestión de calidad en las MYPE rubro pollerías del distrito La Arena Piura, año 2020. (c) Identificar los elementos de la atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del distrito de La Arena Piura, año 2020. (d) Conocer la comunicación de la atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del distrito de La Arena Piura, año 2020.

La investigación es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y transversal. Se usara la recolección de datos en un solo momento aplicando la técnica de la encuesta, y el instrumento del cuestionario, siendo su herramienta el formulario estructural. La investigación queda delimitada desde la perspectiva:

- Temática: por las variables Gestión de calidad y atención al cliente.
- Geográfica: cercado del Distrito la Arena (Piura).
- Psicográfica: micro empresas rubro pollerías.
- Temporal: periodo año 2020.

La investigación se justifica de forma: práctica porque ayuda a conocer como son las características de la variable gestión de calidad y atención al cliente en las Pollerías del distrito de la Arena. Este estudio aportara a las MYPE para desarrollarse y así aportar al conocimiento de país, donde se encuentren en la capacidad de diseñar las estrategias pertinentes al contar con un diagnóstico preciso, así mimo aplicarla para el mejoramiento de otros. Es teórica porque contribuye en el crecimiento del conocimiento de las características de la variable gestión de calidad y atención al cliente. Un elemento de ayuda a los estudiantes y profesionales. La investigación aplicará la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos,

además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra con el empleo de la estadística. Se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información que fue validado por expertos.

Esta investigación servirá a futuras investigaciones relacionadas con las variables de estudio, también permitirá al autor cumplir con las expectativas de realizarse como profesional a través de la obtención del título universitario, de acorde con las exigencias de SUNEDU.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

Lorenzo, (2015) realizó una investigación titulada “Comunicación organizacional para mejorar la Gestión de Calidad y el servicio en ECASA S.A”, de la Universidad de Camagüey Ignacio Agramonte Loynaz (Cuba). La investigación aporta la base teórica-metodología, siendo las conclusiones que la gestión de la calidad, presenta: Los beneficios que reporta el mejoramiento de la gestión de calidad se refleja en el desarrollo de las empresas, del producto y de los servicios para el cliente, beneficiando también al personal empleado, estabilidad económica |y el nivel de vida. Además, la revisión de la comunicación es un procedimiento de investigación que evalúa la eficacia de los sistemas de comunicación organizacional basándose en un conjunto de normas.

Sánchez, (2016) realizó una investigación titulada “Viabilidad de un Sistema de Gestión de Calidad Internacional en una PYME con mercado local; caso Fónix, año 2016”, de la Universidad Nacional Autónoma (México). la investigación es de tipo descriptivo, se concluye que en las empresas mexicanas los ejecutivos muestran un alto compromiso con la tecnología, viéndola como un valor central de la filosofía de gestión.

Así mismo la empresa debe utilizar sistemas que permitan obtener mejores resultados de tal manera que el producto o servicio ofrecido por la empresa estén bien diseñados para lograr satisfacer la necesidad en el mercado real, por lo tanto, la certificación ISO son de gran ayuda para que la organización se desarrolle y mejore su rendimiento.

Riera, (2016) realizó una investigación titulada “Propuesta de un Modelo de un Sistema de Gestión de Calidad, basado en la Norma ISO 9001-2008 en el Hotel HM Internacional”, Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil (Ecuador). En la presente investigación se utilizó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, y diseño no experimental, se concluyó que al realizar el diagnóstico de las condiciones actuales del Hotel llevadas a cabo a través de entrevistas al personal, se determinó que no cuenta con funciones y responsabilidades definidas lo que ocasiona que el personal no esté alineado a los objetivos de la empresa, y que exista una gestión parcialmente coordinada dentro de la Organización. Además, al efectuar un análisis comparativo entre las cláusulas de la norma y las condiciones actuales del Hotel se identificó un incumplimiento de los procedimientos exigidos por la norma, así como la elaboración del Manual de calidad.

Albidio, (2018) realizó una investigación titulada “Gestión De Calidad En Atención Al Cliente Y Plan de Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Sector Servicio – Rubro Pollerías, en La Avenida Sánchez Carrión Distrito De El Porvenir, 2018”, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Trujillo-Perú). Se empleó la metodología diseño no experimental – transversal – descriptivo, se concluye que los representantes de la Mypes puedan tener conocimiento y capacitaciones para direccionar un negocio adecuadamente, y lograr posicionarse en el mercado y la capacitación, la publicidad, solo lo ven como un gasto. La falta de visión empresarial y una adecuada formación terminan por fracasar en el rubro manteniéndose poco tiempo en el mercado. Se recomienda, implementar un sistema de gestión adecuado, mejorar la atención brindada, crear valor agregado al servicio y producto que permitan satisfacer al cliente y diferenciarse de la competencia, es decir fidelizar a los clientes.

Yzaguirre, (2018) realizó una investigación titulada “Gestión de calidad en la atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el caso urbano de la ciudad de Chimbote, 2018”, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Chimbote-Perú). Se empleó la metodología No Experimental – transversal – descriptivo, se concluye que tienen dificultad para implementar la gestión de calidad debido a que sus trabajadores no tienen conocimiento sobre lo que es gestión de calidad, aplican la técnica de observación para medir el rendimiento de su personal, manifiestan que la gestión de calidad les ayuda alcanzar los objetivos trazados, consideran como técnicas de atención al cliente el precio justo y razonable, así mismo la mayoría absoluta considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios.

Pascual, (2015) realizó una Investigación Titulada “Caracterización de la Gestión de Calidad bajo las Normas ISO 9001 En Las Micro Y Pequeñas Empresas del Sector Servicio - Rubro Restaurantes (Pollerías) del Distrito de Huaraz, 2015”, en La Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (Huaraz-Perú). Se Empleó La Metodología cuantitativo, se concluye que La minoría de los gerentes perciben poca deficiencia en la gestión de calidad tales como: política de calidad, logro de objetivos planteados, deficiencia en asignación de responsabilidades de los trabajadores, existe carencia en cuanto a los procesos de comunicación, personal poco capacitado, lugar de producción no apropiado y equipos no modernos.

Chulli, (2016) realizó una Investigación Titulada “Caracterización gestión de calidad y el control administrativo en las MYPE rubro restaurantes de Urb. La Providencia los Tallanes Piura - 2016”, en La Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (Piura). Se empleó la metodología de nivel descriptiva, de tipo cuantitativo,

diseño no experimental, de corte transversal, siendo las conclusiones en la Gestión de calidad en las MYPE, indicaron que la gran mayoría de encuestados lleva un control de los insumos que ingresan a almacén, han implementado una estrategia destinada a maximizar recursos y que se debe evaluar constantemente al personal. En cuanto a control administrativo indican que las MYPE llevan un control interno para mejorar la productividad de la empresa, han establecido una política de calidad y que llevan un registro del total de sus ventas. Los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE investigadas, los resultados registraron porcentajes mayores donde indican que son: La satisfacción del desempeño de sus trabajadores, tiempo de entrega y la rentabilidad del negocio.

Piñas, (2019) realizó una Investigación Titulada “Características de la gestión de calidad y marketing del restaurant – pollería “las canastas” en el distrito de Piura año 2019”, en La Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (Piura). Se empleó la metodología de tipo cuantitativa – descriptiva – No experimental, se concluye que el restaurant-pollería cumple con los elementos del sistema de gestión de calidad; se pueden describir tres requisitos de calidad que aplica la Mype, los cuales son: Capacidad de respuesta, al ofrecer el producto que buscaban los clientes y ofrecer un servicio rápido; así mismo otro requisito es el de mostrar cortesía, al ofrecer un trato y una actitud adecuada; y finalmente muestra credibilidad; se pudo identificar que si aplica estrategias de marketing mix, resaltando las estrategias de promoción, en los cuales hace mención de que emplean una publicidad adecuada.

Castro, (2019) realizó una investigación titulada “Gestión de calidad y Satisfacción del cliente en las MYPE rubro restaurantes Urb. El Bosque-Castilla, Piura”. Investigación desarrollada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote

(Piura). La metodología de nivel descriptiva, de tipo cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal, siendo las conclusiones que las características que presenta la gestión de calidad son: desempeño, responsabilidad, comunicación y las características que presenta la satisfacción del cliente son: servicio, diseño, pulcritud y la valoración de las expectativas de los clientes. Por lo que recomienda a las MYPE rubro restaurantes Urb. El Bosque-Castilla, Piura, deben de cumplir con ponerlas en práctica, e implementar nuevas estrategias para que estas puedan cumplirse, considerando que la gestión de calidad esta relaciona con la satisfacción de sus clientes.

Moreno, (2018) realizó una investigación titulada “Gestión de procesos productivos y de atención al cliente en la empresa Colombia Pizza”, en la universidad del Azuay (Ecuador). Se empleó la metodología de investigación formativa, se concluye que la percepción inicial del cliente puede ser desfavorable, ya que una nueva práctica puede incrementar tiempos de respuesta, generando demoras que disminuyan la satisfacción al cliente, dado que transcurrirá tiempo que no se encuentre dispuesto a dispersarle a la empresa y funcionarios. Establecerá los lineamientos para las áreas de producción y atención al cliente de Colombia Pizza que la encaminen a conseguir sus objetivos empresariales, por medio del compromiso integral y ejecución eficiente de cada uno de los miembros de la empresa.

Leon, (2016) realizó una investigación titulada “Propuesta de un manual de procedimientos para la planificación de eventos, atención y servicio al cliente en Chatre Catering & Eventos ubicado en la Ciudad de Quito”, en la universidad Tecnológica Equinoccial (Ecuador). Se empleó la metodología de investigación descriptiva, Con la implementación del manual de procedimientos, se concluye que no hay clientes satisfechos, se refieren al mal servicio que se presta, es lento y falta organización, lo que

indica la necesidad de un manual de procedimientos para brindar un servicio de calidad. El establecimiento cuenta con buenos elementos para desempeñar satisfactoriamente sus actividades y puede sacar provecho de aquello, ofrece muchos beneficios para sus clientes, así mismo poder ofrecer bajos precios cuando iniciamos un negocio con el fin de promocionar el negocio y darnos a conocer dentro del mercado.

Dueñas, (2016) realizó una investigación titulada “Plan de mejoramiento de calidad para el área de servicio en el restaurante de la hacienda Cusin, ubicado en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura, Ecuador, 2016”, en la universidad de las Américas (Ecuador). Se empleó la metodología de investigación exploratoria, investigación descriptiva e investigación explicativa, se concluye que es fundamental reforzar la formación del talento humano siendo el recurso más importante que tiene la empresa. De manera que, una de las propuestas planteadas son capacitaciones para el personal de servicio que beneficiaran tanto al empleado como al establecimiento. El área de servicio no satisfacía las necesidades del cliente en su totalidad, por lo cual, el plan de mejoramiento propone ayudar al restaurante a optimizar los procesos de este. Cabe señalar que por medio de las encuestas se dio a conocer de la atención al cliente y el servicio que ofrecía el restaurante no era totalmente satisfactorio.

Monja & Puerta, (2016) realizó una investigación titulada “Diseño de un plan de capacitación en el desarrollo de habilidades directivas, para mejorar la calidad de atención al cliente en la Pollería “El Palacio del Pollo” en la Ciudad de Chachapoyas, 2016”, en la universidad Señor de Sipán (Chiclayo-Perú). Se empleó la metodología de enfoque cuantitativo, Tipo descriptivo, diseño no experimental, se concluye que el nivel de calidad de atención al cliente que presenta la Pollería “El Palacio del Pollo”, es alto

debido, la gran mayoría de los clientes, casi el 70% se encuentra de acuerdo con la calidad de servicio que ofrece la empresa.

Orellano & Tafur, (2018) realizó una investigación titulada “Nivel de satisfacción de la atención al cliente en el Restaurante Mama Juana”, en la universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (Chiclayo-Perú). Se empleó la metodología de investigación de enfoque mixto, tipo básica, nivel descriptiva y diseño No Experimental, se concluye que el nivel de la atención al cliente en el restaurante Mama Juana se encontró que los clientes están satisfechos en la siguiente dimensión: cuando el cliente tiene un problema el restaurante muestra un sincero interés en solucionarlo con un 66%; así los trabajadores están demasiado ocupados para responder las preguntas de los clientes con un 50%. Por otro lado, se pudo apreciar que el cliente se encuentra insatisfecho: cuando realizan sus transacciones al momento de cancelar en el establecimiento con un 26% y, además el restaurante no concluye la entrega de servicio en el tiempo prometido con un 8%.

Vásquez, (2017) realizó una investigación titulada “La Franquicia y su influencia en la Gestión de la Calidad de Servicio al Cliente en el rubro juguerías en Lima Metropolitana – 2017”, en la universidad Científica del Sur (Lima). Se empleó la metodología de Enfoque Mixto, Tipo Descriptivo - Correlacional y Diseño No Experimental, se obtuvo que los factores: Políticas de Trabajo, Supervisión del Franquiciador, Calidad de Servicio, Competitividad Empresarial, Reconocimiento Esperado y la Identificación de la Marca franquiciada, influyen de gran manera al logro de los propósitos de la Franquicia como organización. La Competitividad Empresarial y el Reconocimiento Esperado son dos factores importantes que promueve la capacidad

de generar respuestas positivas a favor del gusto de los consumidores, lo cual suma a una buena entrega calidad de servicio, basándose en la satisfacción de los mismos.

Medina, (2018) realizó una investigación titulada “Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del Distrito de Vice – Sechura Año 2018”, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura). Se empleó la metodología de tipo cuantitativo nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal, concluye que para cualquier organización el cliente es el elemento más importante, ya que sin clientes no hay negocio y las organizaciones dependen de sus clientes, para ello deben interpretar sus necesidades actuales y futuras, y sobrepasar sus expectativas. En los trabajadores, así como los clientes debe existir una estrecha relación en el producto ofrecido y servicio brindado, y la gestión de los recursos utilizados. Al cliente se le debe de brindar productos que cumplan con los estándares de calidad de tal manera que el cliente se sienta como un rey.

Almestar, (2017) realizó Una Investigación Titulada: “Caracterización de la competitividad y atención al cliente de las MYPE, rubro pollerías en la Urb. Ignacio Merino I y II etapa – Piura, año 2017”, en la Universidad católica los Ángeles de Chimbote (Piura). Se utilizó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal, se concluyó que la mayoría de clientes percibe que los colaboradores no están informados sobre los productos que ofrecen, además manifiestan que son atendidos sobre alguna duda o consulta; por otro lado, los clientes no se consideran fieles al servicio de las pollerías y si cambiaría de pollería por una propuesta mejor; finalmente consideran que las MYPE no se interesan por mejorar; y que el factor de mejora es la atención al cliente por lo cual debe estar en constante

innovación para ofrecer al cliente productos o servicios novedosos que permitan satisfacer sus necesidades y cumplir con sus expectativas.

Valdivieso, (2018) en su tesis titulada: “Caracterización de la Competitividad y calidad de atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de la urb. Santa Ana – Piura”. Presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura). Se empleó la metodología de tipo descriptivo, con un nivel cuantitativo, diseño no experimental, y de corte transversal. Respecto a la atención se encuentra en niveles de satisfacción elevados (87%) y en lo que respecta a la calidad se encontraron niveles aceptables (93%). Teniendo como conclusión que la competitividad de los restaurantes se caracteriza por la eficiencia alcanzada, los adecuados niveles de calidad de servicio, los índices de tecnología y con relación a la calidad, esta se caracteriza por la buena atención al cliente, los altos niveles de satisfacción en los clientes y sobre todo los productos y servicios de calidad brindada.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Gestión de calidad

Hernández Palma & Martínez Sierra, (2018) definen la gestión de calidad como la herramienta fundamental para optimizar los procesos de planeación, control, aseguramiento y mejoramiento de la calidad en una organización empresarial.

La gestión de calidad resulta hoy en día una estrategia para impulsar la competitividad empresarial que permite, desde una perspectiva integral, observar la organización como un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es, entre otros, lograr la satisfacción del cliente. (Hernández Palma & Martínez Sierra, 2018).

2.2.1.1. Principios de la gestión de calidad

Sirvent, Gisbert, & Pérez, (2017) para los autores La norma ISO 9000 versión 2015 basa en siete sus de la calidad, las cuales ha hecho la reducción de un principio a comparación de la ISO 9000 – 2008, eliminándose así el principio del enfoque de sistemas para la gestión y se centran aún más los principios de calidad de Mejora, toma de decisiones y gestión de las relaciones. Los cuales vamos a describirlos:

- 1. Compromiso de las personas:** cada persona tiene distintas habilidades, concepciones y formas de actuar por lo tanto cada uno es importante y valido para la organización; es por eso que todos deben trabajar en equipo, hacia un solo objetivo. (Sirvent, Gisbert, & Pérez, 2017).
- 2. Enfoque a procesos:** la gama de procesos que operan para el logro de los objetivos de la empresa se debe gestionar por cada una de las actividades a realizar con la finalidad de lograr un trabajo más eficiente y de calidad en beneficio de la organización. (Sirvent, Gisbert, & Pérez, 2017).
- 3. Toma de decisiones basadas en la evidencia:** cada vez que se pretende mejorar la calidad debemos estudiar cada referencia que se ha obtenido; para tomar la mejor decisión teniendo en cuenta cada detalle que se estudie ayudará al logro de las metas de la organización. (Sirvent, Gisbert, & Pérez, 2017).

2.2.1.2. Elementos de gestión de calidad

Gonzales, (2017) en la gestión de calidad se compone de cinco elementos que resultan fundamentales en cualquier organización. Si uno de estos elementos falta, el Sistema de Gestión no podrá alcanzar todo su potencial, pero lo mejor de todo es que cada elemento puede trabajarse individualmente; sin embargo, al trabajarlos conjuntamente se logra que la mejora continua y la calidad sean un diferenciador importante de la empresa.

1. Liderazgo

Para liderar es importante tener claro el camino que emprendemos y del lugar donde queremos ir. Ese propósito, ese importante tener claro y pensamos en él durante el montaje del Sistema de Gestión de Calidad resolver los retos que se presenten será más sencillo, pues nos dará la energía necesaria para superar los obstáculos. (Gonzales, 2017).

Una vez entendido ese propósito, es muy importante visualizar a la empresa y ese destino al que nos dirigimos. Solo así podremos inspirar a otros en el camino, hacerlos partícipes de nuestra visión y caminar juntos hacia la excelencia de nuestro servicio. Ese propósito es el impulsor de nuestras acciones y de la manera cómo podemos inspirar a los demás. Mientras exista propósito, las acciones diarias tendrán un impulsor para emprender cada reto. (Gonzales, 2017).

2. Planificación

Tener clara la visión, comunicarla y trabajar en equipo es un gran paso, pero no es suficiente. Hay un elemento fundamental dentro de todo Sistema de Gestión: la planificación. Tener claro dónde queremos ir y ponernos metas no es suficiente, es

importante dedicar tiempo a definir el camino. Inclusive, en ocasiones visualizamos planes a muy largo plazo y por lo mismo resultan complejos y hasta desmotivantes. Al fraccionar estos planes y delimitar cada paso clave puede resultar más sencillo y gratificante alcanzar la meta. (Gonzales, 2017).

En la planificación es muy importante entender en qué lugar nos encontramos (punto de salida) y también entender muy bien nuestro punto de llegada. Conociendo esos dos lugares y describiéndolos con claridad, podremos encontrar más fácilmente el camino que luego fragmentaremos con el fin de orientar las acciones del equipo de trabajo. (Gonzales, 2017).

3. Apoyo y Operación

Este elemento hace referencia a la manera cómo la organización decide enfrentar los retos diarios de producir los servicios o productos para sus clientes. Se sabe que los clientes son la razón de ser y así lo decimos muchas veces, sin embargo, ¿Qué tanto estamos escuchando y comprendiendo las necesidades de nuestro cliente? el apoyo y la operación del sistema de gestión es fundamental dado que es la manera explícita como interpretamos lo que necesita nuestro cliente y con base en ese entendimiento, generamos las actividades necesarias para producir el producto o servicio y dar cumplimiento a la promesa de valor. (Gonzales, 2017).

4. Evaluación del desempeño

Como seres humanos tenemos una tendencia a ver el tema de la evaluación del desempeño como algo tenebroso, ya que en ocasiones nos enfocamos en lo que hacemos mal y en lo que debemos corregir. Olvidándonos que es un momento de observación en que es importante hacer un alto en el camino del hacer y dedicarnos a

observar y evaluar todo el desempeño. Observar y entender claramente qué es lo que estamos haciendo muy bien y podemos continuar fortaleciendo, porque le sirve a nuestro cliente y nos sirve a nosotros como empresa. Felicitarlos por eso y de aquí afirmar prácticas y procesos acertados. Asimismo, también observar qué cosas no salieron bien, replantearse y hacer los ajustes para poder avanzar en ese camino de mejorar. (Gonzales, 2017).

5. Mejora continua

Por último y si ya hemos observado desde todos los puntos de vista o lentes nuestro desempeño y encontramos muchos elementos fuertes, sin embargo, también elementos por fortalecer, es necesario diseñar los mecanismos adecuados para atender estos asuntos y darles un tratamiento en la empresa. Aquí radica lo mejor de un Sistema de Gestión de Calidad y es darnos cuenta que el tema no es estático y se queda ahí, sino que es un elemento que con el tiempo debe mejorar. Los clientes tienen nuevas perspectivas y exigencias que hacen que continuamente tengamos retos en la calidad del producto o servicio por atender. (Gonzales, 2017).

2.2.2. Atención al cliente

Pérez, (2016) es el conjunto de actividades implementadas por las organizaciones con orientación al mercadeo, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo satisfacer sus expectativas y crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes. La empresa debe conocer a sus clientes, por lo tanto, debe conocer sus necesidades, expectativas y demandas, para poder desarrollar estrategias que permitan lograr su fidelización. De esta forma cada vez que un cliente tenga una experiencia positiva, deseara volver a

repetir esta vivencia. La atención al cliente debe considerarse como una de las actividades principales dentro de las estrategias de la empresa. Es una herramienta de marketing que establece políticas eficaces, donde todas las funciones de los colaboradores deben estar definidas y comprometidas con el cliente.

2.2.2.1. Elementos de la atención al cliente

Fernández Verde & Fernández Rico, (2016) considera que para complacer y fidelizar al cliente no basta con saber sus necesidades, se debe considerar el trato en la prestación del servicio, el cuidado de los detalles, la disposición de los empleados, la atención telefónica. Elementos que se pueden agrupar en:

- 1. El entorno:** conformada por los elementos externos (zona de aparcamiento, fachada, iluminación y limpieza del entorno) y por los elementos internos (limpieza del local, orden, calefacción, tipos de mesas, o colocación de estanterías).se busca siempre brindar un entorno apropiado que genere una buena imagen a primera vista para nuestros clientes, donde se sienta motivado a realizar una compra. (Fernández Verde & Fernández Rico, 2016).
- 2. La organización:** toda MYPE que cuente con una buena organización crea el entorno necesario en el marco de procesos bien definidos para realizar una venta. Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera recibir de la empresa. (Fernández Verde & Fernández Rico, 2016).
- 3. Los empleados:** deben estar comprometidos y sentirse involucrados con el objetivo de la empresa, cumplir con las expectativas y demandas de los clientes. Es encargado de brindar un buen trato y una experiencia agradable al cliente. (Fernández Verde & Fernández Rico, 2016).

2.2.2.2. La comunicación en la atención al cliente

Carvajal, Ormeño, & Sanz, (2019) consideran que la aplicación de una correcta comunicación en el departamento de atención al cliente, está dirigida a alcanzar los objetivos que se definen para el mismo:

- 1. Satisfacción de los clientes:** viene a ser las expectativas que tiene el cliente al ingresar a una organización, para ello se mide a partir de la percepción que el cliente tiene, evalúa si se han cumplido sus expectativas. (Carvajal, Ormeño, & Sanz, 2019).
- 2. Obtención de información del mercadeo:** escuchando a los clientes se puede saber cuáles son sus deseos y necesidades, permitiendo adaptar el producto o servicio a la demanda de los clientes. (Carvajal, Ormeño, & Sanz, 2019)
- 3. Disminución de los costes:** este es utilizado por las empresas para reducir sus costos y aumentar sus ganancias, es decir producir más con lo que se tiene o producir lo mismo con menos gastos. (Carvajal, Ormeño, & Sanz, 2019).
- 4. Situación de la competencia:** la información que pueden transmitir los clientes potenciales permite conocer a nuestra competencia, ya que ellos mismos nos transmiten que están ofreciendo, precios y características. (Carvajal, Ormeño, & Sanz, 2019).
- 5. Promoción y refuerzo de la imagen de la empresa:** la imagen corporativa es el sello que permite identificar y distinguir a las empresas, en la búsqueda de mantener activa y firme la imagen de la empresa. (Carvajal, Ormeño, & Sanz, 2019).

III. HIPÓTESIS

Según Hernández, Fernández, & Baptista, (2016) las investigaciones de tipo descriptivo enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de Investigación

El nivel de la presente caracterización es descriptivo, ya que se está determinado a describir las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE servicios rubro pollerías del distrito La Arena, Piura año 2020. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2016).

El tipo de la presente investigación es Cuantitativa ya que se usará la recolección de datos y se realizará el análisis estadístico, lo que permite examinar los datos de manera científica, o más específicamente en forma numérica. Existe claridad entre las variables de investigación que conforman el problema, estudia las propiedades y fenómenos de manera objetiva y generaliza los datos. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2016).

El diseño de investigación es no experimental, porque se analizará y medirá la gestión de calidad y atención del cliente en la MYPE rubro pollerías del Distrito de la Arena, sin la manipulación de estas variables, por lo que se pretende observar los fenómenos a estudiar en su ambiente natural para después analizarlos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2016).

Transversal, porque recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Hernández, Fernández, & Baptista, 2016).

4.2. Población y muestra

Está constituido por 3 unidades de estudio del sector rubro Pollerías ubicadas en el Distrito de La Arena, Piura año 2020.

Cuadro 1: Relación de MYPE

RAZÓN SOCIAL DE LA MYPE	NOMBRE DEL PROPIETARIO	RUC	N° TRABAJADORES	DIRECCIÓN
RESTAURANT POLLERIA "EL NAVEGANTE"	LUISA GALVEZ NIZAMA	10056442966	4	CALLE BOLOGNESI N° 520
RESTAURANT POLLERIA "LA CASITA"	LUIZ MIGUEL RAMOS RIVAS	10727459028	4	CALLE COMERCIO N° 924
POLLERIA CENTRAL "LA FOGATA"	JUSTA MACALUPU CASTRO	10027698153	4	CALLE ALFONSO UGARTE N° 411
Total	3 propietarios		12 trabajadores	15 personas

Elaboración: propia

Para la variable gestión de calidad es finita:

En la dimensión principios la fuente son los 12 trabajadores.

En la dimensión elementos la fuente son los 12 trabajadores y los 3 propietarios

Para las dimensiones: Elementos y comunicación en la atención al cliente también se ha considerado preguntas para los 3 propietarios.

Se ha recaudado información sobre las variables gestión de calidad y atención al cliente, por tanto se acudió a diferentes personas para la recopilación de la información, lo que se encuentra identificado en el Cuadro 2.

Cuadro 2: Fuente de información

Fuente de Información	Población	Muestra
Cliente	Infinita	384
Trabajadores	Finita: 12	12
N° de MYPE	3	3

Elaboración: propia

Para la variable atención al cliente:

Finita, preguntas dirigidas a los 3 propietarios (Hernández, Fernández, & Baptista, 2016) señalan que si $n < 50$ no genera fórmula.

Infinita, preguntas dirigidas a los clientes, se aplicó la fórmula estadística, por lo cual la estimación de la muestra fue de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2 PQ}{E^2}$$

Dónde:

P = probabilidad de concurrencia de éxito: 5%

Q = probabilidad de concurrencia de fracaso: 5%

E = error 5%

Z = es el valor estadístico, el nivel de confianza correspondiente es 95%

N = ¿? por determinar

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.5 \times 0.5}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n=384.16$$

n=384 encuestas

Para la variable Atención al cliente la muestra después de aplicar la formula se obtuvo como resultado de 384 clientes para encuestar, en el marco de lo dicho por Hernández, Fernández, & Baptista, (2016) quien dijo que en una investigación todos los elementos tienen la probabilidad de participar en la investigación.

Criterios de inclusión:

Se considera a trabajadores, propietarios y clientes mayores de 18 años, hombres o mujeres de las MYPE rubro pollerías, ubicadas en el distrito la arena, Piura.

Criterios de exclusión:

No se excluye a ningún trabajador, propietario y clientes.

4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores

Tabla 1: Operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	FUENTE	ESCALA	METODOLOGÍA
GESTIÓN DE CALIDAD	Herramienta fundamental para optimizar los procesos de planeación, control, aseguramiento y mejoramiento de la calidad en una organización empresarial (Hernández Palma & Martínez Sierra, 2018)	Principios	<ul style="list-style-type: none"> - Compromiso de las personas - Enfoque a procesos - Toma de decisiones 	La dimensión “Principios de gestión de calidad”, se medirá con sus indicadores: compromiso de las personas, enfoque a procesos, toma de decisiones. Con la técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario, de escala nominal.	Trabajadores	Nominal	Nivel: Descriptivo Tipo: Cuantitativo Diseño: No experimental De corte Transversal Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
		Elementos	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Planificación - Apoyo y Operación - Evaluación del desempeño - Mejora continua 	La dimensión “Elementos de la gestión de calidad”, se medirá con sus indicadores liderazgo, planificación, apoyo y operación, evaluación del desempeño, mejora continua. Se investiga con la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario de escala nominal.	Trabajadores Y Gerentes	Nominal	
ATENCIÓN AL CLIENTE	Conjunto de actividades implementadas por las organizaciones con orientación al mercadeo, encaminadas a identificar las necesidades de los	Elementos de la atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Entorno - Organización - Empleados 	La dimensión “Elementos de la atención al cliente” se medirá con sus indicadores: entorno, organización, empleados, con la técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario, de escala nominal.	Cientes Y Gerentes	Nominal	Población- Gestión de Calidad = finita Atención al cliente

	clientes en la compra para satisfacerlas (Pérez, 2016).	Comunicación en la atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> -Satisfacción de los clientes - Obtención de información del mercadeo - Disminución de los costes - Situación de la competencia - Promoción y refuerzo de la imagen de la empresa 	La dimensión “Comunicación en la atención al cliente, se medirá con su indicadores: Satisfacción de los clientes, obtención de información del mercadeo, disminución de los costes, situación de la competencia, Promoción y refuerzo de la imagen de la empresa, con la técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario, de escala nominal.	Cientes Y Gerentes	Nominal	= finita para propietarios e Infinita para clientes. Muestra: 12 trabajadores, 3 propietarios y 384 clientes.
--	---------------------------------------------------------	-----------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------	---------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Las encuestas fueron aplicadas a los trabajadores, propietarios y clientes de las MYPE rubro pollerías La Arena Piura, año 2020, las preguntas se formularon desde el conceptualización de cada uno de los indicadores del marco teórico, las cuales fueron puestas en formulario o formato y fueron validadas por la técnica de validación conocida como: “Validación de juicio” aplicada por tres expertos en la materia. Linares, (2013) expreso que los cuestionarios deben ser validados por expertos de juicio, sin que ello signifique dejar de aplicar la confiabilidad de acuerdo al tipo de investigación. La presente investigación no exige confiabilidad, dado que las variables sólo se describen, no se relacionan.

Instrumentos

La elaboración del cuestionario, las preguntas se realizó de acuerdo a la operacionalización de las variables, con la finalidad de determinar las características de la Gestión de calidad y Atención al cliente de las MYPE rubro pollerías La Arena Piura, año 2020, la aplicación del cuestionario fue en un sólo día cumpliendo con la naturaleza de la investigación por ser de corte transversal, para ello conté con la ayuda de 15 personas las cuales representaron un costo, distribuyéndolos de manera adecuada de acuerdo al movimiento visto con anterioridad en cada pollería.

El promedio de los clientes para restaurant pollería “El navegante” fue de 123 clientes, para restaurant pollería “La casita” fue de 88 clientes y para pollería central “la fogata fue de 173 clientes mayores de 18 años, hombres o mujeres. Clientes que llegan al centro de la ciudad del Distrito de la arena el día domingo, los mismos que vienen de los distintos centros poblados y caseríos.

4.5. Plan de análisis

Para el desarrollo de la presente investigación se aplica la técnica de la encuesta, que busca recaudar datos por medio de un cuestionario que fue validado por expertos, la obtención de datos se codificaron, para mantener el orden y posteriormente elaborar los cuadros estadísticos, de los cuales se realizó el análisis e interpretación de los datos para la discusión de resultados y la elaboración de las conclusiones. Los datos han sido procesados en Windows 2013, se empleó el programa Excel y el SPSS versión 25.

4.6. Matriz de consistencia

4.6.1. Tabla2: Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPÓTESIS	TÉCNICAS	METODOLOGÍA
Caracterización de la Gestión de calidad y Atención al cliente de las MYPE rubro Pollerías del Distrito de La Arena, Piura año 2020.	¿Qué características tiene la Gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE rubro Pollerías del Distrito de La Arena, Piura año 2020?	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del distrito de La Arena de Piura, año 2020.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> Identificar los principios de la gestión de calidad que ofrecen las MYPE rubro pollerías del distrito La Arena Piura, año 2020. Conocer los elementos de gestión de calidad en las MYPE rubro pollerías del distrito La Arena Piura, año 2020. Identificar los elementos de la atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del distrito de La Arena Piura, año 2020. Conocer la comunicación de la atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del distrito de La Arena Piura, año 2020. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión de Calidad - Atención al cliente 	La metodología que se está utilizando en esta investigación es descriptiva y no se plantean Hipótesis ya que según el autor (Hernández, Fernández, & Baptista, 2016), indica que las hipótesis se utilizan para intentar predecir un dato o un valor en una o más variables que se van a medir u observar.	Encuesta	Una investigación de: Tipo cuantitativo Nivel descriptivo Diseño no experimental De corte transversal (Hernández, Fernández, & Baptista, 2016).

4.7. Principios éticos

Durante el desarrollo de la presente investigación se ha considerado en forma estricta el cumplimiento de los principios éticos que permitan asegurar la originalidad de la Investigación. Así también se han respetado los derechos de propiedad intelectual de libros de texto y de las fuentes consultadas, necesarias para estructurar el marco teórico.

Por otro lado, se ha considerado que los datos utilizados son de carácter público, y pueden ser conocidos y empleados por diversos analistas sin mayores restricciones, se ha incluido su contenido sin modificaciones, salvo aquellas necesarias por la aplicación de la metodología para el análisis requerido en esta investigación.

También se conservará intacto el contenido de las respuestas y opiniones recibidas de los trabajadores que colaboren contestando las encuestas a efectos de las variables de investigación. Finalmente, se cree conveniente mantener en reserva la identidad de estos con la finalidad de lograr objetividad en los resultados (comite institucional de etica en investigacion ULADECH, 2016).

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Cuadro 3: Características Demográficas

Características	Frecuencia	Porcentaje
<u>Género</u>		
Masculino	1	33
Femenino	2	67
<u>Tipo de empresa</u>		
Unipersonal	3	100
<u>Edad de propietario</u>		
25 a 30 años	1	33
35 a 40 años	2	67
<u>Años en el negocio</u>		
Menos de 05 años	2	67
Más de 10 años	1	33

En el cuadro 3: se observa que el 67% de propietarios son de género femenino, sus empresas son de tipo unipersonales en el 100%, el 67% de los propietarios se encuentran entre las edades de 25 a 40 años y el 67% de los negocios tienen menos de 5 años, mientras el 33% tiene más de 10 años.

5.1.1. Resultados de la variable gestión de calidad (Trabajadores y propietarios)

Tabla 3: ¿Usted se empeña por brindar un buen servicio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

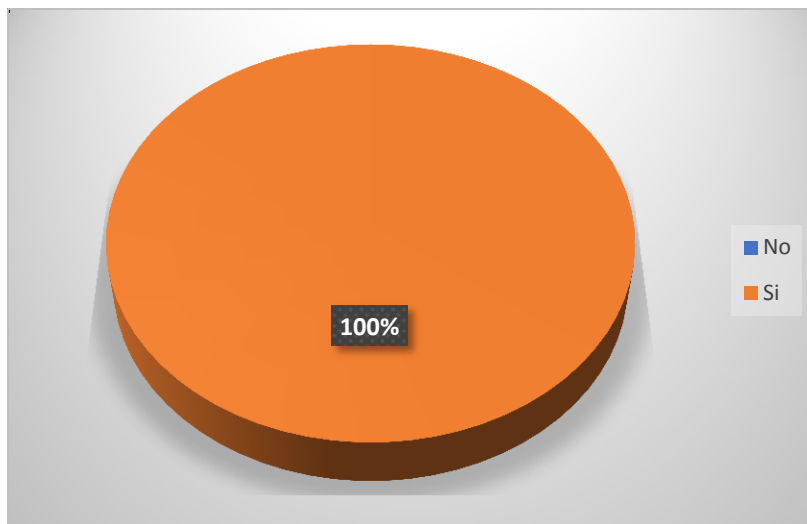


Figura 1: Representa a la pregunta ¿Usted se empeña por brindar un buen servicio?

En la tabla 3 y figura 1 denominadas ¿Usted se empeña por brindar un buen servicio? Se observa que el 100% de trabajadores si muestran empeño por brindar un buen servicio.

Tabla 4: ¿Trabajan en equipo para brindar un servicio de calidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	58%
No	5	42%
Total	12	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

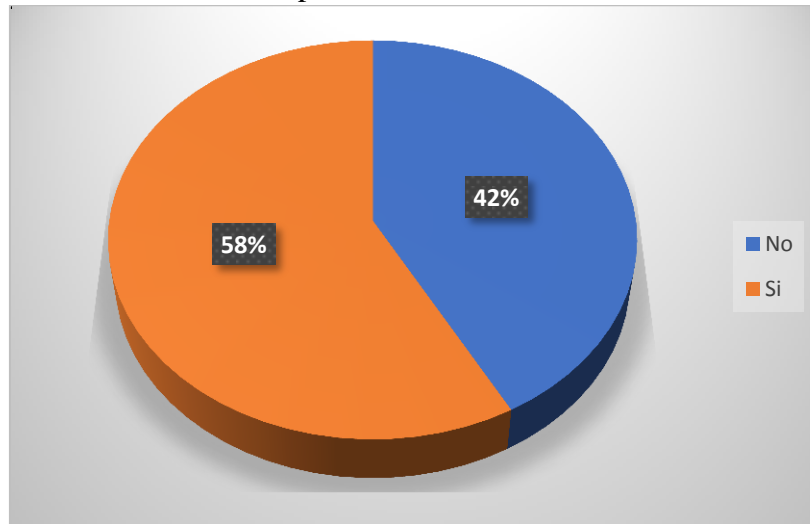


Figura 2: Representa a la pregunta ¿Trabajan en equipo para brindar un servicio de calidad?

En la tabla 4 y figura 2 denominadas ¿Trabajan en equipo para brindar un servicio de calidad? Se observa que el 58% de trabajadores manifiestan trabajar en equipo para brindar un servicio de calidad, mientras el 42% no trabaja en equipo para brindar un servicio de calidad.

Tabla 5: ¿Cree que sus observaciones o comentarios respecto a la mejora del servicio son considerados?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	12	100%
Total	12	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

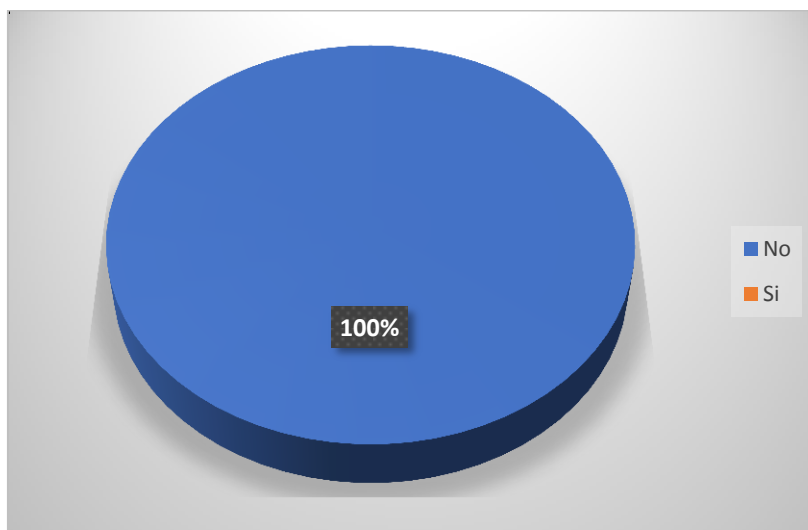


Figura 3: Representa a la pregunta ¿Cree que sus observaciones o comentarios respecto a la mejora del servicio son considerados?

En la tabla 5 y Figura 3 denominadas: ¿Cree que sus observaciones o comentarios respecto a la mejora del servicio son considerados? Se observa que el 100% de sus trabajadores manifiestan que no son considerados sus observaciones o comentarios para mejorar el servicio.

Tabla 6 ¿Se considera un buen líder?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	25%
No	9	75%
Total	12	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

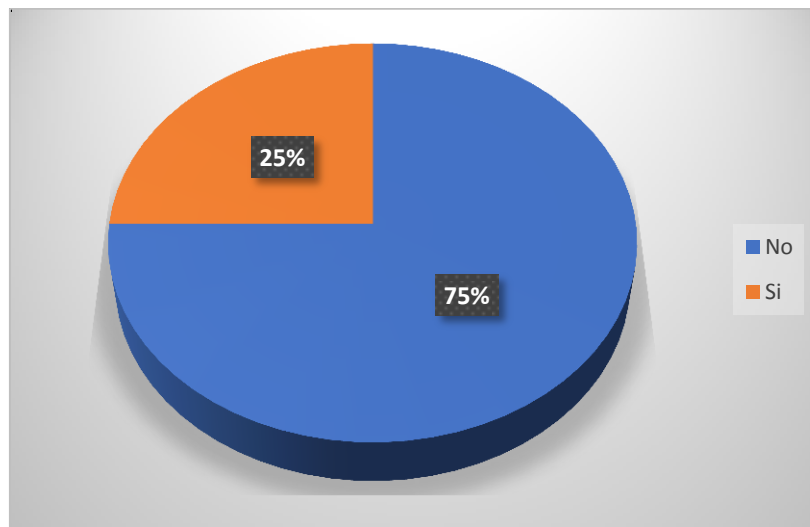


Figura 4: Representa a la pregunta ¿Se considera un buen líder?

En la tabla 6 y figura 4 denominadas ¿Se considera un buen líder? Se observa que el 75% de trabajadores no se considera un líder y mientras el 25% si se considera un buen líder.

Tabla 7: ¿Utiliza un sistema para obtener mejores resultados?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	3	100%
Total	3	100%

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

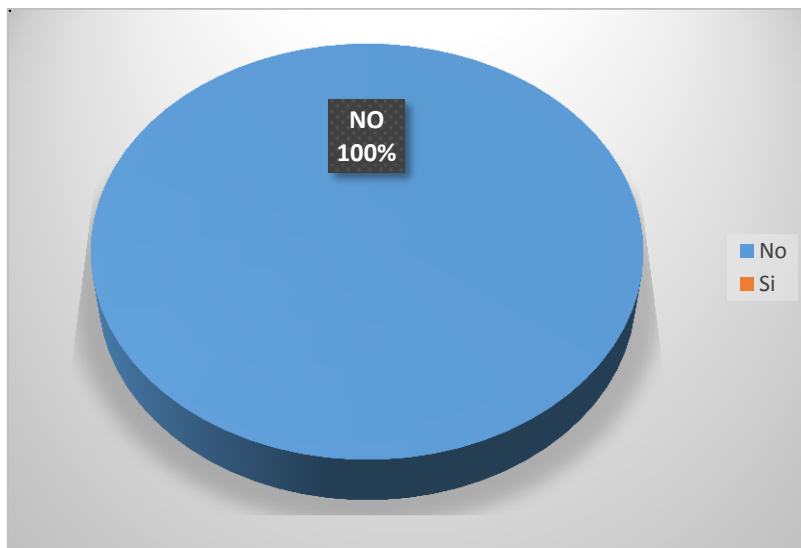


Figura 5: Representa a la pregunta: ¿Utiliza un sistema para obtener mejores resultados?

En la tabla 7 y figura 5 denominadas: ¿Utiliza un sistema para obtener mejores resultados? Se observa que el 100% de propietarios no utiliza un sistema para obtener mejores resultados.

Tabla 8: ¿El tiempo que demandan al momento de atender a los clientes considera que es el adecuado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	67%
No	1	33%
Total	3	100%

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

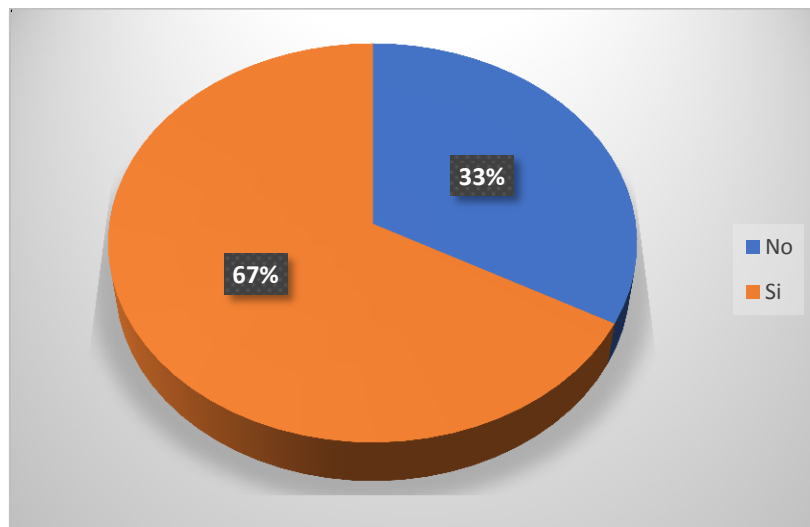


Figura 6: Representa a la pregunta: ¿El tiempo que demandan al momento de atender a los clientes considera que es el adecuado?

En la tabla 8 y figura 6 denominada: ¿El tiempo que demandan al momento de atender a los clientes considera que es el adecuado? Se observa que el 67% de propietarios manifiestan que el tiempo que demanda la atención a los clientes es el adecuado, mientras que el 33% cree que el tiempo que demanda la atención a los clientes considera que no es el adecuado.

Tabla 9: ¿El desempeño de sus trabajadores es el óptimo para que su clientela siga creciendo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

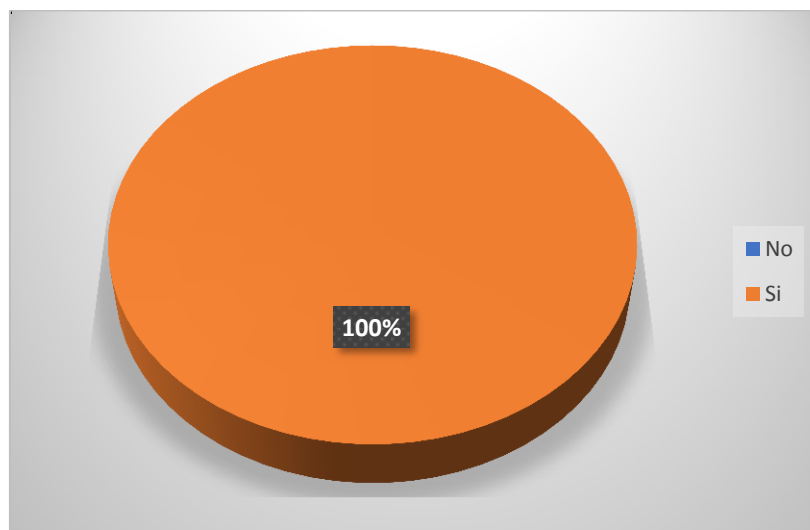


Figura 7: Representa a la pregunta ¿El desempeño de sus trabajadores es el óptimo para que su clientela siga creciendo?

En la tabla 9 y figura 7 denominadas: ¿El desempeño de sus trabajadores es el óptimo para que su clientela siga creciendo? Se observa que el 100% de propietarios manifiestan que el desempeño de sus trabajadores es el óptimo para seguir aumentando su clientela.

Tabla 10: ¿Considera que su negocio es innovador?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	3	100%
Total	3	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

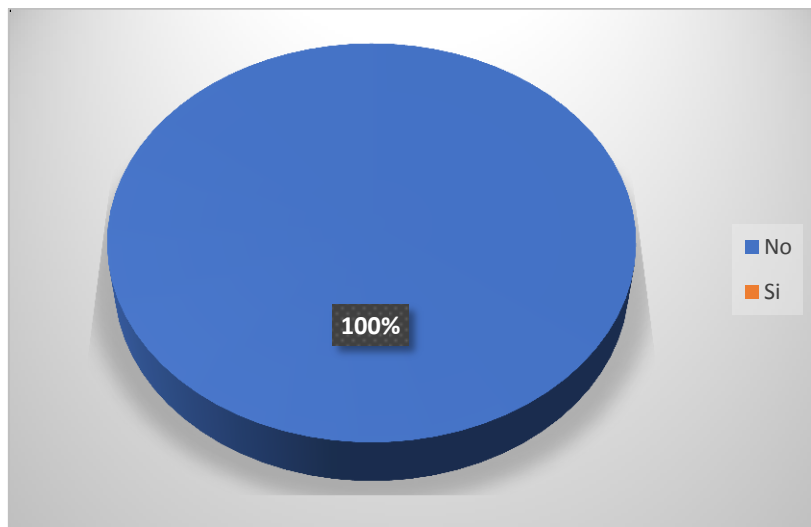


Figura 8: Representa a la pregunta ¿Considera que su negocio es innovador?

En la tabla 10 y gráfico 8 denominadas: ¿Considera que su negocio es innovador? El 100% de propietarios manifiestan que su negocio no es innovador.

5.1.2. Resultados de la variable atención al cliente (propietarios y clientes)

Tabla 11: ¿Cuenta con plan estratégico?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	3	100%
Total	3	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

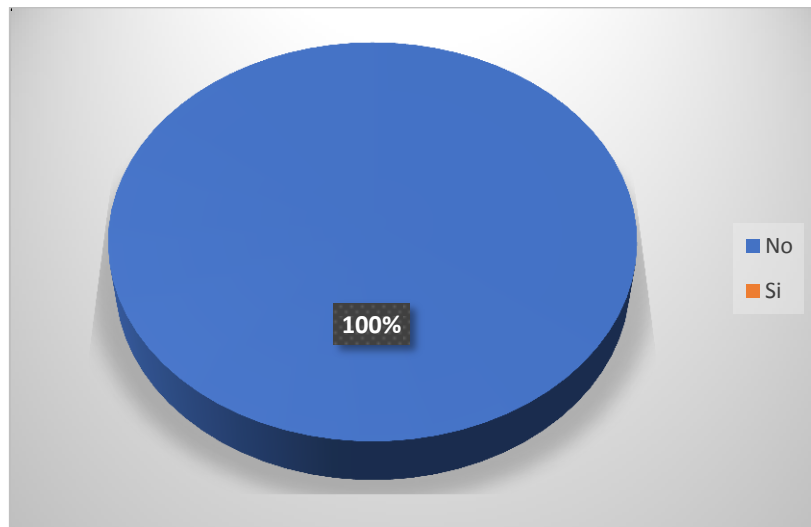


Figura 9: Representa a la pregunta ¿Cuenta con plan estratégico?

En la tabla 11 y gráfico 9 denominadas ¿Cuenta con plan estratégico? Se observa que el 100% de propietarios no cuenta con un plan estratégico.

Tabla 12: ¿Mantiene una buena comunicación con sus trabajadores?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

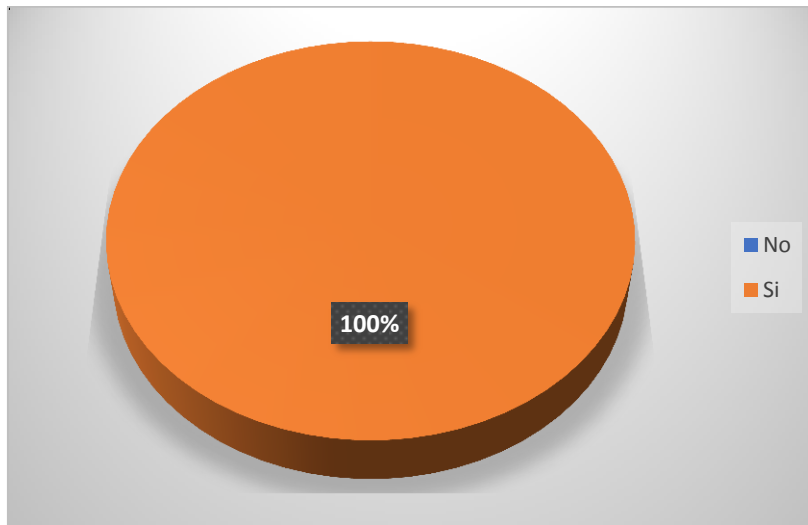


Figura 10: Representa a la pregunta ¿Mantiene una buena comunicación con sus trabajadores?

En la tabla 12 y figura 10 denominadas ¿Mantiene una buena comunicación con sus trabajadores? El 100% de propietarios mantiene una buena comunicación con sus trabajadores.

Tabla 13: ¿Mantiene una oferta a diferencia de los precios ofrecidos por su competencia?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	33%
No	2	67%
Total	3	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

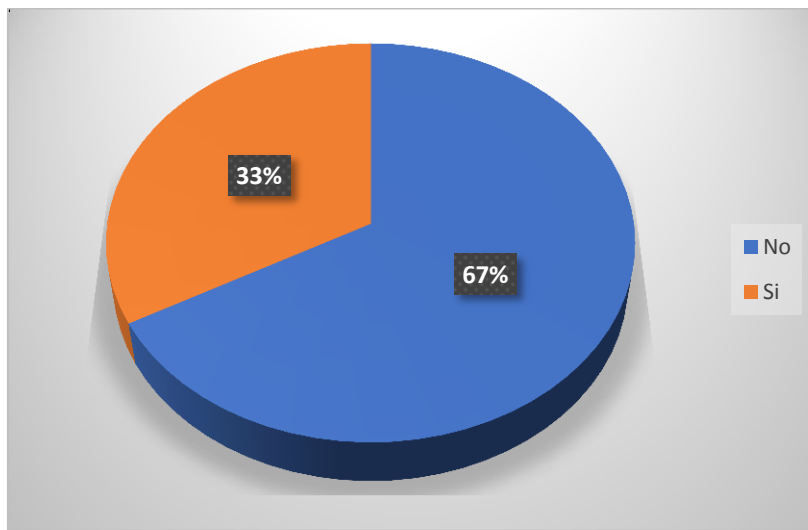


Figura 11: Representa a la pregunta ¿Mantiene una oferta a diferencia de los precios ofrecidos por su competencia?

En la tabla 13 y figura 11 denominadas ¿Mantiene una oferta a diferencia de los precios ofrecidos por su competencia? El 67% de propietarios no mantiene una oferta a diferencia de los precios ofrecidos por su competencia, mientras el 33% manifiesta que si mantienen una oferta a diferencia de los precios ofrecidos por su competencia.

Tabla 14: ¿Los productos ofrecidos por la MYPE cumplen con estándares de calidad y por ende cumplen con los requisitos de higiene y buen estado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	46	12%
No	338	88%
Total	384	100%

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

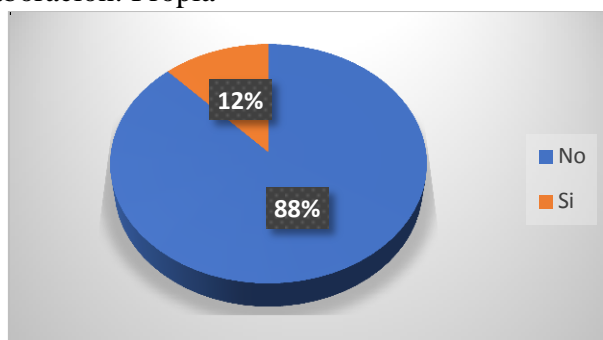


Figura 12: Representa a la pregunta: ¿Los productos ofrecidos por la MYPE cumplen con estándares de calidad y por ende cumplen con los requisitos de higiene y buen estado?

En la tabla 14 y figura 12 denominadas: ¿Los productos ofrecidos por la MYPE cumplen con estándares de calidad y por ende cumplen con los requisitos de higiene y buen estado? Se observa que el 88% de los clientes manifiestan que los productos ofrecidos no cumplen con los estándares de calidad y cumplen con los requisitos de higiene y buen estado, mientras el 22% de clientes consideran que si cumplen con los estándares de calidad y cumplen con los requisitos de higiene y buen estado.

Tabla 15: ¿Se brindan una buena atención?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	52	14%
No	332	86%
Total	384	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

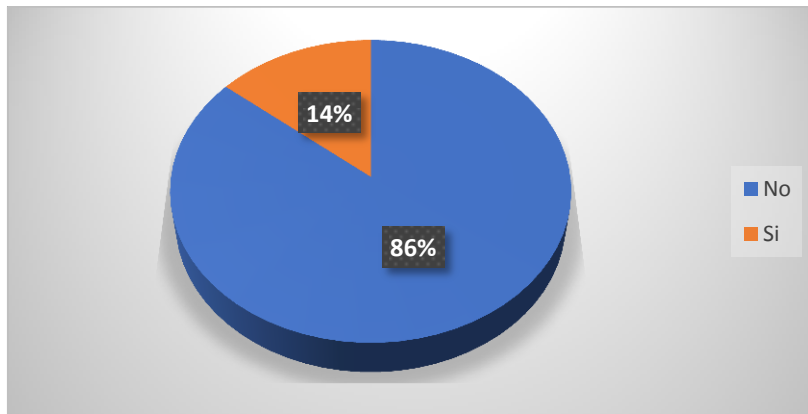


Figura 13: Representa a la pregunta: ¿Se brindan una buena atención?

En la tabla 15 y figura 13 denominadas: ¿Se brindan una buena atención? Se observa que el 86% de los clientes manifiestan que no se brinda una buena atención y el 14% considera que si se brinda una buena atención.

Tabla 16: ¿Considera que la MYPE cumple con sus expectativas y necesidades de acuerdo a los productos ofrecidos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	4%
No	367	96%
Total	384	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

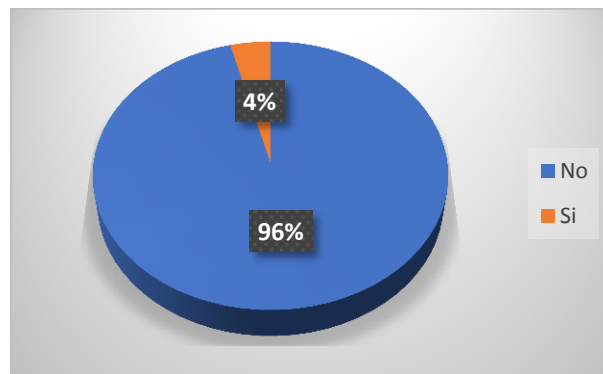


Figura 14: Representa a la pregunta ¿Considera que la MYPE cumple con sus expectativas y necesidades de acuerdo a los productos ofrecidos?

En la tabla 16 y figura 14 denominadas: ¿Considera que la MYPE cumple con sus expectativas y necesidades de acuerdo a los productos ofrecidos? Se observa que el 96% de los clientes no considera que las MYPE cumplen con sus expectativas y necesidades, mientras solo el 4% de los clientes encuestados manifestaron que las MYPE si cumplen con sus expectativas y necesidades de acuerdo a los productos ofrecidos.

Tabla 17: ¿Usted se siente fidelizado por el buen trato y atención de la MYPE?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	96	25%
No	288	75%
Total	384	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

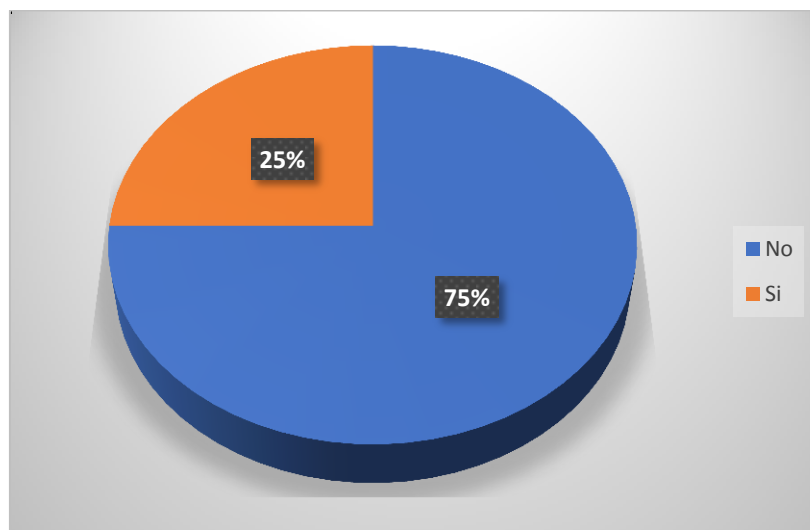


Figura 15: Representa a la pregunta ¿Usted se siente fidelizado por el buen trato y atención de la MYPE?

En la tabla 17 y figura 15 denominadas: ¿Usted se siente fidelizado por el buen trato y atención de la MYPE? Se observa que el 75% de los clientes encuestados no se sienten fidelizados por el buen trato y atención que les brinda la MYPE, solo el 25% se siente fidelizado.

Tabla 18: ¿Usted considera favorable el ambiente o área en donde se vende el producto?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	22	6%
No	362	94%
Total	384	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

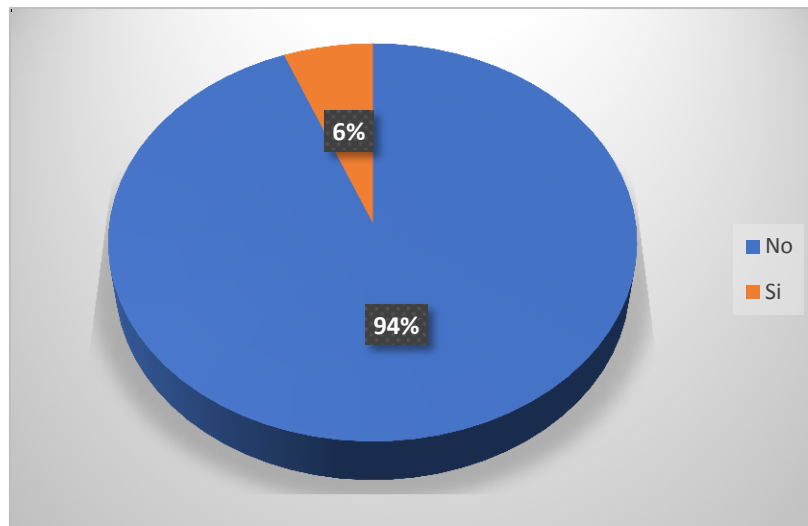


Figura 16: Representa a la pregunta ¿Usted considera favorable el ambiente o área en donde se vende el producto?

En la tabla 18 y figura 16 denominadas: ¿Usted considera favorable el ambiente o área en donde se vende el producto? Se observa que el 94% de los clientes no considera el ambiente favorable, mientras el 6% de los clientes manifiestan que si cuentan con un ambiente favorable.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Resultados de la variable gestión de calidad (trabajadores y propietarios)

En la tabla 3 denominadas: ¿Usted se empeña por brindar un buen servicio? Se observa que el 100% de trabajadores si muestran empeño por brindar un buen servicio. Piñas, (2019) identificó que las Mype debe aplicar: capacidad de respuesta al ofrecer el producto que buscan los clientes y ofrecer el servicio rápido; como requisito se debe mostrar cortesía, buen trato y actitud adecuada. Sirvent, Gisbert, & Pérez, (2017) dicen que cada trabajador es importante para la empresa, por ende se debe trabajar en equipo.

En la tabla 4 denominada: ¿Trabajan en equipo para brindar un servicio de calidad? Se observa que el 58% de trabajadores manifiestan trabajar en equipo para brindar un servicio de calidad. Medina, (2018) concluyó que, en los trabajadores, así como los clientes debe existir una estrecha relación en el producto ofrecido y servicio brindado, y la gestión de los recursos utilizados. Sirvent, Gisbert, & Pérez, (2017) dicen que cada persona tiene distintas habilidades por lo tanto cada uno es importante para la organización; es por eso que todos deben trabajar en equipo. Tanto los jefes como los trabajadores deben de mantener una buena comunicación y trabajar de la mano.

En la tabla 5 denominada: ¿Cree que sus observaciones o comentarios respecto a la mejora del servicio son considerados? Se observa que el 100% de sus trabajadores manifiestan que no son considerados sus observaciones o comentarios para mejorar el servicio. Pascual, (2015) concluye que La minoría de los gerentes perciben poca deficiencia en la gestión de calidad tales como: política de calidad, logro de objetivos planteados, deficiencia en asignación de responsabilidades de los trabajadores, existe

carencia en cuanto a los procesos de comunicación, personal poco capacitado, lugar de producción no apropiado y equipos no modernos. Sirvent, Gisbert, & Pérez, (2017) dicen que cada vez que se pretende mejorar la calidad debemos estudiar cada referencia que se ha obtenido; cada detalle que se estudie ayudará al logro de las metas de la organización.

En la tabla 6 denominada: ¿Se considera un buen líder? Se observa que el 75% de trabajadores no se considera un líder. Medina, (2018) llego a la conclusión que los trabajadores en su totalidad consideran la importancia del enfoque al cliente, del liderazgo que se ejerce como parte de priorizar el servicio al cliente, de la participación del personal y del compromiso con el servicio al cliente, y de los recursos utilizados que son de buena calidad, por lo que para cualquier organización el cliente es el elemento más importante, ya que sin clientes no hay negocio y las organizaciones dependen de sus clientes, para ello deben interpretar sus necesidades actuales y futuras, y sobrepasar sus expectativas. Gonzales, (2017) dice que para liderar es importante tener claridad del camino que emprendemos y del lugar donde queremos ir. Ese propósito, ese para qué es tan importante que si se tiene claro y pensamos en él durante el montaje del Sistema de Gestión de Calidad resolver los retos que se presenten será más sencillo, pues nos dará la energía necesaria para superar los obstáculos.

En la tabla 7 denominada: ¿Utiliza un sistema para obtener mejores resultados? Se observa que el 100% de propietarios no utiliza un sistema para obtener mejores resultados. Según Sánchez, (2016) manifiesta que la empresa debe utilizar sistemas que permitan obtener mejores resultados de tal manera que el producto o servicio ofrecido por la empresa estén bien diseñados para lograr satisfacer la necesidad en el mercado real, por lo tanto, la certificación ISO son de gran ayuda para que la organización se

desarrolle y mejore su rendimiento. Por otra parte Sirvent, Gisbert, & Pérez, (2017) dicen que para el logro de los objetivos de la empresa se debe gestionar cada actividad a realizar con la finalidad de realizar un trabajo más eficiente y de calidad.

En la tabla 8 denominada: ¿El tiempo que demandan al momento de atender a los clientes considera que es el adecuado? Se observa que el 67% de propietarios manifiestan que el tiempo que demanda la atención a los clientes es el adecuado. Resultados que concuerdan con Piñas, (2019) los elementos del sistema de gestión de calidad; se pueden describir tres requisitos que de calidad que aplica la MYPE, los cuales son: Capacidad de respuesta, al ofrecer el producto que buscaban los clientes y ofrecer un servicio rápido; así mismo otro requisito es el de mostrar cortesía, al ofrecer un trato y una actitud adecuada; y finalmente muestra credibilidad. Así mismo Gonzáles, (2017) dice que los clientes son la razón de ser y por lo tanto debemos escucharlos y comprender sus necesidades por lo que se debe generar las actividades necesarias para producir el producto o servicio en menor tiempo posible.

En la tabla 9 denominada: ¿El desempeño de sus trabajadores es el óptimo para que su clientela siga creciendo? Se observa que el 100% de propietarios manifiestan que el desempeño de sus trabajadores es el óptimo para seguir aumentando su clientela. Chulli, (2016) en su investigación concluye que se debe evaluar constantemente al personal. Implementar la gestión de calidad en las MYPE brinda beneficios como la satisfacción del desempeño de sus trabajadores, tiempo de entrega y la rentabilidad del negocio. Según Gonzales, (2017) es importante hacer un alto en el camino del hacer y dedicarnos a observar y evaluar todo el desempeño. Observar y entender claramente qué es lo que estamos haciendo muy bien y podemos continuar fortaleciendo, porque le sirve a nuestro cliente y nos sirve a nosotros como empresa.

En la tabla 10 denominada: ¿Considera que su negocio es innovador? El 100% de propietarios manifiestan que su negocio no es innovador. Sanchez, (2016) concluye que las empresas deben innovar el mercado actual, utilizar sistemas que permitan obtener mejores resultados, para satisfacer al mercado real. Gonzales, (2017) considera que es necesario diseñar un sistema para obtener mejores resultados, nuevas perspectivas y calidad del servicio.

5.2.2. Resultados de la variable atención al cliente (propietarios y clientes)

En la tabla 11 denominada: ¿Cuenta con plan estratégico? Se observa que el 100% de propietarios no cuenta con un plan estratégico. Almaraz, (2018) plantea en una de sus conclusiones que los dueños necesitaran contar con un plan estratégico que les permita saber que necesitan los clientes, porque hay un sector que piensa que no ha mejorado en lo absoluto para aumentar su participación en el mercado. Gonzales, (2017) Tener clara la visión, comunicarla y trabajar en equipo es un gran paso, pero no es suficiente. Hay un elemento fundamental dentro de todo Sistema de Gestión: la planificación. Tener claro dónde queremos ir y ponernos metas no es suficiente, es importante dedicar tiempo a definir el camino.

En la tabla 12 denominada: ¿Mantiene una buena comunicación con sus trabajadores? El 100% de propietarios mantiene una buena comunicación con sus trabajadores. Dueñas, (2016) concluye que es fundamental reforzar la formación del talento humano siendo el recurso más importante que tiene la empresa. De manera que, una de las propuestas planteadas son capacitaciones para el personal de servicio que beneficiaran tanto al empleado como al establecimiento. Fernández Verde & Fernández Rico, (2016) dicen que los empleados deben estar identificados para cumplir con las expectativas y objetivos de la empresa.

En la tabla 13 denominada: ¿Mantiene una oferta a diferencia de los precios ofrecidos por su competencia? El 67% de propietarios no mantiene una oferta a diferencia de los precios ofrecidos por su competencia. León, (2016) en su investigación concluye que ofrecer bajos precios cuando iniciamos un negocio con el fin de promocionar el negocio y darnos a conocer dentro del mercado. Carvajal, Ormeño, & Sanz, (2019) la información que pueden transmitir los clientes potenciales permite conocer a nuestra competencia, ya que ellos mismos nos transmiten que están ofreciendo, precios y características.

En la tabla 14 denominada: ¿Los productos ofrecidos por la MYPE cumplen con estándares de calidad y por ende cumplen con los requisitos de higiene y buen estado? Se observa que el 88% de los clientes manifiestan que los productos ofrecidos no cumplen con los estándares de calidad y cumplen con los requisitos de higiene y buen estado. Medina, (2018) concluye que al cliente se le debe de brindar productos que cumplan con los estándares de calidad de tal manera que el cliente se sienta como un rey. Fernández Verde & Fernandez Rico, (2016) se busca siempre brindar un entorno apropiado que genere una buena imagen a primera vista para nuestros clientes, donde se sienta motivado a realizar una compra.

En la tabla 15 denominada: ¿Se brindan una buena atención? Se observa que el 86% de los clientes manifiestan que no se brinda una buena atención. Monja & Puerta, (2016) Entre los resultados de su investigación se encontraron que Los factores que afectan la calidad de atención al cliente en la Pollería “El Palacio del Pollo” son la dimensión empatía el 55% de los clientes indica no estar de acuerdo con el grado de cortesía y predisposición que muestra el personal de atención, también la capacidad de respuesta afecta la calidad de servicio, debido a que el 51% de los clientes indica no

estar de acuerdo con el tiempo de espera para recibir atención. Carvajal, Ormeño, & Sanz, (2019) Una buena comunicación permite solucionar las incidencias que se puedan producir y por lo tanto supone la disminución de las quejas y reclamos que para la empresa significan, una imagen negativa y un elevado coste económico.

En la tabla 16 denominada: ¿Considera que la MYPE cumple con sus expectativas y necesidades de acuerdo a los productos ofrecidos? Se observa que el 96% de los clientes no considera que las MYPE cumplan con sus expectativas y necesidades. Medina, (2018) en su investigación concluyó que para cualquier organización el cliente es el elemento más importante, en cualquier organización el cliente es el elemento más importante, ya que sin clientes no hay negocio y las organizaciones dependen de sus clientes, para ello deben interpretar sus necesidades actuales y futuras, y sobrepasar sus expectativas. Carvajal, Ormeño, & Sanz, (2019) dicen que mediante la voz del cliente se puede saber sus deseos y necesidades para adaptar el producto al gusto del cliente.

En la tabla 17 denominada: ¿Usted se siente fidelizado por el buen trato y atención de la MYPE? Se observa que el 75% de los clientes encuestados no se sienten fidelizados por el buen trato. Orellano & Tafur, (2018) concluye encontró que los clientes están satisfechos en la siguiente dimensión: cuando el cliente tiene un problema el restaurante muestra un sincero interés en solucionarlo con un 66%; así mismo, los trabajadores nunca están demasiado ocupados para responder las preguntas de los clientes con un 50%. Por otro lado, se puede apreciar que el cliente se encuentra insatisfecho: cuando realizan sus transacciones al momento de cancelar en el establecimiento con un 26% y, además, que el restaurante no concluye la entrega de servicio en el tiempo prometido con un 8%. Carvajal, Ormeño, & Sanz, (2019) la

Satisfacción del cliente se mide a partir de la percepción que el cliente tiene, evalúa si se han cumplido sus expectativas.

En la tabla 18 denominada: ¿Usted considera favorable el ambiente o área en donde se vende el producto? Se observa que el 94% de los clientes no considera el ambiente favorable. Almestar, (2017) concluye que una deficiencia en la atención y la resolución de dudas o consultas, por lo que la fidelidad de la cual no cuentan las pollerías, los dueños necesitaran contar con un plan estratégico que les permita saber que necesitan los clientes, porque hay un sector que piensa que no ha mejorado en lo absoluto para aumentar su participación en el mercado. Fernández Verde & Fernandez Rico, (2016) se busca siempre brindar un entorno apropiado que genere una buena imagen a primera vista para nuestros clientes, donde se sienta motivado a realizar una compra.

VI. CONCLUSIONES

En los principios de gestión de calidad se identificó el comportamiento de las personas dado que los trabajadores muestran empeño por brindar un buen servicio a los clientes; siguiendo el enfoque a procesos de mejora donde los trabajadores trabajan en equipo. Se recomienda fortalecer con un programa de capacitación donde se informe los temas de trabajo en equipo, toma de decisiones y liderazgo.

Respecto a los elementos de la gestión de calidad se identificaron la evaluación de desempeño y el apoyo y operación; los propietarios evalúan el desempeño del trabajador para que este sea óptimo ante el cliente así mismo verifican que el tiempo de atención sea rápido. Se recomienda un programa de planificación y mejora continua.

Respecto a los elementos para la atención al cliente se identificó a los empleados ya que los propietarios mantienen buena comunicación con los trabajadores. Se recomienda el desarrollo de un plan estratégico y organización.

Respecto a la comunicación en la atención al cliente se identificó que los propietarios no mantienen ofertas que los diferencien con precios bajos respecto a la competencia. Se recomienda una reingeniería en el análisis de los procesos para la disminución de costos y tiempos.

Con relación al elemento entorno los clientes manifestaron que los productos ofrecidos no cumple con los estándares de calidad. Se recomienda revisar los procesos y aplicar estrategias de calidad.

Respecto a la comunicación en la atención al cliente estos manifestaron que las pollerías no tienen una buena información del mercado ya que no cumplen con sus

expectativas y necesidades. Así mismo se identificó el indicador promoción y refuerzo lo cual no cumplen las pollerías, ya que los ambientes no son tan favorables. Se recomienda un plan de adecuación para identificar las expectativas del cliente.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

- Albidio, C. (2018). *Gestión de Calidad en Atención al Cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Avenida Sánchez Carrión Distrito de el Porvenir, 2018*. Trujillo.
- Almestar, P. (2017). *Caracterización de la competitividad y atención al cliente de las MYPE, rubro pollerías en la Urb. Ignacio Merino I y II etapa – Piura, año 2017*. Piura.
- Arias, A. (2016). *Calidad de los servicios y satisfacción de los usuarios*. Madrid: Máster en gestión de la documentación, biblioteca y archivos.
- Avolio, B., Mesones, A., & Roca, E. (s.f.). *Micro y Pequeñas empresas en el Perú (MYPES)*.
- Bances, E. (05 de Marzo de 2018). Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3928/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_BANCES_TUME_EIRA_JAHAYRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Benzaquen, J. (18 de Enero de 2018). *La ISO 9001 y la Administración de la calidad total en las empresas peruanas*. Obtenido de Revista Universidad & Empresa: http://www.redalyc.org/jatsRepo/1872/187255450011/html/index.html#redalyc_187255450011_ref30
- Burckhardt, V., Gisbert, V., & Pérez, A. (2016). *Estrategia y desarrollo de una guía de implantación de la norma ISO 9001:2015*. Area de invocación y desarrollo, S.L.
- Carvajal Martón, L., Ormeño Alonso, J., & Sanz Sumelzo, L. (2019). *FPB - Atención al cliente (2019)*. Editex.
- Castillo, Y. (05 de Marzo de 2019). Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10208/CALIDAD_INNOVACION_CASTILLO_CANO_YANDARCY_ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Catillo, A. (09 de Octubre de 2016). Obtenido de - <http://blog.pucp.edu.pe/blog/agustinacastillo/2016/10/09/regimen-laboral-especial-de-la-micro-y-pequena-empresa-apuntes-iniciales-a-proposito-de-las-modificaciones-introducidas-por-la-ley-no-30056-y-la-aprobacion-del-t-u-o-de-la-ley-mipyme-mediante-decr>
- Chamorro, S. (28 de Enero de 2016). *La importancia de contar con buenos sistemas de gestión de calidad*. Obtenido de

<https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/importancia-contar-con-buenos-sistemas-gestion-calidad>

- Chiavenato, I. (04 de Junio de 2013). *Formacion del personal*. Obtenido de Blogs Escuela de organizacion organizacional:
<https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/06/04/rr-hh-formacion-de-personal/>
- Chulli, I. (2016). *Caracterización gestión de calidad y el control administrativo en las MYPE rubro restaurantes de Urb. La Providencia los Tallanes Piura - 2016*. Piura.
- Chunga, E. (2018). *Caraterizaciòn de la Gestion de Calidad y Atencion al Cliente en las MYPE rubro polleria del distrito de vice - Sechura año 2018*. Sechura.
- comite institucional de etica en investigacion ULADECH. (25 de 01 de 2016).
ULADECH. Recuperado el 6 de 01 de 2020, de
<https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2016/codig-o-de-etica-para-la-investigacion-v001.pdf>
- Coronel, M. (2019). *Mejoramiento de la Calidad en el servicio al cliente de una Panaderia: Caso el Almendro*. Ambato-Ecuador.
- Cortez Sanchez, J. (2017). *Sistemas de Gestión de Calidad (Iso 9001:2015)*. España: ICB Editores.
- Cutipa, Z. (2017). *Evaluación de la calidad de servicio mediante el nivel de satisfacción del cliente de la Pastelería y Panadería Deli EIRL en la ciudad de Tarapoto periodo 2017*. Tarapoto.
- Da Silva , K. (31 de Agosto de 2018). *Cuida tu dinero*. Recuperado el 15 de agosto de 2019, de <https://www.cuidatudinero.com/13098695/definicion-de-estandares-de-calidad-internacionales>
- De La Torre Cruz , M. (2013). *Sistemas de gestión de calidad en instituciones educativas: Aplicación de la norma ISO 9001:2008 en el Centro Universitario de la Costa Sur*. guadalajara: Editorial Universitaria.
- Desarrollo del concepto de calidad*. (13 de Setiembre de 2016). Recuperado el 10 de Setiembre de 2019, de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/desarrollo-concepto-calidad/>
- Diario El Correo. (22 de octubre de 2014). Recuperado el Agosto 15 de 2019, de <https://diariocorreo.pe/economia/sector-gastronomico-crece-mas-que-el-pbi-80075/>
- Diario El Peruano. (07 de Abril de 2016). Normas Legales. pág. 582568.
- Diario El Tiempo. (10 de Junio de 2019). Obtenido de <https://eltiempo.pe/piura-entre-las-regiones-con-mas-mypes-lideradas-por-mujeres/>

- Diario El Tiempo. (20 de Julio de 2019). ¿Por qué hay tantas pollerías en el Perú? Recuperado el 28 de noviembre de 2019, de <https://eltiempo.pe/por-que-hay-tantas-pollerias-en-el-peru/>
- Diario Perú 21. (05 de SETIEMBRE de 2018). Obtenido de <https://peru21.pe/economia/industria-panadera-crecio-4-1-primer-semester-nndc-425975>
- Dueñas, E. (2016). *Plan de mejoramiento de calidad para el área de servicio en el restaurante de la hacienda Cusin, ubicado en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura, Ecuador*. Ecuador.
- Enríquez, A., & Sánchez, J. (01 de SETIEMBRE de 2016). *Implantacion de sistemas de gestión de la calidad. Norma ISO 9001:2015*. Obtenido de <https://www.amazon.es/Implantacion-Sist-Gestion-Calidad-Norma-9001/dp/8416671117>
- Equipo Vértice. (2010). *Atención al cliente: calidad en los servicios funerarios*. España: Editorial Vértice.
- Escalante, E. (24 de Setiembre de 2016). *Promulgan Ley N° 30056 que modifica la actual Ley MYPE y otras normas para las micro y pequeñas empresas*. Obtenido de Mi empresa propia: Consultora para emprendedores, Micro y pequeñas Empresas: <https://mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- Fernández Verde, D., & Fernández Rico, E. (2016). *Comunicación empresarial y Atención al cliente*. España: Editorial Paraninfo.
- Flores Cordova , C. (05 de abril de 2018). *Infomercado*. Recuperado el 15 de Agosto de 2019, de <https://infomercado.pe/cual-es-la-situacion-actual-de-las-mipymes-de-piura/>
- Flores, C. (2018 de Abril de 2018). *¿Cuál es la situación actual de las mipymes de Piura?* Obtenido de <https://infomercado.pe/cual-es-la-situacion-actual-de-las-mipymes-de-piura/>.
- Flores, C. (05 de abril de 2018). *Infomercado*. Recuperado el 15 de Agosto de 2019, de <https://infomercado.pe/cual-es-la-situacion-actual-de-las-mipymes-de-piura/>
- Friego, E. (2019). *Capacitacion y Desarrollo del Personal*. Obtenido de <http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>
- Fullemprego.com. (s.f.). <http://atencion-al-cliente-como-requisito-para-la-excelencia.fullemprego.com/1-3-importancia-de-la-atencion-al-cliente/>. Recuperado el 22 de 08 de 2019
- Fullemprego.com. (s.f.). <http://atencion-al-cliente-como-requisito-para-la-excelencia.fullemprego.com/2-1-los-10-principios-rectores-en-la-atencion-al-cliente/>. Recuperado el 15 de 08 de 2019

- Gallardo, S. (2019). *Caracterización de Capacitación y Competitividad en las MYPE, rubro Panificación del centro de Talara*. Piura.
- Gallo, M. (2018). *Características del Financiamiento y la Gestión de Calidad en las MYPES productoras y comercializadoras de pan en la ciudad de Sullana – sector centro, año 2018*. Sullana.
- García Ortiz, F., García Ortiz, P., & Gil Muela, M. (2007). *Técnicas de servicio y atención al cliente*. Madrid: Editorial Paraninfo.
- García, A. (20 de Marzo de 2019). *Infomercado*. Recuperado el 16 de agosto de 2019, de <https://infomercado.pe/pollerias-mantienen-su-liderazgo-en-el-mercado-de-comida-rapida-en-el-pais/>
- García, Ivan. (03 de 11 de 2017). *Google*. Recuperado el 19 de 08 de 2019, de <https://www.economiasimple.net/glosario/merchandising>
- Gobierno Regional Piura. (19 de Marzo de 2019). Obtenido de <https://www.regionpiura.gob.pe/noticias/17362>
- Goetsch, D., & Davis, S. (2014). *Gestión de la calidad: Elemento clave para el desarrollo de las Organizaciones*. Obtenido de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/2130/1621>
- Gonzales, H. (01 de octubre de 2015). *Calidad & Gestión - Consultoría para empresas - publicación de la nueva Iso 9001:2015*. Obtenido de <https://calidadgestion.wordpress.com/tag/principios-de-gestion-de-calidad/>
- Guzmán, J. (11 de Agosto de 2015). *Mype: Conoce los beneficios de formalizar tu empresa*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-mype-conoce-los-beneficios-formalizar-tu-empresa-569848.aspx>.
- Hernandez Palma , H., & Martinez Sierra , D. (2018). *Gestión de calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones*. Bogota: Universidad libre.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2016). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- INACAL. (16 de Enero de 2017). Obtenido de <https://www.inacal.gob.pe/principal/noticia/solo1porciendodeempresasformales>
- INEI. (2008). *Peru: Consumo per capita de los principales alimentos 2008-2009*. Obtenido de Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares 2008-2009: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1028/cap01.pdf
- INEI. (25 de Junio de 2018). *Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas*. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/poblacion-del-peru-totalizo-31-millones-237-mil-385-personas-al-2017-10817/>.

- IntegriaIMS. (s.f.). <https://integriaims.com/problemas-atencion-al-cliente/>. Recuperado el 15 de 08 de 2019
- ISOTools. (30 de ENERO de 2016). *ISOTools*. Obtenido de <https://www.isotools.org/2016/01/30/historia-y-evolucion-del-concepto-de-gestion-de-calidad/>
- Jara, M. (2017). *Caracterización del Financiamiento y la Capacitación en la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas empresas del sector Industria, Rubro Panaderías del distrito de Callería*. PUCALLPA.
- León, F. (04 de 09 de 2015). Recuperado el 16 de 09 de 2019, de <https://www.merca20.com/movistar-regalara-televisores-a-sus-clientes-en-navidad/>
- Leon, L. (2015). *Asesorías en Marketing para la Productividad de los Microempresarios del sector Panificador de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil.
- Leon, N. (2016). *Propuesta de un manual de procedimientos para la planificación de eventos, atención y servicio al cliente en Chatre Catering & Eventos ubicado en la Ciudad de Quito*. Ecuador.
- Londoño Mateus, C. (2006). *Atención al cliente y gestión de reclamaciones*. Madrid: FC Editorial.
- Lopez, J. (11 de Marzo de 2013). *Beneficios de la Capacitación a los empleados*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/03/11/beneficios-de-la-capacitacion-de-los-empleados/>
- Los 5 principios del merchandising*. (14 de Setiembre de 2016). Recuperado el 13 de Setiembre de 2019, de <http://tuespaciovende.servisgroup.es/principios-merchandising/>
- Macedo, L. (2018). *Gestión de calidad y formalización de las Mypes del sector producción - rubro panaderías del distrito de Pueblo Libre*. Lima.
- Malhotra, N. (2016). *Diseño de la Investigación Descriptiva: Encuestas y Observación*. En <https://dochub.com/marvins-underground/QKXOvl/investigacion-de-mercados-5ta-edicion-naresh-k-malhotra?pg=6>, *Investigación de mercados. 5ta Edición* (pág. 183). Mexico: Pearson Educación.
- Marcatoma, D., & Quizhpe, J. (2018). *Propuesta de Estandarización del proceso productivo y definición de sus controles operativos y de calidad en la industria panificadora. Caso: El Horno Pastelería y Panadería*. CUENCA-ECUADOR.
- Martinez, L. (09 de Noviembre de 2018). Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6444/CAPACITACION_GESTION_DE_CALIDAD_MARTINEZ_AREVALO_LESLIE_MARISOL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Mateo, R. (21 de Agosto de 2016). *Sistemas de Gestión de la Calidad – Un camino hacia la Satisfacción del Cliente – Parte I*. Obtenido de <http://www.squalitas.com/site/article/sistemas-de-gestion-de-la-calidad-un-camino-hacia-la-satisfaccion-del-cliente-parte-i>
- Medina, M. (2018). *Caraterización de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las MYPE rubro pollería del distrito de vice - Sechura año 2018*. Sechura.
- Mendez, C. (2012). Estudios Descriptivos. En C. Mendez, *METODOLOGIA: Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias Empresariales. 4ta Edición* (págs. 230-231). Mexico: LIMUSA.
- Ministerio de la producción. (2017). *ESTADISTICA MIPYME - MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA*. Obtenido de <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>
- Miranda Gonzales , F., Chamarro Mera , A., & Rubio Lacoba , S. (2012). *INTRODUCCION A LA GESTION DE CALIDAD*. Madrid: DELTA PUBLICACIONES.
- Molina, J. (2015). Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/1777/1/TUICYA029-2015.pdf>
- Monja, R., & Puerta, B. (2016). *Diseño de un plan de capacitación en el desarrollo de habilidades directivas, para mejorar la calidad de atención al cliente en la Pollería “El Palacio del Pollo” en la Ciudad de Chachapoyas, 2016*. Pimentel.
- Monroy, T. (25 de Enero de 2019). *Los Cinco elementos Importantes de un Sistema de Gestión de Calidad*. Obtenido de https://blog.kawak.net/mejorando_sistemas_de_gestion_iso/los-cinco-elementos-importantes-de-un-sistema-de-gesti%C3%B3n-de-calidad.
- Monzo, E., & Clar, F. (2017). *Libro de Joan*. Epaña: McGraw-Hill Interamericana de España.
- Moreno, N. (2018). *Gestión de procesos productivos y de atención al cliente en la empresa Colombia Pizza*. Ecuador.
- Nieves, P. (18 de Septiembre de 2017). Recuperado el 31 de Agosto de 2019, de El visual merchandising y su incidencia en la decisión de compra del cliente shopper y el cliente buyer de las tiendas por departamentos de la ciudad de piura - año 2016: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2991/1/RE_ADMI_PIERT.NIEVES_VISUAL.MERCHANDISING_DATOS.PDF
- Nima, J. (2015). *Caracterización del Financiamiento, Capacitación, Rentabilidad de la Mype Dulcypan Eirl, del rubro Panadería Pastelería del Distrito de Ate-Vitarte 2015*. Lima.

- Noreña, D. (08 de Enero de 2019). Obtenido de <https://gestion.pe/blog/el-arte-de-emprender-y-fallar/2019/01/el-futuro-de-las-mypes.html/>
- Nova, G. (19 de Junio de 2017). Recuperado el 10 de Setiembre de 2019, de <https://medium.com/eivos/el-merchandising-y-sus-beneficios-d89be9f157c4>
- Ochoa, C. (11 de Noviembre de 2013). *¿Qué tamaño de muestra necesito?* Obtenido de Netquest: <https://www.netquest.com/blog/es/que-tamano-de-muestra-necesito>
- Olivos, L. (2018). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPES del sector comercio rubro Panificadoras del distrito de Chepén.* Chiclayo.
- Orellano, J., & Tafur, D. (2018). *Nivel de satisfacción de la atención al cliente en el Restaurante Mama Juana.* Chiclayo.
- Ortega, G. (2017). *Caracterización del Financiamiento y la Capacitación de las MYPE del sector Industria - Rubro Panaderías del cercado de la ciudad de Arequipa.* Juliaca.
- Palacios Dongo , A. (18 de agosto de 2018). *Expreso.* Recuperado el 16 de Agosto de 2019, de <https://www.expreso.com.pe/opinion/alfredo-palacios-dongo/peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- Palacios, A. (19 de Agosto de 2018). *Peru: Situación de las Micro y pequeñas empresas.* Obtenido de Con nuestro Peru, tu revista digital, te cuenta la verdad: <https://www.connuestroperu.com/economia/58055-peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas>
- Panadería y Pastelería Peruana. (17 de Julio de 2018). *Riqueza del Pan Regional.* Obtenido de https://www.esagesac.com/detalle-noticias.php?cod_blog=16
- Pascual, L. (2015). *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo las Normas ISO 9001 En Las Micro Y Pequeñas Empresas del Sector Servicio - Rubro Restaurantes (Pollerías) del Distrito de Huaraz, 2015.* Huaraz.
- Patricio, M. (03 de Setiembre de 2018). Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5349?show=full>
- Perez Torres, V. (2010). *Calidad Total en la Atención Al Cliente.* España: Ideaspropias Editorial S.L.
- Pérez, J., & Gardey, A. (2016). *Google.* Recuperado el 19 de 08 de 2019, de <https://definicion.de/sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Perez, O. (09 de Mayo de 2019). *Cómo hacer un programa de capacitación del personal paso a paso.* Obtenido de <https://blog.peoplenext.com.mx/como-hacer-un-programa-de-capacitacion-del-personal-paso-a-paso>
- Peru reatil. (16 de Julio de 2018). Recuperado el 15 de agosto de 2019, de <https://www.peru-retail.com/sector-gastronomico-restaurantes-peru/>

- Peruano, D. e. (23 de Agosto de 2019). Marco macroeconómico multianual 2020-2023. págs. 4-5.
- Piñas, J. (2019). *Características de la gestión de calidad y marketing del restaurant – pollería “las canastas” en el distrito de Piura año 2019*. Piura.
- Portal PQS. (10 de abril de 2018). Recuperado el 15 de AGOSTO de 2019, de <https://www.pqs.pe/economia/mypes-importancia-economia-peru>
- Quesada, M. (2015). *Evaluación del estado de la aplicación de prácticas de mejoramiento continuo en las Micro y Pequeñas empresas de Productos de Panaderías de Medellín*. Medellín - Colombia.
- QuestionPro. (s.f.). *QuestionPro*. Recuperado el 19 de 08 de 2019, de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/resuelve-los-problemas-de-servicio-al-cliente-y-mejora-tu-experiencia/>
- Ramos, D. (08 de Enero de 2019). Recuperado el 20 de Setiembre de 2019, de <https://blogdelacalidad.com/iso-90012015-que-son-las-necesidades-y-expectativas-de-las-partes-interesadas/>
- Rios, M. (16 de marzo de 2018). *GESTION*. Recuperado el 16 de Agosto de 2019, de <https://gestion.pe/tu-dinero/creditos-mypes-toman-cuenta-financieras-229496-noticia/>
- Riquelme, L. (Junio de 2015). Obtenido de <https://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Riquelme, M. (21 de Marzo de 2017). *Capacitación. Los Beneficios de Capacitar a los empleados de La Empresa*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/capacitacion-los-beneficios-de-capacitar-a-los-empleados-de-la-empresa/>
- Rodriguez, J. (2016). *Propuesta de un modelo de Gestión Financiera y control para los Franquiciados de Panaderías Musmanni*. Costa Rica.
- Rojas, A. (02 de 08 de 2019). Ley de plásticos. *Diario el comercio*.
- Romero, L. (08 de Enero de 2019). Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8311/CAPACITACION_GESTION_DE_CALIDAD_ROMERO_LEDESMA_LESLY_YULEID_Y.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- RPP. (27 de JULIO de 2016). Obtenido de <https://rpp.pe/peru/piura/piura-32-laboran-en-una-micro-y-pequena-empresa-noticia-982739>
- Saavedra, T. d. (2018). *Caracterización de la Gestión de calidad y productividad de las MYPE rubro panaderías del centro de tambogrande año 2018*. TAMBOGRANDE.
- Salcedo, Y. (2017). *Ventajas de la implementación de un Sistema de Gestión para la calidad en la panadería del Comeb “La Picota” Bogotá*. Bogotá.

- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación - Sexta Edición*. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sanchez Azor, S. (2017). *Gestión de la calidad ISO 9001/2015 en comercio*. España: Elearning.
- Sanchez, L. (06 de abril de 2016). *Los pasos del proceso de capacitación*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/los-pasos-del-proceso-de-capacitacion.html>
- Serrano, L. (05 de 04 de 2017). Recuperado el 10 de 09 de 2019, de <https://www.informabtl.com/7-principales-beneficios-del-merchandising-en-un-retailer/>
- Sirvent, s., Gisbert, V., & Pérez, E. (2017). *Los 7 principios de gestión de calidad en ISO 9001*. España: 3C Empresa.
- Sirvent, S., Gisbert, V., & Perez, E. (2017). Los 7 principios de Gestion de la calidad en Iso 9001. *3C Empresa*, 13,14,15.
- Sistema Nacional de Industrias. (Julio de 2018). *Elaboracion de Productos de Panaderia*. Obtenido de https://www.sni.org.pe/wp-content/uploads/2018/10/Resumen_reporte-sectorial-de-panader%C3%ADa.pdf.
- Sosa, M. (10 de Julio de 2017). *Caracterización de la capacitación y el merchandising visual de las MYPE comerciales rubro abarrotes en monte Sullón - Catacaos, año 2016*. Recuperado el 04 de 09 de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1392/CAPACITACION_MERCHANDISING_VISUAL_SOSA_GONZALES_MIRTHA_LILIANA_FRANCISCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- SUNAT. (19 de FEBRERO de 2019). *SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA*. Obtenido de <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>.
- Taco, J. (2015). Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/2987/5/RAE.pdf>
- Torres, J. (2015). *Caracterización de la Gestión de calidad bajo la Norma Sanitaria para la elaboración de productos de panificación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector manufactura – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Huaraz, 2015*. Huaraz.
- Torres, M. (06 de febrero de 2017). *Noticiero Contable*. Recuperado el 16 de agosto de 2019, de <https://www.noticierocontable.com/regimen-mype-tributario-beneficios/>
- Trujillo, N. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en las MYPES del sector comercial, rubro librería, Distrito de Satipo, año 2017*. Pucallpa: Google.

- Ugaz, J. (24 de Agosto de 2016). *Historia del Pan en el Peru*. Obtenido de <http://www.latino.edu.pe/wp/2016/08/24/historia-del-pan-en-el-peru-y-el-mundo/>
- Vasquez , R. (13 de agosto de 2019). Recuperado el 16 de agosto de 2019, de <https://infomercado.pe/estos-son-los-proximos-negocios-que-abriran-en-piura/>
- Vásquez, G. (2017). *La Franquicia y su influencia en la Gestión de la Calidad de Servicio al Cliente en el rubro juguerías en Lima Metropolitana – 2017*. Lima.
- Vilela, L. (2017). *Caracterización de la Capacitación y la Innovación en las MYPES - rubro Panaderías AA.HH Tacalá – castilla*. PIURA.
- Villacis, I., & Caisa, E. (Octubre de 2015). Recuperado el 02 de 09 de 2019, de El Merchandising y el Comportamiento del consumidor en el micromercado Víveres V.G. de la ciudad de Ambato.: http://www.rraae.edu.ec/Search/Results?type=AllFields&filter%5B%5D=topic_facet%3A%22V%C3%8DVERES+V.G.%22&filter%5B%5D=authorStr%3A%22Villac%C3%ADs+Vanegas%2C+Ingrid+Liliana+1802758407%22
- Vinces, H. (22 de Marzo de 2019). *Andina*. Recuperado el 16 de agosto de 2019, de <https://andina.pe/agencia/noticia-negocios-restaurantes-aumento-449-enero-2019-746261.aspx>
- Yenque, L. (2016). *Caracterización del Financiamiento y Capacitación de las MYPE rubro Panadería de San Pedro-Talara* . Talara.
- Yzaguirre, E. (2018). *Gestion de Calidad en la Atención al cliente en la Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, Rubro Pollerías, en el caso urbano de la Ciudad de Chimbote, 2018*. Chimbote.

ANEXOS

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Victor Helio Patino Niño,
identificado con DNI 02860873, MAGÍSTER EN
Administración

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 la estudiante RAFAEL JHONATAN RAMOS SERNAQUE, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "GESTIÓN DE CALIDAD ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO POLLERÍAS DEL DISTRITO LA ARENA DE PIURA, AÑO 2020", 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, Enero 2020.

 Victor Helio Patino Niño
Mg. VICTOR HELIO PATINO NIÑO
RUC: CLAD-82547

Ítems relacionados con la variable: Gestión de Calidad. Dirigido al trabajador de la empresa.	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar en la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI () NO (x)
1. ¿Usted. se empeña por brindar un buen servicio?	X			X		X	SI () NO (x)
2. ¿Trabajan en equipo para brindar un servicio de calidad?	X			X		X	SI () NO (x)
3. ¿Cree que sus observaciones o comentarios respecto a la mejora del servicio son considerados?	X			X		X	SI () NO (x)
4. ¿Se considera un buen líder?	X			X		X	SI () NO (x)



Mg. VICTOR HELIX PATRÓN NIÑO
RUC: 61.511.611

Ítems relacionados con las variables: Gestión de Calidad y Atención al cliente. Dirigido al propietario de la empresa.	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar en la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI () NO (x)
1. ¿Utiliza un sistema para obtener mejores resultados?	X			X		X	SI () NO (x)
2. ¿El tiempo que demandan al momento de atender a los clientes considera que es adecuado?	X			X		X	SI () NO (x)
3. ¿El desempeño de sus trabajadores es el óptimo para que su clientela siga creciendo?	X			X		X	SI () NO (x)
4. ¿Considera que su negocio es innovador?	X			X		X	SI () NO (x)
5. ¿Cuenta con un plan estratégico?	X			X		X	SI () NO (x)
6. ¿Mantiene buena comunicación con sus trabajadores?	X			X		X	SI () NO (x)
7. ¿Mantiene una oferta a diferencia de los precios ofrecidos por su competencia?	X			X		X	SI () NO (x)



Mg. VICTOR HELIX PATIÑO NIÑO
RUG# 94444-402346

Ítems relacionados con la variable: Atención al Cliente. Dirigido al Cliente.	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar en la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI () NO (x)
1. ¿Los productos ofrecidos por la MYPE cumplen con estándares de calidad y por ende cumplen con los requisitos de higiene y buen estado?	X			X		X	SI () NO (x)
2. ¿Se brindan una buena atención?	X			X		X	SI () NO (x)
3. ¿Considera que la MYPE cumple con sus expectativas y necesidades de acuerdo a los productos ofrecidos?	X			X		X	SI () NO (x)
4. ¿Usted se siente fidelizado por el buen trato y atención de la MYPE?	X			X		X	SI () NO (x)
5. ¿Usted considera favorable el ambiente o área en donde se vende el producto?	X			X		X	SI () NO (x)



Mg. VICTOR HENRI PATIÑO NIÑ
RUC: C. 144.9.362

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, CARLOS MAURIZO GINOCCHIO VEGA,
identificado con DNI 02869438, MAGÍSTER EN
LICENCIADO EN CIENCIAS ADM. CON MENCIÓN ESPECIAL ADIC.

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 la estudiante RAFAEL JHONATAN RAMOS SERNAQUE, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "GESTIÓN DE CALIDAD ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO POLLERÍAS DEL DISTRITO LA ARENA DE PIURA, AÑO 2020", 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, Enero 2020.


Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Veg.
CLAD. 0688

Ítems relacionados con la variable: Gestión de Calidad. Dirigido al trabajador de la empresa.	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar en la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI () NO ()
1. ¿Usted. se empeña por brindar un buen servicio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO ()
2. ¿Trabajan en equipo para brindar un servicio de calidad?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO ()
3. ¿Cree que sus observaciones o comentarios respecto a la mejora del servicio son considerados?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO ()
4. ¿Se considera un buen líder?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO ()


 Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Veg.
 GLAD-0888

Ítems relacionados con las variables: Gestión de Calidad y Atención al cliente. Dirigido al propietario de la empresa.	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar en la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI () NO ()
1. ¿Utiliza un sistema para obtener mejores resultados?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO (X)
2. ¿El tiempo que demandan al momento de atender a los clientes considera que es adecuado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO (X)
3. ¿El desempeño de sus trabajadores es el óptimo para que su clientela siga creciendo?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO (X)
4. ¿Considera que su negocio es innovador?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO (X)
5. ¿Cuenta con un plan estratégico?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO (X)
6. ¿Mantiene buena comunicación con sus trabajadores?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO (X)
7. ¿Mantiene una oferta a diferencia de los precios ofrecidos por su competencia?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI () NO (X)


 Lic. Adm. Carlos M. Gimocchio Veg
 CLAD. 0888

Ítems relacionados con la variable: Atención al Cliente. Dirigido al Cliente.	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar en la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI () NO ()
1. ¿Los productos ofrecidos por la MYPE cumplen con estándares de calidad y por ende cumplen con los requisitos de higiene y buen estado?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
2. ¿Se brindan una buena atención?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
3. ¿Considera que la MYPE cumple con sus expectativas y necesidades de acuerdo a los productos ofrecidos?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
4. ¿Usted se siente fidelizado por el buen trato y atención de la MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
5. ¿Usted considera favorable el ambiente o área en donde se vende el producto?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)

Lic. Adm. Carlos M. Giménez Veg.
CLAD-0888

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Héctor Orlando Arico Clavijo,
identificado con DNI 02786302, MAGÍSTER 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: ENCUESTA, elaborado por la estudiante RAFAEL JHONATAN RAMOS SERNAQUE, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "GESTIÓN DE CALIDAD ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO POLLERÍAS DEL DISTRITO LA ARENA DE PIURA, AÑO 2020", 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.


Mg. Arico Clavijo Hector Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

Piura, Enero 2020.

Ítems relacionados con la variable: Gestión de Calidad. Dirigido al trabajador de la empresa.	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar en la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI () NO ()
1. ¿Usted. se empeña por brindar un buen servicio?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
2. ¿Trabajan en equipo para brindar un servicio de calidad?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
3. ¿Cree que sus observaciones o comentarios respecto a la mejora del servicio son considerados?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
4. ¿Se considera un buen lider?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)


Mg. Alicia Clavijo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

Ítems relacionados con las variables: Gestión de Calidad y Atención al cliente. Dirigido al propietario de la empresa.	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar en la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI () NO (x)
1. ¿Utiliza un sistema para obtener mejores resultados?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
2. ¿El tiempo que demandan al momento de atender a los clientes considera que es adecuado?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
3. ¿El desempeño de sus trabajadores es el óptimo para que su clientela siga creciendo?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
4. ¿Considera que su negocio es innovador?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
5. ¿Cuenta con un plan estratégico?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
6. ¿Mantiene buena comunicación con sus trabajadores?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
7. ¿Mantiene una oferta a diferencia de los precios ofrecidos por su competencia?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)


 Mg. Arica Clavijo Hecijor Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

Ítems relacionados con la variable: Atención al Cliente. Dirigido al Cliente.	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar en la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI () NO ()
1. ¿Los productos ofrecidos por la MYPE cumplen con estándares de calidad y por ende cumplen con los requisitos de higiene y buen estado?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
2. ¿Se brindan una buena atención?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
3. ¿Considera que la MYPE cumple con sus expectativas y necesidades de acuerdo a los productos ofrecidos?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
4. ¿Usted se siente fidelizado por el buen trato y atención de la MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
5. ¿Usted considera favorable el ambiente o área en donde se vende el producto?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)


 Mg. Arica Clavijo Hecy Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246



Encuesta al trabajador

¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la Gestión de calidad y Atención al Cliente en las MYPE rubro pollerías del distrito La Arena de Piura, año 2020, por ello acudo a Ud con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad..... Estado civil..... Genero.....

Nivel de estudios.....

Giro del negocio.....

Años en el negocio.....

Número de trabajadores.....

Tipo de empresa.....

Gestión de calidad – Principios

1. ¿Ud. se empeña por brindar un buen servicio?

SI.... NO....

2. ¿Trabajan en equipo para brindar un servicio de calidad?

SI.... NO....

3. ¿Cree que sus observaciones o comentarios respecto a la mejora del servicio son considerados?

SI.... NO....

Gestión de calidad elementos

4. ¿Se considera un buen líder?

SI.... NO....



Encuesta al propietario

¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la Gestión de calidad y Atención al Cliente en las MYPE rubro pollerías del distrito La Arena de Piura, año 2020, por ello acudo a Ud con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad..... Estado civil..... Genero.....

Nivel de estudios.....

Giro del negocio.....

Años en el negocio.....

Número de trabajadores.....

Tipo de empresa.....

Gestión de calidad – elementos

1. ¿Utiliza un sistema para obtener mejores resultados?

SI.... NO....

2. ¿El tiempo que demandan al momento de atender a los clientes considera que es el adecuado?

SI.... NO....

3. ¿El desempeño de sus trabajadores es el óptimo para que su clientela siga creciendo?

SI.... NO....

4. ¿Considera que su negocio es innovador?

SI.... NO....

Atención al cliente – elementos

5. ¿Cuenta con plan estratégico?

SI.... NO....

6. ¿Mantiene una buena comunicación con sus trabajadores?

SI.... NO....

Atención al cliente – comunicación en la atención al cliente

7. ¿Mantiene una oferta a diferencia de los precios ofrecidos por su competencia?

SI.... NO....



Encuesta al cliente

¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la Gestión de calidad y Atención al Cliente en las MYPE rubro pollerías del distrito La Arena de Piura, año 2020, por ello acudo a Ud con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad..... Estado civil..... Genero.....

Nivel de estudios.....

Atención al cliente – Elementos

1. ¿Los productos ofrecidos por la MYPE cumplen con estándares de calidad y por ende cumplen con los requisitos de higiene y buen estado?

SI.... NO....

Atención al cliente – comunicación en la atención al cliente

2. ¿Se brindan una buena atención?

SI.... NO....

3. ¿Considera que la MYPE cumple con sus expectativas y necesidades de acuerdo a los productos ofrecidos?

SI.... NO....

4. ¿Usted se siente fidelizado por el buen trato y atención de la MYPE?

SI.... NO....

5. ¿Usted considera favorable el ambiente o área en donde se vende el producto?

SI.... NO....

Matriz Indicador - pregunta para el trabajador

Variable	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Dirigido
Gestión de calidad	Principios	Compromiso de las personas	¿Usted se empeña por brindar un buen servicio?	Trabajador
		Enfoque a procesos de mejora	¿Trabajan en equipo para brindar un servicio de calidad?	Trabajador
		Toma de decisiones	¿Cree que sus observaciones o comentarios respecto a la mejora del servicio son considerados?	Trabajador
	Elementos	Liderazgo	¿Se considera un buen líder?	Trabajador

Matriz Indicador - pregunta para el propietario

Variable	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Dirigido
Gestión de calidad	Elementos	Planificación	¿Utiliza un sistema para obtener mejores resultados?	Propietario
		Apoyo y operación	¿El tiempo que demandan al momento de atender a los clientes considera que es el adecuado?	Propietario
		Evaluación del desempeño	¿El desempeño de sus trabajadores es el óptimo para que su clientela siga creciendo?	Propietario
		Mejora continua	¿Considera que su negocio es innovador?	Propietario
Atención al cliente	Elementos	Organización	¿Cuenta con plan estratégico?	Propietario
		Empleados	¿Mantiene una buena comunicación con sus trabajadores?	Propietario
	Comunicación en la atención al cliente	Disminución de los costos	¿Mantiene una oferta a diferencia de los precios ofrecidos por su competencia?	Propietario

Matriz Indicador – pregunta para el cliente

Variable	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Dirigido
Atención al cliente	Elementos	Entorno	¿Los productos ofrecidos por la MYPE cumplen con estándares de calidad y por ende cumplen con los requisitos de higiene y buen estado?	Cliente
	Comunicación en la atención al cliente	Satisfacción de los clientes	¿Se brindan una buena atención?	Cliente
		Obtención de información del mercado	¿Considera que la MYPE cumple con sus expectativas y necesidades de acuerdo a los productos ofrecidos?	Cliente
		Situación de la competencia	¿Usted se siente fidelizado por el buen trato y atención de la MYPE?	Cliente
		Promoción y refuerzo de la imagen de la empresa	¿Usted considera favorable el ambiente o área en donde se vende el producto?	Cliente

LIBRO DE CÓDIGOS - Trabajadores encuestados																		
Gestión de calidad - Principios		Medición	Trabajadores encuestados												Frecuencia		Porcentaje	
N°	Pregunta		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Sumatoria	Total	Sumatoria	Total%
1	¿Usted se empeñan por brindar un buen servicio?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	12	100%	100%
		NO													0		0%	
2	¿Trabajan en equipo para brindar un servicio de calidad?	SI	1	1	1				1		1		1	1	7	12	58%	100%
		NO				2	2	2		2		2			5		42%	
3	¿Cree que sus observaciones o comentarios respecto a la mejora del servicio son considerados?	SI													0	12	0%	100%
		NO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	12		100%	
Gestión de calidad - Elementos																		
4	¿Se considera un buen líder?	SI	1					1			1				3	12	25%	100%
		NO		2	2	2	2		2	2		2	2	2	9		75%	

LIBRO DE CÓDIGOS - Propietarios encuestados									
Gestión de calidad - Elementos		Medición	Propietarios encuestados			Frecuencia		Porcentaje	
N°	Pregunta		1	2	3	Sumatoria	Total	Sumatoria	Total%
1	¿Utiliza un sistema para obtener mejores resultados?	SI				0	3	0%	100%
		NO	2	2	2	3		100%	
2	¿El tiempo que demandan al momento de atender a los clientes considera que es el adecuado?	SI	1	1		2	3	67%	100%
		NO			2	1		33%	
3	¿El desempeño de sus trabajadores es el óptimo para que su clientela siga creciendo?	SI	1	1	1	3	3	100%	100%
		NO				0		0%	
4	¿Considera que su negocio es innovador?	SI				0	3	0%	100%
		NO	2	2	2	3		100%	
Atención al cliente - Elementos									
5	¿Cuenta con plan estratégico?	SI				0	3	0%	100%
		NO	2	2	2	3		100%	
6	¿Mantiene una buena comunicación con sus trabajadores?	SI	1	1	1	3	3	100%	100%
		NO				0		0%	
Atención al cliente - comunicación en la atención al cliente									
7	¿Mantiene una oferta a diferencia de los precios ofrecidos por su competencia?	SI		1		1	3	33%	100%
		NO	2		2	2		67%	

LIBRO DE CÓDIGOS - Clientes encuestados																
Atención al cliente		Medición	Clientes encuestados										FRECUENCIA		PORCENTAJE	
N°	Pregunta		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sumatoria	Total	Sumatoria	total%
1	¿Los productos ofrecidos por la MYPE cumplen con estándares de calidad y por ende cumplen con los requisitos de higiene y buen estado?	SI	0	0	0	0	0	22	0	0	0	24	46	384	12%	100%
		NO	40	40	40	40	40	18	40	40	40	40	0		338	
2	¿Se brindan una buena atención?	SI	32	0	0	0	20	0	0	0	0	0	52	384	14%	100%
		NO	0	40	40	40	12	40	40	40	40	40	40		332	
3	¿Considera que la MYPE cumple con sus expectativas y necesidades de acuerdo a los productos ofrecidos?	SI	0	0	0	0	0	0	0	0	17	0	17	384	4%	100%
		NO	40	40	40	40	40	40	40	40	7	40	367		96%	
4	¿Usted se siente fidelizado por el buen trato y atención de la MYPE?	SI	40	0	0	0	30	0	0	0	0	26	96	384	25%	100%
		NO	0	40	40	40	4	40	40	40	40	14	288		75%	
5	¿Usted considera favorable el ambiente o área en donde se vende el producto?	SI	0	0	0	0	0	22	0	0	0	0	22	384	6%	100%
		NO	40	40	40	40	40	2	40	40	40	40	362		94%	

USER: 45757402

Nro: 082020-00007917
Fecha: 04-02-2020 12:55

CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) RAMOS SERNAQUE RAFAEL JHONATAN , con código de matrícula 1211091066, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

PIURA, 04 DE FEBRERO DEL 2020.


Juliana Asseth Moscol Carbajal
UNIDAD DE CAJA PIURA


Sra. Ana María Chuyes Guevara
ESPECIALISTA CLR

V°B° CAJA

V°B° BIBLIOTECA (*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA
(*)

(*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 01-feb-2020 18:02 -05

Identificador: 1249849841

Número de palabras: 15061

Entregado: 1

informe final Por Rafael Ramos Sernaque

	Similitud según fuente	
Índice de similitud	Internet Sources:	10%
5%	Publicaciones:	0%
	Trabajos del estudiante:	0%

