



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO Y EL PROCESO
ADMINISTRATIVO EN LA POLLERIA EL TIO JHONY DEL
DISTRITO DE SULLANA AÑO, 2019**

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

AUTORA:

SARANGO AVALO SHEYLA DEL ROSARIO

ORCID 0000-0003-3298-6487

ASESOR:

MGTR. HECTOR YVAN PELAEZ CAMACHO

ORCID 0000-0002-5394-1037

PIURA – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

SARANGO AVALO, SHEYLA DEL ROSARIO

ORCID: 0000-0003-3298-6487

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

ASESOR

MGTR. HÉCTOR Y. PELÁEZ CAMACHO

ORCID 0000-0002-5394-1037

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Sullana, Perú

JURADO

MG. VILELA VARGAS, VICTOR HUGO

ORCID: 0000-0003-2027-6920

GUZMÁN CASTRO, IVÁN ARTURO

ORCID: 0000-0002-4650-4322

CHUMACERO ANCAJIMA, MARITZA ZELIDETH

ORCID: 0000-0001-7372-741X

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

PELÁEZ CAMACHO, HÉCTOR YVÁN

ORCID: 0000-0002-5394-1037

VILELA VARGAS, VÍCTOR HUGO

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

GUZMÁN CASTRO, IVÁN ARTURO

ORCID ID: 0000-0002-4650-4322

CHUMACERO ANCAJIMA, MARITZA ZELIDETH

ORCID ID: 0000-0001-7372-741X

AGRADECIMIENTO

A Dios, por cada una de sus bendiciones, la vida y salud, y de esta forma permitirme continuar en cada uno de mis planes para beneplácito de mis seres queridos.

A mis padres, por su infinito labor de educarme desde casa, con valores y principios, demostrándome un amor incondicional.

Al profesor de la asignatura, por ser nuestra guía, y orientarnos en el desarrollo del presente documento.

DEDICATORIA

A mi familia, por todo su amor y empeño de verme convertida en una profesional. Por cada uno de sus consejos.

A toda mi familia, y todas aquellas personas que en todo momento están apoyándome en continuar con mis estudios y a ser realidad mis metas propuestas.

A cada uno de mis maestros que, a lo largo de la vida, con sus enseñanzas y experiencias compartidas han alimentado mi conocimiento.

RESÚMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo: Determinar las Características Gestión de Calidad del Servicio y El Proceso Administrativo en la Pollería “El Tio Jhony” del Distrito De Sullana Año 2020. Para su desarrollo se aplicó la metodología de tipo descriptivo, de nivel cuantitativo, no experimental. La población estuvo conformada por 05 trabajadores y 68 clientes de la Pollería “El Tio Jhony”. Se utilizó como técnica la encuesta, y como instrumento el cuestionario. Se han obtenido como resultados respecto a la variable gestión de calidad de servicio los siguientes: el 81 % manifestaron que siempre la distribución de los ambientes permite una adecuada atención, el 69% consideran que siempre la pollería cumple con lo ofrecido, el 56% considera que siempre el personal despeja sus dudas, el 75% consideran que siempre se sienten seguros dentro de las instalaciones, el 60% de los encuestados consideran que siempre la pollería cuenta con una visión establecida, el 50% considera que siempre el personal es cortés. Respecto a la variable proceso administrativo: el 80% manifiesta que siempre se establecen formalmente las actividades a realizar, el 80% manifiesta que siempre la empresa desarrolla etapas de planificación, ejecución y control en el proceso de inspección de calidad, el 60% manifiesta que siempre suele realizar la inspección de sus productos. Finalmente se concluye que la pollería está desarrollando eficientemente la gestión de calidad y el proceso administrativo.

Palabras clave: Calidad de servicio, proceso administrativo.

ABSTRACT

The objective of this research work was to: Determine the Characteristics of the Service Quality Management and the Administrative Process in the “El Tio Jhony” Chicken Shop of the Sullana District Year 2020. For its development, the descriptive methodology was applied, quantitative , not experimental. The population was made up of 05 workers and 68 clients of the Pollería “El Tio Jhony”. The survey was used as a technique, and the questionnaire as an instrument. The following results have been obtained regarding the service quality management variable: 81% stated that the distribution of the environments always allows adequate attention, 69% consider that the poultry always complies with what is offered, 56% consider that the staff always clear up their doubts, 75% consider that they always feel safe within the facilities, 60% of those surveyed consider that the poultry industry always has an established vision, 50% consider that the staff is always courteous. Regarding the administrative process variable: 80% state that the activities to be carried out are always formally established, 80% state that the company always develops planning, execution and control stages in the quality inspection process, 60% state that he always usually inspects his products. Finally, it is concluded that the poultry industry is efficiently developing quality management and the administrative process.

Keywords: Quality of service, administrative process.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
FIRMA DE JURADO Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESÚMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO	viii
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE FIGURAS.....	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	10
2.1. Antecedentes	10
2.1.1. Calidad de servicio	10
2.1.1.1 Internacionales.....	10
2.1.1.2 Nacionales	14
2.1.1.3 Regionales:	17
2.1.1.4 Locales.....	21
2.1.2. Variable Proceso administrativo:.....	23
2.1.2.1 Internacionales.....	24
2.1.2.2 Nacionales:	27
2.1.2.3 Regionales:	30
2.2. Bases teóricas de la investigación:	34
2.2.1. Calidad de servicio:	34
2.2.1.1 Definición	34
2.2.1.2 Factores De La Calidad	38
Elementos de la gestión de calidad.....	39
Ventajas y beneficios de contar con buenos sistemas de gestión de la calidad.....	40
III. HIPÓTESIS.....	45
IV. METODOLOGIA.....	45
4.1. Diseño de la investigación:	45
4.2. Población y muestra:	46
4.2.1 Población	46

4.2.2 La Muestra:.....	46
4.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES:	48
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	51
4.4.1. Técnicas	51
4.4.2. Instrumentos	51
4.4.3. Procedimientos de Recolección de Datos.....	51
4.5 Plan de análisis	52
4.6 Matriz de consistencia:.....	53
4.7. Principios éticos	54
V. RESULTADOS.....	56
5.1. Resultados	56
5.2 Análisis de resultados.....	82
VI. CONCLUSIONES	88
VII. RECOMENDACIONES.....	89
REFERENCIAS.....	900
ANEXO 01: Fórmula de la muestra.....	999
Anexo 02: Cronograma de actividades	100
Anexo 03: Presupuesto	101
Anexo 04: Cuestionarios.....	102
Anexo 05: Análisis de confiabilidad.....	104

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 las Instalaciones De La Pollería Permiten Una Atención Adecuada Al Cliente	56
Tabla 2 La distribución de los ambientes de la Pollería permite una atención adecuada al cliente	57
Tabla 3 El mobiliario de la pollería permite recibir un servicio de calidad.....	58
Tabla 4 Los equipos e instrumentos que utiliza la Pollería que permiten brindar un servicio de calidad.....	59
Tabla 5 La Pollería cumple con lo ofrecido en los servicios contratados.....	60
Tabla 6 La pollería cumple con la publicidad que ofrece	61
Tabla 7 El personal de atención de la Pollería trasmite confianza	62
Tabla 8 El personal de la pollería se encarga de explicar y despejar cualquier duda que ocurra durante el servicio	63
Tabla 9 El tiempo de espera para recibir atención es el adecuado.....	64
Tabla 10 El Servicio ofrecido por de la Pollería es rápido y eficiente	65
Tabla 11 El personal de la Pollería transmite seguridad.....	66
Tabla 12 Se siente seguro dentro de las instalaciones de la Pollería	67
Tabla 13 El personal de la Pollería muestra preparación y conocimiento de los servicios que presta la empresa	68
Tabla 14 El personal de la Pollería es cortés en su trato.....	69
Tabla 15 El personal de la Pollería muestra interés en su trabajo	70
Tabla 16 El personal de la Pollería viste adecuadamente	71
Tabla 17 La empresa cuenta con una visión establecida	72

Tabla 18 La empresa establece sus objetivos empresariales acorde con las políticas de calidad de la empresa	73
Tabla 19 La empresa cuenta con políticas de calidad establecidas en relación con el producto y servicio que ofrecen	74
Tabla 20 La empresa tiene establecido de manera formal las actividades, fechas, responsabilidad y recursos necesarios para el logro de los objetivos en el sistema de gestión	75
Tabla 21 La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado	76
Tabla 22 La empresa motiva a su personal para que sus acciones se orienten hacia el logro de los objetivos fijados	77
Tabla 23 Existe un departamento o persona encargada de controlar la función de la calidad en la empresa	78
Tabla 24 La empresa desarrolla las etapas de planificación, ejecución y control para llevar a cabo el proceso de inspección de calidad de sus productos	79
Tabla 25 Suele realizar la inspección de sus productos	80
Tabla 26 La empresa cuenta con un archivo donde quedan registrados los resultados de cada inspección con sus respectivos procedimientos	81

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Gráficos de barras las Instalaciones De La Pollería Permiten Una Atención Adecuada Al Cliente.....	56
Figura 2: Gráfico de barras la distribución de los ambientes de la Pollería permite una atención adecuada al cliente.	57
Figura 3: Gráfico de barras el mobiliario de la pollería permite recibir un servicio de calidad ...	58
Figura 4: Gráfico de barras los equipos e instrumentos que utiliza la Pollería que permiten brindar un servicio de calidad.....	59
Figura 5: Gráfico de barras la Pollería cumple con lo ofrecido en los servicios contratados	60
Figura 6: Gráfico de barras la pollería cumple con la publicidad que ofrece	61
Figura 7: Gráfico de barras el personal de atención de la Pollería transmite confianza	62
Figura 8: Gráfico de barras el personal de la pollería se encarga de explicar y despejar cualquier duda que ocurra durante el servicio	63
Figura 9: Gráfico de barras el tiempo de espera para recibir atención es el adecuado	64
Figura 10: Gráfico de barras el servicio ofrecido por de la Pollería es rápido y eficiente.....	65
Figura 11: Gráfico de barras el personal de la Pollería transmite seguridad	66
Figura 12: Gráfico de barras se siente seguro dentro de las instalaciones de la Pollería.....	67
Figura 13 Gráfico de barras el personal de la Pollería muestra preparación y conocimiento de los servicios que presta la empresa.....	68
Figura 14: Gráfico de barras el personal de la Pollería es cortés en su trato	69
Figura 15: Gráfico de barras el personal de la Pollería muestra interés en su trabajo	700
Figura 16: Gráfico de barras el personal de la Pollería viste adecuadamente	711
Figura 17: Gráfico de barras la empresa cuenta con una visión establecida	722

Figura 18: Gráfico de barras la empresa establece sus objetivos empresariales acorde con las políticas de calidad de la empresa.....	733
Figura 19: Gráfico de barras la empresa cuenta con políticas de calidad establecidas en relación con el producto y servicio que ofrecen	744
Figura 20: Gráfico de barras la empresa tiene establecido de manera formal las actividades, fechas, responsabilidad y recursos necesarios para el logro de los objetivos en el sistema de gestión ..	755
Figura 21: Gráfico de barras la empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado	766
Figura 22: Gráfico de barras la empresa motiva a su personal para que sus acciones se orienten hacia el logro de los objetivos fijados.....	777
Figura 23: Gráfico de barras existe un departamento o persona encargada de controlar la función de la calidad en la empresa	78
Figura 24: Gráfico de barras la empresa desarrolla las etapas de planificación, ejecución y control para llevar a cabo el proceso de inspección de calidad de sus productos	79
Figura 25: Gráfico de barras suele realizar la inspección de sus productos	800
Figura 26: Gráfico de barras la empresa cuenta con un archivo donde quedan registrados los resultados de cada inspección con sus respectivos procedimientos.....	811

I. INTRODUCCIÓN

Ramos (2019) menciona que las Mype definen “objetivos para planificar la calidad de sus productos, también para mantener una supervisión de los productos que son ofrecidos a sus clientes haciendo uso de herramientas para controlar la calidad de los mismos”. (p.4)

La calidad de servicio al consumidor, usuario, cliente o como lo llamemos, es una de las actividades más valiosas que se debe de brindar en cualquier organización sea cual sea la actividad que estas desarrollen, las organizaciones deben predominar su habilidad por tener satisfechos a sus consumidores. (Ocola 2015).

La presente investigación tiene como empresa de estudio a la pollería “el Tío Jhony”. Esta empresa nace en la provincia de Sullana un 03 de agosto de 2012, con gran esfuerzo y muchas ganas de salir adelante; siendo su punto de partida, el Restaurante Cevichería El Tío Jhony.

La empresa sigue creciendo de manera rentable hasta que el gerente decide aperturar dos restaurantes más, buscando siempre conservar las costumbres y tradiciones, rescatando nuestros productos nacionales, y brindando lo mejor de la cocina norteña y brindando una buena atención y continua mejora logrando así conservar y ganar nuevos clientes.

Tiene como visión; Crear una empresa dedicada al rubro de restaurante criollo, pollos y parrilla convirtiéndose en un referente de la provincia de Sullana. Tomando como meta que en 5 años cuente con sucursales en la misma provincia, encaminándose a conquistar la capital Piura proyectando en 10 años ya contar con varios locales en Piura.

Su misión es: Preparación constante de nuestros colaboradores, variación de nuestros platos, calidad de nuestros insumos, fusión logrando mantener y evolucionar nuestra cocina peruana con ingredientes de nuestra región.

En la presente investigación, para plantear el problema a través de una pregunta de investigación, es necesario hacer una revisión de la realidad problemática de la investigación, haciendo uso de la técnica PESTEL.

Tener una buena calidad de servicio al cliente en una organización, hará que esta se realice diferente a la demás, será la más confiable y competitiva del mercado y marcará la diferencia entre todas.

Según Gastalver (2013) con respecto a los clientes identifica que poseen “una serie de necesidades, requisitos y expectativas. Una empresa proporciona calidad cuando su producto o servicio iguala o supera las expectativas de los consumidores; Si en todo momento trata de satisfacer la inmensa mayoría de sus necesidades estará proporcionando calidad”. (p.134)

El cliente es cada vez más exigente. La percepción de la calidad varía de un cliente a otro y no es la misma para el comprador que para el proveedor. La calidad del servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de compra.

La actitud del cliente respecto a la calidad del servicio cambia la medida que va conociendo mejor el producto y mejora su nivel de vida.

En cuanto al factor Político, el Perú se encuentra en un periodo de inestabilidad política. En los últimos 12 meses Perú ha tenido dos presidentes. El primero de ellos es Pedro Pablo Kuczynski, electo en el año 2016, quien debió renunciar a su cargo presionado por el Congreso. La jefatura de Estado recayó en Martín Vizcarra, entonces vicepresidente del Gobierno de Kuczynski. Sin embargo, su llegada al poder no ha calmado el ambiente político

peruano. El mismo presidente se ha visto afectado por la crisis en el poder Legislativo y Judicial. (France 24, 2019)

Muchos especialistas coinciden en que uno de los mayores problemas que presenta la clase política peruana tiene que ver con la corrupción. La extensión en el país de la crisis surgida por las irregularidades de la empresa Odebrecht ha alcanzado a una buena parte de los dirigentes políticos de ese país. No obstante, la nación ha mantenido su funcionamiento a pesar de los diversos escándalos. (France 24, 2019)

A nivel internacional se tiene que lo más resaltante en el ambiente político peruano también se ve afectado por la grave crisis que se continúa viviendo en Venezuela, ya no solo por la hiperinflación y escasez general, sino por la autoproclamación como presidente de Juan Guaidó, líder del Parlamento de mayoría opositora a Maduro. Todo esto se da por la existencia de ciudadanos venezolanos en el Perú.

En cuanto al factor económico tenemos que la economía peruana se muestra como una de las más resistentes a los ajustes en proyecciones económicas de diversas consultoras. El Perú tendrá una de las tasas de crecimiento más grandes de la región sólo superada por Bolivia y Paraguay con tasas de 4.3% y 4.1%, respectivamente, según FocusEconomics y crecerá casi al doble de lo proyectado para la región este 2019. Se espera una expansión entre 3.7% y 4% este año; el crecimiento latinoamericano se estima en 2.2%. (Ebiz Proveedor, 2019)

El BCR sostiene que el crecimiento económico de este año se apoyará en la demanda interna y recuperación de la inversión privada crecimientos de 6.5% y 3.8% para la inversión privada y consumo interno, respectivamente. Así, la entidad asegura que el PBI volverá a crecer 4% este 2019. De acuerdo con FocusEconomics y BBVA Research, el crecimiento de la economía peruana sería 3.8% y 3.9% respectivamente. (Ebiz Proveedor, 2019)

Tener una economía estable o en crecimiento es importante por cuanto al existir dinero y capacidad de compra por parte de la población esto se va a ver reflejadas en las Mype. En el caso de la empresa canastas es un factor importante para aumentar las ventas, de esta manera la empresa buscara incrementar sus ventas, al mismo tiempo que la estabilidad económica le permite realizar nuevas inversiones, estableciendo nuevos locales en distintos lugares del país.

En el factor Social las pollerías cumplen un rol social importante, como centros de reunión y esparcimiento, así existen pollerías que cuentan incluso con juegos para niños, que brindando un servicio adicional sin costo alguno.

Otro aspecto importante es que son agentes generadores de empleo directo e indirecto, que perjudicarían o beneficiarían a la población en donde se circunscriben estos negocios.

En cuanto a la tecnología sirve para solucionar problemas tales como la contaminación. “Los restaurantes cada vez son más conscientes de la importancia que tienen las nuevas tecnologías para el futuro de su negocio. Ahora no basta con ser el mejor chef, necesitas también ser innovador y utilizar la última tecnología disponible”. (Ruiz, 2016)

En cuanto al factor ecológico podemos analizar que los hornos de pollería generan partículas contaminantes como monóxido de carbono, óxidos de nitrógeno e hidrocarburos aromáticos policlónicos, que según los estudios realizados a 32 de sus compuestos, al menos 15 de ellos fueron calificados como cancerígenos.

Para revertir los efectos contaminantes, existen hoy los llamados hornos Polleros Ecológicos que por ejemplo produce la empresa, Industrias Surco S.R.Ltda. “con quemadores a gas situados en la parte posterior de tal manera que no se genera humo”. (Bernaza, 2018)

En cuanto al factor Legal podemos mencionar que en términos generales deberán realizarse los siguientes pasos: (1) Creación de la empresa como Persona Jurídica (2)

Inscribirse en la SUNAT y acogerse a un Régimen Tributario (3) Si vas a tener trabajadores ponerlos en Planilla y acogerte a la Ley MYPE (4) Carnet Sanitario para tus trabajadores (5) Licencia Municipal de Funcionamiento.

Es importante señalar también, la necesidad de hacer un análisis de las 5 fuerzas de Porter, como parte de la caracterización del problema en la pollería las Canastas.

Las Cinco Fuerzas de Porter es un modelo que nos permite analizar el nivel de competencia de nuestra organización dentro del sector al que pertenecemos. Este análisis, creado por Michael Porter en el año 1979, facilita el desarrollo de nuestra estrategia de negocio.

El modelo de Porter asume que hay cinco fuerzas importantes que determinan el poder competitivo de nuestra organización:

El Poder de negociación del cliente podemos afirmar que los compradores como los proveedores en esta industria tienen poder de negociación, buscando obtener mejores precios, excelente calidad y buen servicio, el cliente es la fuente principal de los ingresos y cuota de mercado en industria del pollo a la brasa, pequeños negocios, tiendas de alimentos, expendedoras etc. Los márgenes de beneficio en cada uno de estos segmentos demuestran notablemente el poder de compra y cómo los clientes especiales pagan precios diferentes en función de su poder de negociación.

Sin embargo, en esta industria puntualmente podemos afirmar que existe un poder de negociación NULO, esto debido a que son los proveedores no son abundantes y los compradores o clientes pagan lo impuesto por estos que ofrecen básicamente lo mismo, pollo y papa incluso recargando el precio por la Marca o nivel del restaurante.

En cuanto al Poder de negociación del proveedor, el ingrediente principal necesario para las Pollerías es principalmente el Pollo y luego productos básicos como la papá, aderezos y especias, carbón, envases y otros. El pollo es un producto que no puede ser almacenado por mucho tiempo, por lo que los proveedores manejan el poder, en este sentido el poder de negociación del proveedor es alto pues ellos tienen poder sobre la fijación del precio.

En cuanto a amenaza de nuevos competidores, tenemos algunas empresas como el restaurante Las Canastas es una empresa ya establecida a nivel nacional, tiene una clientela ya ganada por lo tanto su marca totalmente identificada con el excelente sabor de su producto y servicio que brinda, haciendo de esto un negocio rentable.

La rentabilidad es un factor que hace atractiva el sector, por lo que se espera que siempre haya un número importante de nuevas empresas que intentan ingresar al rubro.

La amenaza de productos sustitutos siempre es alta, estos están disponibles en el mercado, para reemplazar y satisfacer necesidades que el mercado no llega a cubrir. Las otras empresas también se diferencian por marcas conocidas, por el valor de marca y la disponibilidad de los productos sustitutos que no se pueden impugnar. En cuantos sustitutos de los productos ofrecidos por la empresa Canastas, tenemos la variedad gastronómica que ofrecen pollerías como Menfis, Don Parce, Rockys, el leñador entre otros.

La Rivalidad entre los competidores existentes La competencia en el rubro de las pollerías es amplia, la competencia siempre esta buscando ganar a los clientes fieles, recurriendo a conocidas tácticas de competencia de precios y publicidad. Existen varios competidores locales, y franquicias nacionales, que son rivales fuertes por su condición financiera y que buscan constantemente ganar presencia en el mercado piurano.

Finalmente es el cliente quien tomará la decisión siempre en función del precio y la calidad del servicio que les brinden, por lo que la empresa también se refuerza con campañas publicitarias y ofertas.

Para este trabajo de investigación tenemos que hacernos la pregunta, ¿Cuáles son las características Gestión de Calidad del Servicio y El Proceso Administrativo en la Pollería “El Tío Jhony” del Distrito De Sullana Año 2019?, y como nuestro objetivo general; “Determinar las Características Gestión de Calidad del Servicio y El Proceso Administrativo en la Pollería “El Tío Jhony” del Distrito De Sullana Año 2019”

Se plantea además como objetivos específicos:

- Describir las dimensiones de la calidad del servicio en Pollería “El Tío Jhony” del Distrito De Sullana Año 2019.
- Identificar los elementos del proceso administrativo en Pollería “El Tío Jhony” del Distrito De Sullana Año 2019.

El presente trabajo se justifica porque permitirá conocer las características de la calidad de los servicios y el proceso administrativo en el restaurant El tío Jhony del distrito de Sullana. Asimismo, la investigación será realizable, debido a que la información que se recogerá se obtendrá mediante fuentes de información confiables; así como también para obtener nuestros resultados se hará uso de un instrumento de recolección de datos el cual se empleará la técnica de la encuesta donde recopilaremos y analizaremos la información obtenida de los empresarios del Distrito de Sullana, permitiendo así que la investigación sea posible ya que se cuenta con los recursos necesarios para lograr alcanzar a terminar dicho estudio el cual nos ayudará también en nuestro desarrollo profesional.

Justificación social: En cuanto a relevancia social el estudio trasciende en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, las mismas que tendrán en la investigación una fuente de consulta, beneficiando a la comunidad estudiantil de Sullana.

Justificación institucional: Esta investigación será un gran aporte a la Universidad ya que podrá ser utilizado en investigaciones similares en otras filiales; aportará además información que permitirá plantear estrategias para mejorar el servicio brindado al alumnado considerando además la percepción de los docentes.

Justificación profesional: Esta investigación será un gran aporte a la Universidad ya que podrá ser utilizado en investigaciones similares en otras filiales; será además utilizado para obtener el grado de Bachiller.

Se presenta los siguientes resultados: el 69 % afirman que siempre la pollería brinda una adecuada, el mobiliario permite recibir una atención de calidad. Siempre los equipos e instrumentos permiten brindar un servicio de calidad. Consideran que siempre la pollería cumple con lo ofrecido, el 81 % manifestaron que siempre la distribución de los ambientes permite una adecuada atención, el 50% de los clientes considera que siempre la pollería cumple con lo que ofrece en la publicidad, el 56% considera que siempre el personal de la pollería le transmite confianza, el personal despeja sus dudas, el 69% considera el tiempo de espera siempre es adecuado, el 88% considera que siempre el servicio que ofrece la pollería es rápido y eficiente, el 56% de los clientes considera que siempre la pollería le transmite confianza y el 75% consideran que siempre se sienten seguros dentro de las instalaciones, el 81% considera que casi siempre el personal de la pollería muestra preparación y conocimiento de los servicios que presta atención. El 50% considera que siempre el personal es cortés y el personal muestra interés en su trabajo. El 69% considera que el personal viste adecuadamente, el 60% de los

encuestados consideran que siempre la pollería cuenta con una visión establecida, el 80% considera que siempre se establecen objetivos empresariales, la empresa cuenta con políticas de calidad, se establecen formalmente las actividades a realizar, la empresa motiva a su personal, que la empresa desarrolla etapas de planificación, ejecución y control en el proceso de inspección de calidad El 100% de los encuestados manifestaron que la empresa cuenta con un organigrama., el 60% manifiesta que siempre suele realizar la inspección de sus productos.

Se tiene como conclusión que la atención es adecuada, las instalaciones si permiten una atención adecuada, la distribución es adecuada y el mobiliario permite recibir atención adecuada, los equipos permiten brindar servicio de calidad. Se cumple con lo ofrecido en la publicidad, el personal que labora trasmite confianza y despeja sus dudas, el tiempo de atención siempre es el adecuado, tiene un servicio rápido y eficiente, trasmite confianza y seguridad a los clientes. El personal muestra preparación y conocimiento de los servicios. El personal es cortés, viste adecuadamente. Se concluye además que existe planificación pues tienen una Visión establecida, además de plantear objetivos empresariales, cuenta con políticas de calidad. En cuanto al elemento organización se identificó que se establecen formalmente las actividades a realizar, contando además con organigrama. En cuanto a dirección se identificó que en la pollería si motivan al personal. Finalmente en cuanto a control se identificó que existe un encargado de controlar la calidad , supervisar el desarrollo de las fases del proceso administrativo se realiza inspección de sus productos.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Calidad de servicio

2.1.1.1 Internacionales

López (2018) el siguiente trabajo de Investigación titulado Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil., es un estudio de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. Actualmente han ido incrementando los restaurantes y esto lleva a un mercado que cada vez se pone más exigente, por esto las empresas tienen que siempre tener presente una evaluación de la calidad del servicio para poder tener clientes satisfechos. El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy's encontrando los siguientes resultados: una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas a profundidad para tener un mayor conocimiento de las variables de estudio y se pudo evidenciar falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Una vez conocido los hallazgos principales, se propone programas de capacitación y de calidad

dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa.

Sánchez (2017) el siguiente trabajo de investigación titulado Evaluación De La Calidad De Servicio Al Cliente En El Restaurante Pizza Burger Diner DeGualan, Zacapa, cuyo objetivo fue Evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurant Pizza Burger Diner de Gualán. Esta investigación es de tipo descriptivo. Para su ejecución se planteó la metodología de ServQual de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993). Se diseñaron dos cuestionarios, uno para medir las expectativas, con el cual se cuestionó a los clientes seleccionados de forma sistemática (70clientes). El segundo cuestionario fue para medir las percepciones, con el cual se cuestionó al mismo cliente al momento de llevarle la cuenta. Entre los principales resultados se determinó un índice de calidad del servicio de -0.18, lo cual indica que las expectativas de los clientes no superan las percepciones por lo que según el método ServQual no existe calidad en el servicio. Se determinó que las brechas de insatisfacción son negativas. Con la evaluación 360 grados se concluye que existen discrepancias entre las percepciones de los colaboradores y los directivos sobre las expectativas de los clientes, lo cual explica que los directivos no conocen lo que sus clientes necesitan

Villalba (2016) la siguiente investigación titulada Análisis de Calidad del Servicio y Atención al cliente en azuca beach, azuca bistro y q restaurant y sugerencias de mejora, cuyo objetivo fue Analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos. Se ha realizado un investigación de tipo descriptiva, Así también, se ha evaluado el nivel de satisfacción laboral de los colaboradores que trabajan en estos tres lugares. Para ambas evaluaciones se tomó una

muestra representativa de la población de clientes tanto internos como externos, a quienes se les aplicó una encuesta, con la finalidad de conocer sus expectativas y experiencias. En cuanto a los resultados se puede llegar a concluir que la mayor parte de requerimientos para ser considerados establecimientos que satisfagan las expectativas de sus clientes, en cuanto a: amabilidad, calidad de alimentos y bebidas e inocuidad; son cumplidos de forma satisfactoria. A una sí en un rango donde: insatisfactorio es menos del 50%, regular 50% y satisfactorio más del 50%, estos factores no superan el 75% en cuanto a calidad. Se concluye que en cuanto al uso del sistema de medición de calidad empleado, se pudo constatar que este se ajusta y es congruente con los resultados que se requería obtener, sin embargo, es necesario adicionar otras escalas de medición, como por ejemplo la medición del tiempo entre el cual el cliente acude al establecimiento y el tiempo de recibo de su orden solicitada, que repercute en la percepción del servicio otorgado. Esta Investigación se enfoca en la gestión de calidad lo cual me ayuda en mi investigación.

Morillo (2015) el siguiente trabajo de investigación, titulado calidad del servicio de comida rápida a partir de la participación del empleado de vanguardia, municipio libertador, estado Mérida, Venezuela, cuyo objetivo fue analizar la calidad del servicio de comida rápida a partir de la participación del empleado de vanguardia, en el caso específico de los establecimientos ubicados en el municipio Libertador del estado Mérida, Para ello, se aplicó un modelo integral de brechas de calidad del servicio y la escala de Dineserv, durante el segundo semestre del año 2014. Para lo anterior, se seleccionó una muestra representativa de la población de los gerentes, empleados y clientes externos de los establecimientos de comida rápida, a los cuales se les aplicó una encuesta, Como resulte se obtuvo que sobre la antigüedad de los empleados de atención al cliente en su trabajo o tiempo de servicio, la mayoría de los trabajadores de los

establecimientos en estudio tenían menos de un año laborando (32,4%), mientras que 29,4% poseían mayor estabilidad laboral con más de cinco años de servicio en el mismo establecimiento. El grado de instrucción de dichos empleados fue en su mayoría educación media diversificada (bachilleres) (56%), mientras que sólo 9% fueron estudiantes universitarios de pre y postgrado. En cuanto a la condición laboral de los empleados de atención al cliente, un 52,9% trabajaban solo por tiempo definido o por temporadas, mientras que 47,1% todo el año (por tiempo indeterminado), es decir, no trabajaban por temporadas sino que son fijos en la empresa. Pese a la estabilidad que refleja el 47,1% de trabajadores, 85,3% del total de los trabajadores encuestados estaban contratados por medio tiempo o por jornada parcial, mientras que 14,7% contratados por tiempo completo. En cuanto al nivel de ingreso, 41,2% de los trabajadores de los establecimientos estudiados percibían el sueldo mínimo vigente, al momento de la recolección de datos. Estos niveles de salarios se consideran elevados o aceptables por cuanto la mayoría de los empleados de atención al cliente (85,3%) se encuentran contratados a medio tiempo o por jornada parcial. Se concluye que respecto a las características de los empleados de atención al cliente, una de las principales contraprestaciones que reciben los empleados, además del reconocimiento y otras compensaciones mencionadas son los salarios, los servicios de apoyo a la salud y seguridad laboral. En los establecimientos estudiados, la mayor parte de empleados de atención al usuario manifestaron percibir cantidades iguales al salario mínimo. La mayoría de ellos con menos de un año laborando por tiempo definido o por temporadas, contratados por medio tiempo o por jornada parcial, lo cual refleja la alta rotación que existe en el personal de atención al cliente, dicha rotación impide la capacitación, desarrollo, motivación, el diseño y cumplimiento de políticas de calidad, el conocimiento de las expectativas y necesidades de los clientes, así como el desarrollo de cultura de calidad del servicio en los empleados. Esta investigación se enfoca en calidad lo cual me ayuda en mi Investigación.

2.1.1.2 Nacionales

Goicochea (2015) el siguiente trabajo de investigación titulado La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015 tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector Servicio – rubro restaurantes del boulevard gastronómico del Distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015. La investigación fue tipo cuantitativa - nivel descriptivo, diseño no experimental - transversal, para el recojo de la información se escogió una muestra población al de 10 MYPE en el rubro de restaurants del boulevard gastronómica del Distrito de Villa María del Triunfo, a quienes se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: respecto a los representantes legales de las MYPE: el 100% son de nacionalidad peruana, el 80% tiene entre 31 y 50 años de edad, y el 70% son del género masculino. Respecto al micro y pequeñas empresas: el 60% tiene de 7 a más años de funcionamiento en el mercado, y el 60% tienen de 1 a 4 de trabajadores. Respecto a la gestión de calidad: 80,0 % de la población encuestada, aseguran que, sí tienen conocimiento sobre el significado de gestión de calidad mientras, que el 10,0 % no tienen conocimiento del significado de gestión de calidad, también se obtuvo que el 30% de la población, desarrolla políticas de calidad en el restaurante; mientras que el 70% no desarrolla políticas de calidad. Esta Investigación se enfoca en calidad con el rubro de restaurante, lo cual ayuda en mi investigación.

Rodríguez (2016) la presente investigación titulada Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016, tuvo por objetivo determinar la Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. La investigación fue tipo descriptivo – correlacional, nivel aplicada, de diseño no experimental / transversal, se utilizó una muestra de 266 clientes de una población de 214, 804 a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 32 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: Respecto a la Gestión de Calidad: Los clientes consideran que el 55,6% de los dueños a veces si, a veces no supervisan que la atención sea oportuna. El 58,3% de los dueños a veces si, a veces no capacita a los trabajadores para atender a los clientes. El 64,7% considera que la elaboración de los productos casi siempre se realiza con insumos de calidad. Respecto a la atención al cliente: El 49,2% considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado. El 56,8% considera que casi siempre la cevichera atiende bien a los clientes. El 64,7% menciona que siempre el servicio y atención recibida es bueno. Respecto a la fidelización: El 67,7% nunca cambiaría la cevichera donde acostumbra comprar por otra que ofrezca precios bajos. El 81,2% está satisfecho con el servicio recibido. Se concluye que: La gestión bajo el enfoque de atención al cliente influye en la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016.

Estrada (2020) presentó el trabajo de investigación denominado “ La gestión de calidad con el uso del marketing y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del distrito de Sullana, año 2018”, para optar el título de licenciada en Administración de empresas de la Universidad católica los Ángeles de Chimbote presente trabajo de investigación tuvo como interrogante: ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad y uso del marketing en la Micro y Pequeñas empresas del rubro restaurantes del Distrito de Sullana, año 2018 y cómo se podría mejorar? y objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad con el uso del marketing en las Micro y Pequeñas empresas del rubro restaurantes, y hacer una propuesta de mejora, del Distrito de Sullana, año 2018. El tipo de investigación fue Cuantitativo – No Experimental - descriptivo. Se utilizó como instrumento el cuestionario y técnica la encuesta. La población estuvo conformada por 68 clientes de los restaurantes del Distrito de Sullana. Los principales resultados en cuanto a gestión de calidad: el 60% manifestaron que casi siempre el servicio brindado por los restaurantes satisface sus necesidades; en cuanto al marketing: el 60% manifestaron que casi siempre reciben información clara respecto a la publicidad de los restaurantes que se hace en los periódicos. Llegando a las siguientes conclusiones: En cuanto a los principios de la gestión de calidad que los restaurantes dependen de sus clientes por tal motivo ellos tienen que conocer y comprender las necesidades que éstos requieren; en cuanto a las características de las estrategias del marketing, los restaurantes deben emplear varios recursos para que puedan obtener más clientes; asimismo que cuenten con un personal que realice acciones de atraer más clientes en bien de la empresa y así alcance la diferenciación del servicio que brindan.

Nélida (2014) el trabajo de investigación titulado Caracterización de la calidad de servicio bajo el modelo SERVPERF en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el distrito de Huari, 2014, tiene como objetivo describir las principales características de la calidad de servicio bajo el modelo SERVPERF en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro restaurants en el distrito de Huari, 2014. Para desarrollar el trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva - cuantitativa y un diseño transaccional. Para el recojo de la información se identificó una población de 11,490 comensales, de los cuales se escogió una muestra de 336 clientes a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas por medio de la encuesta, donde se obtuvo los siguientes resultados: el 38,7% manifiestan estar de acuerdo respecto a los materiales relacionados con el servicio, el 37,2% manifiestan que se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto al sincero interés en solucionar un problema y el 51,8% manifiestan que se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto a la disponibilidad de los empleados para prestar ayuda a sus clientes. Finalmente, como conclusión: Los clientes encuestados perciben que existe una deficiente calidad en relación a los servicios que ofrecen los restaurantes.

2.1.1.3 Regionales:

Yahuana (2017) la presente investigación titulada “Caracterización de la competitividad y la gestión de calidad de las MYPEs en el rubro restaurantes de la Urbanización la Alborada - Piura, año 2016”, estableció como objetivo identificar las características que tienen la competitividad y la Gestión de calidad de las MYPE en el rubro restaurantes de la Urbanización la Alborada-Piura, año 2016. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, siendo los resultados agrupados de

acuerdo a las variables: competitividad y gestión de calidad. En Los Resultados en cuanto a la variable de Gestión de Calidad se aprecia que la respuesta en 80% de los casos es afirmativa, es decir, que los dueños consideran que hay una política de calidad en la empresa y que esta política orienta el desempeño del personal. El 20% considera que ello no es así. Se concluye que los factores de la gestión de la calidad identificada en la presente investigación, con carácter de relevancia se ve la política de calidad, el desempeño del personal, Los elementos determinantes de la gestión de calidad identificados en los Restaurantes de la Urb. La Alborada son: seguridad, limpieza, higiene, mejora continua, calidad, habilidades, toma de conciencia de los trabajadores. Esta investigación se enfoca en La gestión de Calidad lo cual me ayuda en mi Investigación.

Sánchez (2016) la presente investigación a cuál se titula: Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las MYPE del sector transporte de pasajeros – rubro auto colectivos de la provincia de Sullana, año 2016; Cuyo objetivo general fue determinar las principales las características de capacitación y gestión de calidad de las MYPE del sector transporte de pasajeros - rubro auto colectivos de la provincia de Sullana, año 2016. La investigación es de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo, se escogió una muestra de 20 MYPE de transporte pasajeros - rubro auto colectivo de la provincia de Sullana, a quienes se le aplicó un cuestionario de 23 preguntas y los resultados fueron los siguientes: respecto a la capacitación. Se determinó que el 75% responde que la capacitación si la consideran como una inversión a futuro, por otro lado, el 85% responde que la capacitación si es una herramienta para mejorar la rentabilidad de su empresa. respecto a la gestión de calidad el 85% representa que un buen sistema de gestión de calidad si generara ventajas ante la competencia, por otro lado en un 100% responde que cree que la gestión de calidad que brinda su MYPE atrae mayor cantidad

de clientes llegándose a la siguiente conclusión: La capacitación es una herramienta que ayuda a mejorar la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas, mejorando las capacidades laborales de los trabajadores y que la gestión de calidad es una herramienta que genera ventajas competitivas mejorándola calidad del servicio que ofrecen las micro y pequeñas empresas logrando satisfacer la necesidad de los clientes, esta investigación se enfoca en la gestión de Calidad lo cual me ayuda en mi Investigación.

Marchan (2015) la presente investigación titulada Gestión de Calidad y Merchan dising en las MYPE rubro Imprenta de Talara, año 2015, estableció como objetivo determinar qué características tiene la gestión de calidad y Merchan dising en las MYPE rubro Imprenta de Talara, año 2015. El diseño de la investigación será no experimental, ya que se observarán los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. También es de corte transversal, porque recoge los datos en un momento temporal, descriptivo porque enumera las propiedades de las variables, Los resultados De las personas consultadas en la ciudad de Talara, se debe afirmar que todas las empresas cumplen con el requisito de ser MYPE, puesto que están inscritas en el REMYPE. En cuanto el tema del servicio el mayor porcentaje de usuarios encuestados lo considera excelente y bueno. Asimismo, están de acuerdo en que las instalaciones no son las óptimas. Por supuesto observamos, que los usuarios siempre prefieren una mejora en el diseño de interior, a la vez observamos que la mayoría no está de acuerdo con el diseño de interior de los locales. En este tema se concluye que los diferentes locales no usan estrategias de Merchan dising en cuanto al orden, técnicas de venta y diseño de sus productos. Cabe recalcar que el uso de estas técnicas se da a un nivel amateur, puesto sus acciones si bien, han generado una percepción positiva por parte de los clientes, en otros casos han generado reacción adversas. Se concluye que La gestión de calidad en las

MYPE rubro imprenta de Talara, año 2015, ha ido evolucionando, ya que las empresas de este rubro han innovado sus técnicas de impresión y la calidad en la atención, haciendo partícipe de esto a sus colaboradores. A la vez los propietarios deben comprometerse a capacitar a sus trabajadores, de tal manera que se puedan desarrollar mejores técnicas de impresión y brindar un mejor servicio. Las MYPE rubro imprenta de Talara, año 2015, tienen un alto grado de satisfacción tanto en la entrega del producto como en la atención de servicio que le brindan a sus clientes; esto debido a que los propietarios de los negocios se preocupan por entregar un producto acorde con las exigencias del cliente, en el tiempo indicado y con un precio competitivo; a la vez se puede visualizar que si un pedido requiere otro tipo de material, acabado o técnicas que ellos aún no han desarrollado, se realizan alianzas estratégicas con otras imprentas a nivel nacional para poder cumplir con sus pedidos. En este sentido se recomienda establecer un programa de mejoramiento continuo de la calidad, evaluándolo permanentemente a través de indicadores medibles. Esta investigación se enfoca en la gestión de calidad lo cual me ayuda en mi Investigación.

Campos (2015) la presente investigación titulada “gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015” estableció como objetivo. Determinar la manera en la cual influye la gestión de la calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, la unidad de análisis está basada en las tres MYPE y la población está constituida por los propietarios y clientes se aplicó la técnica de la encuesta con un cuestionario de 17 preguntas cerradas. Obteniéndose siguientes resultados en gestión de calidad es la falta de conocimiento, resistencia al cambio a nivel de gerencia lo ha

repercutido en no lograr alcanzar los altos niveles de competitividad lo que ha incidido en la disminución de las ventas. Por lo que se concluye que existe relación directa entre gestión de calidad y competitividad de las MYPE. Esta investigación se enfoca en La gestión de Calidad lo cual me ayuda en mi Investigación.

2.1.1.4 Locales

Távora (2017) la presente investigación titulada Percepción de la calidad de servicio y la intención de recompra de los clientes del restaurante El Parrillón, Sullana, 2017, tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la percepción de la calidad de servicio y la intención de recompra de los clientes del restaurante El Parrillón Sullana - 2017. Los datos se recolectaron mediante los instrumentos cuestionario y guía de pautas, se tomó como base la escala DINESERV que permitió conocer las percepciones que tienen los clientes con respecto al producto, personal, instalaciones y acceso del restaurante, asimismo, determinar la relación que existe entre estas y la intención de recompra. La población a la que se dirigió el estudio, fue a los clientes que acudieron al restaurante en más de una ocasión y se tuvo como muestra de investigación a treientos ochenta y cuatro clientes. Este estudio tuvo un enfoque cuantitativo para el cuestionario y un enfoque cualitativo para la guía de pautas, los datos obtenidos fueron procesados mediante el software SPSS, generándonos tablas para el análisis descriptivo y correlacional correspondiente a cada objetivo. En cuanto al resultado, se puede decir que si existe calidad, ya que, se obtuvo una media de 3.05, lo que indica que la calidad de servicio ofrecida por el restaurante, es favorable, del mismo modo, se determinó que existe relación entre servicio de la empresa El Parrillón y la intención de los clientes de

regresar al establecimiento. Esta investigación se enfoca en la gestión de calidad lo cual me ayuda en mi investigación.

Carreño (2017) la presente investigación ha tenido como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad y financiamiento de las MYPE rubro transporte de carga ruta Sullana–Lima–Sullana año2017; la investigación es de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, de diseño no experimental con corte transversal. La población en la variable financiamiento es de 10 personas, y en la variable gestión de calidad es infinita, aplicando formula estadística se determinó 384 clientes a encuestar. Para la recopilación de la información se utiliza la técnica de la encuesta y la herramienta del cuestionario, conformado de 22 preguntas cerradas. El 90% manifiestan que para la marcha de la empresa es indispensable el financiamiento, y el mismo porcentaje refieren que la obtención del financiamiento es en la modalidad de largo plazo. En el caso de la gestión de calidad el 52% manifestaron que si tienen nivel de gestión de calidad, un 90% se orientan a ser competitivos y brindar calidad frente a su competencia. Se concluye que las unidades económicas en materia de investigación, para la gestión de la organización es importante el financiamiento en las MYPES por el flujo de efectivo porque cubre todos los gastos de las empresas como son pagos de personal, servicios básicos, seguro impuestos, la modalidad de obtención es a largo plazo; en relación a la gestión de calidad las empresas cuentan con un control de la eficacia garantizando el bienestar de los clientes, ya demás estas MYPES cuentan con objetivos fundamentales que contribuyen a la mejora de la competitividad y la calidad, frente a su competencia. La presente investigación se enfoca en calidad lo cual me ayuda en mi investigación.

Chávez (2017) la presente tesis titulada caracterización de la gestión de calidad en el servicio con enfoque a la satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro discotecas; distrito de Sullana 2017, tiene por objetivo General: Determinar las características de gestión de calidad en el servicio bajo el enfoque a la satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro discotecas; Distrito de Sullana 2017, para el cumplimiento de este objetivo, se desarrolló una investigación de diseño no experimental, de tipo descriptivo, cuya muestra fue de 118 personas a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 18 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, validado por especialistas, El 52% de las personas encuestadas consideran que las instalaciones físicas siempre son cómodas y visiblemente atractivas, El 82% siempre se siente cómodo con la música que pone el local al que asiste, estando así conforme con la infraestructura, y música; El 53% rara vez sienten que las discotecas se preocupan por cubrir todas sus necesidades, se debe trabajar en cuanto a capacitación del personal; se determina que las características gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPEs del rubro discotecas es que las actividades son coordinadas dentro de la empresa, estableciendo políticas y metas que ayudaran a conseguirlo eficientemente, los representantes perciben que aplicar una gestión de calidad les proporcionaría resultados que le ayuden a lograr sus objetivos, obteniendo así clientes satisfechos, afirmaron en su mayoría que el área que ha desarrollado más su tiempo gerencial es el área de RR.HH siendo empuje para su funcionamiento.

2.1.2. Variable Proceso administrativo:

2.1.2.1 Internacionales

Roque (2016) la presente investigación titulada estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la MYPEs comercial “San Martín”, Chiclayo, cuyo objetivo fue implementar un plan de estrategias de gestión administrativa que ayuden a la empresa decoradora de interior a mejorar la atención al cliente. Para lo cual se utilizará como instrumento a la encuesta basada a Escala de Likert. Después de aplicado los instrumentos y la recolección de los datos, obtendremos los resultados a través del programa SPSS versión 21, Los Resultados son que según al análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la aplicación de los instrumentos de investigación, las expectativas de los clientes no necesariamente coinciden con las funcionarias y funcionarios de la institución; otra de las conclusiones a las que llego el investigador fue que no existe una verdadera consideración en cuanto a los roles funciones y 35 tareas que debe cumplir cada funcionario, ocasionando malestar e insatisfacción en los clientes externos, debido a las falencias que esto ocasiona al momento de recibir el servicio, por tanto afecta la imagen institucional. Concluyendo que el nivel de la gestión administrativa en la MYPEs Comercial “San Martin” es medio debido a que el 64% de los trabajadores de la empresa se encuentra totalmente de acuerdo en que la empresas aplican estrategias de gestión administrativa. El nivel de calidad de servicio en la MYPEs Comercial “San Martin” es medio debido a que el 53% de los clientes indica estar de acuerdo en que la empresa brinda servicios de calidad al momento de comercial sus productos. Esta Investigación se enfoca en la Atención al Cliente lo cual me ayuda en mi investigación.

Mendoza (2015) la presente investigación titulada el servicio al cliente en los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Justicia, El principal objetivo de la investigación fue:

determinar cómo brindan el servicio al cliente en los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa. Dicho objetivo se alcanzó mediante la aplicación de un diseño descriptiva y como instrumentos para la recolección de la información se procedió al diseño y estructuración de 3 cuestionarios, uno dirigido a 13 propietarios y 4 administradores, otro dirigido a 49 colaboradores y el último a 185 clientes, Se dio como resultado que 13 propietarios y/o administradores, son de género masculino de 36 a 55 años de edad, y el restaurante es su forma de subsistencia. 13 restaurantes funcionan desde hace más de cinco años, dentro de los cuales, tres tienen entre 20 y 30 años de existencia. Solamente dos de ellos no cuentan con instalaciones propias, aspect que los propietarios manifestaron les gustaría cambiar, entre otros tales como mejorar y ampliar las instalaciones. Actualmente 16 de los restaurantes cuenta con un promedio de cinco colaboradores y cuatro de ellos son dirigidos por un administrador, de los cuales 3 tienen un grado de escolaridad de diversificado y uno de nivel universitario, se concluye que, los clientes de los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa no están satisfechos con el servicio recibido, porque consideran que el precio pagado a cambio del mismo no es acorde pues no se les atiende amablemente, hay retraso en el servicio y confusión de órdenes. También se determinó que la estrategia de servicio al cliente que aplican los propietarios de los restaurantes es: escuchar al cliente atenta y cordialmente. Esta Investigación se enfoca en la Atención al cliente lo cual me ayuda en mi trabajo de investigación.

Jurado (2014) la presente investigación titulada: calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito, cuyo objetivo fue determinar a través de un diagnóstico el nivel

de calidad de gestión del servicio y atención al cliente en un restaurant de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito, a fin de proponer mejoras para los procedimientos internos, utilizando los criterios de la Norma UNE 93200:2008, Se generó una carta de servicios con el fin de establecer estándares para elevar el nivel de satisfacción de los cliente en base a una encuesta preparada para bajo el modelo SERVQUAL que permitió establecer recomendaciones para mejorar la satisfacción de los clientes, los resultados obtenidos en la mayor parte de las encuestas, la calificación fue 5 (muy buena), lo cual indica que los clientes tienen una muy Buena percepción sobre el servicio entregado por el restaurante, sin embargo existieron clientes que determinaron al servicio con una calificación 3 (ni bueno ni malo) y 4 (bueno), pues existieron ciertos detalles que no cumplieron con sus expectativas. Estos clientes fueron posteriormente contactados vía telefónica y por correo electrónico, para conocer más afondo los detalles de sus respuestas, se concluye, los resultados que se obtuvieron son que la mayoría de los clientes calificaron al servicio y la atención como muy bueno, lo que significa que el restaurante cumple con las expectativas de los clientes. Es importante mencionar que un porcentaje de clientes no se sintieron conformes con el servicio y atención, siendo ellos quienes ayudaron a evidenciar las falencias existentes en el restaurante. Al realizar el levantamiento de los procesos, la determinación de estándares y el involucramiento con el personal operativo, el investigador pudo observar y determinar los inconvenientes que tiene el restaurant en su administración y operación. El personal es quien pudo proponer la mayor cantidad de soluciones a los inconvenientes determinados, pues son ellos quienes conocen el manejo del negocio. Esta investigación se enfoca en la gestión de calidad lo cual me ayuda en mi investigación.

2.1.2.2 Nacionales:

Antúnez (2016) la presente investigación que se titula Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016; tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. La investigación se desarrolló utilizando un diseño no experimental – descriptivo – transversal. Para el recojo de información se escogió una muestra dirigida de 22 MYPEs de una población de 26, a quienes se les aplico un cuestionario de 14 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: El 59,1% aplica una gestión de calidad. El 40,9% utiliza la mejora continua como técnica de gestión. El 50% planifica sus actividades. El 36,4% considera el buen trato como prioridad ante sus clientes y el 59.1% cree que una atención de calidad contribuye al aumento de ventas y el 54,5% no capacita a sus colaboradores en atención al cliente. Finalmente, las conclusiones son: La mayoría de las MYPEs encuestadas están aplicando una gestión de calidad, y usando la técnica de mejora continua, planificando sus actividades. Así mismo, la mayoría prioriza el buen trato al cliente, contribuyendo al aumento de ventas en su negocio. Esta investigación se enfoca en atención al cliente lo cual me ayuda en mi investigación.

Cano (2016) la presente investigación tiene por título: Gestión De Calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, Rubro Restaurantes: Caso Restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarmey, 2016. La investigación tuvo como objetivo general: Determinar la relación de la gestión de calidad de la atención al cliente y el nivel de satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector

servicios rubro restaurantes: Caso Restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarney, 2016.

La investigación fue cuantitativa, y para el recojo de la información se escogió una muestra de 93 clientes del restaurante “La Rinconada” de la ciudad de Huarney, a quienes se le aplicó un cuestionario de 55 preguntas bajo el modelo de Likert, usando la técnica de la encuesta.

Obteniéndose los siguientes resultados: El 80% afirman que están totalmente de acuerdo con el uso de principios. El 50% están parcialmente de acuerdo con el uso de canales de atención. El 66% están totalmente de acuerdo con la atención al cliente. El 43% están de acuerdo, ni en desacuerdo con la gestión de las quejas. El 78% están totalmente de acuerdo con el producto y el 51% con la resolución de conflictos, el 58% con la orientación al cliente, el 50% con el cumplimiento de los requisitos del cliente, el 72% con el bienestar que brinda el restaurante, asimismo el 73% también están totalmente de acuerdo con el mantenimiento de relaciones con los clientes. Las conclusiones fueron las siguientes: el 43% afirma que el nivel de atención al cliente es excelente, el 72% afirma que el nivel de satisfacción es excelente, esta investigación se enfoca en atención al cliente lo cual me ayuda en mi investigación.

Vega (2016) la siguiente investigación titulada La calidad de servicio en los restaurantes presentes en la Campiña de Moche, esta investigación tiene como objetivo identificar el nivel de calidad presente en los restaurantes existentes en la Campiña de Moche, Como métodos de investigación utilizados se tomaron en cuenta encuestas a los propietarios o administradores, con el fin de conocer su percepción acerca de la realidad de su establecimiento tanto en factores de infraestructura así como del factor humano que los acompaña; como segundo método, se optó por aplicar una encuesta a sus colaboradores para conocer más acerca de sus competencias, conocimientos y motivaciones de continuar en el rubro; y por último se determinó el aplicar una ficha de observación a cada establecimiento bajo estudio, para efectuar

un diagnóstico objetivo acerca de la realidad que presenta cada uno. Los Resultados obtenidos indican que el Restaurante Tridente presta un servicio “aceptable”, por lo que necesita mejoras acerca de la empatía mostrada por los empleados durante el servicio. Esta investigación se enfoca en Atención al cliente lo cual me ayuda en mi trabajo de investigación.

Rodríguez (2016) la presente investigación titulada Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Tuvo por objetivo determinar la Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. La investigación fue tipo descriptivo – correlacional, nivel aplicada, de diseño no experimental/ transversal, se utilizó una muestra de 266 clientes de una población de 214, 804 a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 32 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: Respecto a la Gestión de Calidad: Los clientes consideran que el 55,6% de los dueños a veces si, a veces no supervisan que la atención sea oportuna. El 58,3% de los dueños a veces si, a veces no capacita a los trabajadores para atender a los clientes. El 64,7% considera que la elaboración de los productos casi siempre se realiza con insumos de calidad. Respecto a la atención al cliente: El 49,2% considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado. El 56,8% considera que casi siempre la cevichera atiende bien a los clientes. El 64,7% menciona que siempre el servicio y atención recibida es bueno. Respecto a la fidelización: El 67,7% nunca cambiaría la cevichera donde acostumbra comprar por otra que ofrezca precios bajos. El 81,2% está satisfecho con el servicio recibido. Se concluye que: La gestión bajo el enfoque de atención al

cliente influye en la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016, Esta investigación se enfoca en Atención al Cliente lo cual me ayuda en mi investigación.

2.1.2.3 Regionales:

Rivera (2017) la siguiente investigación titulada Caracterización del control interno de las micro y pequeñas empresas de servicios del Perú, rubro restaurantes. Caso restaurante cevicherías el tío Jhony , el estudio tuvo como objetivo determinar y describir las principales características del control interno de las micro y pequeñas empresas de servicios del Perú rubro restaurantes y del restaurante cevichera “EL TÍO JHONY” , Para su desarrollo, se utilizó el tipo de investigación cuantitativo y nivel de investigación descriptivo con un diseño descriptivo no experimental; así como, se trabajó con una muestra intencional de 8 trabajadores del restaurant cevichera “EL TÍO JHONY”, Los resultados indican que el primer objetivo específico, concluye que las mayorías de las empresas del sector servicio del Perú rubro restaurantes cuentan con deficiencias en el control interno, el segundo objetivo específico concluye, que las características del control interno del restaurante cevichera “EL TÍO JHONY” E.I.R.L., es calificado con nivel Regular (87.5%) y Malo (12.5%), el tercer objetivo específico concluye, que el restaurante cevichera “EL TÍO JHONY” E.I.R.L. coincide con la realidad de las micro y pequeñas empresas de servicio rubro restaurant a nivel nacional y el cuarto objetivo específico se propone implementar un sistema del registro de la información de

atención al cliente del Restaurant Cevichera EL TÍO JHONY E.I.R.L, concluye que después de realizar la comparación entre los resultados obtenidos de los objetivo 1 y 2 se concluye que el restaurant cevichera “ELTÍOJHONY” Empresa Individual de Responsabilidad Limitada coincide con la realidad de las micro y pequeñas empresas de servicio a nivel nacional.

García (2015) la siguiente investigación titulada caracterización de la atención al cliente y la capacitación en las mype del rubro restaurantes del distrito de lalaquiz - huancabamba, 2015;cuyo objetivo fue establecer las características de la atención al cliente y la capacitación en las MYPE rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015. Se empleó la metodología de investigación de tipo no experimental de corte transversal, Los resultados obtenidos fueron que de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPE se determinó que considera que la atención al cliente en el rubro restaurantes de Lalaquiz es la adecuada, los clientes están muy en desacuerdo en un 4.4%, en desacuerdo en un 85.9%, indiferente en un 3.7% y de acuerdo en un 5.9%. Se determinó que si la atención en caja es rápido y ágil, los clientes están muy en desacuerdo en un 43.0%, en desacuerdo en un 52.6% e indiferente en un 4.4%. . En la investigación se concluye que la atención al cliente de las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, es baja; y los clientes dan mayor relevancia a los aspectos intangibles en búsqueda de satisfacer sus necesidades; por otro lado se determina que existe necesidades de capacitación en la totalidad de trabajadores; y que generalmente no presentan capacitaciones por lo tanto no se evidencian medios de capacitación formales, esta investigación se enfoca en la Atención al Cliente, la cual me ayuda en mi investigación.

Almestar (2017) la siguiente investigación titulada “Caracterización de la competitividad y atención al cliente de las MYPE, rubro pollerías en la Urb. Ignacio Merino I y II etapa – Piura, año 2017”, estableció como objetivo determinar las características de la competitividad y atención al cliente de las MYPE, rubro pollerías en la Urb. Ignacio Merino I y II etapa – Piura, año 2017. Se utilizó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal, siendo los resultados agrupados según las variables en estudio, basado en una muestra de 384 personas, las cuales se distribuyeron un aproximado de 64 encuestas por pollería aplicando un cuestionario de 32 preguntas cerradas, Los resultados en cuanto a calidad del servicio se observó que el 67% del total de encuestados considera que la calidad del servicio es bueno, mientras que sólo el 13% considera que es óptimo y Malo , tan solo un 7% manifestó que es deficiente. Se concluye En cuanto al nivel de satisfacción; la mayoría de clientes manifiestan que el servicio cumple sus expectativas; por otro lado se identifica que no existe una atención personalizada en la mayoría de las MYPE; en cuanto al nivel de satisfacción la mayoría de clientes se muestra satisfecho; asimismo los clientes no se consideran clientes frecuentes de las pollerías; y además consideran que la mitad de las MYPE del sector no cuentan con los recursos adecuados de atención; además se identificó que los clientes consideran que el tiempo de espera promedio es 10 minutos, Esta investigación se enfoca en la atención al cliente lo cual me ayuda en mi trabajo de investigación .

Alfaro (2016) en su trabajo de investigación titulado Los mecanismos del control interno administrativo y su impacto en los resultados de gestión de los restaurantes de la provincia de Ayabaca, año 2015; trabajo para optar título de contador público, cuyo objetivo fue describir las principales características de los mecanismos de Control interno Administrativo y su impacto en los resultados de gestión de los Restaurantes de la Provincia de Ayabaca, año 2015. La

investigación fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño No experimental, transeccional, descriptivo, para el recojo de la información se escogió una muestra poblacional de 38 Restaurantes, equivalente a la misma a la población del sector en estudio y con los mismos criterios de inclusión, aplicando la técnica de la encuesta. Cuyos resultados fueron que el 79% de los restaurantes encuestados a veces aplican estrategias competitivas, el 13% si aplica estrategias competitivas y el 8% no aplica estrategias competitivas. Se aprecia que los restaurantes al no aplicar estrategias competitivas como publicidad, promoción, calidad de servicio y variedad de platos, corren el riesgo que la competencia los haga desaparecer del mercado. El 100% de los restaurantes encuestados cuentan con depósitos apropiados en donde almacenan los desperdicios, apreciándose una buena política de higiene de acuerdo con las normas de salubridad del Ministerio de Salud. El 100% de los restaurantes de la provincia de Ayabaca, almacenan de manera adecuada los insumos para la preparación de los alimentos. Llegando a la conclusión que el 92% de restaurantes aplican estrategias competitivas en relación a publicitar su restaurant a través de emisoras promocionando los platos del día y precios, el 8% aseguró mantener su clientela. Se aprecia que los restaurantes al no aplicar estrategias competitivas como publicidad, promoción, calidad de servicio y variedad de platos, corran el riesgo que la competencia los haga desaparecer del mercado; asimismo se apreció que en el 100% de los restaurantes encuestados, existen depósitos apropiados para los desperdicios, apreciándose en general buena higiene, de acuerdo con las normas de salubridad del Ministerio de Salud Igualmente los producto de insumos para la preparación de los alimentos, se encuentran cubiertos o guardados de manera adecuada, para evitar contaminación y descomposición.

2.2. Bases teóricas de la investigación:

2.2.1. Calidad de servicio:

2.2.1.1 Definición

Para Manene (2010) la gestión de calidad es un concepto integrador y global, cuya intención es tener en cuenta, cada uno de los aspectos de una organización productiva. Como concepto esencial, indica, que este se deriva de la siguiente doble consideración: los clientes y proveedores forman parte del sistema productiva.

La calidad técnica o de salida se centra en qué servicios son entregados y la evaluación toma lugar después del servicio. La naturaleza de la calidad de salida puede ser diferente de un servicio a otro. La dimensión de calidad del servicio se refiere a la satisfacción que tiene el cliente como consumidor final hacia un producto o servicio. Teóricamente existen muchas dimensiones a lo que se refiere la calidad, existe la calidad funcional y la calidad de salida.

Quiere decir que la calidad funcional es cuando el cliente está obteniendo el producto y la calidad de salida es cuando se termina todo el anterior proceso ósea el producto final que tan satisfecho termina el cliente.

Las dimensiones son muy variables y son:

- La fiabilidad
- La seguridad
- Empatía
- Capacidad de respuesta

- Elementos tangibles

Visitamos la pollería “Tio Jhony” ubicada en la calle Ugarte como sucursal en la avenida champañag. Es una empresa que se dedica a la venta de pollos a la brasa entonces está relacionada directamente con atención al cliente, esta pollería una de sus metas es der la numero uno en el mercado provincial por lo tanto cuida mucho la calidad de sus productos que lleva de la mano la calidad del servicio brindado a sus consumidoras.

Por su parte, Cabezón (2014) dice que, de las muchas teorías relacionadas al concepto de gestión de calidad, todas estas se basan en tres pilares fundamentales: sistemas y recursos humanos, cultura de la calidad, y utilización de la estadística, y afirma que, en ninguna organización se puede introducir la gestión de calidad si uno dichos pilares no funciona. Asimismo, refiere que, otra idea que influye en el éxito de la empresa es que la calidad solo se puede mejorar si se mejoran los procesos en su totalidad, y frente a ello, es que se hace necesario comprometer a todo el personal en la mejora continua.

Respecto a la calidad, que es finalmente a lo que se pretende con todo el proceso de gestión de calidad Lizarzaburu (2015) recoge con lo que dice en la norma ISO 9001, y señala que el término calidad tiene relación con cuán adecuado es un producto o servicio para el uso que necesita el cliente, y ello implica alcanzar la satisfacción del mismo (...) También indica que, el concepto de calidad ha evolucionado, pues, con el paso del tiempo ha refinado sus objetivos y permite que se enfoque en satisfacer las expectativas tato de consumidores como de usuarios de servicios.

Visitamos la pollería “Tio Jhony” ubicada en la calle Ugarte como sucursal en la avenida champañag. Es una empresa que se dedica a la venta de pollos a la brasa entonces está relacionada directamente con atención al cliente, esta pollería una de sus metas es der la numero uno en el mercado provincial por lo tanto cuida mucho la calidad de sus productos que lleva de la mano la calidad del servicio brindado a sus consumidoras.

Para la pollería Tio Jhony las dimensiones a continuación son las principales y empleadas en su negocio:

Fiabilidad: está relacionada con el buen estado del producto por ello el administrador dela pollería se encarga del estado del producto que sale hacia el consumo de los consumidores valga la redundancia pues está encargado de que el producto para consumir su calidad sea muy bueno tanto el cocimiento como el sabor.

Seguridad: esta dimensión se basa a la confianza del consumidor provocado por el proveedor la pollería Tio Jhony tiene que demostrar confianza en el producto que el cliente este comprando para esto previamente tiene que ser verificado el administrador muestra importancia en el producto que va a comprar o adquirir el consumidor por lo tanto le da seguridad al cliente de que su producto este en buena calidad. Aunque también les brindan la seguridad de las transacciones monetarias óseo vuelto si el cliente se olvidó o alguna oferta que esté vigente para el benéfico del cliente.

Empatía: está relacionado con la amabilidad del cliente hacía en proveedor del servicio para esta dimensión la pollería Tio Jhony es fundamental las anteriores dimensiones para que esta

fluya pues dando un buen producto y seguridad al cliente, el trato del cliente fluirá por buen camino y esto reflejara su conformidad

Capacidad de respuesta: los proveedores tienen que tener la seguridad de lo que estén vendiendo la pollería Tío Jhony sus trabajadores tienen que estar capacitados para brindar la seguridad que el producto que están ofreciendo esté en óptimas condiciones para que esto suceda la elaboración del pollo y todos sus agregados estén de muy buena calidad al ofrecer

Elementos tangibles: tiene que ver con los elementos agregados que diferencian de la competencia la pollería Tío Jhony saben que el mercado está fuerte y competente por lo tanto aparte de la calidad del producto buscan elementos adicionales que los diferencien con la competencia por lo cual brindan precios bajos un sabor agradable cremas extras y sugerencia del servicio en general.

CALIDAD: Guillermo (2017) es el proceso que las organizaciones deben cumplir para cubrir las necesidades de sus clientes y así poder ofrecer un servicio de calidad, seguro y confiable, aún bajo en situaciones incómodas, de tal modo que el cliente se sienta satisfecho con el servicio, así mismo generar mayores ingresos y menores costos para la organización

Ocola (2015) la calidad de servicio al consumidor, usuario, cliente o como lo llamemos, es una de las actividades más valiosas que se debe brindar en cualquier organización en la cual la actividad que estas desarrollen, las organizaciones deben predominar su habilidad por tener satisfechos a sus consumidores.

2.2.1.2 Factores De La Calidad

Los factores son la clave para poder lograr una buena calidad.

- Compromiso de la alta administración: Desde la alta administración debe de existir un compromiso que permita el desarrollo estratégico y operativo de la calidad para ello debe de tener en cuenta de realizar un buen liderazgo, y planificación.
- Trabajo en equipo: El trabajo en equipo genera buenas soluciones ante un problema, aplicando sus experiencias, conocimientos y de esta manera cada colaborador se sentirá comprometido para desenvolverse y obtener buenos resultados.
- Medición de la calidad: La gestión de calidad debe basarse en hechos no en apariencias, realizar un buen control de calidad es importante dentro de la empresa así mismo esto permite detectar los problemas que puedan darse.
- Corrección de problemas: Para corregir un problema es importante trabajar en equipo y dar solución al problema, además implica que realicen una buena planificación de mejora,
- Capacitación y educación: La calidad empieza y termina con la educación, pero para ello dentro de una organización es importante capacitar a los colaboradores sobre cada aspecto a realizar en la empresa y así logren sin defectos sus objetivos.
- Objetivos de mejoramiento: La planificación de objetivos de mejoramiento es importante en la organización, porque conllevan a un mayor compromiso y así obtener una mejor rentabilidad, mayor productividad, disminución de costos, y tiempo.
- Trabajar con ética: La ética en las organizaciones es el factor principal, sin ética no hay calidad, trabajar con ética implica inculcar valores y responsabilidades que atribuyan al mejoramiento de la calidad.

- Percepción de la calidad: En este nivel se asume que la empresa genere bienes con defectos de calidad y existe un equipo que se dedica exclusivamente a separar productos defectuosos de los buenos.

Elementos de la gestión de calidad

Todos los elementos están gestionados entre sí en relación con los siguientes procesos:

- Estructura de la organización: es la jerarquía de responsabilidades y funciones que detalla la organización para cumplir con sus objetivos. Se refiere a la forma en que la organización ha orientado y organizado a las personas de acuerdo a sus tareas y funciones, y al papel que cada uno desarrolla
- Planificación: Es un bosquejo pormenorizado de lo que se quiere hacer, algo así como el trazado de un mapa que servirá como guía de orientación para lograr de los diferentes objetivos que fueron planeados, se deben de cuestionar las preguntas siguientes ¿A dónde se quiere llegar? ¿Qué debo hacer para lograrlo? ¿Cómo y que necesito?
- Recursos: Es muy necesario, ya que en función ellos se logra obtener los objetivos de la empresa, dinero para la invertir, infraestructura, personas, equipo entre otros.
- Procesos: se identifican dentro de la empresa como las actividades que convierten los materiales en servicios y/o productos; para que ello ocurra se necesita de recursos, planificación y procedimientos.

John (2014) desde una perspectiva estratégica, se considera que la atención al cliente es un elemento vital en la experiencia del cliente de punta a punta, y por consiguiente, en la relación con el cliente.

Además, es la manera de cómo se llevará cabo un proceso, ósea el conjunto pormenorizado de actividades que permiten cambiar servicios o productos.

Ventajas y beneficios de contar con buenos sistemas de gestión de la calidad

De manera genérica, un buen sistema de gestión de la calidad nos ayuda a mejorar nuestra posición competitiva e imagen tanto interna como externamente. Entre estos tenemos los siguientes beneficios y ventajas:

Beneficios:

- Mejora la organización de la compañía. Al ayudarnos a sistematizar operaciones suelen producirse innovaciones que nos ayudan a hacer más eficientes los procesos de la empresa. No sólo nos referimos a diferentes maneras de hacer las cosas, sino también a posibles ahorros de costes, detectar recursos ociosos, pasos de los procesos que no generan valor
- Permite controlar el desempeño de los procesos y de la organización en sí misma.
- El sistema de gestión de la calidad nos ayuda a cumplir de manera más adecuada la normativa relacionada con nuestros productos y servicios.
- Mejora la capacitación de los trabajadores de la empresa. Al tener más información de los procesos, éstos los conocen mejor y pueden abordar su ejecución de manera más ágil, con menos mermas. Además, el hecho de mantener un buen flujo de información con la plantilla ayuda en incrementar la motivación y compromiso de ésta.

- Los sistemas de gestión de la calidad tienen muy en cuenta los requisitos y expectativas del cliente, por lo que su implantación incide positivamente en su satisfacción y, por tanto, en su fidelización.

Ventajas:

- Mejorar la imagen de nuestros productos y servicios y, a medio plazo, la de nuestra organización. Esta mejora de la imagen incide en una mejor posición de mercado respecto a la competencia. Incluso podría suponer un revulsivo para empezar una trayectoria de internacionalización si fuera el caso.
- Adoptar un sistema de gestión de la calidad es lanzar una señal a todos los agentes que interactúan con nuestra organización sobre nuestro compromiso con la calidad y la mejora continua.
- Promueve la innovación y el aprendizaje organizacional.
- Incrementa, la posición competitiva de la empresa, sus posibilidades de sostenibilidad en el tiempo y su liderazgo.

2.2.2 Proceso administrativo:

Hoy en día y a lo largo de la historia la administración ha estado enfocada en lograr todos los objetivos planteados y para conseguir esto lo hace por medio de una estructura a través de un trabajo en conjunto de esfuerzo coordinando el factor humano y otros recursos.

Para ello se han establecido los procesos de administración que están conformados por:

- Planeación
- Organización
- Dirección
- Control

Las cuales simplifican el trabajo al establecer principios, métodos y procedimientos para lograr con mayor rapidez la efectividad de la empresa (Javier Diaz, 2010).

Planeación: consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de surgir, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operación para su realización. Es la determinación de los objetivos y elección de los cursos de acción para lograr, con base la investigación y elaboración de un esquema detallado que habrá de realizarse en un futuro.

Importancia de la Planeación: Este elemento dentro del proceso administrativo toma mayor relevancia pues es necesario para lograr metas u objetivos concretos.

Para ello es necesario planificar los procedimientos y recursos que se van a utilizar en el desarrollo de las operaciones propias de la empresa. Se planifica para obtener los resultados en corto, mediano y largo plazo, también para minimizar los riesgos, reducir los costos y lograr una estabilidad empresarial que le permita posicionarse en el mercado. (Devi Gómez)

Pasos de la Planeación.

- Definición de la oportunidad.
- Establecimiento de objetivos.
- Desarrollo de premisas.
- Identificación de alternativas.
- Comparación de alternativa a la luz de las metas deseada.
- Elección de una alternativa.
- Elaboración de planes de apoyo.
- Expresión numérica de los planes a través del presupuesto.

2. Organización: La organización es la parte de la administración donde se van a estructurar los cargos y desempeños que va a ejecutar cada miembro de la empresa. La estructura se debe

fijar en sentido de que se debe garantizar la asignación de todas las tareas necesarias para los cumplimientos de las metas.

En este paso se busca integrar y coordinar los recursos humanos, materiales y financieros que tiene la empresa, con la finalidad de lograr el objetivo a fin de que se logre la máxima eficiencia teniendo en cuenta los siguientes puntos:

- Tener en claro las metas o finalidad de la organización.
- Utilizar programas o métodos para alcanzar las metas planteadas
- Contar con los recursos necesarios para conseguir esas metas (lo máspreciado los Recursos Humanos)
- Desarrollar un entorno o ambiente favorable actuando con responsabilidad y la ética social
- Tener Administradores o líderes capaces de enfrentar situaciones de riesgo.

Ahora bien, el proceso de organizar no es más que identificar y clasificar las actividades requeridas de manera que se agrupen para dar respuesta a los objetivos, así como establecer la estructura de la organización la misma que nos va a permitir determinar la responsabilidad que asumirá cada miembro de la organización. (Román Pérez & Pablos Solís, 2009)

3. Dirección: La dirección en el proceso administrativo es la fase más dinámica de todo el proceso, esta se va a dar de manera directa que existe una interrelación entre todos los miembros del equipo de trabajo y su gerente el cual va a guiarlos para lograr los objetivos de las empresas. (emprende pyme)

Funciones a cumplir en la etapa de Dirección:

- Ejecutar los planes de acuerdo a lo establecido en las fases de planificación y organización.
- Dirigir las acciones del equipo de trabajo de acuerdo al plan establecido.

- Delegar actividades en otros facilitando los recursos que se necesiten y velando por la efectividad de su uso.
- Otra de las funciones es mantener a su equipo motivado en todo momento ya que existen circunstancias que puede hacer caer el dinamismo.
- Comunicar a sus miembros cualquier tipo de información en el momento oportuno y velar que se haga por los canales apropiados.
- Guiar la conducta y los esfuerzos de cada miembro del equipo de trabajo.
- Ayudar a cada miembro a descubrir su potencial y el lugar idóneo dentro de la organización.
- Mantener al equipo enfocado en las metas de la organización.
- Recordar a cada instante y poner en práctica la misión, la visión y los valores de la organización.
- Instaurar dentro de la filosofía de la organización la participación de todos los miembros que serán afectados por alguna decisión.
- Ser puente o interfaz entre el alto mando directivo y el personal operario en todo momento.

4. Control: En esta fase es donde se va a evaluar el rendimiento. El control es un elemento del proceso administrativo que incluye todas las actividades que iniciaron en la primera etapa para garantizar que las operaciones se han ido desarrollando de acuerdo a lo planeado. (El Control Administrativo).

El control es una función de la parte administrativa, es decir es una labor gerencial básica, que puede ser considerada como una de las más importantes para una óptima labor gerencial.

III. HIPÓTESIS

Por tratarse de una investigación de tipo descriptivo no se formulan hipótesis. De acuerdo a Galán (2009) no todas las investigaciones llevan hipótesis, en algunas es suficiente proponer algunas preguntas de investigación. Se formulan hipótesis solo en aquellas investigaciones cuyo fin es comprobar el impacto algunas variables entre sí, o en relación con otro.

IV. METODOLOGIA

4.1. Diseño de la investigación:

El diseño de la investigación será no experimental, porque se realizará sin manipular las variables, se observará el fenómeno en su contexto para después analizarlo. Asimismo, en la investigación no experimental “no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes. En la investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas”. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

El tipo de la investigación es descriptivo - transversal; descriptivo por qué se caracterizan las variables propuestas con el objetivo de analizar la naturaleza general de los fenómenos y describir sus características es transversal porque “se recolectan los datos en un solo momento y tiempo único”. (Hernández, Fernández, & Baptista 2014)

La investigación es de nivel cuantitativo porque se necesitará acceder a la fuente para lograr recaudar la información de la muestra en estudio. Asimismo, la investigación cuantitativa “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis

estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías.” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio 2014).

4.2. Población y muestra:

4.2.1 Población

P1: Para la variable Gestión de Calidad del Servicio la población estuvo conformada por los clientes de la pollería el Tío Jhony, lo cual la población se considera infinita.

P.2: Para la variable proceso administrativo la población estuvo conformada por los trabajadores de la pollería el Tío Jhony en el distrito de Sullana, lo cual la población se considera finita.

4.2.2 La Muestra:

El tipo de muestreo a utilizar en la investigación de gestión de calidad y la atención al cliente “porque las variables se miden y se analizan con pruebas estadísticas en una muestra, de la que se presupone que ésta es probabilística y que todos los elementos de la población tienen una misma probabilidad de ser elegidos”. Hernández, Fernández, & Baptista (2014) p.177.

M1: Para la variable Gestión de Calidad del Servicio la población estuvo conformada por 68 clientes de la pollería el Tío Jhony, lo cual la muestra se considera infinita

M.2: Para la variable proceso administrativo la población estuvo conformada por los 5 trabajadores de la pollería el tío Jhony en el distrito de Sullana, lo cual la muestra se considera finita.

Formula:

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

Dónde: según Arias (2006) n: es el tamaño de la muestra

que se quiere encontrar

Z= Es la desviación del valor medio que aceptamos para lograr el nivel de confianza deseado.

E= Margen de error que admitido

P= es la proporción esperada

Q= 1-P

Donde:

n= Tamaño de la muestra = 1.66 p=

probabilidad de acierto = 0.5 q=

0,50 probabilidad de error e=

margen de error, 10 Z= 1.66 límite

de confianza

Reemplazando:

$$n = \frac{(1.65)^2 * 0.5 * 0.5}{0.1^2}$$

$$n = \frac{2.7225 * 0.5 * 0.5}{0.01}$$

$$n = \frac{0.680625}{0.01}$$

$$n = 68$$

El tamaño de muestra para esta investigación será de 68 clientes de la pollería el Tío Jhony.

4.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES:

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEM	INSTRUMENTO
CALIDAD DEL SERVICIO	Es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido	Elementos Tangibles	Instalaciones del Pollería.	Las instalaciones de la Pollería permiten una atención adecuada al cliente.	C
			Distribución de ambientes	La atención de los ambientes de la Pollería <u>permite una atención adecuada al cliente.</u>	E
		El mobiliario	El mobiliario de la Pollería permite recibir un servicio de calidad.	S	
			El equipamiento	Califique los equipos e instrumentos que utiliza la Pollería que permiten brindar un servicio de calidad	T
		Servicios Ofrecidos	El Pollería cumple con lo ofrecido en los servicios contratados	I	
			Publicidad	El Pollería cumple con la publicidad que ofrece	O
		Fiabilidad	Confianza	El personal de atención de la Pollería transmite confianza	N
			Explicación clara	El personal de la Pollería se encarga de explicar y despejar cualquiera duda que ocurra durante el servicio	A
		Capacidad de Respuesta	Nivel de tiempo de espera	El tiempo de espera para recibir atención es el adecuado	R

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEM	INSTRUMENTO
CALIDAD DEL SERVICIO	Es el hábito desarrollado y practicado por	Seguridad	Rapidez de servicio	El Servicio ofrecido por de la Pollería es rápido y eficiente	C U E S T I O N A R I O
	una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y		Nivel de aprendizaje	El personal de la Pollería transmite seguridad.	
	ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible,		Nivel de conocimientos del personal	El personal de la Pollería muestra preparación y conocimiento de los servicios que presta la empresa.	
	adecuado, ágil, flexible,	Empatía	Cortesía	El personal de la Pollería es cortés en su trato	
	apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún		Orientación al cliente.	El personal de la Pollería muestra interés en su trabajo.	
	bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido		Personal	El personal de la Pollería viste adecuadamente.	

VARIABLE	DIMENSION	SUB DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
PROCESO ADMISNITRATIVO	Elementos del proceso administrativo	Planificación	Visión	¿La empresa cuenta con una visión establecida?	CU ES TI ON AR IO
			Objetivos y metas	¿La empresa establece sus objetivos empresariales acorde con las políticas de calidad de la empresa?	
			Estrategias y políticas	¿La empresa cuenta con políticas de calidad establecidas en relación con el producto y servicio que ofrecen?	
			Programas	La empresa tiene establecido de manera formal las actividades, fechas, responsabilidad y recursos necesarios para el logro de los objetivos en el sistema de gestión	
		Organización	Organigrama	¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?	
		Dirección	Motivación	¿La empresa motiva a su personal para que sus acciones se orienten hacia el logro de los objetivos fijados?	
		Control	Inspección	¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la función de la calidad en la empresa?	
				¿La empresa desarrolla las etapas de planificación, ejecución y control para llevar a cabo el proceso de inspección de calidad de sus productos? ¿En qué fase suele realizar la inspección de sus productos?	
			¿La empresa cuenta con un archivo donde quedan registrados los resultados de cada inspección con sus respectivos procedimientos?		

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1. Técnicas

Para esta investigación se utilizó la técnica de la encuesta. La encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida. (López & Fachelli 2015)

4.4.2. Instrumentos

La recogida de los datos se realizó a través de un cuestionario, instrumento de recogida de los datos (de medición) y la forma protocolaria de realizar las preguntas (cuadro de registro) que se administra a la población o una muestra extensa de ella mediante una entrevista donde es característico el anonimato del sujeto. (López & Fachelli 2015).

En esta investigación se aplicará un cuestionario que consta de 26 preguntas, que está elaborado en dos partes, la primera parte con la gestión de calidad y la segunda sobre atención al cliente.

4.4.3. Procedimientos de Recolección de Datos

Se inicia con la solicitud de consentimiento por parte de las empresas involucradas en la investigación para obtener información de sus clientes a la salida de su negocio. Se presentó una declaración jurada de confidencialidad para el tratamiento de los datos que se encuentren en la investigación. La encuesta será asistida, razón por la que se capacitará a 5 personas que serán las

encargadas de leer cada una de las preguntas y llenarán el cuestionario de acuerdo a las respuestas que elige el encuestado. Se inició la recolección de los datos por el investigador y su equipo. Esta se realizó de forma directa es decir de fuente primaria y se hará de la muestra seleccionada en este caso los 68 clientes.

4.5 Plan de análisis

La investigación realizada fue de tipo descriptivo realizándose lo siguiente:

Se recolectaron los datos aplicando los cuestionarios a los clientes y trabajadores de la pollería, una vez recogida la información se procedió a elaborar el libro de códigos, luego se tabularon los datos en el programa SPSS, también con la ayuda del programa Excel se obtuvieron las tablas y gráficos para ser interpretadas y realizar el respectivo análisis. Finalmente se procedió a elaborar las conclusiones.

Los datos se utilizaron como soporte para el desarrollo de la investigación se utilizaron para mediante la operacionalización, obtener un cuestionario que fue aplicado a una muestra de 68 clientes y 5 trabajadores de la pollería el Tío Jhony, en donde identificaremos la problemática.

4.6 Matriz de consistencia:

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	POBLACIÓN Y MUESTRA	DISEÑO	INSTRUMENTO
¿Cuáles son las características de Gestión de Calidad del Servicio y El Proceso Administrativo en la Pollería “El Tío Jhony” del Distrito De Sullana Año 2019?	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar las Características Gestión de Calidad del Servicio y El Proceso Administrativo en la Pollería “El Tío Jhony” del Distrito De Sullana Año 2019. <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> Describir las dimensiones de la calidad del servicio en Pollería “El Tío Jhony” del Distrito De Sullana Año 2019. Identificar los elementos del proceso administrativo en Pollería “El Tío Jhony” del Distrito De Sullana Año 2019. 	<p>CALIDAD DE SERVICIO</p> <p>PROCESO ADMINISTRATIVO</p>	<p>POBLACIÓN:</p> <p>La población estuvo conformada por los clientes y trabajadores de la pollería el Tío Jhony.</p> <p>MUESTRA:</p> <p>Estuvo conformada por 68 clientes y 05 trabajadores de la pollería el Tío Jhony del Distrito De Sullana Año 2019</p>	<p>Tipo de investigación:</p> <p>Descriptiva</p> <p>Nivel de investigación:</p> <p>Cuantitativa.</p> <p>Diseño:</p> <p>No experimental – de corte transversal.</p>	<p>C</p> <p>U</p> <p>E</p> <p>S</p> <p>T</p> <p>I</p> <p>O</p> <p>N</p> <p>A</p> <p>R</p> <p>I</p> <p>O</p>

4.7. Principios éticos

En la investigación se toma en cuenta algunos principios éticos, y así realizar un trabajo con responsabilidad y honestidad, ya que estos principios me permitirán tener un orden dentro de cualquier sistema social. Se toma en cuenta el Código de Ética para la Investigación Versión 003 establecido por ULADECH (2020) los cuales son:

- Protección a las personas. - La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En las investigaciones en las que se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no sólo implica que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino también involucra el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular, si se encuentran en situación de vulnerabilidad.
- Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.- Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios.
- Libre participación y derecho a estar informado. -Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la

libertad de participar en ella, por voluntad propia. En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consiente el uso de la información para los fines específicos establecidos en la investigación

- Beneficencia y no maleficencia.- Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.
- Justicia.- El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.
- Integridad científica. - La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

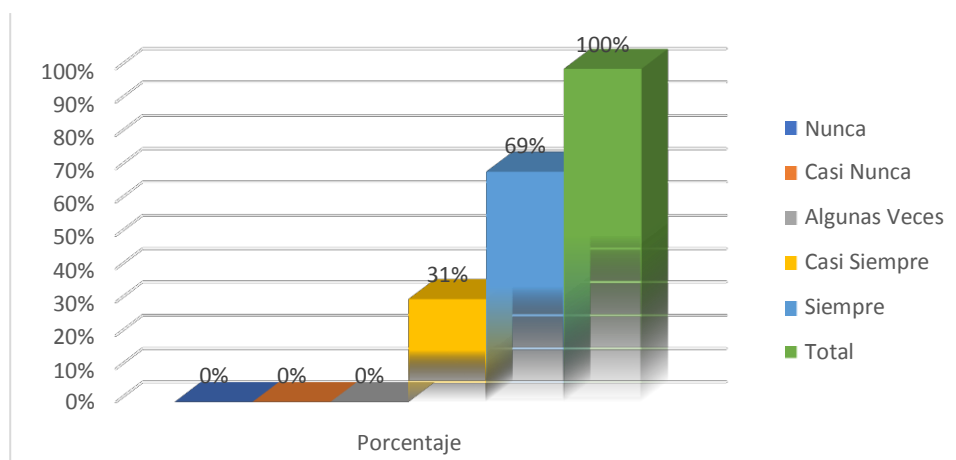
Tabla 1

Las Instalaciones De La Pollería Permiten Una Atención Adecuada al Cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0%	0%	0%
Casi Nunca	0	0%	0%	0%
Algunas Veces	0	0%	0%	0%
Casi Siempre	21	31%	31%	31%
Siempre	47	69%	69%	100%
Total	68	100%	100%	

Figura 1

Gráficos de barras las Instalaciones De La Pollería Permiten Una Atención Adecuada Al Cliente



Interpretación: El gráfico y tabla 01 muestra que el 69 % afirman que siempre la pollería brinda una adecuada atención y un 31 % opina casi siempre cumple las instalaciones de la Pollería y permiten con una atención adecuada al cliente.

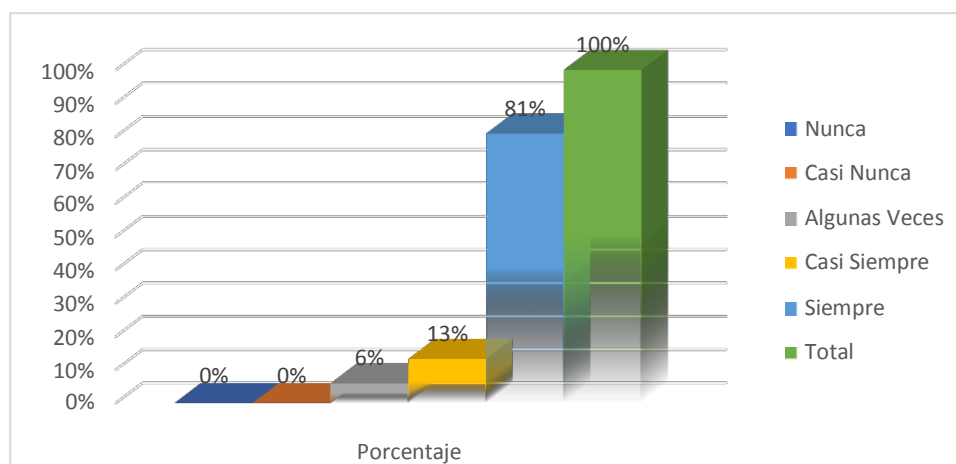
Tabla 2

La distribución de los ambientes de la Pollería permite una atención adecuada al cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0%	0%	0%
Casi Nunca	0	0%	0%	0%
Algunas Veces	4	6%	6%	6%
Casi Siempre	9	13%	13%	19%
Siempre	55	81%	81%	100%
Total	68	100%	100%	

Figura 2

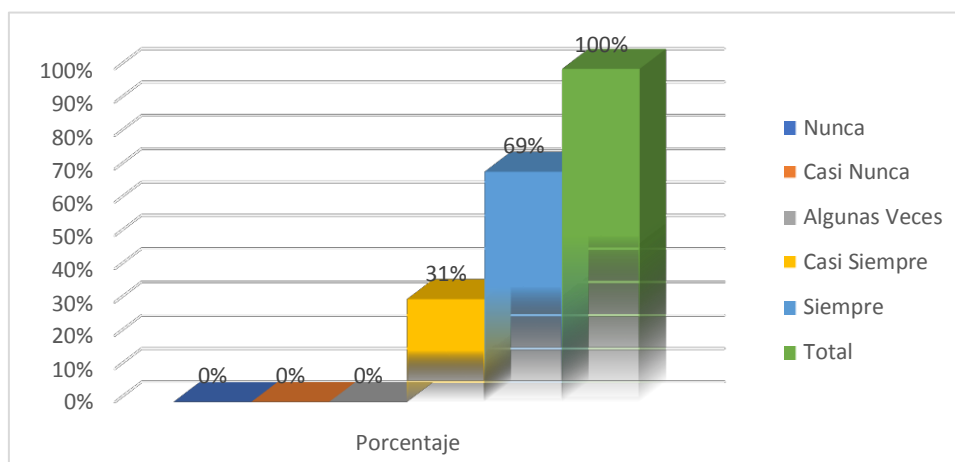
Gráfico de barras la distribución de los ambientes de la Pollería permite una atención adecuada al cliente.



Interpretación: En la gráfica y tabla 02 se aprecia que el 81% manifestaron que siempre la distribución de los ambientes permiten una adecuada atención, el 13% manifestó que casi siempre y para el 6% sólo algunas veces lo permiten.

Tabla 3*El mobiliario de la pollería permite recibir un servicio de calidad*

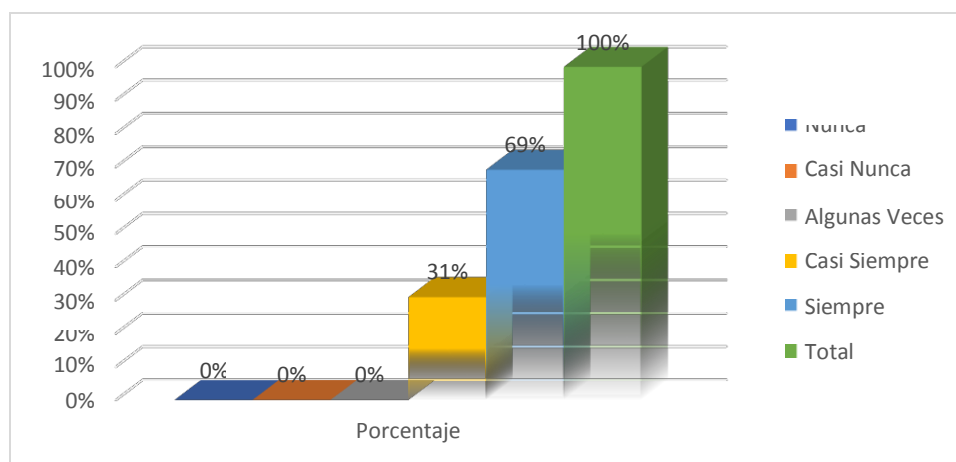
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0%	0%	0%
Casi Nunca	0	0%	0%	0%
Algunas Veces	0	0%	0%	0%
Casi Siempre	21	31%	31%	31%
Siempre	47	69%	69%	100%
Total	68	100%	100%	

Figura 3*Gráfico de barras el mobiliario de la pollería permite recibir un servicio de calidad*

Interpretación: En la gráfica y tabla 03 se observa que el 69% de los clientes consideran que el mobiliario de la pollería permite recibir un servicio de calidad y el 31% considera que casi siempre el mobiliario permite recibir un servicio de calidad.

Tabla 4**Los equipos e instrumentos que utiliza la Pollería que permiten brindar un servicio de calidad**

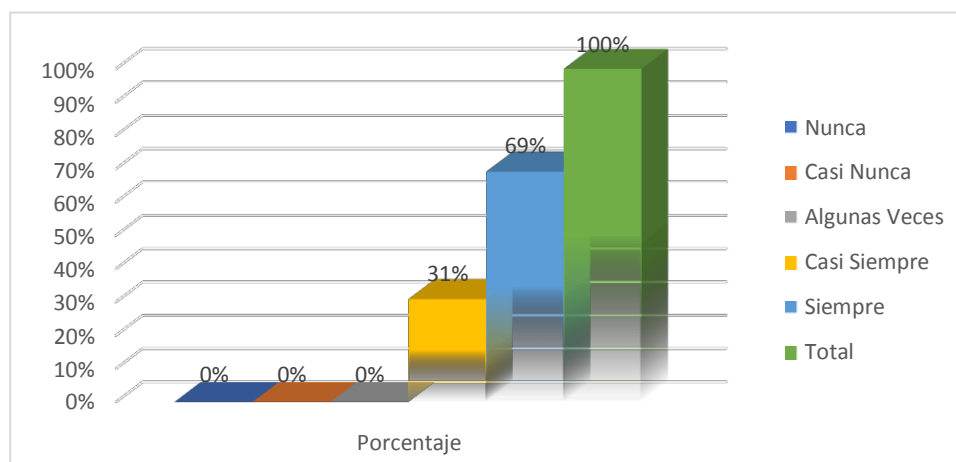
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0%	0%	0%
Casi Nunca	0	0%	0%	0%
Algunas Veces	0	0%	0%	0%
Casi Siempre	21	31%	31%	31%
Siempre	47	69%	69%	100%
Total	68	100%	100%	

Figura 4**Gráfico de barras los equipos e instrumentos que utiliza la Pollería que permiten brindar un servicio de calidad**

Interpretación: En la gráfica y tabla 04 se aprecia que el 69% considera que siempre los equipos e instrumentos permiten brindar un servicio de calidad y para el 31% casi siempre lo permiten.

Tabla 5***La Pollería cumple con lo ofrecido en los servicios contratados***

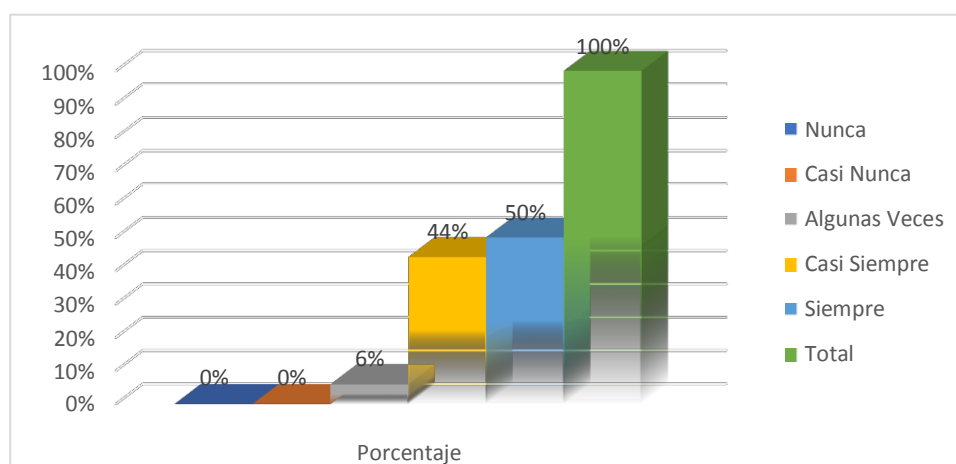
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0%	0%	0%
Casi Nunca	0	0%	0%	0%
Algunas Veces	0	0%	0%	0%
Casi Siempre	21	31%	31%	31%
Siempre	15	69%	69%	100%
Total	68	100%	100%	

Figura 5***Gráfico de barras la Pollería cumple con lo ofrecido en los servicios contratados***

Interpretación: En la tabla y la gráfica 05 se aprecia que el 69% consideran que siempre la pollería cumple con lo ofrecido y el 31% consideran que casi siempre la pollería cumple con lo ofrecido, esto indica que la pollería tiene una alta aceptación en sus servicios contratados.

Tabla 6***La pollería cumple con la publicidad que ofrece***

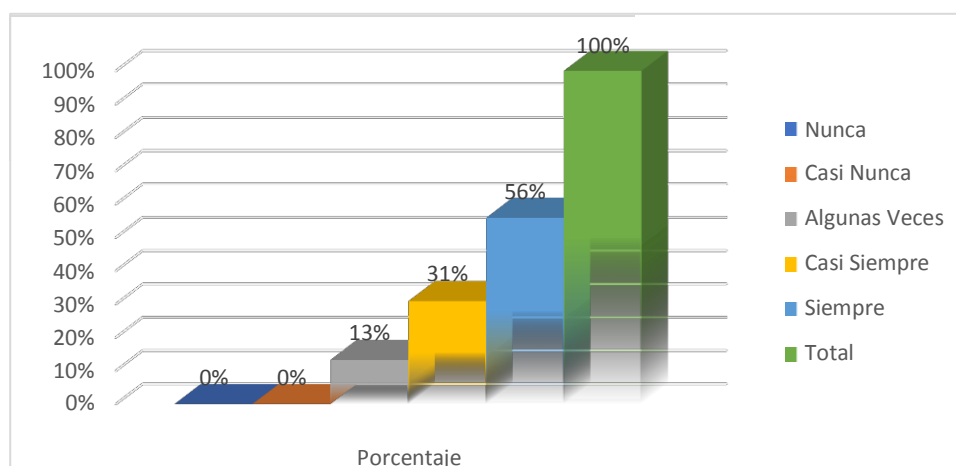
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0%	0%	0%
Casi Nunca	0	0%	0%	0%
Algunas Veces	4	6%	6%	6%
Casi Siempre	30	44%	44%	50%
Siempre	34	50%	50%	100%
Total	68	100%	100%	

Figura 6***Gráfico de barras la pollería cumple con la publicidad que ofrece***

Interpretación: En el gráfico y tabla 6 se observa que el 50% de los clientes considera que siempre la pollería cumple con lo que ofrece, 44% considera que casi siempre y 6% considera que algunas veces, lo cual indica que existe una alta aceptación en cumplimiento.

Tabla 7***El personal de atención de la Pollería trasmite confianza***

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0%	0%	0%
Casi Nunca	0	0%	0%	0%
Algunas Veces	9	13%	13%	13%
Casi Siempre	21	31%	31%	44%
Siempre	38	56%	56%	100%
Total	68	100%	100%	

Figura 7***Gráfico de barras el personal de atención de la Pollería trasmite confianza***

Interpretación: En la gráfica y tabla 07 se aprecia que el 56% considera que siempre el personal de la pollería le transmite confianza, 31% considera que casi siempre el personal le transmite confianza y el 13% considera que algunas veces el personal le transmite confianza, obteniendo una alta aceptación con el personal de la pollería.

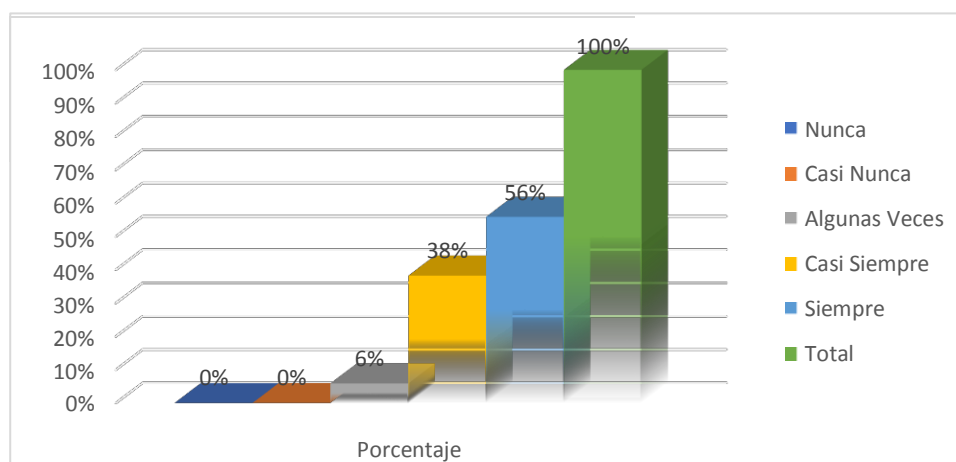
Tabla 8

El personal de la pollería se encarga de explicar y despejar cualquier duda que ocurra durante el servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0%	0%	0%
Casi Nunca	0	0%	0%	0%
Algunas Veces	4	6%	6%	6%
Casi Siempre	26	38%	38%	44%
Siempre	38	56%	56%	100%
Total	68	100%	100%	

Figura 8

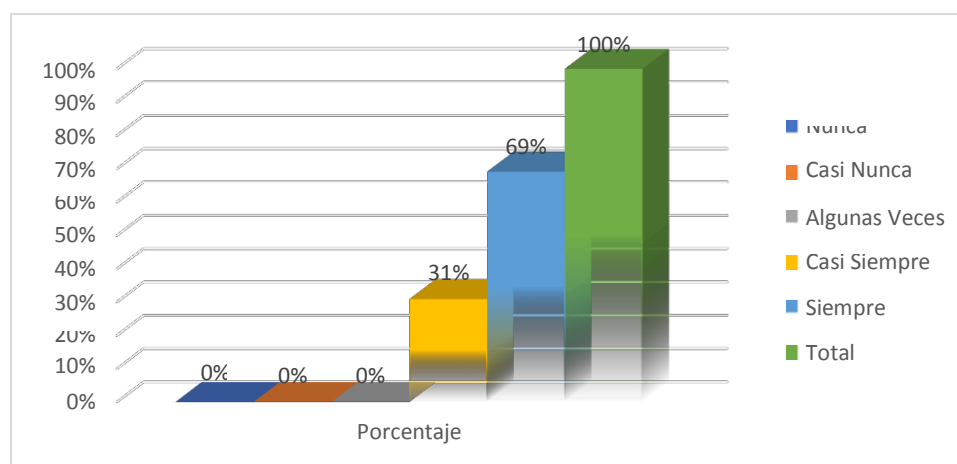
Gráfico de barras el personal de la pollería se encarga de explicar y despejar cualquier duda que ocurra durante el servicio



Interpretación: En el gráfico y tabla 8 se aprecia que el 56% considera que siempre el personal despeja sus dudas, el 38% considera que casi siempre el personal despeja sus dudas y para el 6% sólo algunas veces el personal despeja sus dudas.

Tabla 9*El tiempo de espera para recibir atención es el adecuado*

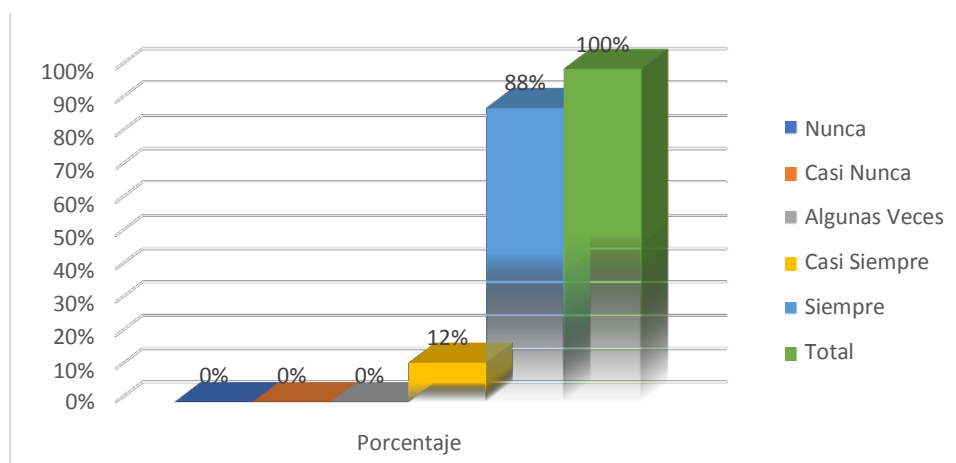
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0%	0%	0%
Casi Nunca	0	0%	0%	0%
Algunas Veces	0	0%	0%	0%
Casi Siempre	21	31%	31%	31%
Siempre	47	69%	69%	100%
Total	68	100%	100%	

Figura 9*Gráfico de barras el tiempo de espera para recibir atención es el adecuado*

Interpretación: En la tabla y gráfico 9 se aprecia que el 69% considera que el tiempo de espera siempre es adecuado y el 31% considera que casi siempre el tiempo de espera es adecuado.

Tabla 10***El Servicio ofrecido por de la Pollería es rápido y eficiente***

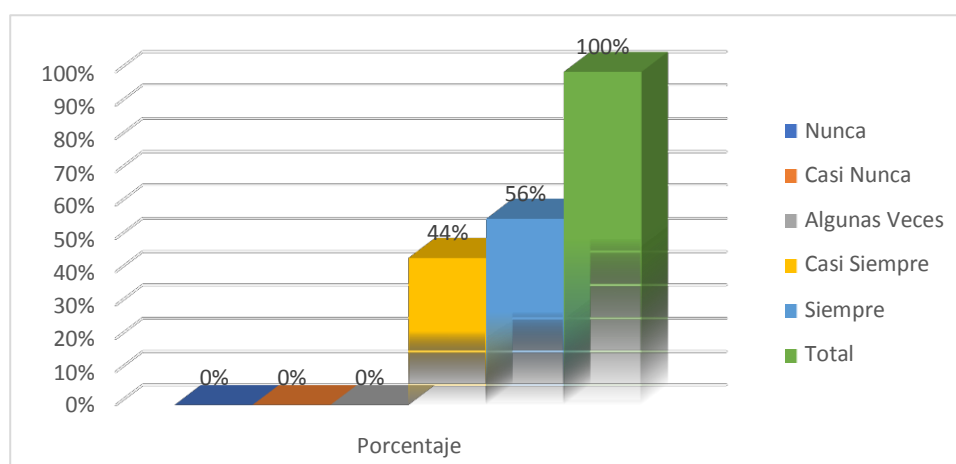
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0%	0%	0%
Casi Nunca	0	0%	0%	0%
Algunas Veces	0	0%	0%	0%
Casi Siempre	8	12%	12%	12%
Siempre	60	88%	88%	100%
Total	68	100%	100%	

Figura 10***Gráfico de barras el servicio ofrecido por de la Pollería es rápido y eficiente***

Interpretación: En el gráfico y tabla 10 se aprecia que el 88% considera que siempre el servicio que ofrece la pollería es rápido y eficiente, el 12% considera que casi siempre el servicio es rápido y eficiente, lo cual respalda la eficiencia de la pollería.

Tabla 11***El personal de la Pollería transmite seguridad***

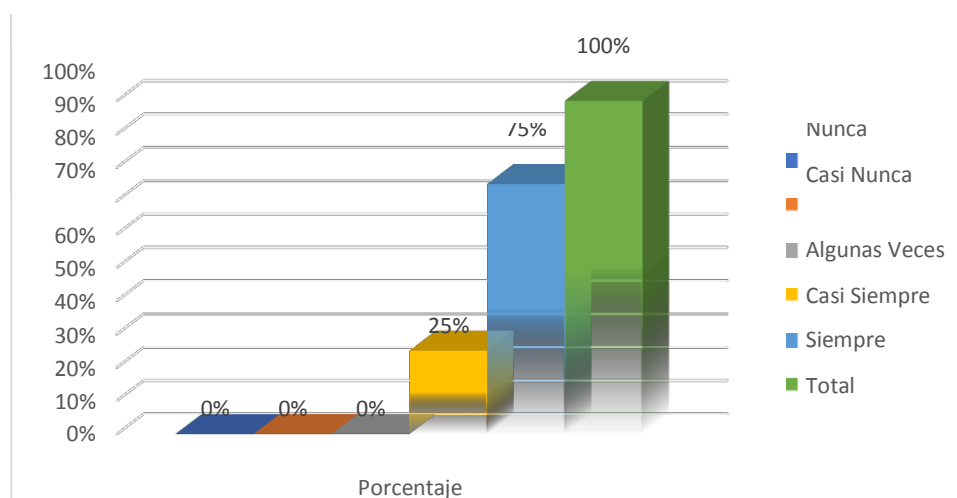
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0%	0%	0%
Casi Nunca	0	0%	0%	0%
Algunas Veces	0	0%	0%	0%
Casi Siempre	30	44%	44%	44%
Siempre	38	56%	56%	100%
Total	68	100%	100%	

Figura 11***Gráfico de barras el personal de la Pollería transmite seguridad***

Interpretación: En el gráfico y tabla 11 el 56% de los clientes considera que siempre la pollería le transmite confianza y el 44% considera que casi siempre la pollería transmite confianza, poniendo de manifiesto que sus trabajadores de la pollería transmiten confianza.

Tabla 12***Se siente seguro dentro de las instalaciones de la Pollería***

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0%	0%	0%
Casi Nunca	0	0%	0%	0%
Algunas Veces	0	0%	0%	0%
Casi Siempre	17	25%	25%	25%
Siempre	51	75%	75%	100%
Total	68	100%	100%	

Figura 12***Gráfico de barras se siente seguro dentro de las instalaciones de la Pollería***

Interpretación: En el gráfico y tabla 12 se aprecia que el 75% consideran que siempre se sienten seguros dentro de las instalaciones y el 25% considera que casi siempre se sienten seguros dentro de las instalaciones de la pollería.

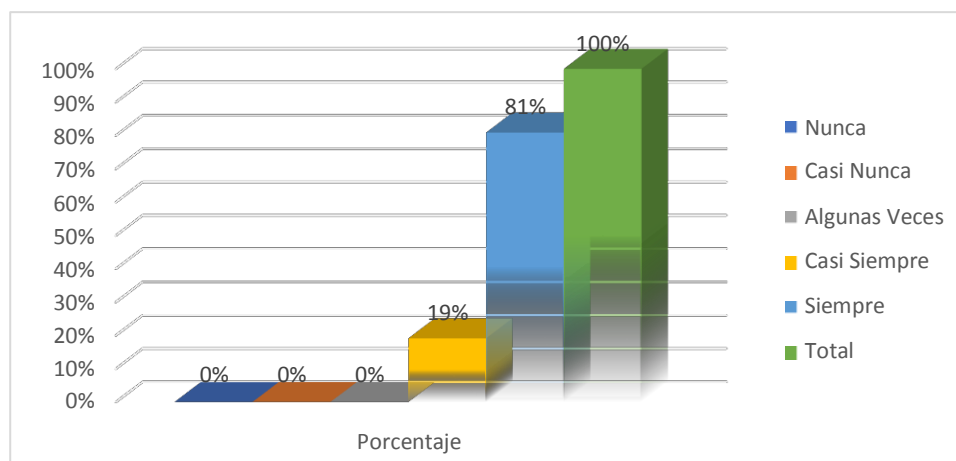
Tabla 13

El personal de la Pollería muestra preparación y conocimiento de los servicios que presta la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0%	0%	0%
Casi Nunca	0	0%	0%	0%
Algunas Veces	0	0%	0%	0%
Casi Siempre	13	19%	19%	19%
Siempre	55	81%	81%	100%
Total	68	100%	100%	

Figura 13

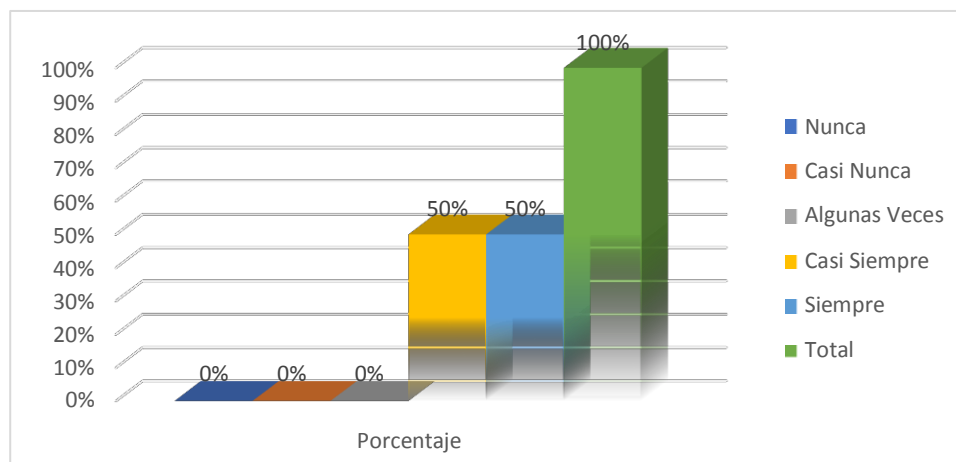
Gráfico de barras el personal de la Pollería muestra preparación y conocimiento de los servicios que presta la empresa



Interpretación: En el gráfico y tabla 13 se aprecia que el 81% considera que casi siempre la pollería muestra preparación y conocimiento de los servicios que presta atención y el 19% considera que casi siempre la pollería muestra preparación y conocimiento de los servicios.

Tabla 14***El personal de la Pollería es cortés en su trato***

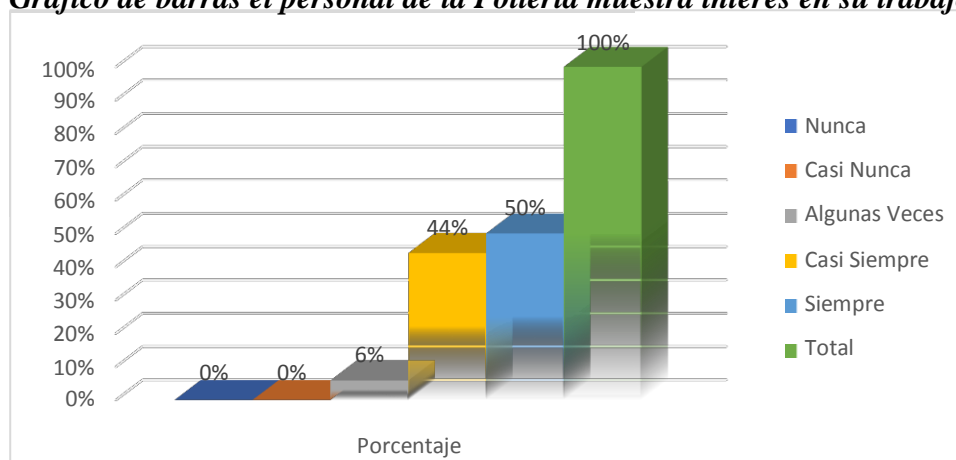
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0%	0%	0%
Casi Nunca	0	0%	0%	0%
Algunas Veces	0	0%	0%	0%
Casi Siempre	34	50%	50%	50%
Siempre	34	50%	50%	100%
Total	68	100%	100%	

Figura 14***Gráfico de barras el personal de la Pollería es cortés en su trato***

Interpretación: En el gráfico y tabla 14 podemos observar que el 50% considera que siempre el personal es cortés y el 50% restante considera que casi siempre el personal es importante.

Tabla 15***El personal de la Pollería muestra interés en su trabajo***

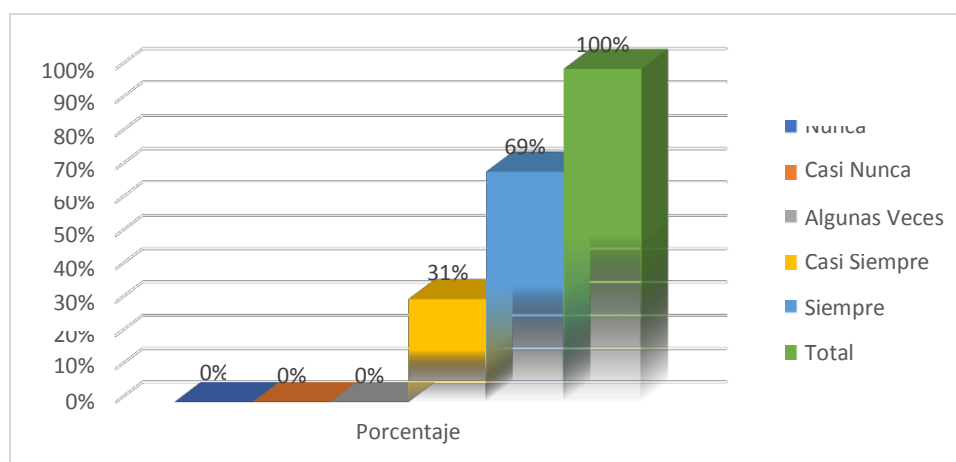
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0%	0%	0%
Casi Nunca	0	0%	0%	0%
Algunas Veces	4	6%	6%	6%
Casi Siempre	30	44%	44%	50%
Siempre	34	50%	50%	100%
Total	68	100%	100%	

Figura 15***Gráfico de barras el personal de la Pollería muestra interés en su trabajo***

Interpretación: En la tabla y gráfico 15 se aprecia que un 50% considera que siempre el personal muestra interés en su trabajo, el 44% considera que casi siempre el personal muestra interés en su trabajo y un 6% considera que algunas veces el personal muestra interés en su trabajo.

Tabla 16***El personal de la Pollería viste adecuadamente***

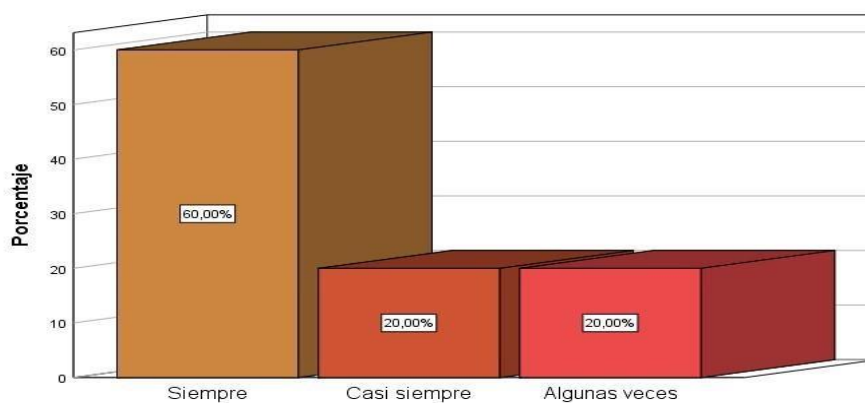
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0%	0%	0%
Casi Nunca	0	0%	0%	0%
Algunas Veces	0	0%	0%	0%
Casi Siempre	21	31%	31%	31%
Siempre	47	69%	69%	100%
Total	68	100%	100%	

Figura 16***Gráfico de barras el personal de la Pollería viste adecuadamente***

Interpretación: En la tabla y gráfico 16 se aprecia que el 69% considera que el personal viste adecuadamente y el 31% considera que casi siempre el personal viste adecuadamente.

Tabla 17***La empresa cuenta con una visión establecida***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	3	60,0	60,0	60,0
	Casi siempre	1	20,0	20,0	80,0
	Algunas veces	1	20,0	20,0	100,0
	Casi nunca	0	0	0	
	Nunca	0	0	0	
	Total	5	100,0	100,0	

Figura 17***Gráfico de barras la empresa cuenta con una visión establecida***

Interpretación: En la tabla y gráfico 17 se observa que el 60% de los encuestados consideran que siempre la pollería cuenta con una visión establecida, el 20% considera que casi siempre y el 20% restante considera que algunas veces. Dando como mayoritario que la empresa si cuenta con una visión establecida.

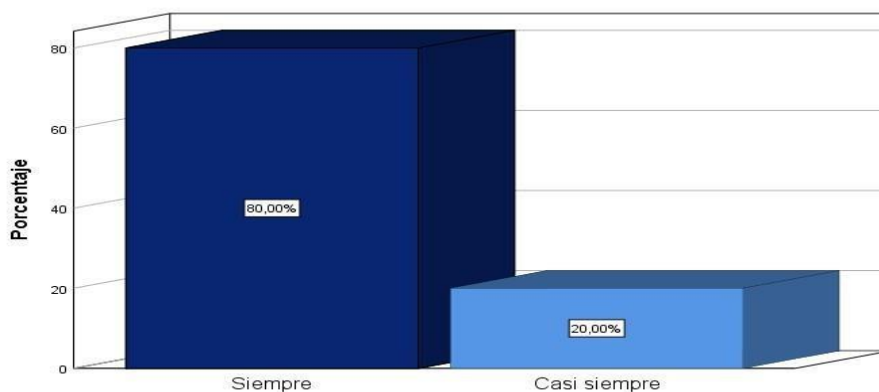
Tabla 18

La empresa establece sus objetivos empresariales acorde con las políticas de calidad de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	4	80,0	80,0	80,0
	Casi siempre	1	20,0	20,0	100,0
	Algunas veces	0	0	0	
	Casi nunca	0	0	0	
	Nunca	0	0	0	
	Total	5	100,0	100,0	

Figura 18

Gráfico de barras la empresa establece sus objetivos empresariales acorde con las políticas de calidad de la empresa



Interpretación: En la tabla y gráfico 18 se puede apreciar que el 80% considera que siempre se establecen objetivos empresariales y el 20% considera que casi siempre se establecen objetivos empresariales.

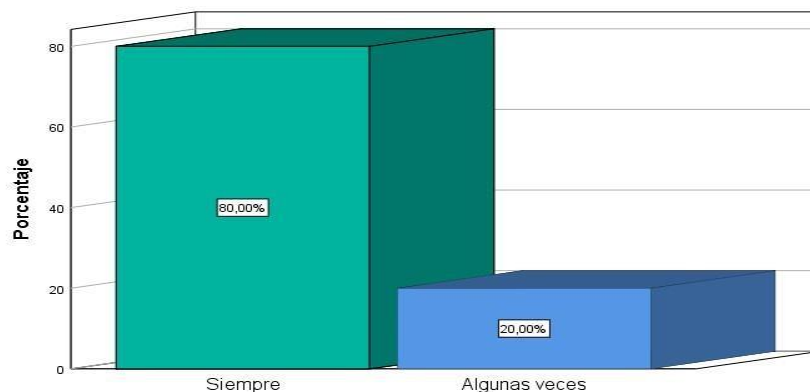
Tabla 19

La empresa cuenta con políticas de calidad establecidas en relación con el producto y servicio que ofrecen

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	4	80,0	80,0	80,0
	Casi siempre	0	0	0	80,0
	Algunas veces	1	20,0	20,0	100,0
	Casi nunca	0	0	0	
	Nunca	0	0	0	
	Total	5	100,0	100,0	

Figura 19

Gráfico de barras la empresa cuenta con políticas de calidad establecidas en relación con el producto y servicio que ofrecen



Interpretación: En la tabla y gráfico 19 se aprecia que el 80% manifiestan que siempre la empresa cuenta con políticas de calidad y el 20% manifiestan que algunas veces se establecen políticas de calidad.

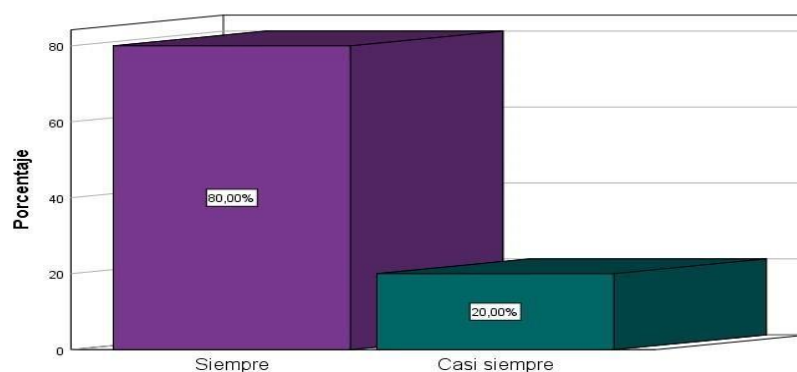
Tabla 20

La empresa tiene establecido de manera formal las actividades, fechas, responsabilidad y recursos necesarios para el logro de los objetivos en el sistema de gestión

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	4	80,0	80,0	80,0
Casi siempre	1	20,0	20,0	100,0
Algunas veces	0	0	0	
Casi nunca	0	0	0	
Nunca	0	0	0	
Total	5	100,0	100,0	

Figura 20

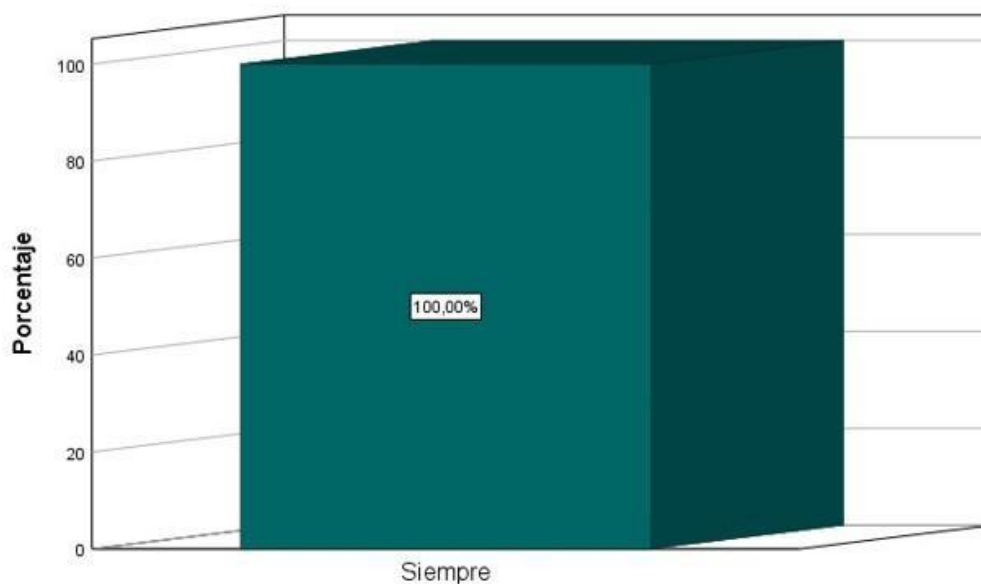
Gráfico de barras la empresa tiene establecido de manera formal las actividades, fechas, responsabilidad y recursos necesarios para el logro de los objetivos en el sistema de gestión



Interpretación: En la tabla y gráfico 20 se puede observar que el 80% manifiesta que siempre se establecen formalmente las actividades a realizar y el 20% manifiesta que casi siempre se establecen formalmente las actividades.

Tabla 21***La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	5	100,0	100,0	100,0
	Casi siempre	0	0	0	
	Algunas veces	0	0	0	
	Casi nunca	0	0	0	
	Nunca	0	0	0	

Figura 21***Gráfico de barras la empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado***

Interpretación: En tabla y gráfico 21 se observa que el 100% de los encuestados manifestaron que la empresa cuenta con un organigrama.

Tabla 22

La empresa motiva a su personal para que sus acciones se orienten hacia el logro de los objetivos fijados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	4	80,0	80,0	80,0
	Casi siempre	1	20,0	20,0	100,0
	Algunas veces	0	0	0	
	Casi nunca	0	0	0	
	Nunca	0	0	0	
	Total	5	100,0	100,0	

Figura 22

Gráfico de barras la empresa motiva a su personal para que sus acciones se orienten hacia el logro de los objetivos fijados



Interpretación: En la tabla y gráfico 22 se muestra que un 80% manifiesta que siempre la empresa motiva a su personal y un 20% manifiesta que casi siempre se motiva al personal.

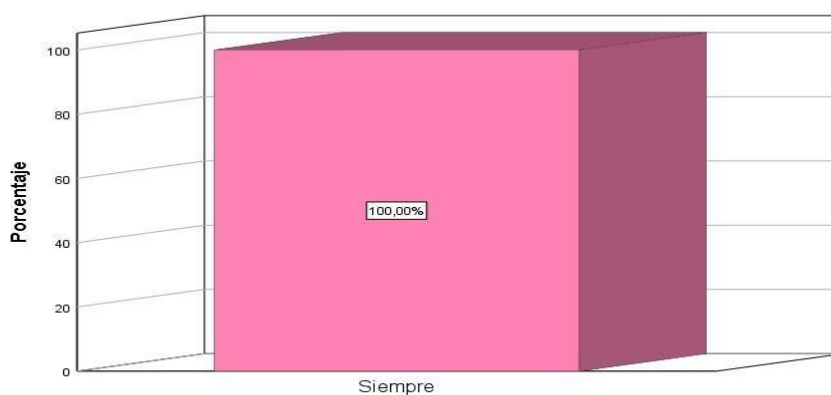
Tabla 23

Existe un departamento o persona encargada de controlar la función de la calidad en la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	5	100,0	100,0	100,0
	Casi siempre	0	0	0	
	Algunas veces	0	0	0	
	Casi nunca	0	0	0	
	Nunca	0	0	0	
	Total	5	100,0	100,0	

Figura 23

Gráfico de barras existe un departamento o persona encargada de controlar la función de la calidad en la empresa



Interpretación: En la gráfica y tabla 23 se aprecia que el 100% manifiesta que existe un encargado de controlar la calidad de la empresa.

Tabla 24

La empresa desarrolla las etapas de planificación, ejecución y control para llevar a cabo el proceso de inspección de calidad de sus productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	4	80,0	80,0	80,0
	Casi siempre	1	20,0	20,0	100,0
	Algunas veces	0	0	0	
	Casi nunca	0	0	0	
	Nunca	0	0	0	
	Total	5	100,0	100,0	

Figura 24

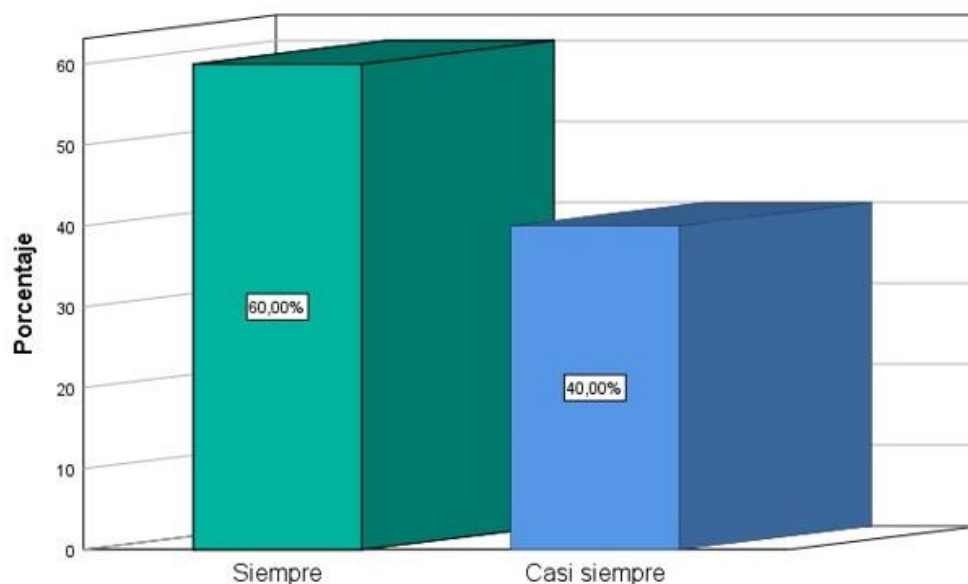
Gráfico de barras la empresa desarrolla las etapas de planificación, ejecución y control para llevar a cabo el proceso de inspección de calidad de sus productos



Interpretación: En la tabla y gráfico 24 se aprecia que el 80% manifiesta que siempre la empresa desarrolla etapas de planificación, ejecución y control en el proceso de inspección de calidad y el 20% manifiesta que casi siempre se desarrollan esas etapas.

Tabla 25***Suele realizar la inspección de sus productos***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	3	60,0	60,0	60,0
	Casi siempre	2	40,0	40,0	100,0
	Algunas veces	0	0	0	
	Casi nunca	0	0	0	
	Nunca	0	0	0	
	Total	5	100,0	100,0	

Figura 25***Gráfico de barras suele realizar la inspección de sus productos***

Interpretación: En tabla y gráfico 25 se aprecia que el 60% manifiesta que siempre suele realizar la inspección de sus productos y un 40% manifiesta que casi siempre suelen realizar inspección de sus productos.

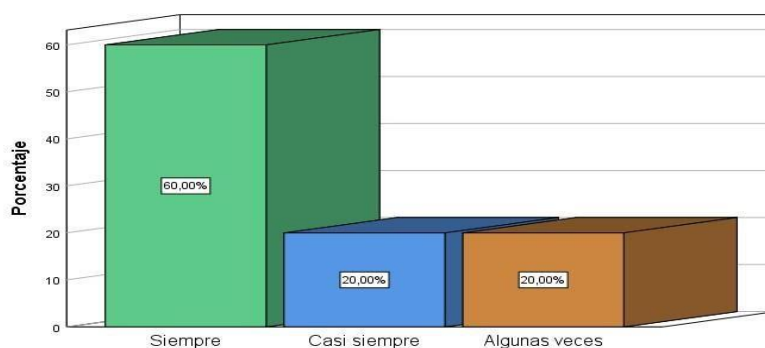
Tabla 26

La empresa cuenta con un archivo donde quedan registrados los resultados de cada inspección con sus respectivos procedimientos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre	3	60,0	60,0	60,0
Casi siempre	1	20,0	20,0	80,0
Algunas veces	1	20,0	20,0	100,0
Casi nunca	0	0	0	
Nunca	0	0	0	
Total	5	100,0	100,0	

Figura 26

Gráfico de barras la empresa cuenta con un archivo donde quedan registrados los resultados de cada inspección con sus respectivos procedimientos



Interpretación: En la tabla y gráfico 26 se muestra que el 60% manifiesta que la empresa siempre cuenta con un archivo donde se registran los resultados de cada inspección, el 20% manifiesta que casi siempre los tiene y el 20% manifiesta que algunas veces los tiene.

5.2 Análisis de resultados

El gráfico y tabla 1 muestra que el 69 % afirman que siempre la pollería brinda una adecuada atención y un 31 % opina casi siempre cumple las instalaciones de la Pollería y permiten con una atención adecuada al cliente. Este resultado coincide con el de García (2011) quien concluye que el 70% de los encuestados manifestaron que los ambientes del restaurante están diseñados en función al cliente.

El gráfico y tabla 2 muestra que el 81 % manifestaron que siempre la distribución de los ambientes permite una adecuada atención. Nahurima (2015) La mayor parte de los clientes encuestados en las pollerías del distrito de Andahuaylas, 156 clientes representado por 44.83% consideran estar conforme casi siempre con la calidad de servicio; seguidamente 39 clientes dado el 11.21% aseguran siempre estar conforme con la calidad de servicio.

El gráfico y tabla 3 se aprecia que el 69% considera que siempre el mobiliario permite recibir una atención de calidad y 31% considera que casi siempre el mobiliario permite recibir un servicio de calidad. Por su parte autores como Rodríguez (2017) muestra que un 50.0% de los consumidores consideran que los restaurantes cuentan con el equipamiento necesario para brindar el servicio.

En la gráfica y tabla 04 se aprecia que el 69% considera que siempre los equipos e instrumentos permiten brindar un servicio de calidad y para el 31% casi siempre lo permiten. Este resultado coincide con el de Campos (2015), quien concluye que el 100% de los encuestados manifestaron que el restaurante cuenta con los recursos necesarios para realizar un trabajo eficiente.

En la tabla y la gráfica 05 se aprecia que el 69% consideran que siempre la pollería cumple con lo ofrecido y el 31% consideran que casi siempre la pollería cumple con lo ofrecido, esto indica que la pollería tiene una alta aceptación en sus servicios contratados. Este resultado no coincide con el de (Yahuana Umbo, 2017), quien concluye que el 52.08% no se encuentran satisfechos con el servicio recibido.

En el gráfico y tabla 6 se observa que el 50% de los clientes considera que siempre la pollería cumple con lo que ofrece en la publicidad, 44% considera que casi siempre y 6% considera que algunas veces, lo cual indica que existe una alta aceptación en cumplimiento. Este resultado no coincide con el de Chávez (2017), quien concluye que el 44% de los encuestados rara vez se sienten satisfechos con el servicio ofrecido.

En la gráfica y tabla 07 se aprecia que el 56% considera que siempre el personal de la pollería le transmite confianza, 31% considera que casi siempre el personal le transmite confianza y el 13% considera que algunas veces el personal le transmite confianza, obteniendo una alta aceptación con el personal de la pollería. Este resultado no coincide con el de Chávez (2017), quien concluye que el 49% de los encuestados consideran que el comportamiento del personal transmite confianza.

En el gráfico y tabla 8 se aprecia que el 56% considera que siempre el personal despeja sus dudas, el 38% considera que casi siempre el personal despeja sus dudas y para el 6% sólo algunas veces el personal despeja sus dudas. Este resultado coincide con el de Villalba (2016), quien concluye que el 58% de los encuestados manifiestan que el personal del restaurante fue claro durante la prestación del servicio.

En la tabla y gráfico 9 se aprecia que el 69% considera que el tiempo de espera siempre es adecuado y el 31% considera que casi siempre el tiempo de espera es adecuado. Este resultado coincide con el de Villalba (2016), quien concluye que los clientes del restaurante consideran que el tiempo de espera estuvo dentro de lo esperado.

En el gráfico y tabla 10 se aprecia que el 88% considera que siempre el servicio que ofrece la pollería es rápido y eficiente, el 12% considera que casi siempre el servicio es rápido y eficiente, lo cual respalda la eficiencia de la pollería. Este resultado no coincide con el de Chávez (2017), quien concluye que el sólo el 37% de los encuestados consideran que el servicio es ágil, rápido y eficiente.

En el gráfico y tabla 11 el 56% de los clientes considera que siempre la pollería le transmite confianza y el 44% considera que casi siempre la pollería transmite confianza, poniendo de manifiesto que sus trabajadores de la pollería transmiten confianza. Este resultado no coincide con el de Chávez (2017), quien concluye que sólo el 41% se siente seguro con la atención recibida.

En el gráfico y tabla 12 se aprecia que el 75% consideran que siempre se sienten seguros dentro de las instalaciones y el 25% considera que casi siempre se sienten seguros dentro de las instalaciones de la pollería. Este resultado coincide con el de (Yahuana Umbo, 2017), quien concluye que el 79.17% de los clientes del restaurante se sienten seguros dentro de sus instalaciones.

En el gráfico y tabla 13 se aprecia que el 81% considera que casi siempre el personal de la pollería muestra preparación y conocimiento de los servicios que presta atención y el 19% considera que casi siempre la pollería muestra preparación y conocimiento de los servicios. Este resultado

coincide con el de Villalba (2016), quien concluye que el 50% de los encuestados conoce sus funciones y responsabilidades.

En el gráfico y tabla 14 muestra que el 50% considera que siempre el personal es cortés y el 50% restante considera que casi siempre el personal es importante. Este resultado no coincide con el de Villalba (2016), quien concluye que solo el 38% de los encuestados consideran que el personal es amable y respetuoso.

En la tabla y gráfico 15 se aprecia que un 50% considera que siempre el personal muestra interés en su trabajo, el 44% considera que casi siempre el personal muestra interés en su trabajo y un 6% considera que algunas veces el personal muestra interés en su trabajo. Este resultado no coincide con el de Villalba (2016), quien concluye que el 48% del personal del restaurante se siente medianamente motivado en el trabajo.

En la tabla y gráfico 16 se aprecia que el 69% considera que el personal viste adecuadamente y el 31% considera que casi siempre el personal viste adecuadamente. Este resultado coincide con el de Chávez (2017), quien concluye que los encuestados consideran que el personal tiene una apariencia física limpia.

En la tabla y gráfico 17 se observa que el 60% de los encuestados consideran que siempre la pollería cuenta con una visión establecida, el 20% considera que casi siempre y el 20% restante considera que algunas veces. Dando como mayoritario que la empresa si cuenta con una visión establecida. Este resultado coincide con el encontrado por Goicochea (2015), quien concluye que el 80% de los restaurantes si tienen establecida su visión.

En la tabla y gráfico 18 se puede apreciar que el 80% considera que siempre se establecen objetivos empresariales y el 20% considera que casi siempre se establecen objetivos empresariales. Este resultado coincide con el de Távora (2017), quien concluye que el 100% de los restaurantes tienen planteados objetivos, pero sólo el 33% plantean estrategias para alcanzarlos.

En la tabla y gráfico 19 se aprecia que el 80% manifiestan que siempre la empresa cuenta con políticas de calidad y el 20% manifiestan que algunas veces se establecen políticas de calidad. Este resultado no coincide con el de Goicochea (2015), quien concluye que el 70% de los restaurantes no desarrollan ninguna política de calidad.

En la tabla y gráfico 20 se puede observar que el 80% manifiesta que siempre se establecen formalmente las actividades a realizar y el 20% manifiesta que casi siempre se establecen formalmente las actividades. Este resultado no coincide con el de (Yahuana Umbo, 2017), ya que en su estudio se concluye que sólo el 60% de los encuestados han implementado acciones para que lo planificado se realice y sea mejorado.

En tabla y gráfico 21 se observa que el 100% de los encuestados manifestaron que la empresa cuenta con un organigrama, este resultado no coincide con el de Goicochea (2015), quien concluye que sólo el 60% de los restaurantes tienen establecido su organigrama.

En la tabla y gráfico 22 se muestra que un 80% manifiesta que siempre la empresa motiva a su personal y un 20% manifiesta que casi siempre se motiva al personal. Este resultado coincide con el encontrado por Chávez (2017), quien concluye que el trabajador para tener un buen rendimiento debe estar motivado.

En la gráfica y tabla 23 se aprecia que el 100% manifiesta que existe un encargado de controlar la calidad de la empresa. De este resultado se puede afirmar que la administración del restaurante Tío Jhony está cumpliendo con la última de las etapas del proceso administrativo encontrado en la teoría de Javier Diaz (2010).

En la tabla y gráfico 24 se aprecia que el 80% manifiesta que siempre la empresa desarrolla etapas de planificación, ejecución y control en el proceso de inspección de calidad y el 20% manifiesta que casi siempre se desarrollan esas etapas. Este resultado no coincide con el de Chávez (2017), quien en su estudio concluye que sólo el 60% planifica la calidad y se le vincula con los objetivos institucionales.

En tabla y gráfico 25 se aprecia que el 60% manifiesta que siempre suele realizar la inspección de sus productos y un 40% manifiesta que casi siempre suelen realizar inspección de sus productos. Este resultado demuestra que dentro del restaurante se cumple con la teoría de (Javier Diaz, 2010), ya que dentro del proceso administrativo se encuentra la etapa de control, y dentro del restaurante Tío Jhony se realiza la inspección de los productos que ofrece.

VI. CONCLUSIONES

Respecto al Objetivo específico N° 01:

Describir las dimensiones de la calidad del servicio en Pollería “El Tío Jhony” del Distrito De Sullana Año 2019

En la investigación se describió las dimensiones de la calidad del servicio en Pollería “El Tío Jhony” del Distrito De Sullana Año 2019. Presentando que la atención es adecuada, las instalaciones si permiten una atención adecuada, la distribución es adecuada y el mobiliario permite recibir atención adecuada, los equipos permiten brindar servicio de calidad. La pollería además cumple con lo ofrecido en la publicidad, el personal que labora transmite confianza y despeja sus dudas, el tiempo de atención siempre es el adecuado, tiene un servicio rápido y eficiente, transmite confianza y seguridad a los clientes. El personal muestra preparación y conocimiento de los servicios. El personal es cortés, viste adecuadamente

Identificar los elementos del proceso administrativo en Pollería “El Tío Jhony” del Distrito De Sullana Año 2019.

La investigación permitió identificar los siguientes elementos del proceso administrativo: existe planificación pues tienen una Visión establecida, además de plantear objetivos empresariales, cuenta con políticas de calidad. En cuanto al elemento organización se identificó que en la pollería establecen formalmente las actividades a realizar, contando además con organigrama. En cuanto a dirección se identificó que en la pollería si motivan al personal. Finalmente en cuanto a control se identificó que existe un encargado de controlar la calidad , supervisar el desarrollo de las fases del proceso administrativo y si se realiza inspección de sus productos.

RECOMENDACIONES

Se detectó que el personal no transmite seguridad a todos los clientes, por lo tanto, se recomienda que el área administrativa del restaurante estudiado realice constantes capacitaciones a su personal, las cuales deben estar orientadas al tema de atención al cliente, ello va a permitir que el personal aprenda a tratar cortésmente a los clientes, mostrar interés en darles una excelente atención y ayudarles en lo que necesiten.

Por otro lado, se recomienda que se difundan mediante reuniones laborales la visión y políticas de calidad del restaurante a todos los trabajadores del restaurante, ya que un porcentaje de ellos no las conocen y por lo tanto no pueden contribuir al logro de las mismas.

Asimismo, se debe motivar al todo el personal del restaurante, ello se puede dar a través de bonos económicos, opciones de ascenso, reconocimientos por su buen desempeño, etc.

Por último, se recomienda al administrador establecer a una persona encargada de realizar la inspección de los productos, ya que se están presentando fallas en ese aspecto, además, la misma persona debe registrar los resultados de la inspección realizada.

REFERENCIAS

- ALFARO DOMINGUEZ, W. (2016). *Los mecanismos del control interno administrativo y su impacto en los resultados de gestión de los restaurantes de la provincia de Ayabaca, año 2015*. Tesis para optar el título de Contador Público, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura. Recuperado el 2021, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1209/CONTROL_INTERNO_ADMINISTRATIVO_ALFARO_DOMINGUEZ_WILDER.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- ALMESTAR ADRIANZÉN, P. R. (2017). *Caracterización de la competitividad y atención al cliente de las MYPE, rubro pollerías en la Urb. Ignacio Merino I y II etapa – Piura, año 2017*. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura. Recuperado el 2021, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2370/COMPETITIVIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_ALMESTAR_ADRIANZEN_PATTY_ROSALIA.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- ANTÚNEZ CASTILLO, L. X. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*. Tesis para optar el Título de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Huarmey. Recuperado el 2021, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043053>
- Bernaza, M. (2018). *Internacionalización de los Hornos de Pollos a la Brasa de Industrias Surco S.R.Ltda. para el Mercado de Estados Unidos*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima. doi.: <https://doi.org/10.19083/tesis/62616>

- CAMPOS JIBAJA , C. A. (2015). *Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura. Recuperado el 2021, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039354>
- CANO SALDAÑA, D. M. (2017). *Gestión De Calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, Rubro Restaurantes: Caso Restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarmey, 2016*. Tesis para optar el grado de Maestro en Administración, Unbiversidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote. Recuperado el 2021, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044119>
- CARREÑO NIMA, W. I. (2017). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y FINANCIAMIENTO DE LAS MYPE RUBRO TRANSPORTE DE CARGA RUTA SULLANA – LIMA – SULLANA AÑO 2017*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura. Recuperado el 2021, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2023/GESTION_DE_CALIDAD_FINANCIAMIENTO_CARRENO_NIMA_WENDY_ISABEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chávez Valdiviezo, C. E. (2017). *caracterización de la gestión de calidad en el servicio con enfoque a la satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro discotecas; distrito de Sullana 2017*. Tesis para optar el título de Licenciado en

Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Sullana. Recuperado el 2021, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045985>

Ebiz Proveedor. (28 de Marzo de 2019). *ebizproveedor.com/*. Obtenido de <https://www.ebizproveedor.com/el-peru-sin-ajustes-es-la-economia-de-la-region-que-mas-aguanta/>

ESTRADA ALBURQUEQUE, S. M. (2020). *LA GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DEL MARKETING Y PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018*. Tesis para optar el Título de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Sullana. Recuperado el 2021, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/19432/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING_RESTAURANT_ESTRADA_ALBURQUEQUE_STEPHANY_MARYCIELO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

France24. (25 de Enero de 2019). Obtenido de <https://www.france24.com/es/20190124-primera-plana-crisis-politica-peru>

Franke Vega, C. (2016). *La calidad de servicio en los restaurantes presentes en la Campiña de Moche*. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración y servicios turísticos, Universidad Privada del Norte, Trujillo. Recuperado el 2021, de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/7983/Franke%20Vega%20Catherine.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

GARCÍA CRUZ, F. E. (2015). *Caracterización de la atención al cliente y la capacitación en las mype del rubro restaurantes del distrito de Lalaquiz - Huancabamba, 2015*. Tesis para

optar el título de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura. Recuperado el 2021, de

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2423/ATENCION_AL_CLIENTE_CAPACITACION_MYPE_GARCIA_FABIOLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gastalver, C. (2013). *Gestión de la Atención al cliente/consumidor*. ESPAÑA: ELEARNIG SL.

GOICOCHEA FLORES, K. R. (2016). *LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y*

PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO RESTAURANTES DEL

BOULEVARD GASTRONÓMICO DEL DISTRITO DE VILLA MARIA DEL TRIUNFO,

PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA, PERÍODO 2015. Tesis para optar

el título de Licenciada en Administración , Universidad Católica los Ángeles de

Chimbote, Cañete. Obtenido de

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1083/GESTION_DE_CALIDAD_MYPE_GOICOCHEA_FLORES_KARINA_ROSSI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Jurado Toledo, G. D. (2014). *calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el centro histórico de la ciudad de quito*. TESIS DE MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE

EMPRESAS , Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito. Recuperado el 2014, de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/8010>

Lizarzaburu, E. (2015). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. *Universidad & Empresa*.

- Manene, L. (1 de Diciembre de 2010). *Luis Miguel Manene*. Obtenido de <http://www.luismiguelmanene.com/2010/12/01/calidad-total-su-filosofia-evolucion-definicion-e-implantacion/>
- MARCHÁN ZAPATA, E. R. (2015). *GESTIÓN DE CALIDAD Y MERCHANDISING EN LAS MYPE RUBRO IMPRENTA DE TALARA, AÑO 2015*. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura. Recuperado el 2021, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039024>
- MENDOZA GÁNDARA, F. R. (2015). *el servicio al cliente en los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa*. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración de empresas, UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR, Jutiapa. Recuperado el 2021, de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/01/01/Mendoza-Fatima.pdf>
- NELIDA TACUNAN, B. (2016). *CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO BAJO EL MODELO SERVPERF EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS - RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE HUARI, 2014*. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Huaráz. Recuperado el 2021, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/978/MYPE_CALIDAD_D E_SERVICIO_TACUNAN_BONIFACIO_NELIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ramos, C. D. (2020). *La Gestión de Calidad, la Competitividad, el Financiamiento y la Formalización en las Mype de la Provincia de Sullana, Perú*. Artículo Científico, Sullana. doi:<https://doi.org/10.37815/rte.v32n1.699>

RIVERA FARFAN , F. (2017). *Caracterización del control interno de las micro y pequeñas empresas de servicios del Perú, rubro restaurantes. Caso restaurante cevicherías el tío Jhony EIRL de la ciudad de Sullana, año 2017*. Tesis para optar el título de Contador Público, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Sullana. Recuperado el 2021, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2494/CARACTERIZACION_%20CONTROL_RIVERA_%20FARFAN_FERNANDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

RODRIGUEZ GALARRETA, Y. E. (2017). *GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y LA FIDELIZACIÓN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES DE PRODUCTOS HIDROBIOLOGICOS, CASCO URBANO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2016*. Tesis para optar el grado académico de Magíster en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote. Recuperado el 2021, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2170/GESTION_CALIDAD_RODRIGUEZ_GALARRETA_YENNY_EUDOCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Roque Bonilla, J. A. (2016). *estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la MYPEs comercial “San Martín”, Chiclayo*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Universidad Señor de Sipán, Pimentel. Recuperado el 2021, de

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/2708/TESIS%20ARNOLD%20ROQUE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ruiz, P. (10 de Marzo de 2016). *DiegoCoquillat*. Obtenido de

<https://www.diegocoquillat.com/como-la-tecnologia-puede-ayudar-a-los-restaurantes/>

SANCHEZ AGURTO , I. Y. (2017). *Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las MYPE del sector transporte de pasajeros – rubro auto colectivos de la provincia de Sullana, año 2016*. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Sullana. Recuperado el 2021, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000046031>

SÁNCHEZ ESPAÑA, A. L. (2017). *EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN EL RESTAURANTE PIZZA BURGER DINER DE GUALAN, ZACAPA*.

Tesis para optar el título de Licenciada en Administración de empresas, UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR. Obtenido de

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>

TÁVARA PURIZACA, J. L. (2019). *Percepción de la calidad de servicio y la intención de recompra de los clientes del restaurante El Parrilón, Sullana 2017*. Tesis para obtener el título de Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas , Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Sullana. Recuperado el 2021, de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43334/T%c3%a1vara_PJL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Villalba Barragan, S. A. (2016). *ANÁLISIS DE CALIDAD DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN AZUCA BEACH, AZUCA BISTRO Y Q RESTAURANT, Y SUGERENCIAS*

DE MEJORA. Tesis para optar el título de Licenciada en Ingeniería en Gestión Hotelera, PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR. Recuperado el 2021, de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/11384>

YAHUANA UMBO, P. (2017). *CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPE EN EL RUBRO RESTAURANTES DE LA URBANIZACION LA ALBORADA - PIURA, AÑO 2016*". Tesis para optar el título de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura. Recuperado el 2021, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043118>

Anexos

ANEXO 01: Fórmula de la muestra

Para calcular la muestra de la presente investigación se utilizó la siguiente fórmula de muestreo:

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

Dónde: según Arias (2006) n: es el tamaño de la muestra que se quiere encontrar

Z= Es la desviación del valor medio que aceptamos para lograr el nivel de confianza deseado.

E= Margen de error que admitido

P= es la proporción esperada

Q= 1-P

Anexo 02: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2019															
		ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	x	x	x	x	x	x										
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación							x									
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación								x								
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación								x								
5	Mejora del marco teórico y metodológico									x							
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos										x						
7	Elaboración del consentimiento informado (*)										x						
8	Recolección de datos											x					
9	Presentación de resultados												x				
10	Análisis e Interpretación de los resultados												x				
11	Redacción del informe preliminar													x			
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación														x		
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación															x	
14	Redacción de artículo científico																x

Anexo 03: Presupuesto

PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE

Categoría	Base	% o N	Total S/.
Suministros			
▪ Impresiones	S/.0.30	300	S/.90.00
▪ Fotocopias	S/.0.10	400	S/.40.00
▪ Empastado	S/.40.00	3	S/.120.00
▪ Papel bond A-4 (500 hojas)	S/.15.00	1	S/.10.00
Servicios			
▪ Uso de Turnitin	S/50.00	2	S/ 100.00
Sub total			S/ 330.00
Gastos de viaje			
▪ Pasajes para recolectar información	S/3.00	25	S/75.00
Subtotal			S/ 75.00
TOTAL PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE			S/405.00

PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE

Categoría	Base	% or N	Total S/.
Servicios			
▪ Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	S/.30.00	4	S/.120.00
▪ Búsqueda de información en base de datos	S/.35.00	2	S/.70.00
▪ Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	S/.40.00	4	S/.160.00
▪ Publicación de artículo en repositorio institucional	S/.50.00	1	S/.50.00
Subtotal			S/. 430.00
Recurso Humano			
▪ Asesoría personalizada (5 horas por semana)	S/ 63.00	4	S/ 252.00
Sub total			S/ 252.00
TOTAL PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE			S/. 652.0

Anexo 04: Cuestionarios



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE CUESTIONARIO

1. Siempre 2. Casi siempre .3.Algunas veces 4. Nunca 5. Casi nunca

01	¿Las instalaciones de la Pollería permiten una atención adecuada al cliente??	
02	¿La atención de los ambientes de la Pollería permite una atención adecuada al cliente??	
03	¿El mobiliario de la Pollería permite recibir un servicio de calidad??	
04	¿Califique los equipos e instrumentos que utiliza la Pollería que permiten brindar un servicio de calidad?	
05	¿El Pollería cumple con lo ofrecido en los servicios contratados?	
06	¿El Pollería cumple con la publicidad que ofrece?	
07	¿El personal de atención de la Pollería transmite confianza?	
08	¿El personal de la Pollería se encarga de explicar y despejar cualquiera duda que ocurra durante el servicio?	
09	¿El tiempo de espera para recibir atención es el adecuado?	
10	¿El Servicio ofrecido por de la Pollería es rápido y eficiente?	
11	¿El personal de la Pollería transmite seguridad??	
12	¿Califique la seguridad dentro de las instalaciones de la Pollería?	
13	¿El personal de la Pollería muestra preparación y conocimiento de los servicios que presta la empresa??	
14	¿El personal de la Pollería es cortés en su trato?	
15	¿El personal de la Pollería muestra interés en su trabajo??	
16	¿El personal de la Pollería viste adecuadamente??	



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE CUESTIONARIO

1. Siempre 2. Casi siempre .3.Algunas veces 4. Nunca 5. Casi nunca

01	¿La empresa cuenta con una visión establecida?	
02	¿La empresa establece sus objetivos empresariales acorde con las políticas de calidad de la empresa?	
03	¿La empresa cuenta con políticas de calidad establecidas en relación con el producto y servicio que ofrecen?	
04	La empresa tiene establecido de manera formal las actividades, fechas, responsabilidad y recursos necesarios para el logro de los objetivos en el sistema de gestión	
05	¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?	
06	¿La empresa motiva a su personal para que sus acciones se orienten hacia el logro de los objetivos fijados?	
07	¿Existe un departamento o persona encargada de controlar la función de la calidad en la empresa?	
08	¿La empresa desarrolla las etapas de planificación, ejecución y control para llevar a cabo el proceso de inspección de calidad de sus productos?	
09	¿En qué fase suele realizar la inspección de sus productos?	
10	¿La empresa cuenta con un archivo donde quedan registrados los resultados de cada inspección con sus respectivos procedimientos?	

Anexo 05: Análisis de confiabilidad

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	68	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	68	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,849	16


 Lic. Adm. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS
 REG. UNIC. DE COLEG. Nº 03509
 Firma Autorizada 20/05/2021 a
 SARANGO AVALO SHEYLA DEL ROSARIO