



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE
COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN
DE CALIDAD, EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS, SECTOR SERVICIOS, RUBRO
POLLERÍAS, CENTRO BELLAVISTA-SULLANA
2019**

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

AUTORA:

**TALLEDO SANDOVAL, ROSSY MARY CARMEN
ORCID: 0000-0001-9237-9748**

ASESOR:

**Mgtr. MUÑOZ AGUILAR, ESTUARDO
ORCID: 0000-0002-9053-8175**

PUCALLPA – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Talledo Sandoval, Rossy Mary Carmen
ORCID: 0000-0001-9237-9748
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de
Pregrado, Sullana, Perú

ASESOR

Mgtr. Muñoz Aguilar, Estuardo
ORCID: 0000-0002-9053-8175
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad
de Ciencias Contables, Financiera y Administrativas, Escuela
Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Mgtr. Pinchi Guerrero, Edwuar
ORCID: 0000-0003-2727-0513

Mgtr. Lozano Ruíz, Roger
ORCID: 0000-0002-8007-0265

Mgtr. Meza Salinas José Luis
ORCID: 0000-0003-2735-8259

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

.....
Mgtr. Lozano Ruíz, Roger
Miembro

.....
Mgtr. Meza Salinas, José Luis
Miembro

.....
Mgtr. Pinchi Guerrero, Edwuar
Presidente

.....
Mgtr. Muñoz Aguilar, Estuardo
Asesor

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradecerle a Dios y a la virgen, por un día más de vida, por el pan de cada día y por mantenernos unidos con salud. A mi madre porque con su esfuerzo, dedicación y apoyo me permite que siga adelante con mis estudios y por su deseo de superarme día a día.

Al docente tutor y a la universidad, por permitir adquirir experiencias y nuevos conocimientos como profesionales. A las MYPES por brindarme información, por su apoyo y tiempo brindado en el desarrollo de las actividades.

DEDICATORIA

A mis madres Paola y Doraliza, y a mi ángel del cielo mi papito Alfredo, por inculcarme buenos valores día a día, por todo su amor, paciencia y por su apoyo incondicional para el logro de mis metas.

A mi hija Daleshka y a mi esposo Wilmer que estuvieron conmigo apoyándome y por la paciencia, ustedes son mi superación día a día.

A mi familia por motivarme y regirme a seguir adelante en el cumplimiento de mis Metas, en especial a mis tíos en el cielo por bendecirme siempre.

RESUMEN

Esta presente investigación se ejecutó con el objetivo de poder describir las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro pollerías, centro Bellavista-Sullana 2019, en esta investigación se manipuló el método cuantitativo-descriptivo, de diseño no transversal-no experimental; se aplicó la técnica de la encuesta, el cuestionario con una población de 5 representantes siendo la muestra la misma por ser pequeña; obteniendo los siguientes resultados: Un 80% tiene conocimiento acerca de la gestión de calidad, del mismo modo el 80% conocen los principios de la gestión de calidad, donde el 80% tiene conocimiento sobre la atención al cliente, como el 80% muestran optimismos al momento de atender a los clientes, y que; el 80% consideran que sus trabajadores trabajan unidos y en equipo para brindar una buena atención. Se concluye que con respecto a la gestión de calidad la mayoría tienen conocimiento sobre este tema, los principios, la mejora continua, y que la mayor parte aplica el ciclo de procesos en su empresa para poder cumplir con las necesidades del cliente; con respecto a la atención al cliente también una gran cantidad tienen conocimiento sobre él y que ofrecen una buena atención al cliente y así poder lograr su fidelización, ofreciéndoles productos de calidad, logrando incrementar su rentabilidad en la empresa.

Palabras clave: Calidad, atención, clientes, producto, servicio, fidelización

ABSTRACT

In this present investigation, it was carried out with the objective of being able to describe the characteristics of quality management and customer service in micro and small companies, service sector, poultry industry, Bellavista-Sullana 2019 center, in this investigation the quantitative method was manipulated -descriptive, non-transverse-non-experimental design; The survey technique was applied, the questionnaire with a population of 4 representatives, the sample being the same because it was small; obtaining the following results: 80% have knowledge about quality management, in the same way 80% know the principles of quality management, where 80% have knowledge about customer service, as 80% show optimism when attending to customers, and what; 80% consider that their workers work together and as a team to provide good care. It is concluded that with respect to quality management, most have knowledge about this subject, the principles, continuous improvement, and that most apply the cycle of processes in their company to be able to meet the client's needs; With regard to customer service, a large number also have knowledge about it and that they offer good customer service and thus be able to achieve their loyalty, offering them quality products, increasing their profitability in the company.

Keywords: Quality, attention, customers, product, service, loyalty

ÍNDICE

1.Título de la investigación.....	
2.Equipo de trabajo	ii
3.Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
4.Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5.Resumen y abstrac.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de gráficos, tablas y cuadros.....	x
I. Introducción.....	xiv
II.Revisión de la literatura.....	24
III. Hipótesis.....	54
IV.Metodología.....	55
4.1.Diseño de la investigación.....	55
4.2. Población y muestra.....	56
4.3.Definición y opreacionalización de las variables e indicadores.....	58
4.4.Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	59
4.5.Plan de análisis.....	59
4.6.Matriz de consistencia.....	60
4.7.Principios éticos.....	61
V.Resultados.....	62
5.1.Resultados.....	62

5.2. Análisis e interpretación de los resultados.....	80
VI. Conclusiones.....	84
Aspectos complementarios.....	86
Referencias bibliográficas.....	87
Anexos.....	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las variables	58
Tabla 2. Matriz de consistencia	60
Tabla 3: Conoce usted el término gestión de calidad	62
Tabla 4. Conoce usted los principios de la gestión de calidad	63
Tabla 5. Esta pollería se enfoca en las necesidades de los clientes	64
Tabla 6. Aplica usted la mejora continua en su empresa	65
Tabla 7. Qué ciclos de procesos utiliza usted para ofrecer un producto de calidad	66
Tabla 8: Cumple con los requisitos de los clientes al momento de ofrecerles sus productos	67
Tabla 9: Es eficaz, eficiente en medir y seguir un proceso adecuado para ofrecer productos de calidad a sus clientes	68
Tabla 10. Conoce usted el término atención al cliente	69
Tabla 11: Ofrece usted a sus clientes un buen servicio de atención al cliente	70
Tabla 12. <i>Su empresa cuenta con procesos formales en atender al cliente</i>	71
Tabla 13. Identifica usted oportunidades para crecer y mejorar a partir de las expectativas de los clientes	72
Tabla 14. Considera usted que sus trabajadores trabajan unidos y en equipo para brindar una buena atención al cliente	73
Tabla 15. Muestra usted y sus trabajadores optimismo al momento de atender a sus clientes	74
Tabla 16. Es observadora sin ser evidente con sus clientes	75

Tabla 17. Considera usted que una buena atención al cliente mejora las ventas de su empresa.....	76
Tabla 18. Considera usted que una buena atención al cliente produce el ingreso de clientes nuevos	77
Tabla 19. Considera usted que la atención al cliente aumenta la fidelización de clientes.....	78
Tabla 20. Considera usted que la atención al cliente le da rentabilidad a la empresa	79

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1: Conoce usted el término gestión de calidad.	62
Figura 2. Conoce usted los principios de la gestión de calidad.....	63
Figura 3. Esta pollería se enfoca en las necesidades de los clientes.....	64
Figura 4. Aplica usted la mejora continua en su empresa.	65
Figura 5. Qué ciclos de procesos utiliza usted para ofrecer un producto de calidad.....	66
Figura 6. Cumple con los requisitos de los clientes al momento de ofrecerles sus productos.....	67
Figura 7. Es eficaz, eficiente en medir y seguir un proceso adecuado para ofrecer productos de calidad a sus clientes.....	68
Figura 8. Conoce usted el término atención al cliente.	70
Figura 9: Ofrece usted a sus clientes un buen servicio de atención al cliente.....	70
Figura 10. Su empresa cuenta con procesos formales en atender al cliente.....	71
Figura 11: Identifica usted oportunidades para crecer y mejorar a partir de las expectativas de los clientes.....	72
Figura 12. Considera usted que sus trabajadores trabajan unidos y en equipo para brindar una buena atención al cliente.....	73
Figura 13. Muestra usted y sus trabajadores optimismo al momento de atender a sus clientes.....	74
Figura 14. Es observadora sin ser evidente con sus clientes.....	75

Figura 15. Considera usted que una buena atención al cliente mejora las ventas de su empresa.....	76
Figura 16. Considera usted que una buena atención al cliente produce el ingreso de clientes nuevos.....	77
Figura 17. Considera usted que la atención al cliente aumenta la fidelización de clientes.....	78
Figura 18. Considera usted que la atención al cliente le da rentabilidad a la empresa.....	79

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la mayor parte de las mypes cuentan con un personal totalmente capacitado, orientados para brindar un buen servicio de calidad y una buena atención al cliente, pero por otra parte algunas mypes no cuentan con ello donde aquí tanto los propietarios como el personal deben ser guiados por un buen servicio de gestión de calidad y una buena atención al cliente para así poder lograr dar un buen servicio y satisfacer las necesidades de los clientes y poder lograr su fidelización.

Según Cortés (2017), define como gestión de calidad que viene a ser un conjunto de acciones y actividades que son emprendidas por la empresa y que generalmente son la función de la dirección, por el cual, es donde determina básicamente la política de calidad, las responsabilidades y sus objetivos que prácticamente se implantan por medios como es el control, la planificación, la mejora y el aseguramiento de la calidad con el propósito de alcanzar los objetivos que están relacionados con la calidad de aquellos productos que se está ofreciendo.

La autora Pérez (2006), menciona que atención al cliente es básicamente un conjunto de actividades y percepciones que son desarrolladas prácticamente por las empresas u organizaciones que están orientadas, identificadas, encaminadas para crear o incrementar, para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes al momento de realizar la compra.

A nivel internacional según Miranda (2014), se cuenta con una gama de criterios donde se identifica la caracterización de las Mypes sobre la atención al cliente y los productos de calidad que ofrecen, como son Países de Francia, México América Latina y el Caribe y de Estados Unidos que ofrecen sus productos según el criterio de

la Ley N°28015. La situación hace un planteamiento de los retos de estos países y a las Mypes referido a diversos temas como la atención al cliente, generación de empleo, calidad del producto, mejora de la competitividad, promoción de las exportaciones y, por lo tanto, el crecimiento del país a tasas mayores al 7% anual. Por ende, esta tasa va a permitir aquel periodo de 15 años que se pueda disminuir el 52% de pobreza, el 20% extrema pobreza y la cual actualmente se tiene las altas tasas de analfabetismo. Esto requiere deducir que posiblemente se podría promover el desarrollo humano en nuestro país, tomando en cuenta a las micro y pequeñas empresas como componente clave. Por el cual, atender satisfactoriamente al mercado de acuerdo a los productos de calidad ofrecidos y la buena atención al cliente exterior que se les brinda, se necesita que las micro y pequeñas empresas, el Estado, los gobiernos regionales, finalmente el sector académico analice aquel proyecto nacional para hacer una diversificación a la oferta en mercancías tradicionales y no tradicionales, servicios, etc.

En Perú según el autor mencionado anteriormente Miranda (2014), menciona que las Mypes son muy importantes e interesantes porque representa básicamente un 95,90% y que se incrementa en un 97,90% si en ese caso se incorporan nuevas pequeñas empresas, por lo que Mype es principalmente la base de la economía y la fuente a futuras puertas de trabajo, el cual donde se realiza investigar sobre las variables del financiamiento y capacitación en las distintas Mype, también prestan un servicio de atención al cliente y se busca la respuesta a la mejora de ello, como también describir cada una de sus características donde según los datos obtenidos en el Ministerio de Trabajo estas brindan y dan oportunidad de trabajo a más del 80% de la (PEA) población económicamente activa y que se contribuye cerca del 45% del PBI que dan oportunidades de empleo para así poder reducir la pobreza, donde a pesar de

todo tanto a nivel nacional como internacional existen inconvenientes que los detienen a seguir creciendo y laborando en el mercado como es el caso de la gestión de calidad en algunos productos. Aquellos que mandan en los negocios tiene un máximo de 50 trabajadores. La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria estimó en el año 2004 las Mypes formales en el Perú son aproximadamente 659,046. Donde en el nacional contexto se crean aquellas condiciones que son fundamentales propuestas que se pueden asumir para que dichos resultados que son positivos de los cuatro años últimos de crecimiento en cierto país pueda servir para cierto periodo, en la que se pueda acercar a niveles que sean suficientes para lograr superar un 7% anual de crecimiento. El cual existe la posibilidad de que dichas políticas que son de distribución equitativa de riqueza podrán sentar nuevas bases para formar una nueva perspectiva nacional, brindándoles a las micro y pequeñas empresas un papel importante en su desarrollo internacional, nacional regional y localmente, y así promover su productividad y competitividad en su perspectiva de poder mejorar cierta participación en aquellos mercados nacionalmente.

También en Perú el sistema financiero Research BBVA (2017), en sus reportes de los análisis económicos, informalidad laboral-Perú de la gestión en atención tomó distintas propuestas para que se puedan reducir, toma en conclusión que solo el 28% de la PEA está ocupada en una Mype y el 63% ya está en una pequeña empresa de forma independiente; cuya última cifra que se encuentra cerca a cierta tasa de informalidad laboralmente en dicho país, de tal forma después de poder considerar a aquellos trabajadores de los hogares y aquellos familiares que no son bien remunerados se identifica en esta parte una alta tasa de informalidad (con el 82.9% en las Mypes con solo diez trabajadores. Por lo que, se estiman a que cierto nivel departamental aquí

la informalidad laboral llega a alcanzar a un 90% (Puno y Ayacucho) y un 85% para (Región Lambayeque). Se establece una brecha primera en aquellos contribuyentes que están inscritos en el RUC de la SUNAT intendencia regional de Lambayeque y el registro Micro y pequeña empresa, comprando así ciertos resultados que son obtenidos con las investigaciones de un sector de financiamiento y varios sectores que van a reflejar aquel nivel de informalidades de la MYPE por el servicio de gestión de calidad y la atención a sus clientes a todos los niveles de la Región Lambayeque y el recaudatorio potencial. Por lo tanto, se va a analizar aquellas informaciones que son reportadas por el instituto nacional de estadística e informática y varios entes que son privados, donde dichas informaciones están vinculadas a la identificación de cierta cantidad estimada de las Poblaciones Económicamente Activas Ocupadas (PEAO) sector Lambayeque. Aquí cierto procedimiento que se detalló nos permitirá poder contrastar aquella hipótesis que se plante en el presente trabajo de investigación.

Por lo consiguiente, mundialmente el pollo a la brasa constituye una de las propuestas más importantes de nuestra oferta gastronómica. Según la Sociedad Peruana de Gastronomía (APEGA) “a más de 60 años de la creación de la receta original del pollo a la brasa, esta especialidad sigue siendo, sin duda, una de nuestras preparaciones favoritas”. (Apega, 2013)

En Lima según Fuentes y Llorens (2005), la gestión de calidad y la atención al cliente son generalmente una excelencia y muy importante para el desarrollo de las Mypes, de acuerdo a lo que exigen en lo que imponen un entorno competitivo, de dinámica y global, en donde gestión de la calidad en las Mypes va a permitir ofrecer productos y servicios que puedan satisfacer aquellas necesidades de los clientes, y por

tanto se pueda poner mejor de forma continua en la empresa acompañado de una excelente atención que les brinden a sus clientes. Por ende, tiene ventajas donde puedan ofrecer implementación de la gestión de calidad total, sus modelos. Este índice de satisfacer a los clientes, su rentabilidad y sus ventas de la empresa suben, o bajan los costos. Por otro lado, la gestión de calidad y la atención es fundamental porque da favor que es integrada y motivada en los trabajadores de las MYPES, donde se actúa de manera eficaz en el clima laboral. Aquel, también aquellos que benefician afirman de la gestión de la calidad en las MYPES viene a ser aquel enfoque gerencial básico donde se mejora la competitividad de las empresas.

En Piura según Palomo (2014), la atención al cliente en las Mypes se introduce en el mundo de la comunicación, donde este se hace centrar en sus elementos, el proceso comunicativo, las barreras donde surgir y los tipos de comunicación el cual se necesita conocer para hacer partícipe de la motivación que se necesita en la atención al cliente. Pues está centrado en aquella actuación del vendedor profesional en las Mypes que se analizan varios tipos de clientes donde se utilice el tratamiento y normas de cortesía respectivos, que se podrá descubrir gustos y necesidades y así obtener su fidelización. Para también no olvidar el uso de las nuevas tecnologías en la atención al cliente que trata generalmente de las quejas, reclamaciones y sugerencias que este plantee en los clientes, el protocolo a seguir, la documentación, las herramientas y programas informáticos de gestión que puedan utilizarse, también en gestionar la forma de atender al cliente. Los negocios siempre se han identificado con la competitividad que existen en esta; donde competir con los mercados, por los territorios, por los lugares en los que se va desarrollando la venta al por menor, para ellos es un gran reto aplicando nuevas estrategias y sobre todo ofreciendo productos

que realmente sean buenos con una excelente atención y así lograr tener éxito en sus negocios.

En el distrito de Bellavista hoy en día la calidad y la atención ha ocupado un lugar muy importante dentro de las empresas ya sean micro o macro empresas, y es que los clientes son cada vez más exigentes y sobre todo que la competencia va aumentando y que cada una de estas empresas buscan lo mejor, las mejores estrategias para poder atraer la clientela y así poder lograr el éxito de la empresa; y más aún cuando son del rubro de pizzerías en donde lo que busca es poder mejorar la atención en el servicio de calidad. Existiendo un enorme aumento dentro del sector de las comidas rápidas, haciendo que genere un mayor consumidor del producto y servicios, es por ello que siempre buscan brindar un servicio de calidad dándose diferentes teorías acerca de este tema y cada una de las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las Mypes.

Donde para lograr resolver estos casos se ha determinado el problema que se ha identificado en esta presente investigación es ¿Cuáles son las principales características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro pizzerías sector centro Bellavista, Sullana 2019? Por lo tanto, otros problemas específicos evidenciados son: 1. ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en las Mypes, sector servicios rubro pizzerías centro Bellavista, Sullana 2019?; 2. ¿Cuáles son las principales características de la atención al cliente en las Mypes, sector servicios rubro pizzerías centro Bellavista, Sullana 2019?; 3. ¿Cuál es la vigencia de la atención al

cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las Mypes, sector servicios rubro pollerías centro Bellavista, Sullana 2019?

Como objetivo general se ha planteado: Describir las principales características de atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro pollerías centro Bellavista, Sullana 2019. Así mismo se plantean como objetivos específicos: 1. Determinar las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro pollerías centro Bellavista, Sullana 2019; 2. Establecer las principales características de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro pollerías centro Bellavista, Sullana 2019; 3. Evaluar la vigencia de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro pollerías centro Bellavista, Sullana 2019.

Por otra parte, esta investigación se justificó en la parte teórica ya que la gestión de calidad y atención al cliente es de suma importancia para las Mypes, donde el objetivo del desarrollo de estas pequeñas empresas, es que todo negocio depende de los clientes, la buena calidad o trato que se le das obteniendo así el éxito de la micro empresa, además tener la estabilidad necesaria para así tener la confianza de nuestra clientela y de nuestro personal que también es una clave fundamental para obtener los resultados positivos, si tenemos en cuenta la motivación de nuestro personal ya sea los que brindan la atención como el personal de cocina.

Desde un punto de vista muy importante de la diferencia de tener el mismo personal y no estar rotando teniendo en cuenta que son personas experimentadas en el

ámbito en este caso de una pollería , y el tener que contratar un nuevo personal seria empezar de cero ya que no esta tan involucrado en este medio laboral este es una de las características dentro de la gestión de calidad ya que los clientes en su gran mayoría regresan al mismo sitio por la buen atención, un buen trato y obviamente por la comida rica, obteniendo como resultado la demanda de más ingresos que egresos.

Por lo consiguiente en esta investigación se justificó la problemática a través de conceptos básicos de las diferentes características de la gestión de calidad y la atención al cliente, el cual podría ayudar a una mejora en las diferentes pollerías del centro de Bellavista y así aportar al conocimiento existente sobre estas características, para una toma de decisiones dentro de cada una de ellas, donde va a tener como finalidad poder indagar sobre esta problemática para así poder presentar algunas alternativas o soluciones, y entender o comprender que si no se llega a poder cubrir las necesidades de los clientes se va a demostrar las insatisfacciones de los clientes.

También se justificó en su parte práctica ya que está presente investigación se realizó en las diferentes pollerías del centro de bellavista, escogido este lugar porque el comercio es muy numeroso y existe la necesidad de poder satisfacer a nuestros clientes y es que todo depende de la buena gestión de calidad y atención , ya que el éxito es tener una buena organización en donde la gestión de calidad debe mantener la satisfacción equilibrada de las diferentes pollerías que están situadas en el centro de bellavista tiene que cubrir las necesidades y expectativas ya sea en todas las partes interesadas, dándole así a la microempresa la rentabilidad, el crecimiento y la seguridad , para evitar pérdidas dentro del negocio.

Esta investigación estuvo basada a un enfoque metodológico de tipo cuantitativo porque es para la recolección de datos y la presentación de los resultados donde se aplicó la técnica de la encuesta, instrumento el cuestionario el cual se le aplicó a los representantes de las pollerías del centro de Bellavista, donde también se utilizaron instrumentos y procedimientos estadísticos, y fue de nivel descriptivo, debido a que solo se limitaron a describir las características de las variables en estudio y de diseño no experimental-transversal porque se realizó, analizó y midió sin hacer ninguna manipulación deliberada ninguna variable donde también concuerda con el tiempo y el momento en que se hizo la recolección de datos

II. Revisión de la literatura

2.1. Antecedentes

Internacional

Del Cid (2018), en su trabajo *Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa*, tuvo como objetivo general determinar la calidad del servicio y satisfacción de los clientes de dicha empresa. El método que se utilizó fue de tipo descriptivo, cuantitativo, de diseño no experimental, se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario estructurado con 24 preguntas, cuya población estuvo compuesta por 6000 clientes dando como resultado una muestra de 361 clientes. Se obtuvieron los siguientes resultados: El 70% recibieron respuesta a sus reclamos considerándola buena, el 15% respondieron excelente y otros 15% indicaron que fue regular. Por lo consiguiente, el 40% califica las instalaciones del restaurante como buenas, el 33% estableció que regular y el 14% indicó que excelente. Sin embargo, el 9% aprecia las instalaciones en malas condiciones y un 4% como muy malas. También el 37% califican la temperatura ambiente de las instalaciones del restaurante como regulares, un 26% indicó que la temperatura es buena, el 19% dijo que es malo y el 14% la califico de excelente. El 55% respondieron que la disponibilidad de mesa en el restaurante es buena, mientras el 41% excelente y el 7% regular. El 38% reportaron que la higiene y condiciones en que se encuentran los baños son regulares, el 21% lo califica como malo, y el 19% como bueno. El 52% califica los alimentos y bebidas que ofrece el restaurante como buenos, el 42% como excelente y el 6% regular. Así el 86% de los clientes están satisfechos y el 14% quedaron insatisfechos con la atención; el autor concluye que dichos clientes perciben totalmente la calidad del servicio como aceptable

o buena, estando completamente satisfechos con la mayoría de ellos, que fueron calificados de regular y malos logrando así cumplir con su meta propuesta.

Chang (2016), en su trabajo *Atención al cliente en los servicios de la municipalidad de Malacatán San Marcos año 2016, Guatemala*, tuvo como objetivo general identificar cómo es la atención al cliente, en los servicios, de dicha empresa; el método utilizado en esta investigación fue de tipo descriptivo, cuantitativo, de diseño no experimental, donde se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario estructurado por 22 preguntas; cuya población fue de 56,114 personas y una muestra de 170 usuarios. Se obtuvieron los siguientes resultados: Las edades de 31 a 40 años, con el 34%; un 26% comprendido entre las edades de 21 a 30 años y entre 41 a 50 Años el 25%; y por último un 1% de usuarios de 61 años o más; el 59 % de personas que demandan, servicios de la Municipalidad de Malacatán, son del área urbana y un 41%, del área rural; el 77% de los usuarios, efectúa trámites particulares; un 17% para una comunidad en particular y un 6% para una empresa o institución; el 68% fue recibido por el guardia de seguridad, un 18% por el dependiente de información y atención al cliente y un 14% que no fue recibido por nadie; el 46% cataloga el servicio como bueno. Un 31% como regular y un 14% no emitió opinión; un 6% malo y tan solo un 3% muy bueno; sobre orientación al cliente El 51% la considera como buena, un 34% de regular, un 9% como mala; un 7% como muy buena, un 1% como pésima y por último un 1% como nula; comunicación verbal El 51% considera que el tono de voz, es normal, un 31% que es agradable; un 11% muy agradable, un 5% que es desagradable y un 2% considera que es muy desagradable; Un 49% de las personas encuestadas, calificó el trato que le proporcionaron los colaboradores de la municipalidad que le atendieron, como bueno; un 29% lo calificó como regular; un 10% como muy bueno,

un 9% como malo y un 2% como pésimo. El autor concluye que la atención al público desde su ingreso se considera regular, ya que desde su ingreso no se cuenta con un directorio a la vista de los usuarios y dependiendo de quién se encuentre en ese turno, no todos son amables y corteses misma situación se da en lo que respecta en la recepción de esta, por ello no se lograron los resultados esperados.

Nacional

Rosas (2019), en su trabajo de investigación *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019*, tuvo como objetivo general determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad de dichas empresas; el método utilizado en esta investigación fue de tipo descriptivo, cuantitativo, de diseño no experimental, donde se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario estructurado por 18 preguntas; cuya población muestral fue de 33 restaurantes. Se obtuvieron los siguientes resultados: Un 66.67% de los representantes tienen de 31 a 50 años, el 60.61% son mujeres, también un 42.42% cuentan con un grado de instrucción secundaria, un 78.79% son dueños, el 66.67% permanecen de 7 años a más de en el cargo, el cual un 81.82% de las micro y pequeñas empresas tienen 7 años a más tiempo de permanencia en el mercado, totalmente el 100% de las micro y pequeñas empresas señalan que su objetivo principal es generar ganancia, el 51.52% cuentan de 3 a 5 trabajadores, y que un 66% trabajan como persona natural. Un 42.42% señalan que aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, un 93.94% señalan que el trabajador siempre está disponible para escuchar al cliente, un 45.46% señalan que el personal está capacitado para atender al cliente, el 84.85% indican que el personal

es comprensivo y amable con el cliente, también el 81.82% indican que el cliente comprende toda la información brindada por el personal, un 51.52% señalan que no existe un tiempo establecido para atender al cliente. De tal manera, un 69.70% señalan que la atención al cliente es fundamental para el regreso del cliente, el 75.76% indican que no cuentan con un buzón de sugerencias, un 60.61% indican que el trabajador no brinda una atención personalizada y un 63.64% señalan que el establecimiento, equipos y herramientas son atractivos. El autor concluye que la mayoría de los representantes desconoce la gestión de calidad en la atención al cliente, por lo tanto, reconocen que contribuye al rendimiento de sus negocios.

Medina (2018), en su trabajo de investigación *Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las mypes rubro pollería del distrito de Vice –Sechura año 2018*, tuvo como objetivo general qué características tiene la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE; el método utilizado en esta investigación fue de tipo descriptivo, cuantitativo, de diseño no experimental, donde se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario estructurado por 29 preguntas, cuya población estuvo compuesta por 12 trabajadores y una muestra de 68 clientes. Se obtuvieron los siguientes resultados: “Enfoque al cliente”, afirmaron el 100% que si consideran importante el enfoque al cliente, el 75% consideran al cliente como una expectativa elevada respecto al servicio, mientras que el 25% No lo consideran, “El Liderazgo ejercido prioriza el servicio al cliente, el 75% sostuvieron que Sí consideran que el liderazgo, mientras que el 25% No, “Los recursos tecnológicos orientados a servir al cliente”, el 75% Si utilizan, el 25% opina que No, “Los recursos tecnológicos de alta calidad”, para el 75% Si utilizan 25% No afirman “Relación entre los trabajadores”, el 50%, compromiso de los empleados con los clientes el 58% de los empleados Si, el 42%

No, los clientes comunican sus incomodidades o quejas, 17% siempre, el 75% que A veces, mientras que el 8% que Nunca, el propietario toma en cuenta las quejas de los clientes el 58% de A veces, el 42% refirió que siempre, el trabajo en forma conjunta al realizar las actividades, el 50% a veces cabe resaltar que 33% indican que Si y el 17 no. El autor concluye que respecto a los resultados que han sido entre bajos y altos se tomó la decisión 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.

Estrada (2016), en su trabajo *La gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en el posicionamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, ciudad de Santa, 2016*, tuvo como objetivo general determinar la influencia de la Gestión de Calidad bajo el enfoque del marketing en el posicionamiento de las mypes; el método utilizado en esta investigación fue de tipo descriptivo, cuantitativo de diseño no experimental, se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario estructurado por 33 preguntas, cuya población estuvo compuesta por 20,532 personas dando como muestra a 263 clientes. Se obtuvieron los siguientes resultados: Debido a la Gestión de Calidad y Marketing el 57,4% están de acuerdo en que la que la empresa está en línea a la calidad. El 78,7% está también en acuerdo que una buena gestión debe estar enfocada a satisfacer las necesidades de los clientes. El 51% está de acuerdo en que la empresa está organizada. Donde el 91,6% también tuvo conocimiento de esta pollería por algunas recomendaciones. De tal manera, el 41,8 % está en acorde de que la pollería está atenta a las preferencias y gustos de sus respectivos clientes. Pues el 64,6% está muy de acuerdo de que estas empresas hagan un sorteo de premios para así poder incentivar su consumo. El 51% está muy de acuerdo en el precio.

En cuanto al Posicionamiento: El 77,6% está generalmente de acuerdo que está en un buen lugar. Donde también el 70% espera ser atendido sin mucha demora. Pues el 62,3% también está en acorde por la diferencia del sabor, atención y precio. El 60,1% también opinan que aquellas razones por el cual asisten a esta pollería es porque realmente preparan el mejor y exquisito pollo a la brasa. Y el 32,3% están pendiente en estos momentos a la pollería. El autor concluye que la Gestión de Calidad bajo el enfoque del Marketing entra directamente en el Posicionamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro pollerías, Ciudad de Santa, 2016 logrando así sus objetivos propuestos logrando dar rentabilidad a dichas empresas.

Regional

Villacorta (2018), en su trabajo *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Mype del sector servicio – rubro restaurante, urbanización los jardines, Trujillo 2018*, tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en dichas empresas; el método utilizado en esta investigación fue de tipo descriptivo, cuantitativo, de diseño no experimental, donde se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario estructurado por 23 preguntas cuya población muestral fue de 11 mypes; se obtuvieron los siguientes resultados: Primeramente, el 91% de estos representantes de las micro y pequeñas empresas tienen generalmente de 1 a 5 trabajadores. Donde el 64% de los representantes de las Mypes que se encuestaron conocen generalmente el término atención al cliente. También el 100% de los representantes hacen aplicación de la gestión de calidad en el servicio al cliente. El 92% de estos empresarios de las Micro y pequeñas empresas manifiestan totalmente que si es totalmente fundamental la atención al cliente para que este regrese. El 64% de los representantes de las Mypes

hacen utilización de la comunicación. Y por último el 82% nos confirman en sí que se brinda una buena atención al cliente. El autor concluye que el 91% tienen de 1 a 5 trabajadores y el 64% conocen el término atención al cliente. El 100% aplican directamente la gestión de calidad en la atención al cliente. El 92% si es muy fundamental la atención al cliente para que este regrese. El 82% brindan totalmente una buena atención al cliente. El 36% opina que una mala atención se da por una mala organización de los trabajadores, donde se obtienen buenos resultados de acuerdo a lo propuesto.

Villalta (2017), en su trabajo *Caracterización de la atención al cliente y capacitación en las mypes rubro restaurantes de la calle Tacna del cercado de Piura, año 2017*, tuvo como objetivo general establecer directamente las características de la atención al cliente y en la capacitación de estas empresas; el método utilizado en esta investigación fue de tipo descriptivo, cuantitativo, de diseño no experimental, donde se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario estructurado por 23 preguntas, cuya población estuvo representada por 160 clientes y una muestra de 32 trabajadores. Se obtuvieron los siguientes resultados: En un 70,6% si consideran la atención como rápida y ágil; mientras que un 29,4% indica que no. El 73,1% los clientes interpretan que aquellas MYPES cuentan directamente con el uso de materia prima y también con insumos de primera calidad, en otro lado, el 26,9% señala que no. El 76.2% consideran directamente que aquel personal sí está totalmente calificado para una buena atención. Por lo tanto, el 23.8% demuestra que no. El 80% menciona que los restaurantes, están directamente enfocados en sus actividades para el cliente donde un 20% no. El 79.4% menciona que aquellas MYPES, restaurantes, dan proyección a una buena imagen que es la adecuada para sus principales actividades y un 20.6% no. Un

80.6% se sienten satisfechos con la atención y un 19.4% no. Un 51.3% tienen preocupación por tener conocimiento sobre las expectativas y necesidades en el término de atención y en requerir productos y un 7.5% indican que no. El 58.8% mencionan que las MYPES de rubro restaurantes, no cuentan principalmente con dichas promociones y el 41.2% que sí. Un 78.8% se concentran en poner un énfasis primordial para lograr fidelizar a dichos clientes y 21.2% que no. El 80% mencionan que aquellos restaurantes sí cuentan directamente con la variación de platos exquisitos en la carta; y que el 20% menciona que no, un 90,6% que no se planifican capacitaciones un 9,4% que sí. Un 96,9% menciona directamente que no hay evaluación del rendimiento para poder diseñar diversos planes de generar capacitación, por lo tanto, un 3,1% menciona que sí. El autor concluye que, en cuanto a estos términos de factor en la atención al cliente, la mayor parte en estos mencionan en sí una adecuada capacidad de respuesta de atención, respecto a la estrategia de atender al cliente; aquí la mayor parte de clientes se consideran totalmente en acorde con la atención brindada, para así evidenciar un esfuerzo por lograr la fidelización de los clientes, logrando obtener metas sobre algunos objetivos por falta de la capacitación en el restaurante.

Bueno (2016), en su trabajo *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urb. 21 de Abril, Chimbote, 2016*, tuvo como objetivo general determinar generalmente las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en dichas empresas; el método utilizado en esta investigación fue de tipo descriptivo, cuantitativo, de diseño no experimental, donde se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario que estuvo estructurado por 22 preguntas, cuya población muestral fue de 8 Mypes. Se obtuvieron lo siguiente: Primeramente, Un 62,5% de aquellos

representantes tienen 31 a 50 años de edad. Donde un 50% determinan ser de ambos sexos generalmente. También un 75% de los que se encuestaron son propietarios o dueños de aquellos restaurantes. Un 62.5% de Mypes vienen operando entre 4 a 6 años en el restaurante. Un 87.5% de aquellos que se encuestaron no trabajan con familiares. También un 62.5% de aquellos representantes generalmente no tiene conocimiento sobre gestión de calidad. Un 62.5% usan directamente la atención al cliente como elemento primordial de gestión. Un 75% aquellos representantes están seguros que aquella dificultad en implementar el término de gestión de calidad es porque verdaderamente no se acostumbran y se centran a aquel cambio. Donde un 62.5% de aquellos representantes están seguros que la gestión de calidad mejora generalmente el rendimiento y rentabilidad de sus empresas. También un 62.5% de aquellos que representan las micro y pequeñas empresas conocen en sí el tema de atención al cliente. Un 50% aquellos que representan las Mypes hacen utilización de confiar que es útil como elemento principal en dar un servicio de calidad al cliente. Un 62.5% toman en cuenta que la atención que se brinda es totalmente buena. El 51% reconoce en sí que se está brindado una atención mala porque no se cuenta con personal suficiente. Y por último un 37.5% de aquellos representantes logran totalmente conseguir la fidelización de aquellos clientes. El autor concluyó que la mayor parte de las MYPES aplicaron directamente el término gestión de calidad en la atención al cliente, pues ya hacen utilización de confiar, ya que es una clave primordial para poder lograr en sí la fidelización de los clientes, logrando así obtener buenos resultados de acuerdo a los objetivos planteados.

Local

Gutiérrez (2020), en su trabajo de investigación *Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en la Mype "Tonderos restobar" distrito de Sullana, año 2018*, tuvo como objetivo general fue determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente en dicha empresa; el método utilizado en esta investigación fue de tipo descriptivo, cuantitativo, de diseño no experimental, donde se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario estructurado por 20 preguntas, cuya población fue de 68 clientes y un muestra de 10 trabajadores y 68 clientes. Se obtuvieron los siguientes resultados: un 90% respondió que la empresa si tiene objetivos empresariales establecidos, el 10% respondió que la empresa no cuenta con este criterio requerido, también un 70% consideró que, sí se toman en cuenta su participación en el desarrollo de las actividades, mientras el 30% no, un 70% de ellos respondió que en la empresa en estudio si toman en cuenta documentos para el control de sus procesos, mientras el 30% no, el cual un 80% de ellos respondió que, sí se establecen políticas que garanticen el cumplimiento de los objetivos, mientras el 20% no, un 70% mencionó que, sí considera que se deben implementar cambios en la organización, mientras el 30% no, el 100% respondió que sí existe una persona encargada de supervisar sus funciones, un 100% considera que sí se han realizado modificaciones para garantizar la mejora continua, donde un 70% respondió que la organización cuenta con alianzas estratégicas, mientras un 30% no, de tal manera el 67,65% respondió que considera que los atienden amablemente, mientras un 32,35% no, el 76,5% considera que la empresa le trasmite la confianza necesaria para garantizar su retorno; también un 73,5% de ellos respondieron que el encargado de su atención se mostró empático, el 55,9% respondieron que consideran que el restobar posee un horario de atención adecuado, mientras un 44%1 no. E autor concluye que la empresa utiliza algunos de los principios involucrados para

la gestión de calidad, hace uso de estrategias como la toma de decisiones, amabilidad y profesionalismo para poder tener a su favor al cliente de Tonderos Restobar, ya que utiliza factores que le ayudan a contribuir a la mejora, aunque no se logra identificar perfectamente que se haga uso como base los valores en su atención o forma de trato laboral.

Campos (2018), en su trabajo de investigación *Caracterización de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de servicios rubro restaurantes en el distrito de Sullana año 2018*, tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en dichas empresas; el método utilizado en esta investigación fue de tipo descriptivo, cuantitativo, de diseño no experimental, donde se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario estructurado por 21 preguntas; cuya población fue de 40 Mypes y su muestra de 386 clientes. Se obtuvieron los siguientes resultados: Un 80% de los encuestados indica que conocen el término gestión de calidad, mientras el 20% no, también un 65% menciona que la empresa donde consume alimentos no tiene ventaja frente a su competencia por tener un sistema de calidad, mientras un 35% sí, un 66% menciona que alguna vez ha recomendado o sugerido a la empresa a sus amistades, mientras un 34% no, un 100% afirman que tiene conocimiento en el proceso de los alimentos, un 71% mencionan que la empresa ha mejorado sus productos y servicios por el sistema que ha implementado, mientras el 29% no, también un 73% mencionan que la empresa no tiene responsabilidad y objetivos establecidos a favor de los clientes, mientras el 27% sí, un 81% mencionan que el restaurante satisface sus necesidades y supera sus expectativas como cliente, mientras un 19% no, un 80% mencionan que no existe liderazgo en la empresa donde consume productos alimenticios, mientras el 20%

no, un 84% indican que el personal que le brinda el servicio es eficiente y está motivado al momento de atenderlo, mientras un 16% no, un 78% indican que el personal es amable y cordial al momento de brindarle el servicio, mientras el 22% no. Por lo consiguiente un 51% indican que cuándo ha presentado alguna queja, el personal le ha pedido disculpas sinceras y le ha brindado las soluciones del caso, mientras un 49% no, también un 74% indican que el personal no está capacitado para brindar un buen servicio, mientras un 26% no, un 70% indican que el servicio que brinda el restaurante es rápido, personalizado y cómodo, mientras un 30% no. El autor concluye que los principios de Gestión de la Calidad al cual utilizan los propietarios de estas empresas de servicio rubro restaurantes es el enfoque al cliente porque este considera en sí a que sus clientes vienen a ser el elemento más importante para el crecimiento de su negocio, por ello es que satisface las necesidades y sobre todo supera las expectativas de los mismos; y también los beneficios de Gestión de Calidad que obtienen los restaurantes en el distrito de Sullana es resultado del buen incremento de la rentabilidad, mejoramiento de la organización con una mejor comunicación fluida por el personal, aumento de ventas, y sobre todo la fidelidad de los clientes.

Nole (2018), en su trabajo de investigación *Características de la gestión de calidad y atención al cliente del negocio Ortiz del distrito de Sullana, año 2018*, tuvo como objetivo general fue determinar las características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente de dicha empresa; el método utilizado en esta investigación fue de tipo descriptivo, cuantitativo, de diseño no experimental, donde se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario estructurado por 30 preguntas, cuya población fue de 20 trabajadores y una muestra de 121 clientes. Se obtuvieron los siguientes resultados: un 45% mencionan que cumple las expectativas del cliente,

también un 40% señalaron que usan motivación al personal, un 40% afirman que están satisfechos por los resultados obtenidos, un 41% afirman que los clientes establecen preguntas respecto al producto, un 37% mencionan que recurren a empresas de prestigio, un 41% que los clientes fieles reclaman un buen servicio, un 50% que los clientes tienen buen trato al personal, un 38% que los clientes reclaman para que los atiendan, un 42% mencionan que están de acuerdo en recibir más información, un 50% señalaron que los clientes recurren empresas de más confianza, un 38% señalaron que los clientes utilizan un lenguaje adecuado. También un 45% mencionó que siempre lleva a cabo etapas de planificación, donde un 35% a veces, y un 20% no, el 45% consideró que siempre establece el control para las actividades, donde un 40% consideró que a veces, y un 15% no, también un 42% destacaron que a veces, un 32% mencionó que siempre, y un 26% que no. El autor concluye, que las empresas de hoy en día se preocupan por ofrecer productos y por los servicios de calidad, lo cual, también por una adecuada atención para los clientes.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Atención al cliente.

Solórzano y Aceves (2013), mencionan su definición que atención al cliente viene a ser un conjunto de aquellas actividades que se desarrollan en las empresas u organizaciones donde están orientadas al mercado, y donde se encaminan para poder hacer una identificación de aquella necesidad en la compra que desean los clientes y así poder satisfacerlas donde se tiene que lograr cubrir e incrementar aquellas expectativas para poder satisfacer a nuestros clientes y es muy importante debido a que la competencia se vuelve cada vez más feroz, por que aquellos productos que se encuentran en oferta suben eficazmente, donde se encuentran en distintas variaciones, por lo que se necesita hacer un ofrecimiento de un valor agregado, donde aquí aquellos competidores se equiparan en calidad y precio, por lo que se busca una diferenciación.

De tal manera estos mismos autores tomado de Thompson (2009) da un concepto como cliente que viene a ser directamente aquella persona, empresa u organización que compra, desea, necesita o adquiere voluntariamente productos y/o servicios para ellos, para otra persona u organización; por lo tanto, este es aquel motivo primordial por los que se hace una creación de estos, donde, fabrican, comercializan y producen sus productos y/o servicios. También mencionan que para una buena y excelente atención al cliente es muy imprescindible que este consiga su fidelidad siguiendo los siguientes componentes: Una Atención personalizada, rapidez en la atención, buena amabilidad, comodidad, un ambiente que sea agradable, higiene y sobre todo seguridad donde cuyo objetivo es manejar la satisfacción en hacer una producción de positivas percepciones que mejoren el servicio. Donde aquí se logre aquel valor que este percibido en nuestra

marca donde por lo tanto este concierne una buena mejora en la atención y en el servicio al cliente.

También Carrasco (2018), nos dice que atención al cliente es directamente aquel servicio que proporciona una empresa con el objetivo de relacionarse en sí con los clientes y de anticipar sus necesidades logrando sus satisfacción, ya que esta es una herramienta fundamental y eficaz para interactuarse, comunicarse con aquellos clientes y así brindar un adecuado asesoramiento y estar seguro de usar de manera correcta un producto y/o servicio.

2.2.1.1. proceso de atención al cliente.

El autor Escudero (2012), define que el proceso de atención al cliente generalmente es un conjunto de actividades que se caracteriza y se relacionan entre sí para poder obtener y responder de manera satisfactoria las necesidades y expectativas de los clientes, y así lograr su fidelización.

Según el autor Izquierdo (2018), nos dice que el proceso para atender al cliente viene a ser una actividad diaria que se realiza en el momento en que se recibe la primera llegada y contacto de un comprador o usuario resolviendo sus consultas o dudas dándoles buen trato y finalmente despidiéndose de él. Por ende para llevar a cabo esto se realiza a través de fases que son primordiales para desarrollar y conseguir un servicio de buena calidad, el cual son:

- Contacto con el cliente
- Escuchar y atención de información
- Resolución de sus dudas o problemas de algo que necesiten

- Despedirse adecuadamente después de haberlo atendido y haber logrado resolver algún problema o duda.

2.2.1.2. fidelización de atención al cliente.

Mesén (2011), define por fidelización que es la relación directa con el nivel de satisfacción y con la habitualidad del cliente para poder hacer una compra o hacer uso de algún servicio, es una herramienta que mejora el nivel de satisfacción donde facilita aquella consecución de lealtad del cliente y por lo tanto su fidelización, lo cual persigue a obtener aquella atención del cliente para así poder desviar a cualquier competidor por la diferenciación de aquel producto y/o servicio donde se toma en cuenta sus necesidades, su valor de dicho cliente, donde es primordial y importante beneficiar a la fidelización de clientes porque viene a ser la mejora de la rentabilidad de una empresa que se deriva de la incrementación de aquellas ventas que están repetidas, también la creación de las referencias hacia otros clientes, la incrementación de ventas que se encuentran cruzadas, reducir el riesgo de nuevas expectativas, la disminución de los costes de aprendizaje y por último la disminución de los costes de adquisición de clientes.

También Alcazar (2017), aporta en su libro que la fidelización del cliente posee una cartera de dichos clientes donde generan rentabilidad a largo plazo, y que este es fundamental para que la organización se mantenga y pueda llegar al éxito y que para que exista una fidelización eficaz y efectiva tienen que lograr que el cliente predisponga favorablemente aquellos productos que ha frecido la empresa donde el que consume perdura en tiempo, compra y hace uso de aquellos productos, para que así aquella empresa pueda beneficiarse con dicho cliente. La autora también hace mención de lo siguiente:

- **Factores de Fidelización.** Estos factores son fundamentales para un proceso de fidelización: Satisfacción del cliente, mantenimiento del proveedor (identificar, atraer y mantener), comparación con aquellos productos que están en competencia.
- **Estrategias de Fidelización.** Esta se basa de acuerdo a los pasos anteriores, donde la estrategia que usa más es el CRM que viene a ser las gestiones que están basadas en examinar y conocer generalmente la información detallada con el fin de que estos se mantengan en la empresa, que consisten en: Que se establezca un compromiso total con dichos clientes la cual se basa en la calidad de dichos productos, también se pone en práctica aquellas técnicas que sirven para hacer medición de las situaciones donde definen el contacto de la calidad de dicho cliente, que se contrate personal que este totalmente capacitado para que tenga y desarrolle una buena relación con el cliente donde también pueda correctamente administrar alguna queja que haya y que se debe fidelizar clientes con aquellos factores que además de económicos sean emocionales.

2.2.1.3. herramientas de fidelización.

Para llevar a cabo la satisfacción del cliente, las empresas hacen un desarrollo y aplican las siguientes herramientas:

- **Líneas telefónicas para atender al cliente.** Aquí algunas empresas utilizan este medio para solventar cualquier consulta del cliente, tratar cual motivo de insatisfacción, cursar sugerencias y detectar deficiencias de aquel consumo.
- **Programas y tarjetas.** Aquí algunas empresas también hacen desarrollo de programas de fidelización como programas por puntos, descuentos, ofertas,

de trato preferencial, etc, donde el instrumento para que se concreten estos programas son las tarjetas que pueden ser bancarias o de tienda para así poder ver un aumento de las compras de sus productos y/o servicios.

- **Posventa en la fidelización.** se refiere en sí al conjunto que después de la venta este tiene un lugar como el soporte técnico, aplicación de la garantía y gestión de quejas, lo cual su objetivo primordial de este es crear en sí diferencias que sean sostenibles para la competencia y que permanezcan y se mantengan en el tiempo. Donde en la posventa está relacionada con la calidad, el buen trato y el buen servicio personalizado.
- **Estrategias para ganar y mantener a los clientes.** Como la comunicación, la expresión del Cliente, y la flexibilidad del personal.

2.2.1.4. características de atención al cliente.

Según los mismos autores ya mencionados en el texto anterior Solórzano y Aceves (2013), nos detallan que la clave primordial de diferenciar está en cómo se hacen las cosas para lograr nuestros objetivos, ahí la gestión de calidad es la herramienta muy importante que nos va a permitir sobrevivir en aquellos niveles exigentes de hoy en día en la competencia de los mercados porque cuando llega el momento de enfrentar a nuestros clientes es ahí donde la prioridad principal siempre va a ser la calidad de los productos que ofrecemos y la mejora de calidad de aquellos servicios, donde para eso debemos tener en cuenta las siguientes características para un buen servicio de calidad al cliente y sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes:

- **Formalidad:** Aquí en esta principal característica debe de haber mucha honestidad en la forma y en la hora de actuar teniendo la capacidad para poder comprometerse en cualquier asunto que sea de integridad o seriedad.
- **Iniciativa:** Aquí la persona debe ser dinámico y activo para actuar en diferentes situaciones y así poder dar una respuesta concreta a cualquier inquietud o problema que se presente.
- **Ambición:** La persona debe tener deseos que sean inagotables por crecer y mejorar, teniendo el afán de superar y crecer más.
- **Autodominio:** Aquí deben tener la máxima capacidad de mantener el control de su emoción y cualquier aspecto de la vida.
- **Disposición de servicio:** Aquí los trabajadores deben contar con una disposición natural, que no sea forzada para ayudar, servir y atender a los clientes de manera digna y entregada.
- **Don de gentes:** Aquí deben tener la máxima capacidad para poder establecer una relación afectuosa y de calidad con las demás personas.
- **Colaboración:** Aquí tiene que ser una persona que le agrada y le gusta siempre trabajar en equipo para la obtención de algún objetivo.
- **Enfoque positivo:** Aquí se trata de tener la capacidad para poder ver siempre con optimismo un lado bueno de las cosas.
- **Observación:** Esta viene a ser la habilidad para poder fijar o captar pequeños detalles que no sean evidentes en el mundo.
- **Habilidad analítica:** Este permitirá extraer temas importantes de lo secundario, descomponiendo un problema o discurso para así poder

analizarlo parte por parte y en conclusión de ese análisis ofrecer directamente una buena solución.

- **Recursos:** Aquí deben tener habilidad y ingenio para poder salir victorioso en situaciones que se encuentren comprometidos.

Es importante estas características mencionadas porque ello radica en que la gestión de calidad del servicio se convierte en un factor primordial en la decisión de compra por estas razones:

- La competencia que es cada vez más mayor y que atrae al cliente mediante una serie de servicios que añaden directamente el valor del producto que esta ofreciendo.
- La actitud al cliente debido a la calidad del servicio que se les ofrece este va cambiando a medida de conocer mejor su nivel de vida y el producto.

2.2.1.5. vigencia de atención al cliente.

Según Perez (2006), nos dice que la gestión de calidad en la atención al cliente esta debe sustentarse y basarse en normas jurídicas, políticas que estén dadas por el estado y procedimientos que estén involucrados todas aquellas personas que laboren en alguna empresa que son como vigencia para la atención del cliente, ya que este significa la cualidad que tienen aquellas normas dadas a la empresa para que se pueda significar que son efectivas, válidas, completamente eficaz y que se cumplan para que así le resulte útil seguir laborando en dicha empresa. Contar con un capital para invertir en tu empresa y seguir ofreciendo más productos en un tiempo determinado y ver si da resultado es un factor muy importante y relevante que tiene que tener en cuenta el empresario para que así pueda seguir dando una buena atención al cliente y pueda seguir ofreciendo buenos productos con la implementación de excelentes servicios de gestión de calidad.

También Escudero (2015), nos dice que la calidad en el servicio de atención al cliente es fundamental para la empresa y que este debe verse y hacerse como una versión utilizando programas para mejorar la calidad del servicio de atención al cliente logrando así satisfacer las expectativas y necesidades del cliente, ya que es una objetivo y una condición para:

- Lograr retener al cliente conquistando su lealtad, generando ingreso de nuevos clientes, el cual es a su vez la base primordial.
- Mejorar las ventas dando positivamente buenos resultados
- La rentabilidad de la empresa y también obteniendo
- Para obtener la fidelización de varios clientes al ofrecerles buenos productos y una excelente atención de buena calidad.

2.2.2. Gestión.

Según Rodríguez (2013), opina y define qué gestión viene a ser una guía para así poder orientar la visualización, la acción, previsión y por último el empleo de dichos esfuerzos y recursos con el fin de alcanzar lo que desean, el programa de actividades que deberán realizar para poder hacer un logro de los objetivos propuestos, también el tiempo que se requiere para realizar cada una de aquellas partes y todo aquel evento que se encuentre involucrado debido a su consecución, por lo tanto, esta se caracteriza por tener una visión más amplia y concreta de las reales posibilidades de una empresa u organización para así poder hacer una resolución de una determinada situación y poder crecer en un determinado fin. Donde se puede asumir, como organización y disposición de los recursos de un grupo o individuo para que se obtengan los resultados que se esperan, y también se generalizan como una forma de poder alinear los recursos y esfuerzos para poder alcanzar un determinado fin. En general, los sistemas de gestión

han tenido que modificar para poder dar una respuesta a una complejidad extraordinaria de aquellos sistemas que son organizativos lo cual se van adoptando, y también por lo cual el comportamiento de aquel entorno se ha modificado la manera en que incide sobre las organizaciones.

2.2.2.1 tipos de Gestión.

De tal forma, el autor hace mención en sí de que la gestión, se orienta a ser resolución de un problema específico, un deseo, a concretar en sí un proyecto y a referirse a la administración y dirección que se realiza constantemente en una empresa, donde un negocio, una organización vienen hacer una guía para aquellas empresas hagan optimizar sus recursos, el cual donde están orientados a la visión y misión en donde se formaron aquellas empresas, donde menciona que existen distinto tipos de gestión:

- **Gestión de tecnología.** Facilita prácticamente una mejora general en la calidad medioambiental y en la gestión empresarial al momento que este propicia diversificación o búsqueda de aquellos nuevos productos y/o servicios.
- **Gestión Social.** Se trata de aquel proceso que ayuda en la construcción de diferentes espacios en una comunidad totalmente determinada basándose en el aprendizaje continuo, abierto y colectivo para la ejecución de aquellos proyectos que tengan problemas sociales y necesidades.
- **Gestión de proyecto.** Se refiere a la administración y organización de recursos que intervienen generalmente en aquel proyecto que pueda culminar en un determinado tiempo y con los costes bien definidos.
- **Gestión del conocimiento.** Es un proceso por la cual una empresa u organización da facilidad a la trasmisión de aquellas habilidades e

informaciones a sus respectivos empleados, de manera eficiente, eficaz y sistemática.

- **Gestión ambiental.** Este constituye directamente aquella propuesta que conjugue la visión social de justicia dentro de la educación para el desarrollo de la soberanía nacional, la construcción de una sociedad participativa, democrática y también para el desarrollo humano integral donde garantice principalmente la transformación social mediante la difusión, aprovechamiento creativo de los quehaceres y saberes y la sistematización de la diversidad cultural y natural de un país.

2.2.3. Calidad.

Fernandez(2016), menciona como definición que calidad viene a ser la totalidad de características y rasgos de un producto y/o servicio para poder satisfacer generalmente las expectativas del cliente y sus necesidades, donde se pueda cumplir con aquella especificación con la que fue diseñado. Por lo tanto, la actual definición de Calidad se ha ido evolucionando hasta poder convertirse en aquella forma de gestión donde entra directamente la definición de mejora continua en cualquier empresa u organización, también a aquellos niveles que se encuentran en ella, y por último a todas las personas y procesos que los afectan. En la calidad existen varias razones que son objetivas y que hacen una justificación de aquel interés por la calidad donde hacen mención que dichas empresas que están en competición, pues son aquellas donde hacen mención los siguientes objetivos:

Primeramente, hacer una búsqueda de forma activa y precisa las satisfacciones de los clientes, y priorizar en sus objetivos de aquella satisfacción de su necesidad y expectativa (realizándose una repetición en nuevas especificaciones y así poder

satisfacerlos). Por segundo, se tiene que hacer una orientación sobre la cultura de dicha organización para poder dirigir los esfuerzos que están orientados en la mejora continua y también introduciéndose métodos de trabajo que lo hagan más fácil. Por último, se tiene que hacer una motivación a sus empleados para que así estos puedan ser capaz de producir y generar productos y/o servicios que tengan una calidad alta.

2.2.4. Gestión de calidad.

Udaondo (2016), define como gestión de calidad que viene a ser el conjunto de caminos para conseguir la calidad donde se incorpora el proceso de gestión el cual alude directamente al gobierno, la dirección que es la que planifica el futuro, la coordinación de las actividades y la controlación de resultados en función a la calidad para así poder obtener una mejora permanente.

También Griful y Canela (2017), que gestión de calidad es un sistema de integración de esfuerzos que se generan en la empresa y así poder conseguir el rendimiento económico máximo que tenga compatibilidad con las satisfacciones de los clientes y poder generar bienes y/o servicios que concuerden con los requisitos de cada uno de los consumidores.

También Sánchez (2017), nos define que gestión de calidad son procesos sistemáticos que va a permitir a cualquier empresa u organización planear, controlar y ejecutar diferentes actividades que se llevarán a cabo, donde garantiza generalmente la consistencia y estabilidad en el desempeño y así por ende poder cumplir con las necesidades y expectativas de aquellos clientes.

2.2.4.1. mejora continua.

Según Guerra (2016), nos define que mejora continua viene a ser el enfoque primordial para la mejora de aquellos procesos operativos de la empresa y que está basado en la revisión de aquella necesidad de la reducción de costos, la racionalización, las operaciones y problemas que existan en la organización.

También Miranda, Chamorro y Rubio (2017), en su libro introducción a la gestión de calidad definen que la mejora continua es un proceso de aquellos resultados o de carácter dinámico donde implica generalmente la realización de cambios graduales muy frecuentes donde se estandariza aquellos resultados obtenidos tras cada mejora que es alcanzada, pues donde aquí aquella idea básica es hacer mejor las cosas, donde también aporta que para aplicar la estrategia de calidad este consiste en adoptar un cambio en el estilo de trabajo y conseguir productividad y alcanzar un mayor nivel de satisfacción del cliente que se basa en la mejora permanente de los sistemas de calidad: Deming lo explica a través del ciclo (PDCA) que gira sobre sí mismo en cuatro procesos secuenciales que son (Planear, Hacer, Controlar y Actuar) y la trilogía de Jurán que se basa en tres procesos: (Planificar, Controlar y Mejorar).

También estos mismos autores mencionan que los plazos y los costos estos se anteponen a la calidad donde el enfoque de Keizen apoya las prácticas de mejora continua del servicio que está a cargo de aquel personal sin necesidad de grandes inversiones donde se engloba con el rediseño de aquel servicio utilizando así herramientas como el benchmarking o reingeniería de procesos. En este enfoque también se hace mención de las siguientes prácticas de mejora:

- **Normalización.** Se documentan y simplifican todas aquellas actividades que son habituales en la organización, donde incluye generalmente las estrategias que están fomentadas por dicha dirección con el objetivo de hacer cambio de dicha cultura donde debe involucrar y buscar aquel compromiso de mejora de toda empresa.
- **Productividad mejorada.** Aquí también aquellos programas de gestión de la calidad identifican aquellas áreas para que se mejoren los procesos internos. Pues este enfoque afecta directamente la producción donde elimina tareas que son innecesarias, donde también generan un trabajo en grupo cuando se hace una implementación de equipos que son departamentales variados que se basan en aquellos empleados donde hacen revisión de los procesos internos, como puede ser el enfoque del BSC cuadro de mando integral que este da una proporción a un mecanismo donde evalúa aquellas operaciones y este programa da una identificación de que las áreas que son individualmente de dicha empresa se desempeñen con aquellas metas que se han establecido
- **Uso de técnicas.** Estas están generalmente dirigidas a mejorar aquellos índices de productividad y satisfacción.
- **Planificación.** Es necesario que se realice un diagnóstico para que así se puedan reflejar las auditorias, objetivos comprobaciones, prevención y control de fallos reiterativos, donde se tenga un plan de desarrollo de actividades y un plan de calidad donde comprenda la identificación, ponderación y clasificación de las características de la calidad.

- **Grupos de trabajo.** Se debe fomentar la dirección las aportaciones y la creatividad de aquellos empleados donde apoyen las iniciativas de mejora a través de adiestramiento, la creación de aquel sistema de comunicación que es fluido y eficaz y por último programas de formación, donde estos se comprometan en centrarse en un solo objetivo y así tener buen éxito logrando aquella meta propuesta para la organización.

2.2.4.2. características de la gestión de calidad.

Según Fontalvo y Vergara (2016), nos habla que un sistema de gestión de calidad basado básicamente en la norma ISO 9000-2008 aquí hace demostración al cliente y al mercado que generalmente una empresa u organización desarrollo directamente aquella actividad con el objetivo y la condición de garantizar ciertamente la satisfacción de dichos clientes, basaándose así en aquella aplicación mediante la gestión de procesos y el ciclo de mejora continua, donde para eso se debe tener en cuentas las siguientes características de un sistema de gestión de calidad las cuales son las siguientes:

- Garantiza el cumplimiento de los requisitos de aquellos clientes, elemento fundamental de entrada para la definición y diseño de aquellos procesos productivos.
- Medición y seguimiento de los procesos, esto es mediante los indicadores que están diseñados para aquellos procesos base fundamental para el análisis de eficiencia y eficacia de aquel sistema para la mejora correspondiente del mismo.
- Unidos con otros sistemas, que están basados principalmente en el ciclo de mejora continua ISO 14001.

- Esta estructurado y entendible según el ciclo de mejora continua (PDCA).

2.2.4.3. importancia de la gestión de calidad.

Según Riquelme (2017), detalla que la gestión de la calidad es muy importante para un negocio porque garantiza generalmente la excelencia en dichos procesos internos, productos y/o servicios de una empresa. Generalmente, las empresas que hacen implementación de programas de gestión de calidad utilizan esa información para poder en sí identificar áreas de mejora, fallas, fortalezas y debilidades. Pues este se le brinda a la empresa capacidad que establece normas, hace ajustes cuando es prácticamente necesario y ofrece un valor mayor global a base de dichos clientes. Donde el enfoque para que se resuelva el problema de calidad este da una variación con programas diferentes, el cual su objetivo es el mismo que es crear en sí un producto y/o servicio de una alta calidad y un rendimiento alto que supere y cumpla directamente aquellas expectativas de dichos clientes internos y externos.

2.2.4.4. principios de la gestión de calidad.

Los autores Novillo, Parra y Ramón (2017), hacen mención de que las normas ISO 9000 detallan ocho principios básicos de la gestión de calidad para poder liderar y operar una organización, y así ayudar a los usuarios para que puedan lograr en sí el éxito organizacional. A continuación son los siguientes:

- **Enfoque al cliente.** Aquí ahora lo primordial es que el cliente quede totalmente satisfecho. Donde se conozca la necesidad y expectativa del cliente, por lo cual si este se encuentra satisfecho o contento entonces representaría en sí ganancias y más trabajo a la empresa.
- **Liderazgo.** Todas aquellas empresas en sí desean a personas que sepan liderar guiando generalmente dicha empresa y que las ideas de un líder deben

de traer en sí beneficios para todos, donde también se debe mantener y crear un ambiente interno, para que el personal se involucre totalmente en el logro de dichos objetivos de la empresa.

- **Participación del personal.** Aquí es muy necesario y importante la implicación del personal de dicha organización, para que se puedan obtener ideas que sean mejores, de aquellos trabajadores que operan de todas las áreas de trabajo.
- **Enfoque basado en procesos.** Aquí los recursos y las actividades se deben gestionar de acuerdo a los procesos estratégicos, operativos y de soporte, donde se llevará a cabo un propio control. Cuando un resultado que es muy deseado aquí se alcanza eficazmente cuando dichas actividades, recursos que están relacionados se deben gestionar como dichos procesos.
- **Enfoque que se fundamenta en sistemas.** Aquí se debe gestionar, identificar, y entender aquel proceso que se interrelaciona como un sistema pues este influye directamente eficazmente y eficientemente para lograr el éxito de los objetivos propuestos por la empresa.
- **Mejora continua.** Aquí la empresa comprende y aplica un nuevo y mejor método de trabajo, también aquel proceso que es organizativo para mejorar así sus actividades. Pues, también se analiza aquellos resultados obtenidos en forma continua para así realizar la modificación que permita una mejora y supere cualquier problema que exista.
- **Enfoque para la toma de decisión basado en hechos.** Pues principalmente al momento que se toma cierta decisión, éste se basará en datos, información

y hechos donde poseen, y también que garanticen dicha posibilidad que no tenga ningún error.

- **Relación con proveedores mutuamente beneficiosa.** Aquí existe correctamente una relación de dependencia debido a que los criterios y las condiciones que seleccione el proveedor este se mantenga en sí actualizado.

2.3. Marco conceptual

Atención al cliente: es aquel servicio que proporciona una empresa con la finalidad de poder relacionarse con dichos clientes y anticiparse de manera activa a las satisfacciones de sus necesidades, es decir, es aquella herramienta fundamental y eficaz para poder interactuar en aquellos clientes brindando en sí asesoramientos adecuados para poder la aseguración de los usos correctos de un producto y/o servicio (Arenal, 2017).

Calidad: es aquel grado de satisfacción que dicho producto efectúa con el cumplimiento de especificación del diseño; es decir, es quel valor deseado por aquella empresa de distintas características de un bien o un servicio siempre y cuando teniendo en mente los requisitos y expectativas de los clientes (Jabaloyes, Carot & Carrión, 2020).

Cliente: es aquella persona que adquiere un producto y/o servicio de cualquier tipo con el fin de que puedan satisfacer sus expectativas y necesidades eficientemente con el buen trato que se merece (Ramos, 2017).

Fidelización: se basa en poder conseguir que dichos clientes que consumieron aquellos productos y/o servicios vuelvan adquirirlo nuevamente, ya que dicha empresa principalmente debe lograr que aquellos clientes sean fieles a lo adquirido con el fin de poder evitar que ellos consuman en otros lugares y nos dejen de lado (Rumín, 2019).

Gestión de calidad: son principalmente un cierto conjunto de herramientas y acciones donde su objetivo primordial es evitar posiblemente desviaciones o errores que se encuentren en los procesos de producción de los productos y/o servicios evitando cualquier aglomeración al momento de ofrecer el producto (Jabaloyes, Carot & Carrión, 2020).

Producto: Es aquello que es utilizado específicamente para una distintos procedimientos con la finalidad de construir, armar, elaborar y fabricar cualquier tipo de objetos y ser utilizados por las personas (Cortés, 2017).

2.4. Variables

2.4.1. Gestión de calidad.

Jabaloyes, Carot y Carrión (2020), mencionan que la gestión calidad son principalmente un cierto conjunto de herramientas y acciones donde su objetivo primordial es evitar posiblemente desviaciones o errores que se encuentren en los procesos de producción de los productos y/o servicios evitando cualquier aglomeración al momento de ofrecer el producto.

2.4.2. Atención al cliente

Arenal (2017), define que es aquel servicio que proporciona una empresa con la finalidad de poder relacionarse con dichos clientes y anticiparse de manera activa a las satisfacciones de sus necesidades, es decir, es aquella herramienta fundamental y eficaz para poder interactuar en aquellos clientes brindando en sí asesoramientos adecuados para poder la aseguración de los usos correctos de un producto y/o servicio.

III. Hipótesis

En esta presente investigación no se ha considerado la hipótesis debido a que es una investigación de tipo descriptivo- cuantitativo, dado que estos a su vez, solo se enfocan en caracterizar las ambas variables en estudio por medio de la recolección y el análisis de datos que se realiza sin hacer ninguna manipulación de las variables.

IV. Metodología

4.1. Diseño de la Investigación

Primordialmente, la metodología es la ciencia el cual el investigador hace mención y provee conceptos, leyes y principios que le permiten aclarar eficientemente y eficazmente la excelencia de dicho proceso de investigación donde generalmente su objeto que se estudia está estructurado por pasos que se relacionan para así poder obtener buenos y excelentes resultados en el desarrollo de la investigación (Cortés & Iglesias, 2004, pg.8)

Esta presente investigación fue de diseño no experimental, transversal de tipo cuantitativo, porque se realizó, analizó y midió sin hacer ninguna manipulación deliberada ninguna variable en estudio, donde también concuerda con el tiempo y el momento en que se hace la recolección de datos de las micro y pequeñas empresas; y nivel descriptivo porque se buscó hacer una especificación de las de las características, propiedades, y lo importante especificar también los perfiles de grupos, comunidades o personas que se sometan a un análisis donde se hace la descripción de hechos, eventos o situaciones el cual se van a recolectar datos y hacer una aplicación sobre ellas buscando así hacer una especificación de aquellas características, rasgos propiedades que sean importantes para poder analizar. (Icart, Fuentesalz y Pulpón, 2006 pg. 205)

Donde:  MO

M vino a ser la muestra que está conformada por la representación de los personas encuestadas

O vino a ser la observación de aquellas variables como son: Gestión de calidad y atención al cliente de las Mypes.

4.2. Población y Muestra

Población

La población viene a ser el conjunto de individuos con propiedades o características que desea estudiar donde existe dos tipos la población finita que es cuando se conoce generalmente el número de personas que la integran y población infinita que viene a ser cuando cuando no se conoce prácticamente un número determinado por ello es muy importante estos tipos de población para poder variar y aplicar en función la fórmula y así poder calcular cierto número de personas o individuos de la muestra que se va a trabajar. (Icart, Fuentesalza & Pulpón, 2006, pg.55)

La población para este estudio de investigación se consideró como población finita a 6 representantes de las 6 mypes que existen en el sector centro rubro pollerías, del distrito de Bellavista, Sullana 2019. Para aquellas variables Gestión de calidad y Atención al cliente el cuestionario en sí estuvo enfocado en 18 preguntas para los representantes de ciertas Mypes con una población finita, porque se conoce el número de las personas que representan estas pollerías.

Donde: $N = \text{Población} = (6 \text{ representantes})$

Muestra.

La muestra viene a ser el subconjunto de la población, un grupo de individuos a los cuales se les va a estudiar donde para que se generalize aquellos resultados esta debe ser representativa con los criterios bien definidos de inclusión, exclusión y hacer utilización de las técnicas apropiadas de muestreo. (Icart, & Pulpón 2006, pg. 56)

De tal forma; la muestra de esta investigación fue igual a la población por ser una muestra pequeña; es decir por 6 representantes de las Mypes; pero por motivo de la pandemia del covid 19 sólo 5 me brindaron información respondiendo las encuestas

virtualmente, sobre el comportamiento de ambas variables en el rubro pollerías del centro de Bellavista, Sullana.

Donde:



M = Muestra (6 representantes)

O = Observación

4.3. Definición y operacionalización de las variables

Tabla 1.
Operacionalización de variables

Variables	Definición	Definición	Dimensiones	Escala	Instrumentos	Fuentes o Informantes
	Conceptual	Operacional				
Variable Independiente Atención al cliente	Servicio que proporciona una empresa con la finalidad de poder relacionarse con dichos clientes y anticiparse de manera activa a las satisfacciones de sus necesidades (Arenal, 2017)	Evaluar la atención al cliente en cuanto a disposición, formalidad, ambición, colaboración, enfoque, observación	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición de servicio. • Formalidad. • Ambición. • Colaboración • Enfoque positivo • Observación 	Nominal	Cuestionario	Área de Administración.
Variable Dependiente Gestión de calidad	Grado de satisfacción que dicho producto efectúa con el cumplimiento de especificación del diseño; de un bien o un servicio (Jabaloyes, Carot & Carrión, 2020)	Evaluar la gestión de calidad con respecto a mejora continua, ciclo PDCA, cumplimiento de requisitos, medición y seguimiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora continua • Ciclo PDCA • Cumplimiento de los requisitos de los clientes • Medición y seguimiento de los procesos 	Nominal	Cuestionario	Área de Administración.

Fuente: Elaboración Propia.

4.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó en la presente investigación fue la encuesta donde estuvo dividida con las variables gestión de calidad y atención al cliente que estuvieron directamente dirigidas a los representantes de dichas Mypes del sector centro del distrito de Bellavista.

De tal manera el instrumento que se utilizó en esta presente investigación fue el cuestionario ya que es un instrumento que contienen generalmente una serie de preguntas, donde las respuestas están basadas en la escala nominal que estas personas seleccionaron.

4.5. Plan de Análisis

Una vez recopilados los datos para el análisis de esta presente investigación se hizo uso y se empleó las técnicas e instrumentos estadísticos descriptivos donde se tabularon porcentajes y frecuencias de acuerdo a cada una de las variables teniendo en cuenta sus dimensiones tomadas el cual se emplearon en distintos programas como MS Word, MS Excel y el programa estadístico SPSS 20 para poder obtener la presentación y los resultados de cuadros gráficas y análisis estadístico de la tabulación y así poder ser evaluados por un experto.

4.6. Matriz de consistencia

Tabla 2.
Matriz de consistencia

Enunciado problema general	Problemas Específicos	Objetivos	Variables	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente, Mypes rubro pollerías sector centro Bellavista, Sullana 2019?</p>	<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en las Mypes, sector servicio rubro pollerías centro Bellavista, Sullana 2019?</p> <p>¿Cuáles son las características de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las Mypes, sector servicio rubro pollerías centro Bellavista, Sullana 2019?</p> <p>¿Cuál es la vigencia de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las Mypes, sector servicio rubro pollerías centro Bellavista, Sullana 2019?</p>	<p>Objetivo general Describir las características de la gestión de calidad y atención al cliente, Mypes rubro pollerías sector centro Bellavista, Sullana 2019.</p> <p>Objetivos específicos: 1.Determinar las principales características de la gestión de calidad en las Mypes, sector servicio rubro pollerías centro Bellavista, Sullana 2019.</p> <p>2.Establecer las principales características de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las Mypes, sector servicio rubro pollerías centro Bellavista, Sullana 2019.</p> <p>3.Evaluar la vigencia de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las Mypes, sector servicio rubro pollerías centro Bellavista, Sullana 2019.</p>	<p>Variable 1 Atención al cliente</p> <p>Variable 2 Gestión de calidad</p>	<p>Se utilizó una población muestral de 6 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del centro Bellavista, Sullana 2019.</p>	<p>Nivel de investigación: Descriptivo</p> <p>Tipo de investigación: Cuantitativo</p> <p>Diseño de investigación: No experimental- corte transversal</p> <p>Población y muestra: La población muestral fue de 6 micro y pequeñas empresas, lo cual es en su totalidad por ser una muestra pequeña.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario Se aplicará un cuestionario de 18 preguntas.</p>

Fuente: Elaboración Propia

4.7. Principios éticos

- **Protección a las personas.** Se cumplió con la realización de las encuestas, protegiendo la privacidad, identidad, confidencialidad de los encuestados al momento de brindarnos información sobre sus Mypes, y a la vez; consiguiendo su bienestar, seguridad con la privacidad de la información, respetando sus derechos de cada uno ellos (as).

- **Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.** Aquí se tomaron medidas para proteger y promover el medio ambiente, con el uso de material reciclable y así evitar algún daño o riesgo que afecte a la naturaleza o biodiversidad.

- **Libre participación y derecho a estar informado.** El encuestado estuvo informado en todo momento; para la recolección de datos y sobre el propósito de la investigación respetando la decisión de cada uno de ellos al participar, en esta ocasión la gran mayoría participó en esta encuesta.

- **Beneficencia y no maleficencia.** En esta presente investigación se logró cuidar la vida y el bienestar de los encuestados, ya que se cuidó la privacidad de los datos obtenidos maximizando los beneficios y no causando daños a ninguno de ellos.

- **Justicia.** Se trató a todos los encuestados de manera equitativa y justa al momento de la recolección de datos brindándoles información sobre la investigación para que ellos a su vez, puedan también acceder a los resultados que se obtuvieron.

- **Integridad científica.** Al momento de recolectar los datos se les habló con la verdad a los encuestados sobre la investigación mostrándoles un consentimiento con datos del estudiante, docente y de la universidad con el fin de evitar algún problema de engaño, analizando a su vez con veracidad, la validez de los datos, fuentes obtenidas.

V. Resultados

5.1. Resultados

Objetivo específico 1.

Determinar las principales características de la gestión de calidad en las Mypes, sector servicio rubro pollerías centro Bellavista, Sullana 2019.

Tabla 3: Conoce usted el término gestión de calidad

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	0	0%
NO	1	20%
SI	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta – Julio 2020.

Elaboración: Propia.

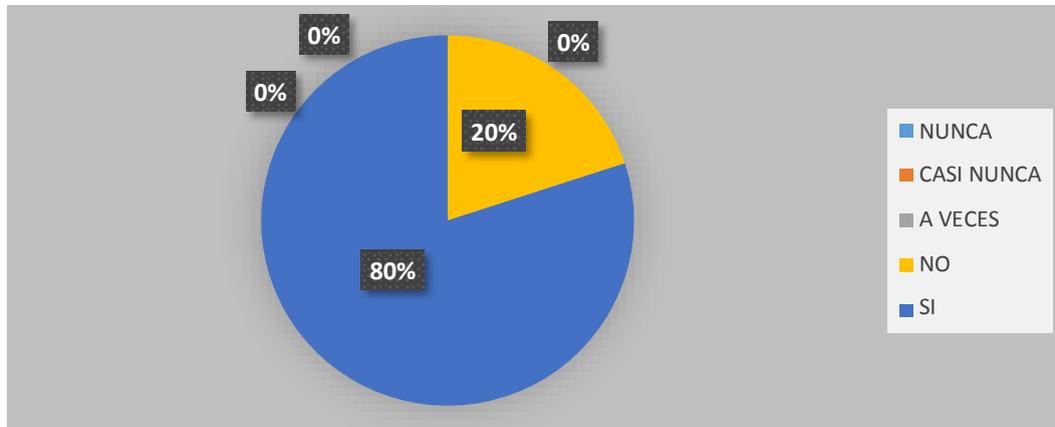


Figura 1: Conoce usted el término gestión de calidad.

Fuente: Tabla 3.

Interpretación.

En la figura anterior podemos observar que el 80% de las Mypes conoce el término gestión de calidad; mientras que un 20% manifiesta que no conoce la mencionada gestión

Tabla 4. Conoce usted los principios de la gestión de calidad

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	0	0%
NO	1	20%
SI	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta – Julio 2020.

Elaboración: Propia.

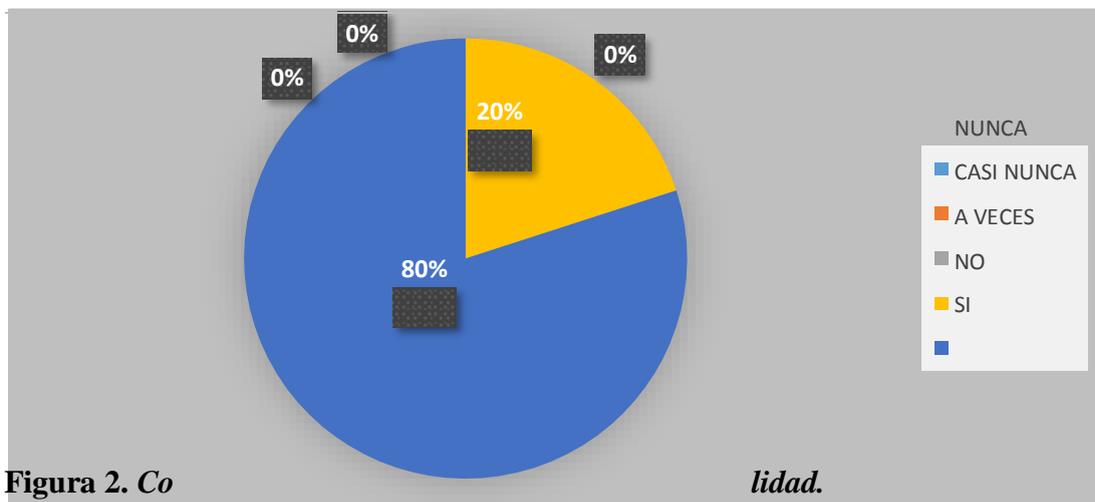


Figura 2. Co

Fuente: Tabla 4.

alidad.

Interpretación.

En la figura anterior podemos observar que el 80% de las Mypes si conoce los principios que son utilizados en la gestión de calidad; en cambio el 20% restante declara que no conoce aquello.

Tabla 5. Esta pollería se enfoca en las necesidades de los clientes

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	2	40%
NO	0	0%
SI	3	60%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta – Julio 2020.

Elaboración: Propia.

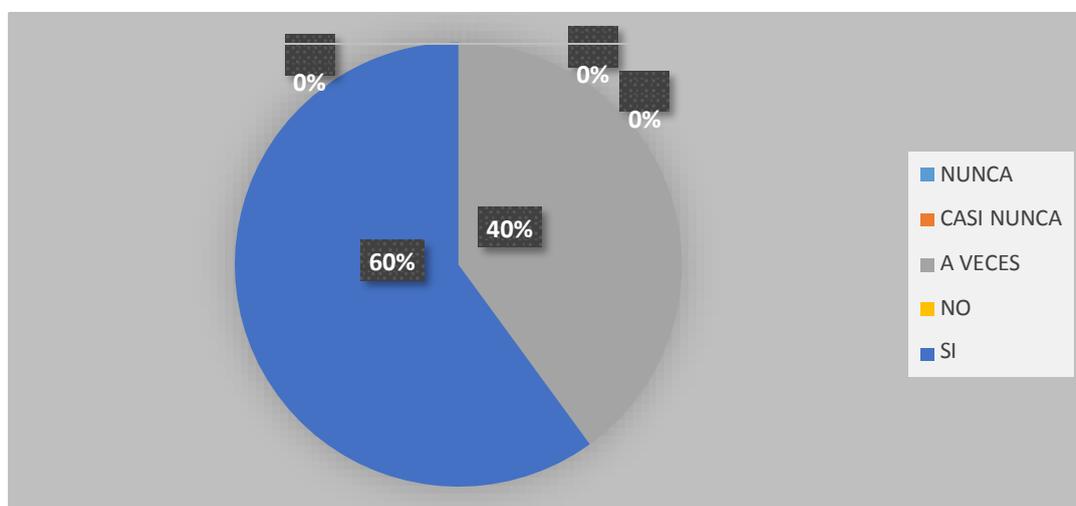


Figura 3. Esta pollería se enfoca en las necesidades de los clientes.

Fuente: Tabla 5.

Interpretación.

En la figura anterior podemos observar que el 60% de las Mypes si se enfoca en las necesidades de los clientes; por lo tanto; el 40% menciona que a veces consideran ello.

Tabla 6. Aplica usted la mejora continua en su empresa

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	1	20%
NO	0	0%
SI	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta – Julio 2020.

Elaboración: Propia.

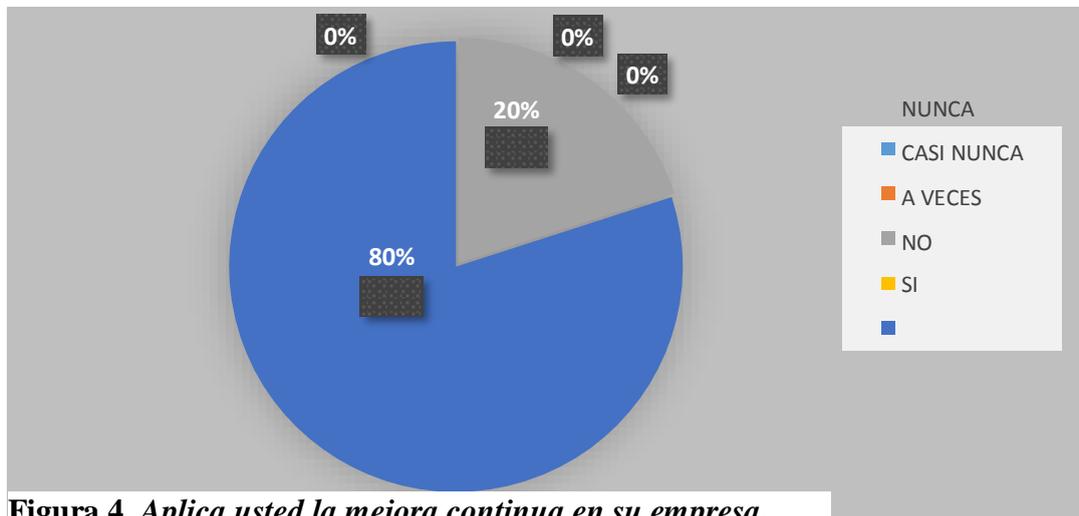


Figura 4. Aplica usted la mejora continua en su empresa.

Fuente: Tabla 6.

Interpretación.

En la figura anterior podemos observar que el 80% de las Mypes aclara que si aplican la mejora continua en su empresa; donde el 20% restante responde que a veces utilizan dicha mejora.

Tabla 7. Qué ciclos de procesos utiliza usted para ofrecer un producto de calidad

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
T.A	4	80%
ACTUAR	0	0%
DIRIGIR	0	0%
CONTROLAR	1	20%
PLANEAR	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta – Julio 2020.

Elaboración: Propia.

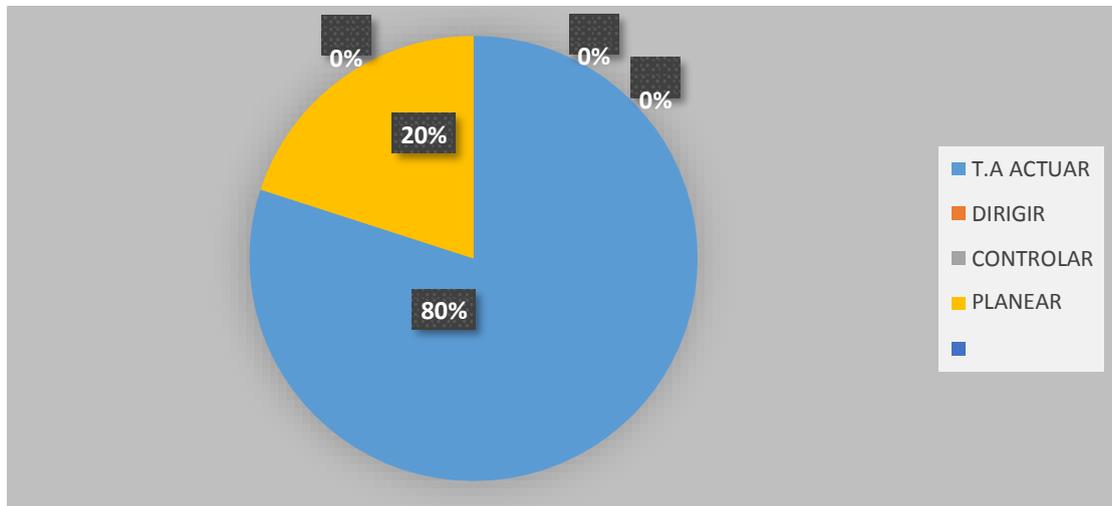


Figura 5. Qué ciclos de procesos utiliza usted para ofrecer un producto de calidad.

Fuente: Tabla 7.

Interpretación.

En la figura anterior podemos observar que el 80% de las Mypes mencionan que utilizan todo el ciclo de procesos para poder ofrecer un producto de calidad; mientras tanto; el 20% sólo indican que emplean el proceso controlar en su empresa.

Tabla 8: Cumple con los requisitos de los clientes al momento de ofrecerles sus productos

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	1	20%
NO	0	0%
SI	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta – Julio 2020.

Elaboración: Propia.

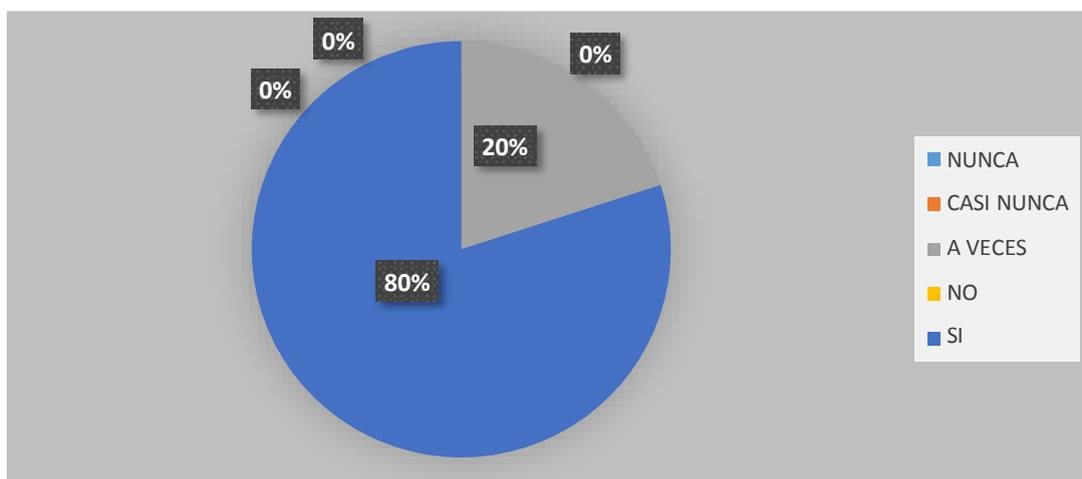


Figura 6. Cumple con los requisitos de los clientes al momento de ofrecerles sus productos.

Fuente: Tabla 8.

Interpretación.

En la figura anterior podemos observar que el 80% de las Mypes, afirman que si cumplen con los requisitos de los clientes al momento de ofrecerles sus productos; de lo contrario; el 20% restante opina que a veces realizan ello.

Tabla 9: Es eficaz, eficiente en medir y seguir un proceso adecuado para ofrecer productos de calidad a sus clientes

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	1	20%
NO	0	0%
SI	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta – Julio 2020..

Elaboración: Propia.

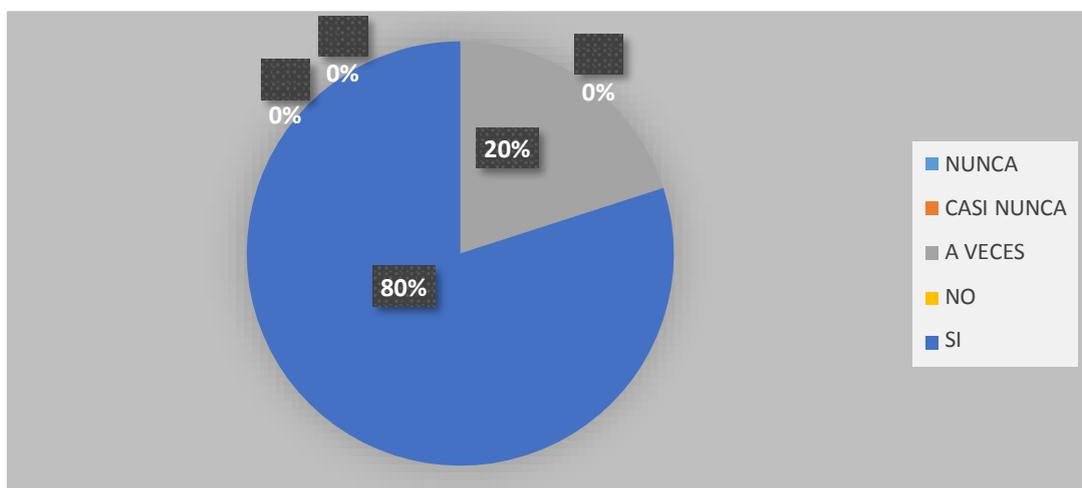


Figura 7. Es eficaz, eficiente en medir y seguir un proceso adecuado para ofrecer productos de calidad a sus clientes.

Fuente: Tabla 9.

Interpretación.

En la figura anterior podemos observar que el 80% de las Mypes señalan que si son eficaces, eficientes en medir y seguir un proceso adecuado para poder ofrecer productos de calidad a sus clientes; por lo consiguiente; el 20% consideró que a veces lo son.

Objetivo específico 2.

Establecer las principales características de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las Mypes, sector servicio rubro pollerías centro Bellavista, Sullana 2019.

Tabla 10. Conoce usted el término atención al cliente

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	0	0%
NO	1	20%
SI	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta – Julio 2020.

Elaboración: Propia.

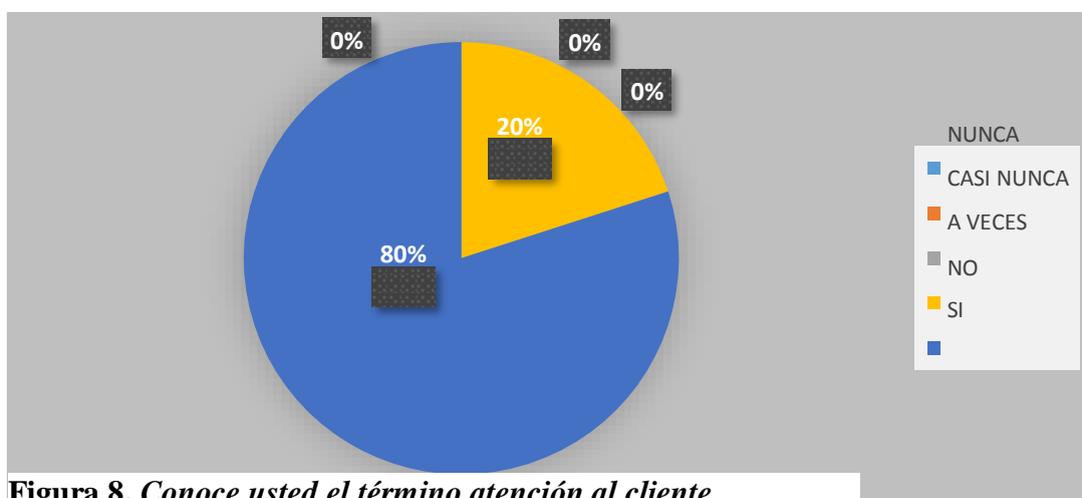


Figura 8. Conoce usted el término atención al cliente.

Fuente: Tabla 10.

Interpretación.

En la figura anterior observamos que el 80% de las Mypes destaca que conocen el término de atención al cliente; el cual; el 20% restante desconoce ese término.

Tabla 11: Ofrece usted a sus clientes un buen servicio de atención al cliente

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	1	20%
NO	0	0%
SI	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta – Abril 2020.

Elaboración: Propia.

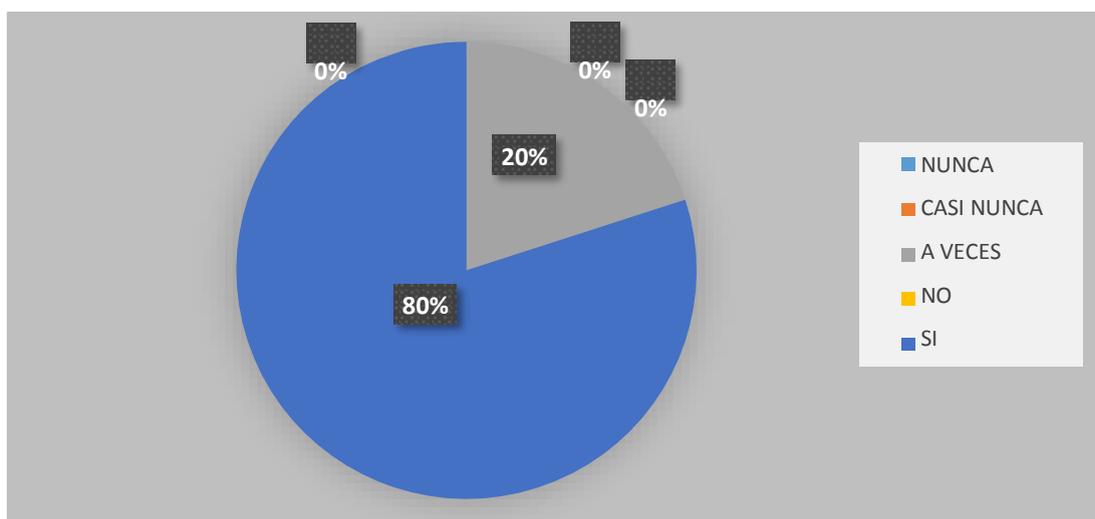


Figura 9: Ofrece usted a sus clientes un buen servicio de atención al cliente.

Fuente: Tabla 11.

Interpretación.

En la figura anterior podemos observar que el 80% de las Mypes mencionan que si ofrecen a sus clientes un buen servicio de atención al cliente; mientras tanto el 20% consideró que a veces brindan aquello.

Tabla 12. Su empresa cuenta con procesos formales en atender al cliente

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	1	20%
NO	0	0%
SI	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta – Abril 2020.

Elaboración: Propia.

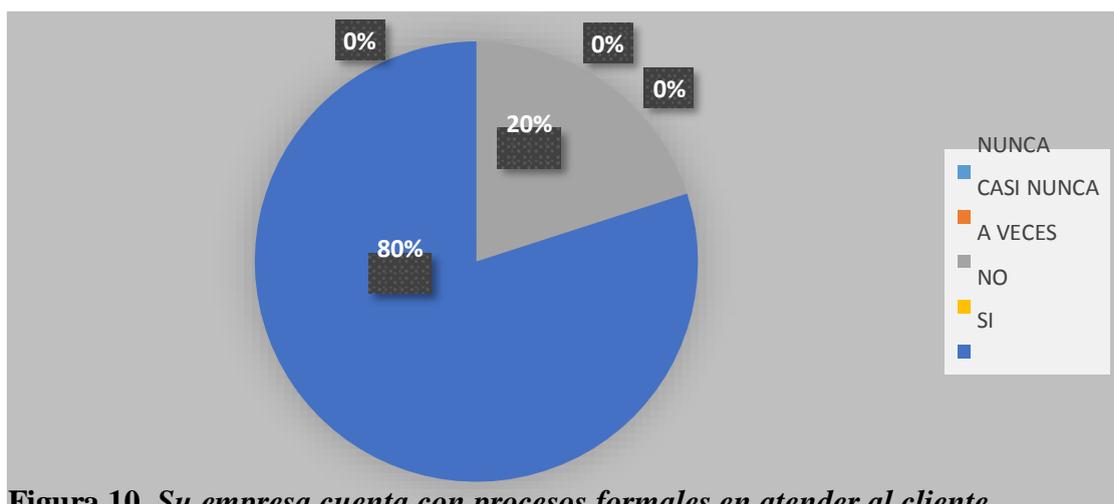


Figura 10. Su empresa cuenta con procesos formales en atender al cliente.

Fuente: Tabla 12.

Interpretación.

En la figura anterior podemos observar que el 80% de las Mypes afirman que si cuentan con procesos formales en atender al cliente; de lo contrario; el 20% restante comenta que a veces trabajan con ello.

Tabla 13. Identifica usted oportunidades para crecer y mejorar a partir de las expectativas de los clientes

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	1	20%
NO	0	0%
SI	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta – Abril 2020.

Elaboración: Propia.

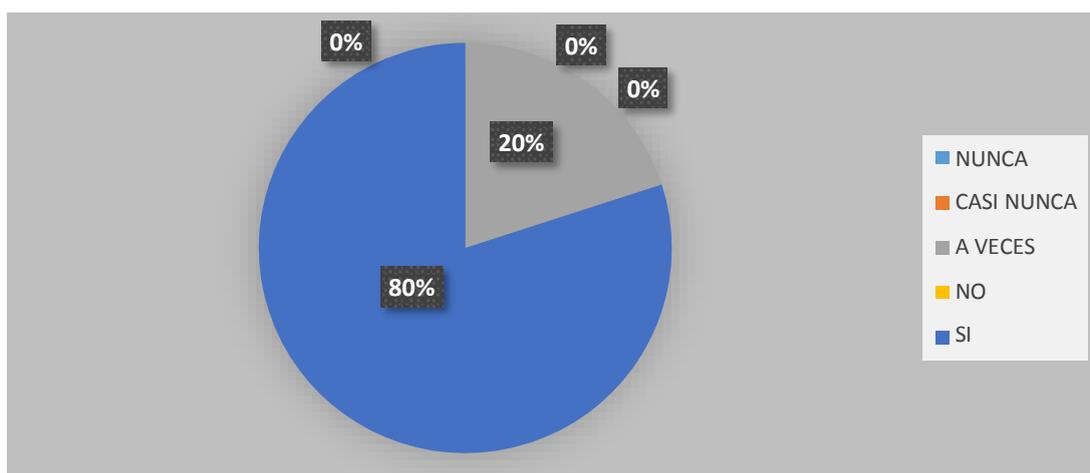


Figura 11: Identifica usted oportunidades para crecer y mejorar a partir de las expectativas de los clientes.

Fuente: Tabla 13.

Interpretación.

En la figura anterior observamos que el 80% de las Mypes aciertan que si identifican oportunidades para crecer y mejorar a partir de las expectativas de los clientes; de lo consiguiente; el 20% restante mencionan que a veces lo hace.

Tabla 14. Considera usted que sus trabajadores trabajan unidos y en equipo para brindar una buena atención al cliente

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	1	20%
NO	0	0%
SI	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta – Abril 2020.

Elaboración: Propia.

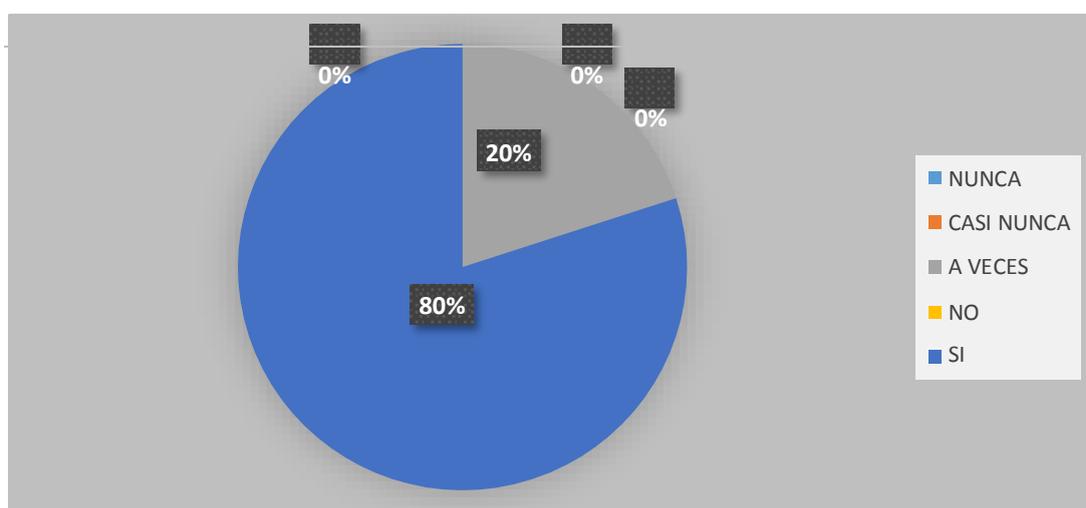


Figura 12. Considera usted que sus trabajadores trabajan unidos y en equipo para brindar una buena atención al cliente.

Fuente: Tabla 14.

Interpretación.

En la figura anterior podemos observar que el 80% de las Mypes aclaran que sus trabajadores si trabajan unidos y en equipo para brindar una buena atención al cliente; en cambio; el 20% afirma que a veces los que laboran en su empresa los hacen.

Tabla 15. Muestra usted y sus trabajadores optimismo al momento de atender a sus clientes

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	1	20%
NO	0	0%
SI	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta – Abril 2020.

Elaboración: Propia.

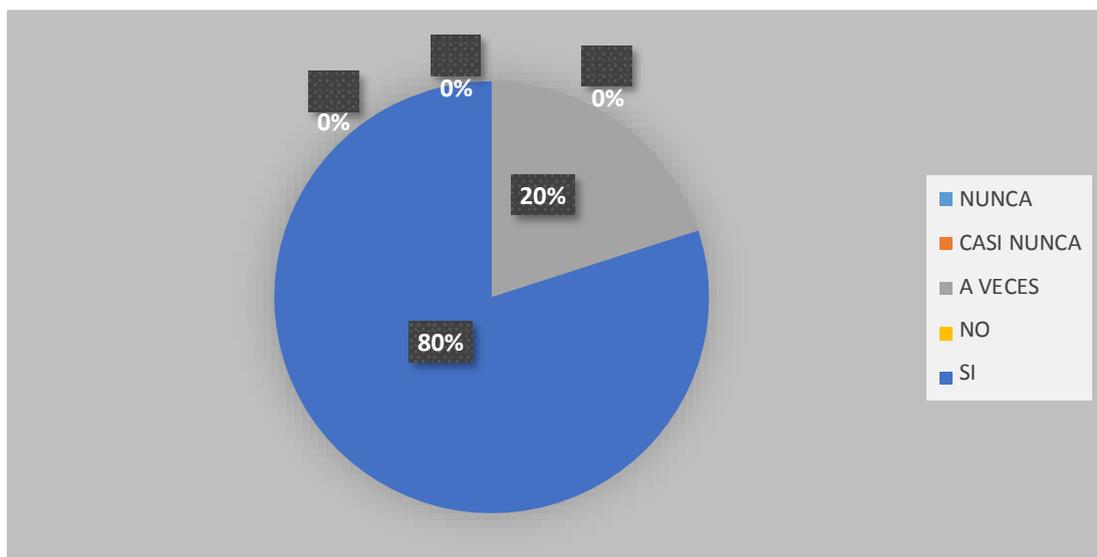


Figura 13. Muestra usted y sus trabajadores optimismo al momento de atender a sus clientes.

Fuente: Tabla 15.

Interpretación.

En la tabla anterior podemos observar que la mayor parte del 80% de las Mypes mencionan que tanto ellos como sus trabajadores muestran optimismo al momento de atender a sus clientes; de lo contrario; el 20% restante afirman que a veces son optimistas.

Tabla 16. Es observadora sin ser evidente con sus clientes

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	1	20%
NO	0	0%
SI	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta – Abril 2020.

Elaboración: Propia.

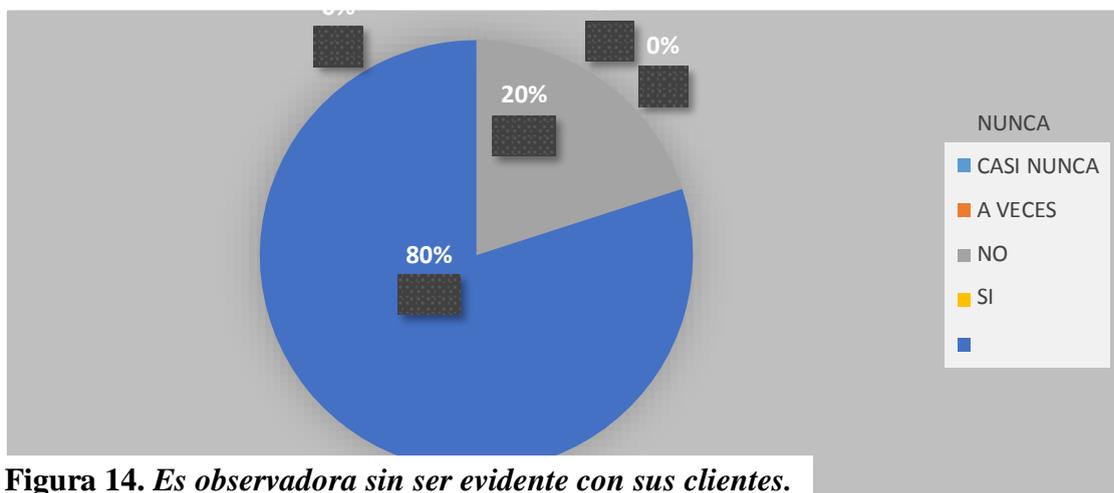


Figura 14. Es observadora sin ser evidente con sus clientes.

Fuente: Tabla 16.

Interpretación.

En la figura anterior podemos observar que el 80% de las Mypes si son observadores sin ser evidentes con sus clientes; por lo consecuente el 20% determinan que a veces se percatan en ello.

Objetivo específico 3.

Evaluar la vigencia de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las Mypes, sector servicio rubro pollerías centro Bellavista, Sullana 2019.

Tabla 17. *Considera usted que una buena atención al cliente mejora las ventas de su empresa*

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	1	20%
NO	0	0%
SI	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta – Abril 2020.

Elaboración: Propia.

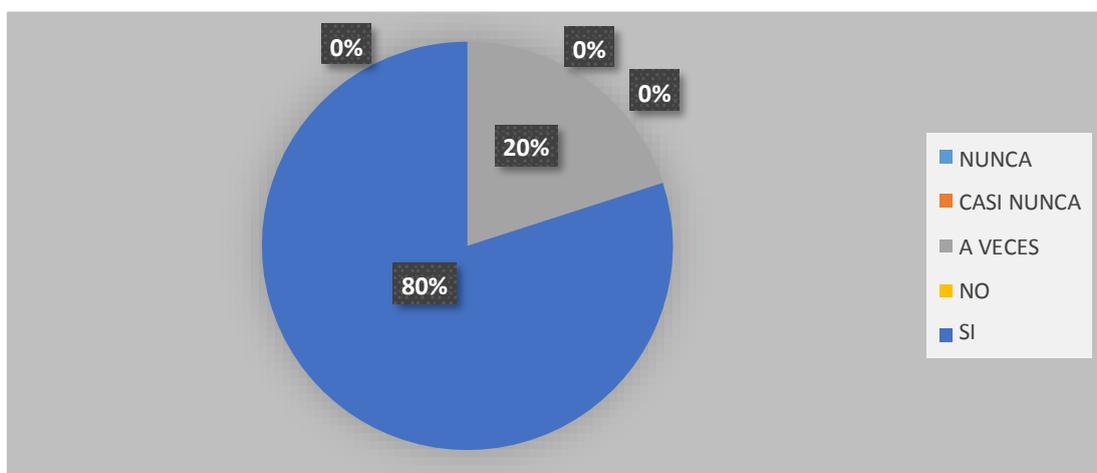


Figura 15. *Considera usted que una buena atención al cliente mejora las ventas de su empresa.*

Fuente: Tabla 17.

Interpretación.

En la figura anterior podemos observar que el 80% de las Mypes si consideran que brindando una buena atención al cliente les mejora las ventas de su empresa; de tal modo; el 20% restante afirman que a veces ofrecen esa atención.

Tabla 18. Considera usted que una buena atención al cliente produce el ingreso de clientes nuevos

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	1	20%
NO	0	0%
SI	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta – Abril 2020.

Elaboración: Propia.

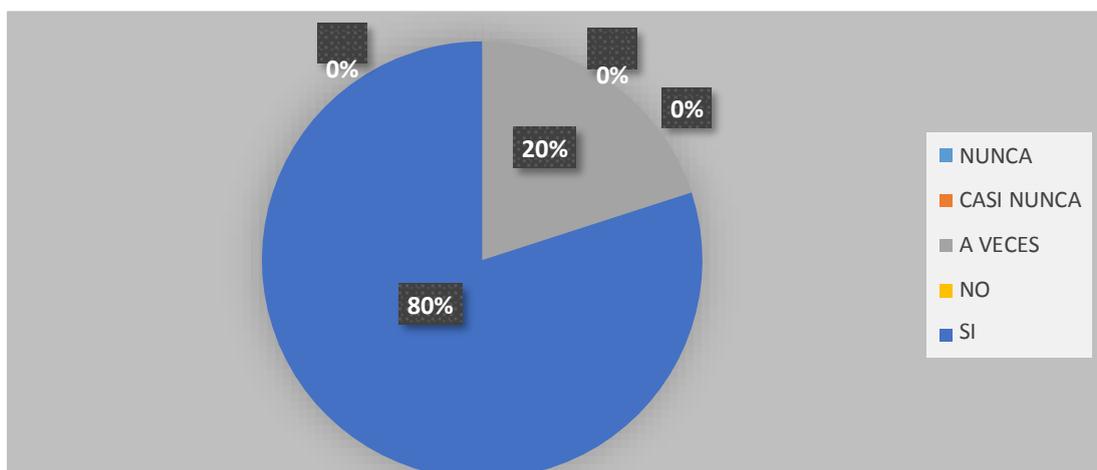


Figura 16. Considera usted que una buena atención al cliente produce el ingreso de clientes nuevos.

Fuente: Tabla 18.

Interpretación.

En la figura anterior podemos observar que el 80% de las Mypes destacan que si consideran que brindando una buena atención al cliente les produce el ingreso de clientes nuevos; mientras tanto; el 20% mencionan que a veces toman en cuenta ello.

Tabla 19. Considera usted que la atención al cliente aumenta la fidelización de clientes

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	1	20%
NO	0	0%
SI	4	80%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta – Abril 2020.

Elaboración: Propia.

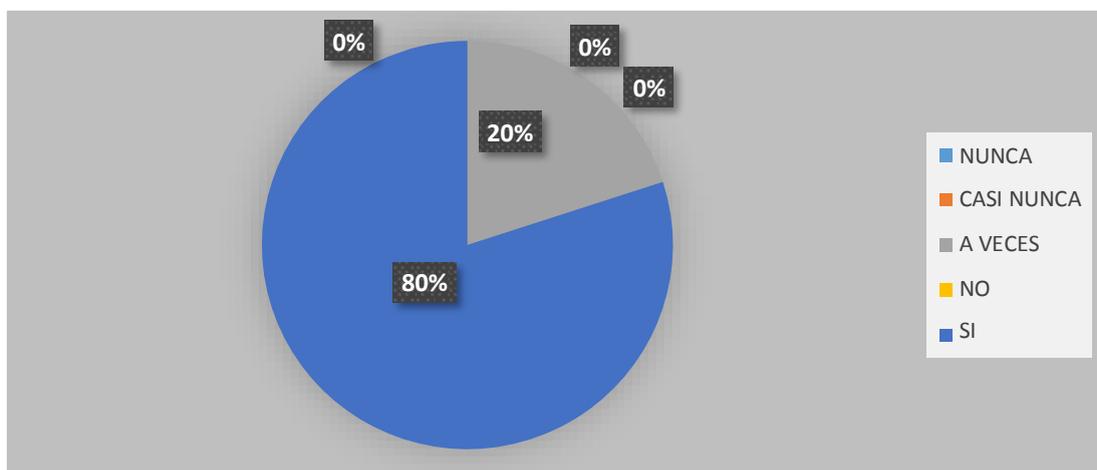


Figura 17. Considera usted que la atención al cliente aumenta la fidelización de clientes.

Fuente: Tabla 19.

Interpretación.

En la figura anterior podemos observar que el 80% de las Mypes determina que si consideran que una buena atención al cliente les aumenta la fidelización de clientes; de lo contrario; el 20% destacan que a veces toman en cuenta la atención que les brindan.

Tabla 20. Considera usted que la atención al cliente le da rentabilidad a la empresa

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	2	40%
NO	0	0%
SI	3	60%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta – Abril 2020.

Elaboración: Propia.

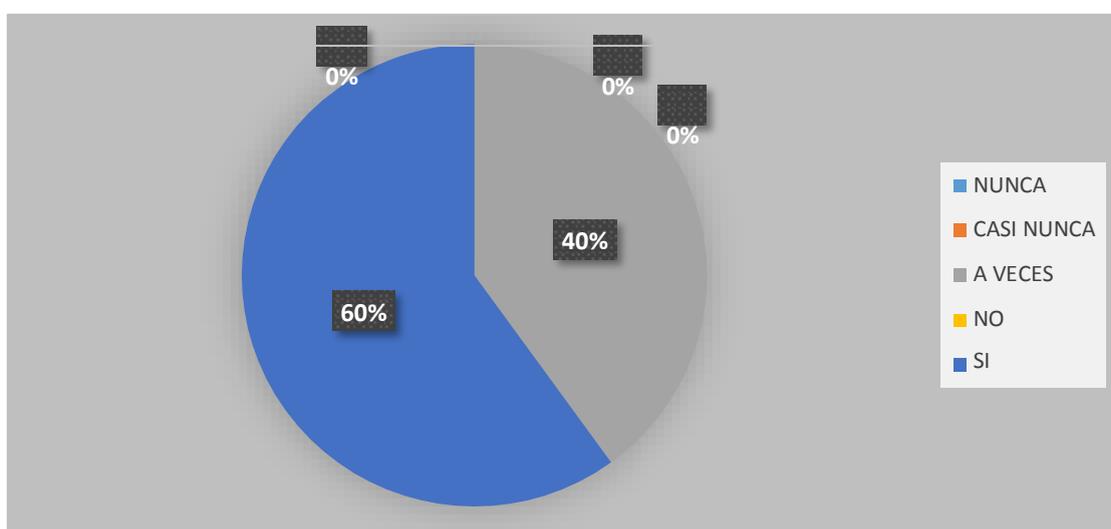


Figura 18. Considera usted que la atención al cliente le da rentabilidad a la empresa.

Fuente: Tabla 20.

Interpretación.

En la figura anterior podemos observar que la mayor parte de las Mypes el 60% mencionan que si consideran que brindando una buena atención al cliente les da rentabilidad a su empresa; por ende; el 40% afirman que a veces creen sobre ello.

5.2. Análisis de resultados

Luego de haber aplicado el cuestionario, se realiza el siguiente análisis de los resultados obtenidos. Con respecto al objetivo específico 1. Determinar las principales características de la gestión de calidad en las Mypes, sector servicio rubro pollerías centro Bellavista, Sullana 2019. Referente, al conocimiento sobre el término gestión de calidad, se puede decir que el 80% de las Mypes si conocen sobre ello, este resultado coincide con Campos (2018), que indica que un 80% también tienen conocimiento sobre dicha gestión. Con respecto al conocimiento de los principios de la gestión de calidad que son utilizados para el desarrollo de su empresa, se destaca que el 80% de las Mypes tienen, este coincide con la tesis de Villacorta (2018), ya que el 80% conocen estos principios. En lo que respecta a las necesidades de los clientes, se menciona que el 60% de las Mypes se enfocan directamente en ello, este resultado coincide con la indagación de Estrada (2016) donde 78.7% menciona que una buena gestión debe de estar enfocada a satisfacer las necesidades de los clientes. En cuanto a la mejora continua, se afirma que el 80% de las Mypes aplican esta mejora en su empresa, este resultado coincide con lo hallado de Estrada (2016) en donde se aprecia que el 91,6% toman en cuenta estas prácticas de mejora. En lo que concierne al ciclo de procesos, se observa que el 80% de las Mypes utilizan todo el ciclo para para ofrecer un producto de calidad; este resultado coincide con mencionado de Medina (2018) que hace mención de este ciclo de procesos ayuda en evolución eficiente de formas de trabajar en la elaboración de su producto y así alcanzar un mayor nivel de satisfacción del cliente. Referente al cumplimiento de los requisitos al momento de ofrecerles sus productos, se destaca que el 80% de las Mypes si cumplen con ello, este resultado coincide con Bueno (2016) que corrobora que toda organización debe proporcionar

productos que cumplan con los requisitos y así poder satisfacer las necesidades de sus clientes. En el aspecto de la eficiencia y eficacia en medir y seguir un proceso adecuado para ofrecer productos de calidad, se aprecia que el 80% de las Mypes si son eficientes y eficaces en ello, este resultado coincide con la información de Gutiérrez (2020) que corrobora que la gestión de calidad implementada en las empresas de producción y servicios, estas deben caracterizarse por la responsabilidad de la compra de insumos, y los procesos adecuados que deben seguir para la elaboración de los productos por parte de los empleados orientada a los consumidores para así poder satisfacer sus necesidades.

Continuando con el análisis de resultados de los datos obtenidos en cuanto al Objetivo específico 2. Establecer las principales características de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las Mypes, sector servicio rubro pollerías centro Bellavista, Sullana 2019. Respecto al término de atención al cliente, se puede decir que el 80% de las Mypes si conocen este término, este resultado coincide con Villacorta (2018), donde el 64% de los que representan las micro y pequeñas empresas tiene conocimiento sobre ello. Referente al servicio de atención al cliente, el 80% de las Mypes; manifiestan que si ofrecen un buen servicio al atender al cliente; este resultado coincide con la tesis de Villacorta (2018) que menciona que la gran mayoría del 82% confirman que si brindan un buen servicio de ello. En el aspecto de los procesos formales al atender al cliente, el 80% de las Mypes si cuentan con estos procesos adecuados para poder atender al cliente; este resultado coincide con lo indagado de Villalta (2017), el 76.2% especifican que aquel personal si está totalmente calificado para una buena atención forma. En cuanto a las oportunidades para crecer y mejorar a partir de las expectativas de los clientes, el 80% de las Mypes destacan que

si identifican estas oportunidades para poder satisfacer al cliente; este resultado coincide con lo hallado de Campos (2018) donde corrobora que un 81% menciona que el restaurante si identifica oportunidades para satisfacer sus necesidades y expectativas de los clientes. Con respecto al trabajo unido y en equipo, el 80% de las Mypes menciona que si consideran que sus trabajadores trabajan conjuntamente y en equipo para brindar una buena atención al cliente; este resultado coincide con Rosas (2019) que aporta en su investigación que todo el departamento de atención al cliente ha de trabajar de manera cohesionada, en equipo y cooperativamente con el objetivo común de cumplir con las expectativas del cliente y poderles brindar un buen servicio de atención. Referente al momento de atender a sus clientes, el 80% de las Mypes si muestra junto a sus trabajadores optimismo cuando atienden a sus clientes; este resultado coincide con la investigación de Villacorta (2017) donde afirma que para iniciar el contacto con los clientes se debe iniciar con una buena actitud y optimismo con la que se aborda la atención al cliente de forma adecuada propiciando una relación positiva al momento de atenderlo. En el aspecto de observación, el 80% de la Mypes destaca que si son observadores sin ser evidentes con sus clientes; este resultado coincide con lo mencionado de Medina (2018) donde aporta que cualquier representante tiene la habilidad para poder fijar o captar pequeños detalles que no sean evidentes en el mundo.

Finalizando con el análisis de resultados de los datos obtenidos con respecto al objetivo específico 3. Evaluar la vigencia de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las Mypes, sector servicio rubro pollerías centro Bellavista, Sullana 2019. En cuanto a las ventas de la empresa, el 80% de las Mypes afirma que si consideran que una buena atención al cliente mejora radicalmente las

ventas de estas; este resultado coincide con la tesis de Villacorta (2018) corroborando que el 92% de estos empresarios de las micro y pequeñas empresas manifiestan que si es muy fundamental la atención al cliente para la mejora de sus ventas y para que los clientes regresen. En el aspecto del ingreso de cliente nuevos, el 80% de las Mypes manifiesta que si consideran que brindando una buena atención al cliente produce el ingreso de clientes nuevos; este resultado coincide con la investigación de Chang (2016) que refiere que la atención al cliente brinda beneficios como el ingreso de más nuevos clientes captados por medio de comunicarse boca a boca, el cual da referencia de aquellos clientes que están satisfechos. Referente a la fidelización de clientes, el 80% de las Mypes menciona que si consideran que brindando una buena atención al cliente les ayuda a poder fidelizar a sus clientes; este resultado coincide con lo hallado de Rosas (2019) que el 69.70% señala que la atención al cliente es fundamental para el regreso del cliente. Así mismo con la rentabilidad de la empresa, el 60% de las Mypes afirma que si consideran que una buena atención al cliente les ayuda a obtener rentabilidad a sus empresas; este resultado coincide con lo hallado de Bueno (2016) que afirma que el 62.5% de los representantes están seguros que la atención al cliente generalmente mejora el rendimiento y rentabilidad de sus empresas.

VI. Conclusiones

1) Con respecto a las principales características de la gestión de calidad la gran mayor parte del 80% de representantes de las mypes tienen conocimiento sobre el término gestión de calidad, el cual el 80% también conocen los principios de la gestión de calidad; por ende, el 60% se enfoca en las necesidades de los clientes; toman en cuenta y aplicando el 80% las mejora continua en su empresa, utilizando un 80% así mediante ello todo el ciclo de procesos que se lleva a cabo para ofrecer un producto de calidad, donde de tal manera, el 80% cumplen con todos los requisitos al momento de ofrecer sus productos; siendo el 80% muy eficientes, eficaces en medir y seguir un proceso adecuado para ofrecer productos de calidad, y así no tener ningún inconveniente al ofrecer sus productos a los clientes.

2) Con respecto a las principales características de atención al cliente, la mayor parte del 80% de los representantes de las mypes tienen conocimiento sobre lo que es atender al cliente ya que también el 80% ofrece a sus clientes un buen servicio de atención, el cual el 80% consideran que cuentan con procesos formales para atender al cliente, ayudándoles totalmente a incrementar sus utilidades en la empresa, ya que por lo consiguiente, el 80% identifican oportunidades para crecer y mejorar a partir de las expectativas de las clientes, por ende, el 80% consideran que sus trabajadores laboran unidos y en equipos para poder brindar una buena atención, de las empresas cuentan con procesos formales para poder atender a cada uno de sus clientes y así poder crecer mediante sus expectativas, donde los representantes aseguran que el 80% de sus trabajadores trabajan de manera unida, en equipo con optimismo al momento de atender a sus clientes y afirman que el 80% de los representantes son observadores sin ser evidentes con sus clientes y así evitar cualquier inconveniente.

3) Con respecto a la vigencia de atención al cliente, de las Mypes, el 80% de los representantes de estas afirman totalmente que el término de la atención al cliente mejora sus ventas, donde también la mayor parte del 80% produce el ingreso de clientes nuevos, aumenta la fidelización de clientes y que solo el 60% de ellos manifiestan que una buena atención les da rentabilidad a sus empresas obteniendo buenos resultados para el éxito de estas.

Aspectos Complementarios

Recomendaciones

- Generalmente se les recomienda a aquellos (as) representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio que deben tener presente siempre los términos de gestión de calidad y atención al cliente capacitando constantemente a sus trabajadores y obteniendo información para que tengan conocimiento sobre todo lo referente a la elaboración de los alimentos y sobre todo en cómo deben atender a sus clientes de manera rápida, de buena forma y formalmente al momento de ofrecerles y de venderles el producto, y así no tengan inconvenientes con sus clientes.

- Por lo consiguiente, se les recomienda a aquellos (as) representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio implementar nuevas estrategias para mejorar la atención al cliente contratando personal con vocación, con actitud y que tenga ganas de ofrecer una agradable experiencia a su cliente, contando con herramientas adecuadas para poder brindar un trato adecuado reforzando siempre la confianza en sí mismo y su autoestima.

- Finalmente, se les recomienda a aquellos (as) representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio utilizar constantemente los principios de la gestión de calidad para el desarrollo de la empresa y también brindar productos de buena calidad con precios accesibles y poder satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes logrando obtener su fidelización.

Referencias bibliográficas

- Apega. (2013). *Pollo a la Brasa*. Lima.
- Alcazar, P., (2017). *El cliente*. Emprendedores. Es.Chile.
- Arenal, C. (2017). *Gestión de la atención al cliente/ consumidor*.Ed. Tutor formación.España.
- Ávila, R. & Sanchis, J. (2011). *Surgimiento de las Micro y Pequeñas Empresa (MYPE)*.Ed. Geski.Perú.
- Bueno, M. (2016). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes de Chimbote*. Tesis de pregrado. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8228>
- Carrasco, S. (2018). *Guía práctica de atención al cliente*.Ed. Paraninfo. Madrid.
- Campos, R. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de servicios rubro restaurantes en el distrito de Sullana*. Tesis de pregrado. Universidad católica los ángeles de Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10566>
- Chang, J. (2016). *Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán, Guatemala*. Tesis de pregrado. Universidad Rafael Landívar.
- Cortés, M. & Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Lima.
- Cortés, J. (2017). *Sistemas de Gestión de Calidad (ISO 9001:2015)*.ICB 1ª edición. España.
- Del Cid,Y. (2018). *Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante pizza Burger Diner*.Tesis de Grado. Universidad Rafael Landívar, Zacapa-Cuba.
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrce/2018/01/04/DelCid-Yasser.pdf>

- Escudero, M. (2015). *Servicio de Atención Comercial*. Ed. Editex. España.
- Escudero, J. (2012). *Comunicación y atención al cliente*. ed. Paraninfo. España.
- Estrada, E. (2016). *Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing y el posicionamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías de Santa, Chimbote*. Tesis de pregrado. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1926>:http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1926/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fernandez, A. (2016). *Manual y procedimientos de un sistema de calidad ISO 9001-2000*. Instituto del fomento regional. Ministerio de fomento, puertos del estado.España.
- Fontalvo, T. & Vergara, J. (2016). *La gestión de calidad en los servicios ISO 9001-2008*. Ed.Eumed. España.
- Fuentes, M. & Llorens, F. (2005). *Gestión de la Calidad Empresarial*. Ed. Pirámide.España
- Griful, E. & Canela M. (2017). *Gestión de la calidad*.Ed. Upc.Barcelona. Guerra, I. (2016). *Evaluación y Mejora Continua*..Ed.Itson. Estados Unidos. Gutiérrez, G. (2020). *Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en la mype “tonderos restobar” distrito de Sullana*. Tesis de pregrado. Universidad católica los ángeles de Chimbote.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/19192/ATENCION_AL_CLIENTE_GESTION_DE_CALIDAD_MYPE_GUTIERREZ_CU EVA_%20GLADYS_ESTEFANY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hilder, A. (2018). *Gestión de Calidad en Atención al Cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector-servicio rubro restaurante,*

urbanización los Jardines, Trujillo. Tesis de pregrado. Universidad Católica los
Ángeles de Chimbote.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9253>

Icart, T. Fuentesalz, C. & Pulpón, A. (2006). *Elaboración y presentación de un
proyecto de investigación y una Tesina*. Publicaciones y ediciones de la
universidad de Barcelona.

Izquierdo, R. (2018). *El Proceso de Atención al Cliente*. Ed. Integralms. Lima.

Jabaloyes, J. Carot, J. & Carrión, J. (2020). *Introducción a la gestión de la calidad*.
Ed. Universitat Politècnica de València. España.

Medina, M. (2018). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente
en las Mype rubro pollería distrito de vice sechura*. Tesis de pregrado.
Universidad católica los ángeles de Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5932>

Mesén, V. (2011). *Fidelización de clientes: Concepto y perspectiva contable*.
Ed.Customer, pg.29-35. Perú.

Miranda, R. (2014). *Competencias claves para la Gestión Empresarial de las Mypes*.
Gestión en el tercer Milenio, pg.1-17. Tumbes.

Miranda, F. Chamorro, A. Rubio, S. (2017). *Introducción a la gestión de calidad*. Ed.
Delta Publicaciones. España.

Nole, S. (2018). *Características de la gestión de calidad y atención al cliente del
negocio Ortiz del distrito de Sullana*. Tesis de pregrado. Universidad católica
los ángeles de Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10598>

Novillo, E. Parra, E. & Ramón, D. (2017). *Gestión de la Calidad: Un enfoque práctico*
. Edición. Diagramación. Guayaquil. Ecuador.

Palomo, M. (2014). *Atención al cliente*. Ed. Paraninfo. Madrid.

- Peréz, D. (2017). *Diseño de propuesta de un sistema de gestión de calidad para empresas del sector construcción. caso ConstruEcuador S.A.* Tesis de grado. Universidad Andina Simón Bolívar.
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5871/1/T2413-MAE-Perez-Dise%C3%B1o.pdf>
- Pérez, V. (2006). *Calidad Total en la Atención al Cliente.* Ideaspropias 1ª edición. España.
<https://books.google.com.pe/books?id=xXdBBinORegC&pg=PT17&dq=atencion+al+cliente+en+una+empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiMnODKzYLqAhUOGrkGHYjXAmsQ6AEIJzAA#v=onepage&q=atencion%20al%20cliente%20en%20una%20empresa&f=false>
- Perez, V. (2010). *Calidad total en la atención al cliente.* Ed. Ideas propias. España.
- Riquelme, M. (2017). *Importancia de la gestión de calidad.* Empresas. Lima.
- Rodriguez, A. (2013). *Gestión, tipos, gestión investigativa, enfoque.* Unerg Cohorte Secco6. Perú.
- Ramos, P. (2017). *Atención al cliente 3ª edición.* Ed. ICB. España.
- Rosas, D. (2019). *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas Huaraz.* Tesis de pregrado. Universidad católica los ángeles de Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14705>
- Rumín, J. (2019). *Atención al cliente en e proceso comercial.* Edit. de la U. España.
- Sánchez, S. (2017). *Gestión de Calidad ISO 9001/2015 en comercio.* Ed. Elearning, S.L. España.
- Sánchez, B. (2014). *Las mypes en Perú: Su importancia y propuesta tributaria.* Ed. Quipukamayo. Perú.

Solórzano, G. & Aceves, J. (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente*. Ed. El buzón de Pacioli. México.

Udaondo, M. (2016). *Gestión de calidad*. Ed. Diaz de Santos. Madrid

Universidad Los Ángeles de Chimbote. (2019). Obtenido de *código de ética para la investigación versión 02*.
<https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-deetica-para-la-investigacion-v002.pdf>

Villalta, B. (2017). *Caracterización de la Atención al Cliente y capacitación de las Mype rubro restaurantes de la calle Tacna*. Tesis de pregrado. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Piura.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10465>

Villacorta, H. (2018). *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Mype del sector servicio – rubro restaurante, urbanización los jardines Trujillo*. Tesis de pregrado. Universidad católica los ángeles de Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9253>

Anexos

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPES

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “Caracterización de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad, en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro pollerías, centro Bellavista-Sullana 2019. Para optar mi bachiller en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

		Nunca	Casi Nunca	A veces	No	Sí
		1	2	3	4	5
V1: Gestión de calidad						
1	Conoce usted el término gestión de calidad					
2	Conoce usted los principios de la gestión de calidad					
3	Esta pollería se enfoca en las necesidades de los clientes					
D1: Mejora continua						
4	Aplica usted la mejora continua en su empresa					
D2: Ciclo PDCA						
5	Qué ciclos de procesos utiliza usted para ofrecer un producto de calidad	Planear	Dirigir	Controlar	Actuar	T.A
D3: Cumplimiento de los requisitos de los clientes						
6	Cumple con los requisitos de los clientes al momento de ofrecerles sus productos					
D 4: Medición y seguimiento de los procesos						
7	Es eficaz y eficiente en medir y seguir un proceso adecuado para ofrecer productos de calidad a sus clientes					
V2: Atención al cliente						
8	Conoce usted el término atención al cliente					

D1: Disposición de servicio						
9	Ofrece usted a sus clientes un buen servicio de atención al cliente					
D2: Formalidad						
10	La empresa cuenta con procesos formales en atender al cliente					
D3: Ambición						
11	Identifica usted oportunidades para crecer y mejorar a partir de las expectativas de los clientes					
D4: Colaboración						
12	Considera usted que sus trabajadores trabajan unidos y en equipo para brindar una buena atención al cliente					
D5: Enfoque positivo						
13	Muestra usted y sus trabajadores optimismo al momento de atender a sus clientes					
D5: Observación						
14	Es observadora sin ser evidente con sus clientes					
Vigencia de atención al cliente						
Indicador: ventas						
15	Considera usted que una buena atención al cliente mejora las ventas de su empresa					
Indicador: Ingreso de nuevos clientes						
16	Considera usted que una buena atención al cliente produce el ingreso de clientes nuevos					
Indicador: Fidelización						
17	Considera usted que la atención al cliente aumenta la fidelización de clientes					
Indicador: Rentabilidad						
18	Considera usted que la atención al cliente le da rentabilidad a la empresa					

Anexo 2: Validaciones del cuestionario por expertos

Apellidos y nombres del experto: Mgtr. Elizabeth Diamina Zapata Castro

Institución en la que labora: Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

Apellidos y nombres del autor: Rossy Mary Carmen Talledo Sandoval

Instrumento utilizado: Cuestionario

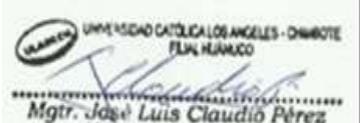
Ítem	CRITERIOS A EVALUAR										Observaciones (si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique)
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	X		X		X		X		X		
Aspectos Generales									Sí	No	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir									X		
Validez											
Aplicable					X	No aplicable					
Aplicable atendiendo a las observaciones											
Validado por: Elizabeth Diamina Zapata Castro						C.I. 06563			Fecha:05-07-2020		
Firma:						Teléfono: 944661797			Correo: ezapatac@uladech.edu.pe		
											

Apellidos y nombres del experto: Mgtr. Claudio Pérez, José Luis

Institución en la que labora: Universidad Católica los ángeles de Chimbote.

Apellidos y nombres del autor: Rossy Mary Carmen Talledo Sandoval

Instrumento utilizado: Cuestionario

Ítem	CRITERIOS A EVALUAR										Observaciones (si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique)
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	X		X		X		X		X		
Aspectos Generales									Sí	No	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir									X		
Validez											
Aplicable					X	No aplicable					
Aplicable atendiendo a las observaciones											
Validado por: Mg. Claudio Pérez, José Luis						c.i. 08975			Fecha:09-07-2020		
Firma:						Teléfono:			Correo:		
						962543200			Jclaudioperez9@gmail.com		

Apellidos y nombres del experto: Mgtr. Siancas Escobar Darwin

Institución en la que labora: Universidad Nacional de Fronteras Sullana

Apellidos y nombres del autor: Rossy Mary Carmen Talledo Sandoval

Instrumento utilizado: Cuestionario

Ítem	CRITERIOS A EVALUAR										Observaciones (si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique)
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	X		X		X		X		X		
Aspectos Generales									Sí	No	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir									X		
Validez											
Aplicable					X	No aplicable					
Aplicable atendiendo a las observaciones											
Validado por: Mg. Siancas Escobar, Darwin						c.i: Colegiatura n° 867			Fecha:09-07-2020		
Firma: 						Teléfono: 969633022			Correo: dsiancas@unf.edu.pe		

Anexo 3: Consentimientos informados

POLLERIA EL REY TITO


UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

CONSENTIMIENTO INFORMADO PUC 10036087205

Estimado señor (a): Karina Elizabeth Delgado Porras 40450407 

Estamos llevando a cabo un estudio para optar el grado académico de bachiller en Ciencias Administrativas denominado: La atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro pollerías, centro de Bellavista, Sullana 2019.

Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las MYPES que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas a la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa. Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

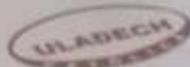
Si tiene dudas sobre el estudio, puede comunicarse con mi persona al teléfono N° 918044112, correo: rossytalledosandoval.5@gmail.com o con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Perú: Carlos Enaldo Rebaza Alfaro con celular N° 931116791 y a los Correos: carlosenaldorebazaalfaro@gmail.com y crebaza@uladecb.edu.pe

Obtención del consentimiento informado

He leído el procedimiento y estoy completamente informado de los objetivos del estudio. El (la) investigador (a) me ha explicado el estudio y absuelto mis dudas y firmo este documento autorizando mi participación, en uso de mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este Consentimiento Informado.

<u>Rosy M. Talledo Sandoval</u>		<u>09/07/2020</u>	
Nombre del investigador	Firma del investigador	Fecha	Hora
<u>Carlos E. Rebaza Alfaro</u>		<u>09/07/2020</u>	
Nombre del docente tutor	Firma del docente tutor	Fecha	Hora

POLLERIA LA WAKA



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LOS ANDES
CHIMBO

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado señor (a): Hospitalin Alvarado 29.524.764

Estamos llevando a cabo un estudio para optar el grado académico de bachiller en Ciencias Administrativas denominado: La atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro pollerías, centro de Bellavista, Sullana 2019.

Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las MYPES que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas a la de atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa. Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas sobre el estudio, puede comunicarse con mi persona al teléfono N° 918044112, correo: rossytalledosandoval.5@gmail.com o con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbo, Perú: Carlos Enaldo Rebaza Alfaro con celular N° 931116791 y a los Correos: carlosenaldorebazaalfaro@gmail.com y crebaza@uladech.edu.pe

Obtención del consentimiento informado

He leído el procedimiento y estoy completamente informado de los objetivos del estudio. El (la) investigador (a) me ha explicado el estudio y absuelto mis dudas y firmo este documento autorizando mi participación, en uso de mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este Consentimiento Informado.

Rosy M. Talledo Sandoval

09/07/2020

Nombre del investigador

Firma del investigador

Fecha

Hora

Nombre del docente tutor
Carlos E. Rebaza Alfaro

09/07/2020

Fecha

Hora

R.U.C. 10438713684

POLLERÍA "GONZALITOS"
calle Loreto #363
Bellavista



999762777

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSENTIMIENTO INFORMADO

[Handwritten signature]

Estimado señor (a): Don Carlos Benito Aguirre 62983884

Estamos llevando a cabo un estudio para optar el grado académico de bachiller en Ciencias Administrativas denominado: La atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro pollerías, centro de Bellavista, Sullana 2019.

Su participación es voluntaria e incluiremos solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas a la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa. Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

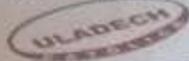
Si tiene dudas sobre el estudio, puede comunicarse con mi persona al teléfono N° 918044112, correo: rossytalledosandoval.5@gmail.com o con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Perú: Carlos Enaldo Rebaza Alfaro con celular N° 931116791 y a los Correos: carlosenaldorebazalfaro@gmail.com y crebaza@uladech.edu.pe

Obtención del consentimiento informado

He leído el procedimiento y estoy completamente informado de los objetivos del estudio. El (la) investigador (a) me ha explicado el estudio y absuelto mis dudas y firmo este documento autorizando mi participación, en uso de mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este Consentimiento Informado.

Rossy M. Talledo Sandoval		09/07/2020	
Nombre del investigador	Firma del investigador	Fecha	Hora
Nombre del docente tutor		09/07/2020	
Carlos E. Rebaza Alfaro	Firma del docente tutor	Fecha	Hora

Pollería: El Nuevo Fogón Dorado II
Calle Loreto # 291 Bellavista



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

CONSENTIMIENTO INFORMADO

EVE 2060-119458

Estimado señor (a) Lorely Hella GARCIA Pico DNI 46944436
Estamos llevando a cabo un estudio para optar el grado académico de bachiller en Ciencias Administrativas denominado: La atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro pollerías, centro de Bellavista, Sullana 2019.

Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas a la de atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa. Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas sobre el estudio, puede comunicarse con mi persona al teléfono N° 918044112, correo: rossytallosedosafdoval.5@gmail.com o con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Perú: Carlos Enaldo Rebaza Alfaro con celular N° 931116791 y a los Correos: carlosenaldorebazaalfaro@gmail.com y crebaza@uladech.edu.pe

Obtención del consentimiento informado

He leído el procedimiento y estoy completamente informado de los objetivos del estudio. El (la) investigador (a) me ha explicado el estudio y absuelto mis dudas y firmo este documento autorizando mi participación, en uso de mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este Consentimiento Informado.

Rosy M. Talledo Sandoval		09/07/2020	
Nombre del investigador	Firma del investigador	Fecha	Hora
Nombre del docente tutor Carlos E. Rebaza Alfaro		09/07/2020	
Nombre del docente tutor	Firma del docente tutor	Fecha	Hora

Pollepiá Sal y Brasas
Calle Cajamarca #425 Bellavista



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

10433967475

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado señor (a) Rico Lucio Martinez 43396747

Estamos llevando a cabo un estudio para optar el grado académico de bachiller en Ciencias Administrativas denominado: La atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro pollerías, centro de Bellavista, Sullana 2019.

Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas a la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa. Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas sobre el estudio, puede comunicarse con mi persona al teléfono N° 918044112, correo: rossytalledosandoval.5@gmail.com o con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Perú: Carlos Enaldo Rebaza Alfaro con celular N° 931116791 y a los Correos: carlosonaldorebazaalfaro@gmail.com y crebaza@uladech.edu.pe

Obtención del consentimiento informado

He leído el procedimiento y estoy completamente informado de los objetivos del estudio. El (la) investigador (a) me ha explicado el estudio y absuelto mis dudas y firmo este documento autorizando mi participación, en uso de mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este Consentimiento Informado.

Rossy M. Talledo Sandoval

09/07/2020

Nombre del investigador

Firma del investigador

Fecha

Hora

Nombre del docente tutor
Carlos E. Rebaza Alfaro

Firma del docente tutor

09/07/2020

Fecha

Hora

Anexo 4: Base de datos

Sujetos	Preguntas																		Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	88
2	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
4	5	5	5	3	3	3	3	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	77
5	4	4	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	70

Anexo 5: Turnitin

The screenshot shows a web browser window with the URL `campus.uladec.edu.pe/mod/turnitintooltwo/view.php?id=1577191`. The page title is "NP-ZUZ101-ADMINISTRACION-PUCALLPA-TALLER DE INVESTIGACION IV-A".

On the right side, there is a "Navegación" (Navigation) menu with the following items:

- Área personal
- Inicio del sitio
- Páginas del sitio
- Mis cursos
 - 04NP202101111799A
 - 04NP202101111799A
 - 04NP202101111799A
 - 18NP202101111787A
 - 18NP202101111786A
 - 18NP202101111785A
 - 18NP202101111783A
 - Participantes
 - Insignias
 - Competencias
 - Calificaciones
 - General
 - Semana 1
 - Semana 2
 - Semana 3
 - Semana 4

The main content area shows "Mis entregas" (My submissions) for "Empastado - Sección 1". It includes a table with the following data:

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
Empastado - Sección 1	13 jun 2021 - 11:15	20 jun 2021 - 11:15	20 jun 2021 - 11:15

Below this table, there is a section for "Actualizar entregas" (Update submissions) with a table showing submission details:

Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud
Taller IV Turnitin	1607621146	16/06/2021 14:04	0%

