

---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCION AL CLIENTE  
Y GESTION DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS DEL RUBRO POLLERÍAS, CALLERÍA,  
PUCALLPA, 2022**

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

**AUTORA**

**REATEGUI TORRES ESTHEFANI ALEXANDRA  
ORCID: 0000-0002-2459-1365**

**ASESORA**

**ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA  
ORCID: 0000-0001-6079-2319**

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2022**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Reategui Torres Esthefani Alexandra

ORCID: 0000-0002-2459-1365

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Chimbote, Perú

### **ASESORA**

Zenzain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote

Facultad de Ciencias e Ingeniería

Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

### **JURADO**

Mgtr. León Vigo, Maritza

ORCID 0000 0002 1003 0372

Mgtr. Patiño Niño, Víctor Helio

ORCID 0000-0002-4660-9490

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID 0000-0002-6174-4754

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Mgtr. León Vigo, Maritza  
ORCID 0000 0002 1003 0372

**Presidente**

Mgtr. Patiño Niño, Víctor Helio  
ORCID 0000-0002-4660-9490

**Miembro**

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel  
ORCID 0000-0002-6174-4754

**Miembro**

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

**Asesora**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por haberme otorgado la vida y una familia maravillosa, quienes han creído en mí siempre, dándome ejemplo de superación, humildad y sacrificio, enseñándome el valorar todo lo que tengo

## DEDICATORIA

Con todo mi corazón mi tesis a mi esposo Jerry Lelis Perez Rengifo por su sacrificio y esfuerzo, por darme una carrera para nuestro futuro y por creer en mi capacidad, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre ha estado brindándome su comprensión, cariño y amor.

A mi amados padres y hermanas quienes con sus palabras de aliento no me dejaban decaer para seguir adelante.

A mis abuelitos Lilia y Lucas por el apoyo incondicional

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Determinar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022. La metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental- transversal-descriptivo de propuesta. Se tuvo dos poblaciones: para la variable atención al cliente una población infinita de clientes y para la variable gestión de calidad una población finita compuesta por 84 pollerías del distrito de Callería. La muestra para la variable atención al cliente fue de 384 clientes y la muestra para la variable gestión de calidad fue tipo censal, que tomó al 100.0% de la población. La técnica fue la encuesta y como instrumento dos cuestionarios de 18 y 12 preguntas. Como resultados, el 80,4% de los clientes consideran que la mejor disposición de los productos favorece su compra o consumo motivando la satisfacción del cliente; el 48,9% manifiestan percibir falta de empatía en el personal, aspecto que perjudica el servicio de calidad del establecimiento. En gestión de calidad, el 70,2% de los microempresarios impulsan la dirección en relación a su visión de futuro; el 82,1% realizan el análisis de la funcionalidad de los procesos de la pollería. Como conclusión general, la investigación determinó una propuesta de mejora que recoge los aspectos de atención al cliente que necesitan mejorar para brindar soporte a la gestión de las pollerías del distrito de Callería.

**Palabras clave:** atención al cliente, gestión de calidad, microempresas, pollerías.

## ABSTRACT

The general objective of the research was: To determine the proposal to improve customer service and quality management of micro and small enterprises in the poultry industry, Callería, Pucallpa, 2022. The methodology was quantitative, descriptive, non-experimental, transversal-descriptive design of proposal. There were two populations: for the customer service variable, an infinite population of clients, and for the quality management variable, a finite population composed of 84 poultry shops in the district of Callería. The sample for the customer service variable was 384 clients and the sample for the quality management variable was a census sample, which took 100.0% of the population. The technique was the survey and the instrument was two questionnaires of 18 and 12 questions. As results, 80.4% of the clients consider that the better disposition of the products favors their purchase or consumption, motivating customer satisfaction; 48.9% of the clients perceive a lack of empathy in the personnel, an aspect that harms the quality service of the establishment. In quality management, 70.2% of the microentrepreneurs promote the direction in relation to their vision of the future; 82.1% analyze the functionality of the poultry store's processes. As a general conclusion, the research determined an improvement proposal that includes the aspects of customer service that need to be improved to support the management of the poultry shops in the district of Callería.

**Key words:** customer service, quality management, micro-enterprises, poultry shops.

## CONTENIDO

1. Título de la tesis .....	i
2. Equipo de trabajo .....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor .....	iii
4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria .....	iv
5. Resumen y abstract .....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y figuras .....	x
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura .....	6
2.1. Antecedentes .....	6
2.2. Bases teóricas de la investigación .....	21
2.3. Hipótesis.....	34
2.4. Variables .....	34
III. Metodología.....	36
3.1 Tipo y nivel de investigación .....	36
3.2 Diseño de la investigación .....	36
3.3 Población y muestra .....	38
3.4 Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	41
3.5 Técnicas e instrumentos .....	43
3.6 Plan de análisis.....	44
3.7 Matriz de consistencia.....	45
3.8 Principios éticos .....	46



IV. Resultados.....	48
4.1 Resultados .....	48
4.2 Análisis de resultados.....	58
V. Conclusiones y Recomendaciones .....	63
5.1. Conclusiones .....	63
5.2. Recomendaciones.....	64
Referencias Bibliográficas.....	65
Anexos .....	70
Anexo 1. Cronograma de actividades .....	70
Anexo 2. Presupuesto.....	71
Anexo 3. Instrumento de recolección de datos, variable atención al cliente. ....	72
Anexo 4. Instrumento de recolección de datos, variable gestión de calidad.....	73
Anexo 5. Consentimiento informado .....	79
Anexo 6. Validación de instrumento.....	84
Anexo 7. Figuras .....	91

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características del modelo Servqual de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022. ....	48
Tabla 2 Características del modelo Servqual de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022. ....	49
Tabla 3 Características del modelo Servqual de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022. ....	50
Tabla 4. Características del liderazgo en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022 .....	52
Tabla 5. Características de la mejora continua en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.....	53
Tabla 6. Características del enfoque en procesos en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.....	54
Tabla 7.. Características de toma de decisiones en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.....	55
Tabla 8. Elaborar una propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022 .....	56

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Características Modelo Serqvual: Accesibilidad.....	91
Figura 2 Características Modelo Serqvual: Comprensión del cliente.....	91
Figura 3 Características Modelo Serqvual: Comunicación .....	92
Figura 4 Características Modelo Serqvual: Cortesía. ....	92
Figura 5 Características Modelo Serqvual: Elementos tangibles. ....	93
Figura 6 Características Modelo Serqvual: Fiabilidad.....	93
Figura 7 Características Modelo Serqvual: Profesionalidad – Seguridad. ....	94
Figura 8 Características de gestión de calidad: Liderazgo.....	94
Figura 9 Características de gestión de calidad: Mejora continua. ....	95
Figura 10 Características de gestión de calidad: Enfoque en procesos. ....	95
Figura 11 Características de gestión de calidad: Toma de decisiones. ....	96

## **I. INTRODUCCIÓN**

Las microempresas para lograr los propósitos de posicionamiento y rentabilidad necesitan identificar a sus clientes, conocer sus necesidades, comprenderlos y analizar que los satisface, (Serna, 2016). En ese propósito, se desprende la estrategia más directa: la atención al cliente la que permite conocer directamente y a su vez la oportunidad de brindar servicio en tiempo real esperando obtener a cambio su conformidad o satisfacción. No todas las microempresas buscan satisfacer a sus clientes, por el contrario, se preocupan desarrollar estrategias para captar más clientes, pero sin prever como dejar marca en ellos con un correcto y satisfactoria experiencia de compra cuando visita los establecimientos comerciales. Ante esta problemática es necesario conocer que alternativas se disponen para mejorar la atención al cliente y de esta manera mejorar la gestión de las microempresas.

Es reconocido que la atención al cliente es una estrategia utilizada por las empresas de primer nivel para demostrar lo importante que es el cliente. Esta práctica se entiende que debe ser emulada por todas las empresas sin importar el tamaño de esta. Por ejemplo, los países sudamericanos, son países que gozan de una geografía envidiable y exquisita gastronomía, sin embargo, existe una problemática común: la atención al cliente es soportado por personal que carece o ha tenido escasa capacitación en técnicas de atención al cliente. En el caso de Ecuador, la problemática reposa en la necesidad de comprensión de los microempresarios de que el servicio al cliente es un factor prioritario si, en correspondencia, se espera la lealtad del cliente, (Valenzuela et al., 2019). En Colombia, se identificó que la falta de establecimiento de un canal fue

la causa de disconformidad en los esfuerzos de atención al cliente en las microempresas financieras.

A nivel nacional, en Lima, ciudad capital se concentra gran número de empresas que tienen una marcada orientación al cliente, experiencia que es imitada por la micro y pequeña empresa interesada en crecer satisfaciendo las necesidades del cliente, (Sanjurjo, 2018). En esta línea se cita la experiencia del Banco de Crédito del Perú, que pese a sus dimensiones existe la preocupación por la capacitación del personal nuevo para garantizar que el nivel de servicio se mantenga alto, identificando problemas en los procedimientos de atención al cliente, (Brandon et al., 2018).

A nivel regional, Ayacucho, en estudios realizados en restaurantes económicos se identificó como problemática el hallazgo de la baja calificación del nivel de servicio y satisfacción del cliente como resultado de una encuesta de satisfacción al cliente de sus comensales, resultados que no esperaban sus propietarios, quienes por el contrario no estimaban la importancia de esta herramienta, (Quispe, 2019). Por otro lado, en el distrito de Callería, espacio geográfico donde se desarrollará la investigación se encuentra las microempresas del rubro de pollerías que se caracterizan por seguir una gestión de sus negocios práctica guiada por la propia percepción de los microempresarios que no aplican ninguna técnica o estrategia de la administración y que carece de una clara comprensión de la importancia de atender y satisfacer al cliente.

A nivel local, en Callería, que constituye la capital de la ciudad de Pucallpa, las microempresas en el rubro de pollerías gozan todas de una apreciada demanda de clientes por saborear el exquisito pollo a la brasa, sin embargo, la realidad es que muy

pocas han invertido en capacitación en atención al cliente e implementado una administración con enfoque de calidad. Se encuentran a menudo eventos de reclamos en el registro del libro de reclamaciones por mala atención, que realizando una verificación se simple, no recaén en la preparación del pollo a la brasa, sino, en el bajo nivel de atención del personal que atiende, limpieza, carencia de higiene en baños entre otros., por lo que se hace necesario, involucrar a la gerencia de estos negocios en capacitación gerencial y un plan de mejora que solucione organizadamente la problemática que aqueja a este sector de microempresas.

Por lo anteriormente expresado, se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022? Como objetivo general se planteó: Determinar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022. Y como objetivos específicos:

Variable Atención al cliente:

- a) Conocer las características del modelo Servqual de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.

Variable Gestión de calidad:

- a) Determinar las características del liderazgo en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022
- b) Identificar las características de la mejora continua en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.
- c) Describir las características del enfoque en procesos en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.

- d) Describir las características de toma de decisiones en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.
- e) Elaborar y describir una propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.

La justificación de la investigación se sostiene en la importancia que representa para las micro y pequeñas empresas comprender los alcances y beneficios de la atención al cliente y gestión de calidad para la funcionalidad de sus operaciones como aspecto imprescindible en la gestión de empresas. Su desarrollo beneficia a los clientes de las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022. Como justificación teórica, la investigación reviste importancia porque busca establecer formas más comprensibles de la teoría de la administración para que sea de alcance a los microempresarios y adopte una dirección formal de sus emprendimientos, (Pino, 2019). Como, justificación práctica, los resultados a los que se llegaron en la presente investigación podrán ser de aplicación por las microempresas del rubro en estudio, porque operan en un escenario de constante competencia y es necesario determinar ventajas competitivas, (Pino, 2019) y como justificación metodológica, la investigación se orientó respecto a la validez de la metodología de investigación científica que se siguió para que sus resultados y conclusiones obtengan el sustento científico, (Pino, 2019).

Como metodología de investigación se siguió el diseño descriptivo, no experimental-transversal, de propuesta, que utilizó una población conformada por las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, del distrito de Callería, Pucallpa, 2022.

Asimismo, acompañó en su desarrollo los valores contenidos en el código de ética de la Universidad Uladech.

Como resultados, se obtuvo que el 80,4% de los clientes consideran que la mejor disposición de los productos favorece su compra o consumo motivando la satisfacción del cliente; el 48,9% manifiestan percibir falta de empatía en el personal, aspecto que perjudica el servicio de calidad del establecimiento. Otro aspecto que se identifica es que siempre (92.7%) los clientes identifican el precio de los platos que la pollería oferta, práctica que representa claridad y comunicación en la relación comercial. El resultado se relaciona con la investigación de Huamán (2020), donde se implementa un plan de mejora para una comunicación más fluida con los clientes. En gestión de calidad, el 70,2% de los microempresarios impulsan la dirección en relación a su visión de futuro; el 82,1% realizan el análisis de la funcionalidad de los procesos de la pollería y el 83,3% manifiesta también que propone estrategias para cumplir con los objetivos de la empresa, pero con un sentido empírico basado en sus experiencias, resultados que coinciden con la investigación de Tito (2021) que al obtener resultados poco alentadores de la gestión, propone un plan de mejora que recoge los procesos internos a mejorar y la capacitación de los recursos humanos que también se relacionan con una mejor atención al cliente en sus fases: presentación, atención, información, cierre y despedida.

Finalmente, como conclusión general, la investigación determinó una propuesta de mejora que recoge los aspectos con prioridad para mejorar la atención al cliente que constituya un soporte a la gestión de las microempresas de pollerías del distrito de Callería.



## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### **Antecedentes internacionales**

Cárdenas (2019) en su investigación *Análisis de la calidad del servicio de atención al cliente en CAFÉ LÚCUMA para un plan de mejora* presentado en Universidad de Guayaquil, Ecuador. El objetivo general de esta investigación fue determinar la calidad del servicio al cliente que existe en Café Lúcum de Riocentro los ceibos de Guayaquil, Ecuador. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto en lo cuantitativo con una población de 660 y la muestra es el total de 268 clientes y se tomó la encuesta como recolector de datos. Se obtuvo como resultados que el 45,10% está de acuerdo en que la apariencia del personal va de acorde con el servicio prestado siendo esta la mayoría de clientes, seguido de un 14,90% que está en una posición que cree que no es la correcta pero tampoco está en un total desacuerdo un 16% da a conocer que existe inconformidad con respecto a esto lo que nos da una pauta para mejorarlo y un 48,9% respondieron con un de acuerdo que en la cafetería si comprenden los pedidos de los clientes al momento de servir, existe cierta empatía y un 13,1% que es una cantidad significativa en desacuerdo lo cual perjudica al servicio de calidad, esta información será útil para mejorar en esta parte de la atención y preparar a los trabajadores para que tengan una mayor cercanía al cliente. Como conclusión existe un número significativo de puntos a favor de Café Lúcum lo que permite tener mayor facilidad al momento de enfocarse en las amenazas y debilidades que afectan de manera negativa realizando así las mejoras

correspondientes en estos procesos que están siendo afectados y causando resultados desfavorables.

Cárdenas & Escobar (2019) en su investigación *Propuesta de formalización del enfoque de atención al cliente y contables para el Minimarket Joselito*, para optar por el título de Ingeniería Comercial de la Universidad de Guayaquil, Ecuador. Tuvo como objetivo general mejorar los enfoques de atención al cliente y contables en el minimarket ubicado en Chongón, se analizó la idea de formalizar y de implementar un sistema de cobro para minimarket, lo que le permitió obtener mayor ingreso al negocio. Como metodología, se utilizó el enfoque cualitativo, con un tipo de investigación explicativa y descriptiva, luego, para la recolección de datos se empleó como herramienta la entrevista y ficha de observación. Dentro de los principales resultados se obtuvo que algunos de los al enfoque de atención al cliente de la empresa presentan falencias. Como conclusiones se determinó que el propietario de la empresa debe formalizar y aplicar las mejoras propuestas respecto a procesos deficientes, asimismo, implementar el proceso de sistema de cobro que mejora del rendimiento y administración.

Torres (2019) en su investigación *Diseño de propuesta para mejorar la calidad del servicio al cliente en la Sanduchería y Pastelería “le croissant” del Cantón Samborondón* para optar por el título de Ingeniero en Gestión Empresarial presentado en la Universidad de Guayaquil, Ecuador. Tuvo como objetivo general diseñar la propuesta para el Mejoramiento de Calidad en el Servicio a los Clientes de la Sanduchería y Pastelería “Le Croissant” del Cantón Samborondon. La investigación fue realizada utilizando el método cuantitativo, para la obtención de la información se aplicó una encuesta que fue elaborada con preguntas cerradas para medir la calidad del

servicio al cliente de 7 empleados que forman parte del establecimiento estudiado, la capacitación se desarrolló mediante la empresa SBS CONSULTING porque brindan servicios de capacitación, asesoría y consultoría con altos estándares de calidad que ayudan al personal de las organizaciones a mejorar su productividad y gestión empresarial global. Como resultados se obtuvo que la capacitación acerca del servicio al cliente en Le Croissant ayudará a la cultura organizacional de los empleados, preparándolos para puedan desarrollarse de manera precisa ante una gama de clientes complejos y exigentes. Un 48% de los clientes encuestados asiste con frecuencia de 3 o 4 veces al mes a consumir en la Sanduchería, es importante este resultado ya que da a conocer que tiene mayor parte de clientes fijos y es fundamental que sean bien atendidos, el 33% asisten 5 o más y el 19% asiste entre 1 y 2 veces al mes, al establecimiento, como se puede visualizar la empresa tiene mayor parte de clientes que asisten con frecuencia y que están conociendo el lugar por lo tanto es primordial que se genere un buen servicio de calidad, y como resultado sea un cliente satisfecho que pueda seguir visitando y consumiendo en la Sanduchería y que 30% de los clientes encuestados califica como regular la actitud en el servicio que reciben de los trabajadores, el 19% considera como bueno la atención, 19% como muy buena y 17% excelente, esta apreciación nos da una visión fundamentada en que son pocos los clientes que no están satisfecho en la actitud del personal y casi gran parte es bien atendida en cuanto a este valor, además la atención y actitud de los trabajadores es primordial brindar un servicio personalizado con actitud positiva transmitiendo seguridad, atención y finalmente generar un buen ambiente entre cliente y trabajador. Como conclusión, solo el 40% está satisfecho con la atención al cliente que reciben de

parte el personal y el 60% no reciben una excelente atención, lo que ocasiona que la empresa no tenga un buen prestigio de sus clientes.

Pincay & Parra (2020) en su investigación *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador* para obtener el grado de Maestría en Administración de Empresa con mención en Gerencia de la Calidad y Productividad de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Teniendo como objetivo proponer un plan de mejora en calidad de servicio en una empresa de alimentos. Los resultados encontrados evidencian que esta empresa presenta una calidad de servicio regular, siendo el principal problema relacionado con la empatía; no se brinda una atención rápida a los clientes; el personal no tiene la habilidad suficiente para realizar el servicio sin cometer errores generando una baja percepción en los clientes. La metodología que uso en la investigación fue cualitativa, de método empleado fue el inductivo y fue de revisión documental de carácter descriptivo. La cual llego a las siguientes conclusiones La labor que llevan a cabo las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) a nivel mundial y particularmente en Ecuador, es de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también en virtud de su intervención en el desarrollo socioeconómico sobre todo de las zonas en donde se ubican. La literatura señala particularmente que en Latinoamérica y el Caribe 47% del empleo, es impulsado por las MIPYMES con lo cual asegura no sólo, la distribución de la riqueza, sino el encadenamiento productivo que genera, lo cual es un pilar fundamental cuando se trata de desarrollo económico y las mejoras en calidad de vida de la población. Sin embargo, las investigaciones han llegado a encontrar que existen elementos que inciden en la permanencia de las PYMES en el mercado, siendo la calidad de servicio ofrecido uno de los factores que

ocasionan que los clientes ganen o pierdan fidelidad con la empresa y por tanto continúen de manera competitiva en el mercado.

Marín et al., (2019) en su investigación *Propuesta para la implementación del sistema de gestión de calidad en el restaurante La Cafetería En Connecta (Gate Gourmet)*; Investigación para obtener grado de título de Especialista en Gerencia de la Calidad. Teniendo como objetivo Generar una propuesta de implementación de un sistema de gestión de calidad alineada a la norma ISO 9001-2015, para el restaurante la Cafetería en Connecta, enfocados al mejoramiento continuo del proceso administrativo y comercial. La metodología de la investigación es de tipo descriptiva, de tipo documental y de campo o diseño de campo. El mismo que llego a las siguientes conclusiones: La contextualización de la empresa permitió tener un claro diagnostico que a partir de la herramienta de árbol de problemas se logra identificar las diferentes variables que influyen directamente en la problemática del Restaurante y así la posibilidad de actuar en el enfoque de la implementación del SGC en el mismo. Se genera el mapa de proceso junto a la caracterización de cada uno de los procesos que involucran la actividad económica del Restaurante y por ende se logró establecer e identificar el Rol y responsable de las actividades, así como la documentación y herramientas de medición necesarias para el seguimiento y control.

López (2018) en su investigación *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*; para optar grado académico de Magíster en Administración de Empresas. Teniendo como objetivo determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. La metodología,

el estudio de investigación es con un enfoque mixto, con una investigación cuantitativa. La cual llevo a las siguientes conclusiones A través del desarrollo de esta investigación, se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de esta. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio. Referente al marco teórico se mencionaron algunas teorías, enfoques de la calidad, calidad del servicio, satisfacción al cliente, características de la calidad, modelos de medición de servicio. En donde se concluyó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos.

### **Antecedentes nacionales**

Basilio (2020) en su investigación *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas de equipo de cómputo, caso urbano del distrito de Chimbote, 2018*, presentado en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote para optar al título profesional de Licenciada en Administración. Tuvo como objetivo general determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipo de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. La investigación utilizó la siguiente metodología de diseño no experimental- transversal, descriptivo para el recojo de la información utilizó una población de 79 micro y pequeñas empresas así mismo la muestra, a quienes se le aplicó un cuestionario de 23 preguntas, a través de la técnica de la encuesta. Obtuvo como resultados que la mayoría de las MYPE encuestadas son masculinos, 92.41%,

donde desempeñan su labor como administradores 74.68%, su grado de instrucción es superior universitario, 49.37%, además de tener 3 años desempeñando en la empresa 39.24%. La mayoría de las mype encuestadas el objetivo de creación es generar ganancia 93.67%, el número de trabajadores es de 1 a 5 49.37%, donde la mayoría son ajenos a la empresa no familiares. Llegando a la conclusión que la mayoría de las mype encuestadas son de género masculino donde están cargo solo los administradores, sus grados son de súper universitario, demuestran que llevan más de 3 años laborando en el mercado estas empresas cuentan con menos de 5 trabajadores su objetivo es generar ganancias, la atención al cliente es muy importante esto lleva al éxito a la empresa en la venta de equipos de cómputo casco urbano Chimbote, 2018.

Guevara (2020) en su investigación *La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro minimarkets en la urbanización palmeras del distrito de Los Olivos, Lima Metropolitana, periodo 2018*, presentado a la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas. Tuvo por objetivo general establecer las características principales de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro minimarkets en la urbanización Palmeras del distrito de Los Olivos, Lima Metropolitana, periodo 2018. La investigación fue de tipo descriptivo cuantitativo no experimental y de corte trasversal. Se realizaron encuestas a los dueños de negocio de las micro y pequeñas empresas con preguntas cerradas medibles en escala Likert. El estudio evidencio que negocios de minimarkets en Los Olivos, en cuanto a la gestión de la calidad los procesos de calidad en la preguntas del gráfico se aprecia que el 66.7%, 26.7% de los encuestados no sabe el tiempo de demora de

atención de un pedido, el restante 0%, 6.7%, 0% cree conocerlo, lo que da a entender que los dueños de negocio en su mayoría no tiene un mapa del proceso de atención para determinar horas hombre del trabajo que realizan en el minimarket, en cuanto a la organización interna del negocio y servicios adicionales, el análisis de la preguntas muestra que el 60% y el 33.3% de los encuestados dicen que nunca y a veces han pensado en la comodidad del cliente lo que da a entender que los dueños de negocio más se preocupan en poner el negocio conforme al precio del alquiler y/o utilizar el espacio de su domicilio para convertirlo en minimarket. En cuanto a la atención al cliente el análisis de la pregunta muestra que en promedio que el 40%, 20% y 6.7% de los encuestados no creen que capacitar al trabajador porque es un costo adicional y que los trabajadores lo que da a entender que los dueños de negocio reparten la estadística a favor y en contra de que capacitar al personal es esencial para una buena atención.

Huamán (2020) en su investigación *Propuesta de Mejora de Atención al Cliente para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurante: Caso “Restaurant – Pollería Rodrigo’S”*. San Vicente-Cañete, 2019, para obtener grado de título de Profesional de Licenciado en Administración. Teniendo como objetivo Elaborar la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso “restaurant – pollería Rodrigo’s”. San Vicente – Cañete, 2019. La metodología de la investigación es de tipo Cuantitativo Nivel de la Investigación Descriptivo Diseño de la Investigación Transversal – No Experimental. El mismo que llego a las siguientes conclusiones: De acuerdo al objetivo general elaborar la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso “restaurant –



pollería Rodrigo´s”, San Vicente – Cañete, 2019. Se elaboró la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes caso “Restaurant – Pollería Rodrigo´s, San Vicente – Cañete, 2019, detallada en el punto *Aspectos complementarios*, la cual incluye realizar mejoras en el ambiente interno (cultura corporativa, relación entre empleados), los mecanismos de control interno implementando un buzón de sugerencias y la capacidad de respuesta a través de mejorar los tiempos de espera de los servicios con una comunicación fluida entre el empleador y el trabajador.

Tito (2021) en su investigación *Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollería, caso: D’Ladys distrito y provincia de Huancané, 2021* para optar por el título profesional de Licenciado en Administración presentado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tuvo objetivo general elaborar la propuesta de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollería, Caso: D’Ladys. La metodología que se usó fue tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño transversal. La población de estudio fue la pollería D’Ladys, la muestra de la pollería en estudio es de 381 clientes. Los resultados obtenidos fueron que el 3.94% están totalmente de acuerdo en la calificación de la atención al cliente de la pollería, el 17.85% están de acuerdo en la calificación de la atención al cliente de la pollería, el 34.65% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 30.71% en desacuerdo y el 12.86% totalmente en desacuerdo, el 3.41% están totalmente de acuerdo que la pollería supero las expectativas del cliente, el 18.90%, el 24.4% están 49 ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 42.52% en desacuerdo y el 10.76% totalmente en desacuerdo y el 4.46% están totalmente de acuerdo que el

personal de la pollería está comprometido con una buena atención al cliente, el 17.06% de los encuestados están de acuerdo, el 30.18% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 33.33% en desacuerdo y el 14.96% totalmente en desacuerdo. Se concluye que la propuesta de mejora será en gestión de calidad mejorar el comportamiento de los empleados en liderazgo, compromiso con los clientes, enfoque a procesos, mejora, gestión de las relaciones y potenciar el recurso humano; Atención al cliente mejorar las fases de la atención al cliente (presentación, atención, información, cierre y despedida).

Evaristo (2020) en su investigación *La gestión de calidad con el uso de la cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en el local en el distrito de Huaraz, 2018*, presentado a la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote para optar el título profesional de Licenciada en Administración. Tuvo por objetivo general: determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de la cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018; con el cual se da respuesta al siguiente enunciado: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de la calidad con el uso de la cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en local en el distrito de Huaraz, 2018?. Como metodología la investigación fue de nivel descriptivo, tipo cuantitativo no experimental–transversal; para la recopilación de los datos se usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario conformado por 37 preguntas cerradas que son procesadas en el programa SPSS v21, la población está conformada por 30 gerentes. Como resultado se determinó que el 30,00% de gerentes muy pocas veces hace uso de la libertad para tomar decisiones, el 36,67% casi siempre

están dispuestos a brindar apoyo y el 36,67% manifiesta casi siempre se plantean soluciones para los problemas de gestión de calidad. Como conclusiones las empresas del rubro venta de abarrotes por mayor existe una cultura organizacional débil que prácticamente se condicionan al primer enfoque cultural y se resisten al cualquier cambio que se quiera realizar. Por otro lado, la gestión de calidad carece de herramientas que les impulse a mejorar continuamente en sus procesos y poder brindar un servicio de calidad.

Chambi (2019) en su investigación *Gestión de calidad del ciclo de Deming y la gestión administrativa de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes del barrio Santa Bárbara distrito de Juliaca año 2019* presentado en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Como metodología, fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo y diseño no experimental, para el estudio se trabajó con una población de 30 y una muestra de 23 MYPE. Como técnica se empleó la encuesta y el instrumento fue un cuestionario, que estuvo conformado por 20 interrogantes, que fueron respondidos por los propietarios de los restaurantes. Como resultados, del 100% de los encuestados el 83% indica que nunca se cumple con el seguimiento del proceso del sistema de gestión de calidad. Por otro lado, se observó que no se utiliza programas de sistematizaciones modernas de ventas y compras, debido a que hay una adecuada planeación y la utilización del avance de la tecnología por lo que del 100% de los encuestados el 65% afirma que nunca, no se utiliza programas sistematizaciones ventas y compras. El 70% afirman que nunca se aplica la mejora continua de la calidad en la manipulación de alimentos. El 61% manifiesta que casi siempre cumplen con el rol que les corresponden sin quejas. 57% de los encuestados indican que nunca cumple en efectuar diagrama de flujo para mejorar el rendimiento del negocio. 43% indicaron que

nunca las MYPE no está en marcha de acuerdo con planes y proyectos. Como conclusiones, se determinó las principales características de la gestión de calidad del ciclo Deming y la gestión administrativa, en que la mayoría de las MYPE estudiadas presentan déficit en la gestión de calidad y administrativa pues no hay objetivos, metas, estrategias, organización, los cuales repercuten en los resultados de la gestión, los cuales no son eficientes afectando así enormemente el avance y desarrollo de los restaurantes. Con respecto a la gestión de calidad con el ciclo de Deming, y sus dimensiones planificar, hacer, verificar y actuar, conforme a los resultados no se cumplió con el seguimiento del proceso del sistema de gestión de calidad, por otro lado argumentaron que no se aplica la mejora continua de calidad en la manipulación de alimentos, siendo el problema fundamental para este estudio, en cuanto se refiere a que no se realiza cronogramas de actividades para mejorar el rendimiento del negocio en un tiempo determinado, en que a su vez se consolida que nunca se controla el abastecimiento mediante el requerimiento de bienes y servicios. Finalmente, en relación a la gestión administrativa y sus dimensiones planificación, organización, dirección y control, según resultados expresaron que nunca se ha diseñado mediante un plan o proyecto el negocio, en lo respecta al proceso de organización se demostró que no cuentan con organigrama estructural ni funcional, de igual forma se identificó que nunca se realiza la práctica de toma de decisiones en el servicio al cliente, en cuanto a la dimensión de control expresaron que no se realiza el control de estados financieros del abastecimiento.

### **Antecedentes regionales y locales**

Calla (2019) en su investigación *Gestión de calidad en atención al cliente de las*

*mype del sector servicio rubro cafeterías de la ciudad Juliaca 2019*; investigación para obtener grado de título Profesional de Licenciada en administración. Teniendo como objetivo es describir la calidad en la atención al cliente de las Mype de las cafeterías de Juliaca durante el año 2019 La metodología de la investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental; la técnica que se usó fue la encuesta con su herramienta que fue el cuestionario, con una muestra de 68 clientes de las 18 Mype dedicadas al rubro de restaurantes. El mismo que llego a las siguientes conclusiones que el 52.5% de trabajadores mencionan que la gestión de calidad es regular en la atención al cliente en las Mype del sector servicio rubro cafeterías de Juliaca.

Soarez (2018) en su investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector comercial, rubro minimarkets, distrito de Iquitos, año 2018*, presentada a la Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, para optar el título profesional de licenciada en administración. Tuvo por objetivo general determinar el nivel de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro minimarkets, distrito de Iquitos, año 2018. Como metodología de investigación fue descriptivo. Para recolectar los datos se escogió una muestra poblacional de 34 minimarkets más importantes del distrito de Iquitos, a quienes se aplicó un cuestionario de preguntas, utilizando la técnica de la encuesta. Como resultados respecto a la gestión de calidad se determinó que el 80.4% expresaron que se desarrollan gestión de calidad en los minimarkets del distrito de Iquitos centrados en las dimensiones de infraestructura de calidad, fiabilidad en los productos de los productos ofertados en cuanto a marca y calidad, percepción de calidad basados en productos tradicionales pero una poco comunicación entre los directivos, personal administrativo y de servicios, seguridad percibida a partir de los

servicios de atención que brindan los colaboradores a los clientes y trato personal basadas en la atención personalizada, rapidez en la atención y desarrollo de una cortesía y amistad que brindan los colaboradores. Respecto a la atención del cliente, la aceptación de los entrevistados es de 71.8% quienes manifestaron que es buena centrados en las dimensiones de capacidad técnica centrados en el entrenamiento constante de los colaboradores, Satisfacción general del cliente, actitud en la atención, fidelidad y servicio orientada a las necesidades del cliente.

Tuesta (2019) en su investigación *Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector comercio, rubro minimarket – Manantay. 2019*, presentado a la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, para optar el título profesional de Licenciado en Administración, tuvo como objetivo general determinar la Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector comercio, rubro minimarket – Manantay, 2019. Como metodología de investigación fue del tipo cuantitativa, de nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental, transversal y correlacional. Como instrumento se aplicó un cuestionario estructurado con 25 preguntas. Como resultados se determinó que la mayoría son microempresarios (72,7%) del sexo masculino que cuentan solo con estudios básicos (54,5%). De la gestión de calidad: el 54,5% no usa herramientas de gestión; el 72,7% ha realizado comparaciones o benchmarking para adopción de buenas prácticas de formas de trabajo de otras empresas. Respecto a los procesos administrativos: el 45,5% utiliza herramientas de planeación, el 54,5% divide el trabajo de su empresa de acuerdo con las actividades a realizar. Como conclusiones, se determinó que existe relación entre la variable gestión de calidad y la variable procesos administrativos, de acuerdo con el coeficiente de correlación de Pearson aplicado al 95% de confiabilidad.

Dueñas (2018) en su investigación *Gestión de calidad en la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro minimarket en la ciudad de Tingo María, 2017*, para optar el título profesional de Licenciada en Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Tingo María. Tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad en la competitividad de las mypes del sector comercio-rubro minimarket en la ciudad de Tingo María. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. Para su realización se escogió una población de 15 mypes, tomando una muestra de 12 clientes a las cuales se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta y de instrumento el cuestionario. Los resultados más relevantes fueron: Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas: el 58.3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen 30 a 50 años, el 75 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene grado de instrucción superior, 50% mencionó que las micro y pequeñas empresas se desempeñan de 5 a más años en el cargo. Referente a las características de la mype: el 91.7% de las micro y pequeñas empresas satisfacen las necesidades de los clientes, el 83% de las micro y pequeñas empresas desarrollan sus funciones dentro de la empresa con un plan de negocio. Finalmente se concluye que los propietarios tienen una instrucción universitaria y gestionan sus negocios de manera eficiente y formal, además la mayoría de los empresarios encuestados son dueños de sus propios negocios.

## **2.2. Bases teóricas de la investigación**

### **Variable 1: Atención al cliente**

#### **Definición**

Es una estrategia que optan las empresas para garantizar la satisfacción de sus clientes. Con los objetivos planteados se conforman equipos propios de una organización para identificar y analizar las necesidades y perspectivas de los clientes, quienes a su vez representan objetivos muy sensibles para los intereses de la empresa, pues en la práctica no todas las organizaciones se adecuan a sus clientes, es aquí donde la calidad de atención al cliente es de gran importancia porque de esto dependerá la organización y su imagen (Huacani y Ramírez 2017).

Para Camacho et al. (2018), la atención al cliente es una determinante para la viabilidad y éxito de los planes comerciales de las empresas.

#### **Modelo SERVQUAL**

El modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993) se sustenta en que la “(...) calidad del servicio es la discrepancia entre la percepción del consumidor del servicio ofertado por una empresa en particular y sus expectativas respecto a las empresas que ofertan esos servicios”. En ese sentido, el fin es conocer la percepción del cliente respecto a la calidad de atención que recibe en el rubro de micro y pequeñas de panadería-pastelería del distrito de Independencia de la ciudad de Huaraz, a su vez el modelo permitirá conocer los atributos de valor que sirven de juicio para valorar el nivel de atención al cliente Camacho et al. (2018).



## **Dimensiones de atención al cliente**

Para nuestra investigación nos enfocaremos en el modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993) que planteó 10 dimensiones de la calidad de servicio en atención al cliente, estas son:

1. **Accesibilidad:** Dimensión definida como la facilidad de contactar. Este concepto ha venido evolucionando y se entiende por accesibilidad a una extensa cantidad de medidas presentes en la elaboración de las estrategias políticas o sociales, de este modo la accesibilidad puede ser universal o integral, (Vela, 2020).
2. **Capacidad de respuesta:** Es la evaluación previa de la disponibilidad para cumplir en los tiempos esperados la acción que esperan los clientes. Es proveerlos de un servicio rápido, (Vela, 2020).
3. **Cortesía:** Definida como la atención, consideración, respeto y amabilidad de una persona. La cortesía puede ser verbal y mediante gestos y su dimensionamiento está en función de la actitud, (Brodersen, 2020).
4. **Credibilidad:** Esta dada por los valores de veracidad, creencia, honestidad del servicio que se presta. Para este fin una estrategia de atención al cliente considera la responsabilidad de cumplir con las expectativas del cliente dentro de los plazos establecidos, (Vela, 2020).
5. **Comunicación:** Es mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje apropiado que puedan comprender y escuchar. La definición de comunicación, puede estar dada como un proceso por el cual una persona realiza el cambio de información con otra persona a través de

un mensaje, y donde esta ultima le dará una respuesta, sera una opinion, actividad o conducta. Es decir, la comunicación es una forma de establecer contacto con los demas mediante pensamientos, idechas, hechos y conductas, buscando una respuesta o reaccion al comunicado que se envio (Vela, 2020).

6. **Comprensión del cliente:** Está dado por el interés de conocimiento de las necesidades de los clientes: conocer al mismo y saber sus preferencias para brindarle ofertas que le interesen y lo mantengan. Si los costos de un producto o servicio que estima el cliente son muy elevados, existirá la posibilidad de que este no aprecie el costo de lo recibido en relación a su necesidad. Esto es un problema claro de “valorización” en la mente del cliente, que debe ser indagado y resuelto en el proceso de venta. Por tal razón, cuando un cliente dice que un producto o servicio en específico tiene un costo elevado, lo que quiere decir en verdad, de manera indirecta, es: no lo valoro lo suficiente como para pagar lo que cuesta, (Vela, 2020).
7. **Elementos tangibles:** Es lo material como el aspecto físico, subestructuras físicas, la infraestructura, equipos, materiales, personal. Se definen también como los elementos referidos a lo material de la organización como por ejemplo los equipos, instalaciones y la presentación los colaboradores. Si estos aspectos tangibles están ordenados adecuadamente los clientes procederán a ordenar sus primeros pedidos, (Vela, 2020).

8. **Fiabilidad:** Es la responsabilidad de cumplir con las expectativas de los clientes, que respalda la habilidad para ofrecer un servicio fiable. También, es la capacidad de ofrecer un servicio con seguridad y educación (Vela, 2020).
9. **Profesionalidad:** Representa evidencia de capacidad, conocimiento y destrezas requeridas para prestar un servicio. Señalan que esta es inseparable al colaborador en cuanto realiza los servicios adecuados de un empleo. En atención al cliente, se mide por impecabilidad y disposición de la acción de servicio (Vela, 2020).
10. **Seguridad:** Es el conocimiento, habilidad y atención de los colaboradores para inspirar en el cliente convicción, certidumbre, credibilidad y confianza, y pueda generarse un ambiente que favorezca la dación del servicio o compra del bien, (Vela, 2020).

#### **Variable: Gestión de calidad**

##### **Definición**

Conforma una serie de actividades que una empresa decide seguir y que involucran tanto su estructura como toda su organización considerando sus responsabilidades, procedimientos, operaciones y los recursos imprescindibles para su funcionalidad adecuada y bajo el enfoque al cliente, (Flores, 2020).

##### **Teoría de la gestión de calidad**

Citamos los conceptos de los principales gestores de la administración moderna:

- **Edwards Deming:** la calidad no es otra cosa más que una serie de cuestionamiento hacia una mejora continua, (Benzaquén, 2019, p.112). Las propuestas de Deming son aplicables a toda empresa que busca diferenciar sus productos analizando sus procesos continuamente.
- **Dr. J. Juran:** calidad es la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente, (Benzaquén, 2019, p.112). Es un enfoque contemporáneo porque el cliente evoluciona constantemente, y lo que hoy satisface no necesariamente lo sea mañana, lo que es aplicable a muchos contextos empresariales.
- **Kaoru Ishikawa:** es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor, (Benzaquén, 2019, p.112). Las situaciones o contextos son cambiantes y siempre el cliente busca economía, a su vez, por maximizar las ganancias las empresas buscan economizar en sus costos de producción, pero no se debe sacrificar calidad por precio.
- **Rafael Picolo,** la calidad, no se logra de un día para otro, descansa en fuertes valores que se presentan en el medio ambiente, así como en otros que se adquieren con esfuerzos y disciplina (Benzaquén, 2019, p.112). La sentencia de Picolo hace reflexionar que la calidad no es un golpe de suerte o azar. Se debe preparar todos los componentes de la organización para hacer calidad.

Con lo anterior se puede concluir que la calidad se define como un proceso de mejoramiento continuo, en donde todas las áreas de la empresa participan activamente

en el desarrollo de productos y servicios, que satisfagan las necesidades del cliente, logrando con ello mayor productividad. (Benzaquén, 2019, p.115)

### **Principios de gestión de calidad.**

Son los elementos que guían la gestión de una organización de manera sistemática y visible. (Velasco, 2017)

Citamos la conceptualización de los ocho principios según Velasco (2017):

#### **- Principio 1: la organización enfocada al cliente.**

Las empresas deben realizar estas acciones:

1. Asegurar un equilibrio entre las necesidades y expectativas de los clientes.
2. Comprender el alcance completo de las necesidades y expectativas de los clientes para los productos, condiciones de entrega, precio, seguridad del funcionamiento, etc.
3. Gestionar las relaciones con los clientes.
4. Medición de la satisfacción de los clientes y actuar sobre los resultados.

#### **- Principio 2: el liderazgo a todo nivel**

En la aplicación se realizan estas acciones:

1. Crear confianza y eliminar temores.
2. Enseñar, formar y preparar al personal.
3. Entender y responder a los cambios del entorno exterior.
4. Establecer una clara visión del futuro de la organización.

5. Implementar estrategias para el logro de los objetivos y metas.
6. Ser proactivo y dirigir con el ejemplo.

- **Principio 3: el involucramiento del personal**

En la aplicación se realizan estas acciones:

1. Búsqueda activa de oportunidades de mejoras.
2. Compartir libremente conocimientos y experiencias en equipos y grupos.
3. Ser entusiasta y estar orgulloso de formar parte de la organización.
4. Ser innovador y creativo en el seguimiento de los objetivos de la organización.

- **Principio 4: el enfoque en análisis de los procesos**

En la aplicación se realizan estas acciones:

1. Definir el proceso para lograr el resultado deseado.
2. Evaluar los posibles riesgos, consecuencias e impactos de los procesos en los clientes, proveedores y otras partes interesadas.
3. Tener en cuenta en el diseño de procesos los pasos, actividades, etapas, medidas de control, necesidades de formación, equipos, métodos, información, materiales y otros recursos para lograr el resultado deseado.

- **Principio 5: el enfoque del sistema hacia la gestión**

En la aplicación se realiza estas acciones:

1. Definir el sistema identificado o desarrollando aquellos procesos que afectan a un objetivo concreto.
2. Estructurar el sistema para alcanzar el objetivo de la forma más eficaz.
3. Mejorar continuamente el sistema a través de la medición y la evaluación.

- **Principio 6: la práctica de la filosofía de la mejora continua**

En la aplicación se realiza estas acciones:

1. Determinar medidas y objetivos para orientar y seguir las mejoras.
2. Dotar a todos los miembros de la organización de una formación apropiada sobre los métodos y herramientas de mejora continua.
3. Hacer que la mejora continua de productos, procesos y sistemas sea un objetivo para todos los trabajadores de la organización.

- **Principio 7: el enfoque objetivo hacia la toma de decisiones**

En la aplicación se realiza estas acciones:

1. Analizar los datos y la información empleando métodos válidos.
2. Asegurar que los datos y la información son suficientemente precisos, fiables y accesibles.

- **Principio 8: relación mutuamente beneficiosa con el proveedor.**

En la aplicación se realiza estas acciones:

1. Crear comunicaciones claras y abiertas.

2. Determinar conjuntamente un entendimiento claro de las necesidades del cliente.
3. Iniciar el desarrollo conjunto y la mejora de los productos y procesos.

## **Dimensiones de la gestión de calidad**

### **- Dimensión Liderazgo**

El liderazgo, consiste en orientar, conducir y entrenar a un individuo o a equipo humano con el propósito de alcanzar metas o desarrollar habilidades específicas, (Benzaquén, 2018). Los líderes establecen unidad de propósito y dirección a la organización y deberían crear y mantener un ambiente interno positivo para logro de los resultados.

### **- Dimensión Mejora continua**

Se relaciona a la mejora continua como filosofía de trabajo, de productos, de servicios, procesos y sistemas sea un objetivo para todos los trabajadores de la organización, dotando a todos los miembros de la organización de una formación apropiada sobre los métodos y herramientas de mejora. (Velasco, 2017, p.185).

### **- Enfoque en procesos**

Se entiende como (...) “un conjunto de actividades interrelacionadas y de recursos que transforman unos productos y/o una información (elementos de entrada



o inputs) en otros productos y/o información (elementos de salida u outputs)”, (Velasco, 2017, p.188).

- **Toma de decisiones**

Las decisiones se basan en el análisis de datos y en la información. Se tiene que asegurar que las fuentes sean fiables y accesibles. (Velasco, 2017, p.186).

**Teoría de la micro y pequeña empresa**

A través de la Ley N° 28015, se define como Micro y Pequeña empresa a la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Martínez (2019) resalta los siguientes elementos característicos:

- a. Actividad no intensiva en capital; denominado también con predominio de mano de obra.
- b. Administración independiente. (usualmente dirigida y operada por el propio dueño)
- c. Escasa especialización en el trabajo: tanto en el aspecto productivo como en el administrativo; en este último el empresario atiende todos los campos: ventas, producción, finanzas, compras, personal, etc.
- d. Incidencia no significativa en el mercado. El área de operaciones es relativamente pequeña y principalmente local.

- e. Limitados recursos financieros (El capital de la empresa es suministrado por el propio dueño).
- f. Número total de trabajadores: Microempresa, de uno (1) hasta diez (10) trabajadores y pequeña empresa, de (1) hasta cincuenta (50) trabajadores, h) Niveles de venta anuales: La Microempresa: hasta el monto de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), y la pequeña empresa: a partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- g. Tecnología, existen dos opiniones con relación a este punto: Aquellos que consideran que la pequeña Empresa utiliza tecnología en la relación al mercado que abastece, esto es, resaltar la capacidad creativa y adopción de tecnología de acuerdo con el medio y aquellos que resaltan la escasa información tecnológica que caracterizan algunas actividades de pequeña escala.

#### **Clasificación de las micro y pequeñas empresas por actividad:**

Según Jiménez (2014), las micro y pequeñas empresas se organizan de acuerdo a las siguientes actividades:

**Minería:** A diferencia de otras actividades, la minería se organiza más en gran escala que en pequeña escala.

**Industria:** La industria tiene una mayor diversidad tecnológica y permite organizar la producción en distintas escalas. Es decir, existen espacios tanto para la gran, mediana, pequeña y microempresa.

**Servicios no Personales:** El sector de servicios no personales es muy heterogéneo tecnológicamente y los servicios se prestan en diversas escalas, habiendo

espacio para la gran, mediana y pequeña empresa y en mayor grado para el auto empleo y la microempresa.

Comercio y Servicios Personales: Estas dos actividades se caracterizan por la facilidad de entrada para organizar la producción.

## **Marco conceptual de la investigación**

### **1. Calidad**

Es el resultado del reconocimiento a los procedimientos bien hechos y que buscan satisfacer a un cliente, atendiendo y cumpliendo los atributos de calidad que valora, (Velasco, 2017).

### **2. Cliente:**

El cliente toma una connotación privilegiada a nivel empresarial, porque se analiza su constante cambio de expectativas, en el propósito de satisfacerlo y establecer una relación a futuro, que en consecuencia revierta en mejores ingresos por ventas, (Albrecht, 2018).

### **3. Cultura**

La cultura tiene una representación exacta de como compartir valores, objetivos y filosofía de trabajo y sentir dentro de una organización empresarial y que contribuye al logro de sus objetivos planteados, (Velasco, 2017).

### **4. Entrenamiento**

Es el reconocimiento de la empresa de la importancia que tiene el cumplimiento de sus objetivos y los plazos para realizarlo, encontrando en el entrenamiento de su personal el canal para garantizar su alcance, (Albrecht, 2018).

## **5. Estrategia de Servicio:**

Es una formula característica para la prestación del servicio, esa estrategia es inherente a una premisa de beneficio bien escogida que tiene valor para el cliente y que establece una posición competitiva real, (Albrecht, 2018).

## **6. Liderazgo**

El liderazgo es el apoyo que necesita un equipo humano para motivar, justificar y conducir hacia una meta o desempeño deseado, utilizando para ello recursos innatos, actitud y buen ejemplo, (Albrecht, 2018).

## **7. Mejora**

La mejora es una situación deseada, que parte de una situación que se desea cambiar o revertir como producto del análisis y deseo de mejorar la calidad de un producto, servicio o desempeño, (Velasco, 2017).

## **8. Misión**

Constituye en un documento básico para una empresa y contiene hacia quien (cliente) se dirige, que se ofrece y como se llega al mercado, bajo que compromiso, (Albrecht, 2018).

## **9. Valores**

Son el conjunto de preceptos, principios, creencias, que una gestión busca compartir con sus integrantes, y que delimitan el actuar de los factores humanos, (Albrecht, 2018).

## **10. Visión**

La visión es el alcance hacia donde llegar o lograr tanto para una organización empresarial como para un individuo, y que lo distingue de otros, (Velasco, 2017).

### **2.3. Hipótesis**

En la investigación titulado: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022, no se planteó hipótesis por ser una investigación de tipo descriptiva. Las investigaciones de tipo descriptiva enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática (Pino, 2018).

### **2.4. Variables**

#### **Atención al cliente**

Constituye una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, y que motiva buscar la lealtad y permanencia no solo de los clientes actuales sino de los futuros a venir, ofreciendo para estos efectos un servicio diferenciado, (Serna, 2018).

## **Gestión de calidad**

La gestión de calidad, en conjunto, tiene un propósito; orientar los esfuerzos a satisfacer al cliente y superar sus expectativas, al menor costo posible, con un clima que respalde el trabajo en equipo y un desempeño más significativo, contando con las herramientas administrativas que garanticen el aseguramiento de la calidad, (Ciampa, 2018).

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo y nivel de investigación**

El tipo de investigación fue cuantitativo y nivel descriptivo.

#### **3.2 Diseño de la investigación**

La investigación fue de diseño no experimental- transversal- descriptivo- de propuesta.

##### **No experimental**

Una investigación tuvo carácter no experimental porque se basó en conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador. Según Sánchez (2019), no se manipula las variables cuando se observa el estado existente de la investigación, no existe control en las variables ni se influyen en ellas (p.152).

En la presente investigación titulada: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022, fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente las variables, solamente se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

##### **Transversal o transeccional**

La investigación siguió un diseño de corte transversal porque se recolectaron los datos en un solo momento y en un tiempo determinado. Para Sánchez (2019) también se denomina transeccional y se trata de la recolección de datos en un solo

momento, en un tiempo único. El propósito fue describir la variable y analizar su comportamiento.

En la investigación titulada Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022, se desarrolló en un espacio de tiempo determinado con un inicio y fin, específicamente el año 2022.

### **Descriptivo**

Según Sánchez (2019), las investigaciones de nivel descriptivo detallan situaciones y eventos, es decir, como es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, (p.155).

La presente investigación fue descriptiva porque solo se describieron las principales características de las variables del estudio Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.

### **De propuesta**

Según Hernández et al., (2014) una investigación de propuesta está orientada a establecer e identificar detalles, características y perfiles de personas o grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, con el fin de establecer su estructura o comportamiento.

En la investigación que se presenta se elaboró una propuesta y un plan de mejora respecto a los resultados encontrados en la investigación de las variables del



estudio Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.

### **3.3 Población y muestra**

#### **Población**

Para Asti (2015), “Una población es el conjunto de todos los casos que integran un grupo de especificaciones (características) predeterminadas”, (p.66).

Para la investigación se utilizaron dos poblaciones:

La población 1 se orientó a la variable atención al cliente que se caracterizó por ser infinita, fue dirigida a los clientes de las pollerías del distrito de Callería.

La población 2 se orientó a la variable gestión de calidad que se caracterizó por ser finita, fue dirigida a los representantes o propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías del distrito de Callería, Pucallpa, 2022. De acuerdo a la información solicitada a la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, se confirmó la existencia de 84 pollerías en el distrito de Callería en la provincia de Coronel Portillo, Región Ucayali.

#### **Muestra**

La muestra definida para la variable atención al cliente se determinó con auxilio de la formula estadística para poblaciones desconocidas.

<b>n</b> =	$Z^2 p*q$
	$e^2$

Dónde:

<b>N</b>	Población	
<b>Z</b>	Nivel de confianza	95% (1.96)
<b>P</b>	probabilidad de éxito	0.5
<b>q</b>	probabilidad de fracaso	0.5
<b>e</b>	Margen de error	0.05

Luego de la operación, se obtuvo la cantidad de 384 clientes a encuestar.

La muestra definida para la variable gestión de calidad fue censal, no probabilística conformada por los representantes de las 84 micro y pequeñas empresas del rubro pollerías del distrito de Callería, Pucallpa, 2022.

Para el investigador le resulta más fácil examinar a todos los sujetos, por la proximidad geográfica, porque la población de este estudio es pequeña y a fin de tener informes certeros sobre el tema de estudio. Como sustento citamos a Hernández, et al. (2014) que afirma: “en las muestras todas las unidades, casos o elementos de la población tiene al inicio la misma posibilidad de ser escogidos para conformar la muestra” y para Cruz et al. (2014): “una muestra es siempre un grupo más pequeño o un subconjunto dentro de una población”.

### **Criterios de inclusión**

#### **Para la variable atención al cliente:**

- Clientes

#### **Para la variable gestión de calidad:**

- Representantes o gerentes de las microempresas del rubro en estudio.
- Administradores.
- Trabajadores.

### **Criterios de exclusión:**

#### **Para la variable atención al cliente:**

- Representantes o gerentes de las microempresas del rubro en estudio.
- Administradores.
- Trabajadores.

#### **Para la variable gestión de calidad:**

- Clientes
- Proveedores de las microempresas del rubro pollerías.

### 3.4 Definición y operacionalización de las variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala
Atención al cliente	Es un proceso que es realizado en general por personas que laboran en una organización para que satisfagan en su totalidad las necesidades y perspectivas de los clientes, (Huarcani y Ramírez, 2017)	Una atención eficaz al cliente brinda los medios, los recursos y las actitudes necesarias para crear una más centrada en el cliente. (Pat, 2017)	Principios del modelo Servqual.	Accesibilidad	1. ¿Encuentra usted el producto que busca en el minimarket? 2. ¿Los trabajadores le brindan una atención rápida?	Clientes	Likert
				Capacidad de respuesta	3. ¿La atención al cliente es efectiva?		
				Compresión del cliente	4. ¿En el minimarket se comprenden sus necesidades y gustos? 5. ¿Los productos cuentan con una etiqueta con el nombre y el precio visible para los clientes?		
				Comunicación	6. ¿Los trabajadores informan sobre los insumos que tiene cada producto si se lo requieren? 7. ¿El trabajador atiende con cortesía y amabilidad a los clientes?		
				Cortesía	8. ¿Los trabajadores responden amablemente a las dudas de los clientes? 9. ¿El personal es transparente en su información?		
				Credibilidad	10. ¿El personal de la empresa le inspira honestidad los clientes?		
				Elementos tangibles	11. ¿Las instalaciones permiten una atención adecuada? 12. ¿Los equipos se encuentran en estado óptimo?		
				Fiabilidad	13. ¿Cumple con las normas de sanidad para la comercialización de sus productos? 14. ¿El establecimiento está debidamente ordenado y limpio para la comercialización de los productos y la venta de ellos? 15. ¿Los trabajadores tienen las habilidades y capacidades para la comercialización de los productos?		
				Profesionalidad	16. ¿Los trabajadores atienden a los clientes bajo un protocolo establecido? 17. ¿Se siente seguro por el trato brindado en el minimarket?		
				Seguridad	18. ¿Los empleados trabajan de forma segura y con estándares de calidad para la comercialización de los productos?		

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala	
Gestión de calidad	Representa una serie de actividades que una empresa debe seguir, involucra tanto su estructura como su organización considerando sus responsabilidades, procedimientos, operaciones y los recursos imprescindibles para su funcionalidad adecuada. (Flores, 2020).	Liderazgo	La dimensión principios de gestión de calidad se medirán con sus	Iniciativa	1. ¿Se desempeña con iniciativa?	Representantes	Likert	
				Visión	2. ¿Comprende la visión de la organización?			
				Compromiso	3. ¿Está comprometido al logro de los objetivos y metas			
				Funcionalidad	4. ¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?			
				Estrategia	5. ¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?			
				Misión, visión	6. ¿Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa?			
		Enfoque en procesos	Mejora continua	liderazgo, mejora continua, enfoque en procesos y toma de decisiones.	Registro de datos			7. ¿Registra data a diario provenientes de los procesos?
					Monitoreo			8. ¿Sigue los sistemas de monitoreo para la calidad?
					Calidad de resultados			9. ¿Se compromete en calidad de resultados?
					Acción correctiva			10. ¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva?
					Nivel de desempeño			11. ¿Cumple con el nivel de desempeño esperado?
					Capacitación			12. ¿Participa en las capacitaciones?

### **3.5 Técnicas e instrumentos**

#### **Técnica**

Para Pino (2018) la técnica de encuesta permite obtener información intangible; es decir, conocer aspectos de la realidad que el investigador no puede observar directamente, (p.450).

En la investigación se utilizó la técnica de encuesta para clientes y propietarios de las microempresas de pollerías para medir las variables atención al cliente y gestión de calidad, respectivamente.

#### **Instrumento**

Para Sánchez (2019), un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir, (p.322). En tal sentido, son los instrumentos los cuestionarios de preguntas que permitieron obtener la información necesaria de las variables. Como tipo de respuesta se utilizó la escala de medición Likert.

Se utilizaron dos cuestionarios:

Variable: Atención al cliente

- Instrumento de 18 preguntas dirigidas a los clientes de las mypes del rubro pollerías del distrito de Callería de la ciudad de Pucallpa, seleccionados como muestra.

Variable: Gestión de calidad

- Instrumento de 12 preguntas dirigidas a los representantes o propietarios de las mypes del rubro pollerías del distrito de Callería de la ciudad de Pucallpa, seleccionadas como muestra.

### **3.6 Plan de análisis**

Pino (2018) explica que el plan de análisis consiste en procesar los datos (dispersos, desordenados, individuales) obtenidos de la población objetivo de estudio durante el trabajo de campo, y tiene como finalidad generar resultados (datos agrupados y ordenados), a partir de los cuales se realizará el correspondiente análisis. La manera como se completó el surtido de información y posterior estudio fue el acompañamiento: utilización de la encuesta en toda la muestra de la investigación tras la aceptación del consentimiento informado. Con los datos obtenidos se elaboró una base de datos para su posterior análisis y comprensión de los resultados, utilizando software especializado como Excel, SPSS, Word y Power Point.

### 3.7 Matriz de consistencia

**Título:** Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL			<b>Tipo de investigación:</b> Cuantitativo.
¿Cuál es la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022?	Determinar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.		Variable 1	<b>Nivel de investigación de la tesis</b> Descriptivo, de propuesta.
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	No se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.		<b>Diseño de la investigación</b> No experimental, Transversal, descriptivo.
Variable: Atención al cliente	Variable: Atención al cliente		Atención al cliente	<b>Población</b> Se utilizaron dos poblaciones. Variable: Atención al cliente. Población infinita, conformada por los clientes de las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022. Variable: Gestión de calidad: Población finita, conformada por las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, del cercado del distrito de Callería, Pucallpa, 2022: 84 pollerías.
1. ¿Cuáles son las características del modelo Servqual de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022?	1. Conocer las características del modelo Servqual de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.			
Variable gestión de calidad:	Variable gestión de calidad:			
1. ¿Cuáles las características del liderazgo en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022?	1. Determinar las características del liderazgo en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022			
2. ¿Cuáles son las características de la mejora continua en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022?	2. Identificar las características de la mejora continua en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022			
3. ¿Cuáles son las características del enfoque en procesos en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022?	3. Describir las características del enfoque en procesos en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022		Variable 2	<b>Muestra:</b> Variable atención al cliente: probabilística, se seleccionó a 384 clientes de las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.
4. ¿Cuáles son las características de toma de decisiones en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022?	4. Describir las características de toma de decisiones en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022		Gestión de calidad	Variable: Gestión de calidad: tipo censal que toma a los representantes de las mypes del rubro pollerías del distrito de Callería, Pucallpa, 2022, son 84 pollerías.
5. ¿Cuáles son las características de la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022?	5. Elaborar y describir una propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.			

*Nota: elaborado por Alexandra Reátegui*



### **3.8 Principios éticos**

Se aplicaron los principios basados en el Código de ética para la investigación versión 004, aprobado por acuerdo de Consejo Universitario con Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica, de fecha 13 de enero del 2021:

- **Principio de libre participación y derecho a estar informado**

En la presente investigación antes del recojo de información se solicitó expresamente el consentimiento informado a cada participante, así mismo se solicitó hagan llegar todas sus dudas o consultas respecto a la investigación para ser absueltas oportunamente y evitar cualquier contratiempo durante o después de la investigación.

- **Principio de protección a las personas**

Para esta investigación se usó de principio de protección de personas ya que no se registraron sus datos, se tomaron información de sus respuestas obtenidas a las preguntas que se les señalo, del mismo modo fue de manera voluntaria a responderlas. Los resultados obtenidos fueron con fines de estudio y no se usó la información con malicia, ni para el beneficio propio o de otras personas ajenas al estudio.

- **Principio cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad**

En señal de compromiso con el medio ambiente para la presente investigación se utilizó papeles reciclables con el fin de minimizar la contaminación. Asimismo, se hizo uso responsable de la energía eléctrica evitando la sobrecarga de equipos electrónicos.

- **Principio de beneficencia y no maleficencia**

En la presente investigación por su naturaleza no representó riesgo alguno ni para los participantes de la investigación ni para el investigador. Durante el recojo de información se informó de ello a los integrantes de la muestra. En todo momento se busca maximizar los beneficios en favor de la investigación, sin ir en contra de los derechos de los participantes.

- **Principio de justicia,**

En la presente investigación fue fundamental el principio de justicia pues e trabajó en total respeto hacia este principio, ya que se tomaron las debidas precauciones para que cualquier indicio de injusticia se erradique de la investigación.

- **Principio de integridad científica**

Así mismo la presente investigación fue íntegra y honesta, ya que no se usaron datos modificados por conveniencia, ni se falsificaron la información redactada. Este principio ético nos permitió ser mejores profesionales y ser personas honestas, responsables y empáticos respecto a los demás estudiantes y la sociedad en sí.

## IV. RESULTADOS

### 4.1 Resultados

**Objetivo Específico 1:** Conocer las características del modelo Servqual de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.

**Tabla 1**

*Características del modelo Servqual de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Encuentra usted el producto que busca en la pollería?	1	0.00%	1	0.00%	7	1.82%	340	88.54%	35	9.11%	384	100,0
¿El personal le brindan una atención rápida?	0	0.00%	2	0.00%	150	39.06%	29	7.55%	203	52.86%	384	100,0
¿La atención al cliente es efectiva?	0	0.00%	10	0.00%	2	0.52%	42	10.94%	330	85.94%	384	100,0
¿En la pollería se comprenden sus necesidades y gustos?	1	0.00%	0	0.00%	3	0.78%	329	85.68%	51	13.28%	384	100,0
¿Los productos cuentan con una etiqueta con el nombre y el	1	0.00%	1	0.00%	2	0.52%	24	6.25%	356	92.71%	384	100,0

precio visible para los clientes?

*Nota:* Cuestionario aplicado a los clientes de las microempresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.

**Tabla 2**

*Características del modelo Servqual de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿El personal informa sobre los insumos que contienen los alimentos si es requerido?	2	0.00%	307	0.00%	4	1.04%	18	4.69%	53	13.80%	384	100,0
¿El personal atiende con cortesía y amabilidad a los clientes?	0	0.00%	0	0.00%	311	80.99%	23	5.99%	50	13.02%	384	100,0
¿El personal responde amablemente a las dudas de los clientes?	0	0.00%	0	0.00%	172	44.79%	60	15.63%	152	39.58%	384	100,0
¿El personal es transparente en su información?	0	0.00%	2	0.00%	315	82.03%	17	4.43%	50	13.02%	384	100,0
¿El personal de la	0	0.00%	0	0.00%	101	26.30%	249	64.84%	34	8.85%	384	100,0

empresa le inspira honestidad los clientes?	¿Las instalaciones permiten una atención adecuada?	0	0.00%	0	0.00%	190	49.48%	28	7.29%	166	43.23%	384	100,0
¿Los equipos se encuentran en estado óptimo?		0	0.00%	49	0.00%	43	11.20%	41	10.68%	251	65.36%	384	100,0

*Nota:* Cuestionario aplicado a los clientes de las microempresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.

**Tabla 3**

*Características del modelo Servqual de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Cumple con las normas de sanidad para la venta de sus productos?	0	0.00%	2	0.00%	15	3.91%	10	2.60%	357	92.97%	384	100,0
¿El establecimiento está debidamente ordenado y limpio para la comercialización de los productos y la venta de ellos?	0	0.00%	0	0.00%	40	10.42%	17	4.43%	327	85.16%	384	100,0

¿El personal cuenta con las habilidades y capacidades para la comercialización de los productos?	0	0.00%	0	0.00%	37	9.64%	295	76.82%	52	13.54%	384	100,0
¿El personal atienden a los clientes bajo un protocolo establecido?	0	0.00%	0	0.00%	123	32.03%	40	10.42%	221	57.55%	384	100,0
¿Se siente seguro por el trato brindado en la pollería?	0	0.00%	0	0.00%	120	31.25%	33	8.59%	231	60.16%	384	100,0
¿Los empleados trabajan de forma segura y con estándares de calidad para la comercialización de los productos?	0	0.00%	1	0.00%	73	19.01%	28	7.29%	282	73.44%	384	100,0

*Nota:* Cuestionario aplicado a los clientes de las microempresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.

**Objetivo Específico 2:** Determinar las características del liderazgo en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022

**Tabla 4.**

*Características del liderazgo en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Es proactivo y dirige con el ejemplo?	0	0.00%	0	0.00%	2	2.38%	34	40.48%	48	57.14%	84	100,0
¿Establece una clara visión del futuro de la organización?	0	0.00%	0	0.00%	2	2.38%	23	27.38%	59	70.24%	84	100,0
¿Implementar estrategias para el logro de objetivos y metas?	0	0.00%	0	0.00%	1	1.19%	22	26.19%	61	72.62%	84	100,0

*Nota:* Cuestionario aplicado a los microempresarios del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.

**Tabla 5.**

*Características de la mejora continua en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?	0	0.00%	0	0.00%	1	1.19%	14	16.67%	69	82.14%	84	100,0
¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?	0	0.00%	0	0.00%	2	2.38%	12	14.29%	70	83.33%	84	100,0
¿Planifica en alineamiento a la misión y visión de la empresa?	0	0.00%	0	0.00%	1	1.19%	12	14.29%	71	84.52%	84	100,0

*Nota:* Cuestionario aplicado a los microempresarios del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.



**Tabla 6.**

*Características del enfoque en procesos en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Analiza la data diaria provenientes de los procesos?	0	0.00%	0	0.00%	1	1.19%	13	15.48%	70	83.33%	84	100,0
¿Implementó sistemas de monitoreo para asegurar calidad del producto?	0	0.00%	0	0.00%	3	3.57%	8	9.52%	73	86.90%	84	100,0
¿Monitorea el nivel de desempeño del equipo de trabajo?	0	0.00%	0	0.00%	7	8.33%	8	9.52%	69	82.14%	84	100,0

*Nota:* Cuestionario aplicado a los microempresarios del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.

Tabla 7.

*Características de toma de decisiones en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva y delega?	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	11	13.10%	73	86.90%	84	100,0
¿Establece procedimientos para mantener niveles óptimos de desempeño?	0	0.00%	0	0.00%	1	1.19%	6	7.14%	77	91.67%	84	100,0
¿Se apoya de un plan de capacitación para reducir errores?	0	0.00%	0	0.00%	1	1.19%	4	4.76%	79	94.05%	84	100,0

*Nota:* Cuestionario aplicado a los microempresarios del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.

**Tabla 8.**

*Elaborar y describir una propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.*

<b>. Indicadores</b>	<b>Problemas encontrados</b>	<b>Causas del problema</b>	<b>Consecuencia del problema</b>	<b>Acciones de mejora</b>	<b>Responsable</b>
¿El personal le brinda una atención rápida?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Demora en tiempo de entrega de carta o toma de pedido</li> <li>- Personal carece de un protocolo de atención al cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de capacitación.</li> <li>- Falta de supervisión.</li> <li>- Falta de inducción al personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Frecuentes quejas de clientes.</li> <li>- Insatisfacción del cliente.</li> <li>- Bajo nivel de ventas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer plan de capacitación.</li> <li>- Establecer programa de inducción al personal.</li> <li>- Establecer protocolo de atención al cliente.</li> <li>- Mejorar supervisión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Gerencia</li> <li>-Administración</li> <li>- Personal</li> </ul>
¿El personal informa sobre los insumos que contienen los alimentos si es requerido?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El personal desconoce cómo se preparan los platos.</li> <li>- Poco interés en aprender.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de inducción.</li> <li>- Proceso de selección deficiente.</li> <li>- Personal insatisfecho.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quejas del cliente.</li> <li>- Costo de oportunidad.</li> <li>- Mala imagen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluar desempeño del personal</li> <li>- Capacitación</li> <li>- Mejorar proceso de selección de personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Gerencia</li> <li>-Administración</li> <li>- Personal</li> </ul>
¿El personal atiende con cortesía y amabilidad a los clientes?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Continuos eventos de maltrato al cliente.</li> <li>- Baja percepción del cliente respecto a nivel de calidad de atención.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personal con poca actitud de servicio.</li> <li>- Proceso de selección deficiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quejas de clientes en Libro de reclamaciones</li> <li>- Clientes con capacidad de divulgar malas experiencias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitación inmediata.</li> <li>- Establecer equipos de calidad.</li> <li>- Supervisión eficaz y permanente</li> <li>- Encuesta de satisfacción al cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Gerencia</li> <li>-Administración</li> <li>- Personal</li> </ul>

¿Establece una clara visión del futuro de la organización?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personal no conoce la misión, visión de la microempresa.</li> <li>- Pollería no ha establecido la misión, visión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personal desconoce real propósito de su trabajo.</li> <li>- Gerencia no brinda importancia a políticas de gestión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Retrabajos.</li> <li>- Sobrecostos</li> <li>- Merma</li> <li>- Rotación de personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difundir misión, visión, valores.</li> <li>- Charlas programadas para difundir planes de la empresa con los trabajadores (personal).</li> <li>- Tomar nota de iniciativas del personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Gerencia</li> <li>-Administración</li> <li>- Personal</li> </ul>
--	---	--	---	---	--

*Nota:* elaborado por Alexandra Reátegui.

## 4.2 Análisis de resultados

En el análisis de los resultados relacionados al primer objetivo específico de la variable atención al cliente: Conocer las características del modelo Servqual de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022, en la tabla 1 se determinó que el 88,5% de los clientes encuestados indican que con frecuencia encuentran el producto o disposición del plato -usualmente el pollo a la brasa- cuando acuden a la pollería de su preferencia, esto representa un claro enfoque en el cliente y su respectivo servicio, resultado que guarda relación con la investigación de Soarez (2018), donde el 80,4% de los clientes considera la mejor disposición de los productos que favorecen su compra o consumo motivando la satisfacción del cliente. También se determina que el 39,1% de los encuestados indican que el personal con cierta frecuencia no es rápido en la atención al cliente. Estos resultados tienen coincidencia con la investigación de Guevara (2020) que identificó que tanto los propietarios como el personal no tomaron en cuenta la importancia de medir los tiempos de atención, situación que se atendió estableciendo un análisis de los procesos y posteriores estándares. Otro aspecto que se identifica es que siempre (92.7%) los clientes identifican el precio de los platos que la pollería oferta, práctica que representa claridad y comunicación en la relación comercial. El resultado se relaciona con la investigación de Huamán (2020), donde se implementa un plan de mejora para una comunicación más fluida con los clientes. En la tabla 2, se halla que los clientes (79,9%) han identificado que casi con frecuencia el personal que atiende en las pollerías responde no conocer como se preparan los platos que se expenden, situación que evidencia una clara falta de capacitación y supervisión de parte de la microempresa y que en consecuencia daña la imagen de la pollería y el nivel de

satisfacción del cliente; resultado que contrasta con la investigación de Torres (2019) que inciden en la capacitación para implementar y compartir una cultura de servicio en el personal para estar en la capacidad de atender clientes complejos y exigentes, inclusive. Así también, en los resultados se identificó que el 80.9% de los clientes se quejan por la falta de actitud, cortesía y amabilidad del personal que atiende en las pollerías y nuevamente se evidencia la falta de capacitación e identificación de este comportamiento en el personal por parte de la administración de las pollerías. Este resultado tiene coincidencias con la investigación de Cárdenas (2019) donde el 48,9% de los clientes manifiestan percibir falta de empatía en el personal, aspecto que concluye perjudica el servicio de calidad del establecimiento. Asimismo, los clientes señalan (44.7%) que algunas veces el personal no ha contestado las dudas o preguntas que se les ha formulado, volviendo a convertirse en eventos de falta de atención al cliente. Otro evento que también se ha identificado en la investigación y es importante señalar es que el 49.4% de los clientes tienen la percepción que las pollerías mantienen una infraestructura improvisada que no brinda comodidad. Este resultado coincide con los resultados de la investigación de Cárdenas & Escobar (2019) que determina que el propietario de la microempresa es quien debe atender aspectos de formalización y mejoras en la administración para atender mejor a sus clientes. En la tabla 3, los clientes reconocen (92,9%) que las pollerías cumplen con las normas de sanidad e inocuidad para la manipulación de los alimentos, lo cual representa una fortaleza como práctica de atención al cliente; resultado que contrasta con la investigación de Chambi (2019) cuyos hallazgos determinan la ausencia de cumplimiento de normas y procedimientos para manipulación de alimentos, total desconocimiento de los empleados y que como consecuencia comprometen la gestión del negocio. Otro

aspecto que se identificó en la investigación es que el 32,1% de los clientes identifican la carencia de organización y atención al cliente desde el ingreso a la pollería, lo cual demuestra la carencia de un protocolo de atención al cliente. Sin embargo, los clientes (76.8%) reconocen que el personal de la pollería se presentan muy interesados en vender pero sin los argumentos de un enfoque en el servicio y satisfacción al cliente.

En el análisis del primer objetivo específico de la variable gestión de calidad: Determinar las características del liderazgo en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022, en la tabla 4 se identificó que los microempresarios de las pollerías los caracteriza la proactividad (57,1%). Asimismo, impulsan la dirección del negocio en relación a su visión de futuro de su organización empresarial (70,2%); este resultado contrasta con la investigación de Pincay & Parra (2020) que muestra una microempresa donde el personal carece de empatía con el cliente y en consecuencia comete errores, identificando que la responsabilidad recae en el liderazgo de su propietario quien no toma las medidas correctivas. También se identificó el establecimiento y seguimiento a estrategias para lograr sus resultados, pero éstas carecen de composición y aplicación técnica por lo que no son consistentes en el tiempo; este resultado contrasta con la investigación de Marín et al., (2019) cuya organización en el propósito de gestionar con calidad, se implementa de herramientas administrativas para analizar procesos, establecer roles y la documentación para medir sus procesos (seguimiento y control).

En el análisis del segundo objetivo específico: Identificar las características de la mejora continua en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022, los resultados consignados en la tabla 5 muestran que el 82,1% de

los microempresarios realizan el análisis de la funcionalidad de los procesos de la pollería y el 83,3% manifiesta también que propone estrategias para cumplir con los objetivos de la empresa, pero con un sentido empírico basado en sus experiencias, resultados que coinciden con la investigación de Tito (2021) que al obtener resultados poco alentadores de la gestión, propone un plan de mejora que recoge los procesos internos a mejorar y la capacitación de los recursos humanos que también se relacionan con una mejor atención al cliente en sus fases: presentación, atención, información, cierre y despedida.

Respecto al tercer objetivo específico: Describir las características del enfoque en procesos en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022, en la tabla 6 recoge que el 83,3% de los microempresarios realiza un control diario de sus ventas y compra y que realizan algún tipo de registro manual de estos datos, pero que no conforman una base de datos. Por otro lado, el 82,1% de los microempresarios indica realizar la supervisión del nivel de desempeño de su personal, sin embargo, en la práctica -como se evidenció- resulta insuficiente ya que los trabajadores carecen de actitud de servicio hacia el cliente; al respecto, los resultados coinciden con la investigación de López (2018) que sugiere el control continuo de los desempeños al interior de la microempresa para identificar oportunamente falencias que comprometa la calidad de servicio.

En relación al cuarto objetivo específico: Describir las características de toma de decisiones en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022, en la tabla 7 de esta investigación, el 91,6% de los propietarios toman decisiones inmediatas para corregir ciertos desvíos que difieren de lo planificado y



en consecuencia, optan por la capacitación (94,0%) para evitar vuelvan a ocurrir las falencias detectadas. Estos resultados contrastan con la investigación de Tuesta (2019) que determina que los colaboradores y propietarios desconocen de toda herramienta de gestión, administración y planeación, sin embargo, tienen como mecanismo de toma de decisiones el benchmarking o comparaciones, los cuales no son garantía de una buena decisión.

Finalmente, en relación al quinto objetivo específico: Elaborar y describir una propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa; la investigación concluye que justifica una propuesta de mejora orientado a atender los hallazgos más importantes recogidos en la investigación y que se presentan en la tabla 8.

## **V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. Conclusiones**

Como conclusión general, la investigación determinó una propuesta de mejora que recoge los aspectos con prioridad de atención para mejorar la atención al cliente que constituya un soporte a la gestión de las microempresas de pollerías del distrito de Callería.

En relación a la variable atención al cliente, se concluye que las pollerías en su mayoría desconocen la importancia y repercusión en la gestión de las microempresas de la práctica de técnicas de atención al cliente, esto basado en los resultados obtenidos respecto a la aplicación del modelo Servqual, situación que compromete la calidad de servicio y la imagen de las pollerías respecto a sus clientes.

En relación a la variable gestión de calidad: se concluye que el liderazgo debe ser orientado a mejorar el desempeño de los colaboradores de las pollerías, acompañarlos a mejorar su actitud al cliente. En el aspecto de la mejora continua, se concluye que falta conocimiento gerencial y capacitación, lo que viene limitando generar una mejor gestión, por lo que se hace necesario formar al personal. Así también, se concluye falta de conocimiento técnico para que las mejoras propuestas producto de los análisis de los procesos sean sostenibles en el tiempo y tengan un impacto en la gestión. Por otro lado, en relación a la toma de decisiones, se concluye que se toman con inmediatez, pero obedecen a comparaciones o benchmarking con poco sustento técnico.

## 5.2. Recomendaciones

- Mejorar el nivel de servicio al cliente mediante un proceso de selección de personal que evalúa a priori la actitud de servicio.
- Implementar un plan de capacitación a nivel gerencial y del personal para mejorar las funciones desempeñadas y la orientación al cliente.
- Implementar indicadores de gestión, para medir los tiempos de atención del personal y contribuir a la satisfacción del cliente.
- Orientar el liderazgo de los propietarios a acompañar a los colaboradores a mejorar su relación con el cliente.
- Dotar de herramientas técnicas para analizar los procesos internos para que las mejoras sean implementadas y gocen de sostenibilidad.
- Generar una cultura de mejora continua y de servicio al cliente.

## Referencias Bibliográficas

- Basilio, M. (2020). Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas de equipo de cómputo, caso urbano del distrito de Chimbote, 2018. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/18791>
- Benzaquén, J. (2019). *La dirección de la calidad y la administración*. Editorial Cengage.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. Cuarta edición. Pearson: Colombia.
- Calla, K. (2019). Gestión de calidad en atención al cliente de las mype del sector servicio rubro cafeterías de la ciudad Juliaca 2019. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/11916>
- Cárdenas, M.; Escobar, K. (2019). Propuesta de formalización del enfoque de atención al cliente y contables para el Minimarket Joselito. (Tesis inédita de pregrado). Universidad de Guayaquil, Ecuador. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/42528>
- Cárdenas, G. (2019) Análisis de la calidad del servicio de atención al cliente en CAFÉ LÚCUMA para un plan de mejora. (Tesis inédita de pregrado). Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/45978>
- Chambi, C. (2019). Gestión de calidad del ciclo de Deming y la gestión administrativa de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes del barrio santa bárbara distrito de Juliaca - 2019. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los

Ángeles de Chimbote.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/18211>

Código de Ética Uladech v004 de 2021. Código de ética para la investigación versión 004 de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica, de fecha 13 de enero del 2021(Perú).

Dueñas (2018). Gestión de calidad en la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro minimarket en la ciudad de Tingo María, 2017. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/4368>

Evaristo, L. (2020). La gestión de calidad con el uso de la cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de abarrotes por mayor en el local en el distrito de Huaraz, 2018. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/19272>

Gonzales, L.; Huanca, E. (2020). La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Tecnológica del Perú. [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales\\_Elena%20Huanca\\_Tesis\\_Titulo%20Profesional\\_Titulo%20Profesional\\_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales_Elena%20Huanca_Tesis_Titulo%20Profesional_Titulo%20Profesional_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Guevara, M. (2020). La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro minimarkets en la urbanización palmeras del distrito de los olivos, Lima metropolitana, periodo

2018. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/21791>
- Huamán, J. (2020). Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso “Restaurant – Pollería Rodrigo’S”. San Vicente - Cañete, 2019. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/19809>
- Inca, C. (2017). Manual de gestión de calidad para la atención al cliente en el departamento de recepción del hotel Camino Rea – Ecuador. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Regional Autónoma de los Andes-Uniandes - Ecuador. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/7246>
- Ley N. ° 30056 de 2013. Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. 2 de julio de 2013. D.O. Nro. 498461.
- Ley N° 28015 de 2003. Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. D.O. Nro. 247377.
- López, D. (2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>
- Marín, L.; Sanabria, B.; Sánchez, I. (2019). Propuesta para la implementación del sistema de gestión de calidad en el restaurante La Cafetería En Connecta (Gate Gourmet). (Tesis inédita de pregrado). Universitaria Agustiniiana – Bogotá. <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/974>

- Pincay, Y.; Parra, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. (Tesis inédita de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539747>
- Pino, R. (2018). *Metodología de la investigación. Elaboración de diseños para contrastar hipótesis*. Editorial San Marcos.
- Ponce, K. (2016). Propuesta de implementación de gestión por procesos para incrementar los niveles de productividad en una empresa textil. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/620981/Tesis+Textil+S.A.C.+Katherine+Ponce+Herrera.pdf?sequence=1>
- Sánchez, F. (2019). Tesis. *Desarrollo metodológico de la investigación*. Normas Jurídicas Ediciones.
- Soarez, M. (2018). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector comercial, rubro minimarkets, distrito de Iquitos, año 2018. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/11818>
- Tito, H. (2021) Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollería, caso: D´Ladys distrito y provincia de Huancané, 2021. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. (Tesis inédita de pregrado). <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/24308>
- Torres, R. (2019) Diseño de propuesta para mejorar la calidad del servicio al cliente en la Sanduchería y Pastelería “le croissant” del Cantón Samborondón. (Tesis

inédita de pregrado). Universidad de Guayaquil.  
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/38775>

Tuesta, C. (2019). Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector comercio, rubro minimarket – Manantay. 2019. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/22351>

Velasco, J. (2017). *Gestión de la calidad. Mejora continua y sistemas de gestión*. Piramide.

Vela, M. (2020). *Marketing y Reputación: De la atracción a la confianza*. Paidós Empresa.



## Anexos

### Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	ACTIVIDADES	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											
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación					X	X										
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación						X	X									
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor							X	X								
5	Mejora del marco teórico									X							
6	Redacción de la revisión de literatura									X							
7	Elaboración de consentimiento informado (*)									X							
8	Ejecución de la metodología										X						
9	Resultados de la investigación										X	X					
10	Conclusiones y recomendaciones											X					
11	Redacción del preinforme de investigación											X					
12	Redacción del informe final												X	X	X		
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														X	X	
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															X	
15	Redacción de artículo científico														X	X	

*Nota:* elaborado por Alexandra Reátegui

## Anexo 2. Presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>Número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
· Papel bond A-4 (500 hojas)	15	1	15.00
· Lapiceros (docena)	13	1	13.00
· Lápices (docena)	10	1	10.00
· Fotocopias	0.2	300	60.00
· USB	27	1	27.00
<b>Servicios</b>			
· Internet (horas)	1	480	480.00
· Uso de Turnitin	100	1	100.00
· Taller co-curricular / Taller de titulación	3000	1	3000.00
<b>Sub total</b>			<b>3,705.00</b>
<b>Gastos de viaje</b>			
Movilidad (ida y vuelta)	12	10	120.00
Alimentación	12	15	180.00
<b>Sub total</b>			<b>300.00</b>
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			<b>4,005.00</b>
<b>Presupuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>Número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
· Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30	4	120.00
· Búsqueda de información en base de datos	35	2	70.00
· Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University)	40	4	160.00
· Publicación de artículo en repositorio institucional	50	1	50.00
<b>Sub total</b>			<b>400.00</b>
<b>Recurso humano</b>			
· Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63	4	252.00
<b>Sub total</b>			<b>252.00</b>
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			<b>652.00</b>
<b>Total (S/.)</b>			<b>4,657.00</b>

Nota: elaborado por Alexandra Reátegui

### Anexo 3. Instrumento de recolección de datos, variable atención al cliente.



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información respecto al tema: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporcione.

Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
--------------	------------------------	----------------------	---------------------	----------------

Variable Atención al cliente					
<b>D1. Principios del modelo SERVQUAL</b>					
¿Encuentra usted el producto que busca en la pollería?	1	2	3	4	5
¿El personal le brindan una atención rápida?	1	2	3	4	5
¿La atención al cliente es efectiva?	1	2	3	4	5
¿En la pollería se comprenden sus necesidades y gustos?	1	2	3	4	5
¿Los productos cuentan con una etiqueta con el nombre y el precio visible para los clientes?	1	2	3	4	5
¿El personal informa sobre los insumos que contienen los alimentos si es requerido?	1	2	3	4	5
¿El personal atiende con cortesía y amabilidad a los clientes?	1	2	3	4	5
¿El personal responde amablemente a las dudas de los clientes?	1	2	3	4	5
¿El personal es transparente en su información?	1	2	3	4	5
¿El personal de la empresa le inspira honestidad los clientes?	1	2	3	4	5
¿Las instalaciones permiten una atención adecuada?	1	2	3	4	5
¿Los equipos se encuentran en estado óptimo?	1	2	3	4	5
¿Cumple con las normas de sanidad para la venta de sus productos?	1	2	3	4	5
¿Su establecimiento está debidamente ordenado y limpio para la comercialización de los productos y la venta de ellos?	1	2	3	4	5
¿El personal cuenta con las habilidades y capacidades para la comercialización de los productos?	1	2	3	4	5
¿El personal atienden a los clientes bajo un protocolo establecido?	1	2	3	4	5
¿Se siente seguro por el trato brindado en la pollería?	1	2	3	4	5
¿Los empleados trabajan de forma segura y con estándares de calidad para la comercialización de los productos?	1	2	3	4	5

#### Anexo 4. Instrumento de recolección de datos, variable gestión de calidad.



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información respecto al tema: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporcione.

Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
--------------	------------------------	----------------------	---------------------	----------------

N°	Variable Gestión de calidad					
<b>D1: Liderazgo</b>						
1	¿Es proactivo y dirige con el ejemplo?	1	2	3	4	5
2	¿Establece una clara visión del futuro de la organización?	1	2	3	4	5
3	¿Implementar estrategias para el logro de objetivos y metas?	1	2	3	4	5
<b>D2: Mejora continua</b>						
4	¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?	1	2	3	4	5
5	¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?	1	2	3	4	5
6	¿Planifica en alineamiento a la misión y visión de la empresa?	1	2	3	4	5
<b>D3: Enfoque en procesos</b>						
7	¿Analiza la data diaria provenientes de los procesos?	1	2	3	4	5
8	¿Implementó sistemas de monitoreo para asegurar calidad del producto?	1	2	3	4	5
9	¿Monitorea el nivel de desempeño del equipo de trabajo?	1	2	3	4	5
<b>D4: Toma de decisiones</b>						
10	¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva y delega?	1	2	3	4	5
11	¿Establece procedimientos para mantener niveles óptimos de desempeño?	1	2	3	4	5
12	¿Se apoya de un plan de capacitación para reducir errores?	1	2	3	4	5

**Anexo 4. Instrumento de recolección de datos, representantes.**



¡Bien día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información respecto al tema: Propuesta de mejoras de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pellerías, Callao, Pacallpa, 2022, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporciona.

Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
--------------	------------------------	----------------------	---------------------	----------------

N°	Variable Gestión de calidad	1	2	3	4	5
<b>D1: Liderazgo</b>						
1	¿Es proactivo y dirige con el ejemplo?					X
2	¿Establece una clara visión del futuro de la organización?					X
3	¿Implementa estrategias para el logro de objetivos y metas?					X
<b>D2: Mejora continua</b>						
4	¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?					X
5	¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?					X
6	¿Planifica en alineamiento a la misión y visión de la empresa?					X
<b>D3: Enfoque en procesos</b>						
7	¿Analiza la data diaria provenientes de los procesos?					X
8	¿Implementa sistemas de monitoreo para asegurar calidad del producto?					X
9	¿Mide/monitorea el nivel de desempeño del equipo de trabajo?					X
<b>D4: Toma de decisiones</b>						
10	¿Al identificar resultados no deseados, toma acción correctiva y delega?					X
11	¿Establece procedimientos para mantener niveles óptimos de desempeño?					X
12	¿Se apoya de un plan de capacitación para reducir errores?					X

Anexo 4. Instrumento de recolección de datos, representantes.



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información respecto al tema: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callejita, Pucallpa, 2022, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un signo (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere algún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporcione.

Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
--------------	------------------------	----------------------	---------------------	----------------

N°	Variable Gestión de calidad	1	2	3	4	5
<b>D1: Liderazgo</b>						
1	¿Es positivo y dirige con el ejemplo?					X
2	¿Establece una clara visión del futuro de la organización?	1	2	3	X	5
3	¿Implementa estrategias para el logro de objetivos y metas?	1	2	3	X	5
<b>D2: Mejora continua</b>						
4	¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?	1	2	3	4	X
5	¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?	1	2	3	X	5
6	¿Planifica en el momento a la misión y visión de la empresa?	1	2	3	4	X
<b>D3: Enfoque en procesos</b>						
7	¿Analiza la alta calidad proveniente de los procesos?	1	2	3	X	5
8	¿Implementó sistema de monitoreo para asegurar calidad del producto?	1	2	3	4	X
9	¿Monitorea el nivel de desempeño del equipo de trabajo?	1	2	3	4	X
<b>D4: Tercer de resultados</b>						
10	¿Al identificar resultados no deseados, toma acción correctiva y dilige?	1	2	3	4	X
11	¿Establece procedimientos para mantener niveles óptimos de desempeño?	1	2	3	4	X
12	¿Se apoya de un plan de capacitación para reducir errores?	1	2	3	4	X



¡Bien día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información respecto al tema: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro polleros, Calleria, Pucallpa, 2022, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporciona.

Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
--------------	---------------------------	----------------------	---------------------	----------------

Nº	Variable Gestión de calidad	1	2	3	4	5
<b>D1: Liderazgo</b>						
1	¿Es proactivo y dirige con el ejemplo?					X
2	¿Establece una clara visión del futuro de la organización?	1	2	3	4	X
3	¿Implementar estrategias para el logro de objetivos y metas?	1	2	3	X	5
<b>D2: Mejora continua</b>						
4	¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?	1	2	3	X	5
5	¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?	1	2	3	4	X
6	¿Planifica en alineamiento a la misión y visión de la empresa?	1	2	3	4	X
<b>D3: Enfoque en procesos</b>						
7	¿Analiza la data clara proveniente de los procesos?	1	2	3	X	5
8	¿Implementa sistemas de monitoreo para asegurar calidad del producto?	1	2	3	X	5
9	¿Monitorea el nivel de desempeño del equipo de trabajo?	1	2	3	X	5
<b>D4: Toma de decisiones</b>						
10	¿Al identificar resultados no deseados, toma acción correctiva y delega?	1	2	3	4	X
11	¿Establece procedimientos para mantener niveles óptimos de desempeño?	1	2	3	4	X
12	¿Se apoya de un plan de capacitación para reducir errores?	1	2	3	4	X



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información respecto al tema: Propuesta de mejoras de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callera, Pucallpa, 2022, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un signo (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporcione.

Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
--------------	------------------------	----------------------	---------------------	----------------

Variable Atención al cliente					
<b>DI. Principios del modelo SERVQUAL</b>					
¿Encuentro usual el producto que busco en el minimarket?	1	2	3	4	5
¿Los trabajadores le brindan una atención rápida?	1	2	3	4	5
¿La atención al cliente es efectiva?	1	2	3	4	5
¿En el minimarket se comprenden sus necesidades y gustos?	1	2	3	4	5
¿Los productos cuentan con una etiqueta con el nombre y el precio visible para los clientes?	1	2	3	4	5
¿Los trabajadores informan sobre los riesgos que tiene cada producto al se lo requieren?	1	2	3	4	5
¿El trabajador atiende con carisma y amabilidad a los clientes?	1	2	3	4	5
¿Los trabajadores responden amablemente a las dudas de los clientes?	1	2	3	4	5
¿El personal es transparente en su información?	1	2	3	4	5
¿El personal de la empresa le inspira confianza los clientes?	1	2	3	4	5
¿Las instalaciones permiten una atención adecuada?	1	2	3	4	5
¿Los equipos se encuentran en estado óptimo?	1	2	3	4	5
¿Cumple con las normas de seguridad para la venta de sus productos?	1	2	3	4	5
¿Su servicio se brinda con el debido control y según para la comercialización de los productos y la venta de ellos?	1	2	3	4	5
¿Los trabajadores tienen las habilidades y capacidades para la comercialización de los productos?	1	2	3	4	5
¿Los trabajadores atienden a los clientes bajo un protocolo establecido?	1	2	3	4	5
¿Se siente seguro por el trato brindado en el minimarket?	1	2	3	4	5
¿Los empleados trabajan de forma segura y con estándares de calidad para la comercialización de los productos?	1	2	3	4	5





Buen día, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información respecto al tema: Percepción de mejoras de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pasterías, Cullerías, Pucallpa, 2022, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un signo (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se lo agradeceré anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporciona.

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Variable Atención al cliente					
<b>D1. Principios del modelo SERVQUAL</b>					
¿Encuentra usted el producto que busca en el minimarket?	1	2	3	4	5X
¿Los trabajadores le brindan una atención rápida?	1	2	3	4	5X
¿La atención al cliente es efectiva?	1	2	3	4	5X
¿En el minimarket se compran sus necesidades y gustos?	1	2	3	4	5X
¿Los productos cuentan con una etiqueta con el nombre y el precio visible para los clientes?	1	2	3	4X	5
¿Los trabajadores informan sobre los temas que tiene cada producto si se lo requieren?	1	2	3	4	5X
¿El trabajador atiende con cortesía y amabilidad a los clientes?	1	2	3	4X	5
¿Los trabajadores responden amablemente a las dudas de los clientes?	1	2	3	4	5X
¿El personal es transparente en su información?	1	2	3	4	5X
¿El personal de la empresa le inspira honestidad los clientes?	1	2	3	4	5X
¿Las instalaciones permiten una atención adecuada?	1	2	3	4	5X
¿Los equipos se encuentran en estado óptimo?	1	2	3	4	5X
¿Cuenta con los recursos de calidad para la venta de sus productos?	1	2	3	4	5X
¿La establecimiento está debidamente ordenado y limpio para la comercialización de los productos y la venta de ellos?	1	2	3	4	5X
¿Los trabajadores tienen las habilidades y capacidades para la comercialización de los productos?	1	2	3	4	5X
¿Los trabajadores atienden a los clientes bajo un protocolo establecido?	1	2	3	4	5X
¿Se cuenta seguro por el trato brindado en el minimarket?	1	2	3	4	5X
¿Los empleados trabajan de forma segura y con estándares de calidad para la comercialización de los productos?	1	2	3	4	5X

## Anexo 5. Consentimiento informado



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

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con esta copia. La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pasterías, Calleria, Pucallpa, 2022 y es dirigido por la Sra. Alexandra Restegui Torres investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la propuesta de mejoras de atención al cliente y gestión de calidad permiten un óptimo funcionamiento de las micro y pequeñas empresas del rubro pasterías, Calleria, Pucallpa, 2022.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará [10] minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirlo en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados. Si desea, también podrá escribir al correo [resteguiakorrea@gmail.com](mailto:resteguiakorrea@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre:

Víctor Hugo Moreyra Janicuarima

Fecha:

13-08-2022

Correo electrónico:

tovishorcia14@hotmail.com

Firma del participante:

[Firma] 7680299

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

[Firma]

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

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Calleria, Pucallpa, 2022 y es dirigido por la Srta. Alexandra Reategui Torres investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad permiten un óptimo funcionamiento de las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Calleria, Pucallpa, 2022.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará [10] minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

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

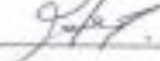
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Jorge Vargazo Puello

Fecha: 17-08-2022

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

## Anexo 5. Consentimiento informado



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

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Calleria, Pucallpa, 2022 y es dirigido por la Sra. Alexandra Rossegui Torres investigadora de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbo.

El propósito de la investigación es: Determinar si la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad permite un óptimo funcionamiento de las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Calleria, Pucallpa, 2022.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará [10] minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados. Si desea, también podrá escribir al correo [rosseguitorres@gmail.com](mailto:rosseguitorres@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbo.

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

Nombre: José Luis Vera Escobedo

Fecha: 13-08-2022

Correo electrónico: cedinela.10@hotmail.com

Firma del participante: José Luis Vera Escobedo

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



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

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarte sobre el proyecto de investigación y solicitarte su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Caldera, Pucallpa, 2022 y es dirigido por la Sra. Alexandra Roategui Torres investigadora de la Universidad Católica Los Angeles de Chiriquí.

El propósito de la investigación es: Determinar si la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad permiten un óptimo funcionamiento de las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Caldera, Pucallpa, 2022.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará [10] minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados. Si desea, también podrá escribir al correo [roateguia@ucal.edu.ec](mailto:roateguia@ucal.edu.ec) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Angeles de Chiriquí.

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

Nombre:

GIL OLGA VERA RENGIFO

Fecha:

13-08-2022

Correo electrónico: Veras\_olga@outlook.com

Firma del participante:

[Firma] 41429936

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

[Firma]



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

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Calleria, Pasallpa, 2022 y es dirigido por la Sra. Alejandra Restrepo Torres investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad permiten un óptimo funcionamiento de las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Calleria, Pasallpa, 2022.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará [10] minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados. Si desea, también podrá escribir al correo [restrepatorres@ucla.edu.pe](mailto:restrepatorres@ucla.edu.pe) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre:

GIDDANY ESTHERANY VELASQUEZ BARRALES

Fecha:

13-08-2022

Correo electrónico:

Velasquez Barrales g @ hotmail . com

Firma del participante:

[Firma] 71521125

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

[Firma]

## Anexo 6. Validación de instrumento

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): *Valdivia Saavedra, Ayala Pizarro*  
 1.2. Grado Académico: *Magister en Administración*  
 1.3. Profesión: *Lic. en Administración*  
 1.4. Institución donde labora: *UNY*  
 1.5. Cargo que desempeña: *Docente part-time*  
 1.6. Denominación del instrumento: *Atención al cliente y gestión de calidad*  
 1.7. Autor del instrumento: *Estherani Alexandra, Roalegui Torres*  
 1.8. Carrera: *Administración*

#### II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: Atención al cliente

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Principios del modelo servqual							
1	X		X		X		<i>Aplicable</i>
2	X		X		X		<i>✓</i>
3	X		X		X		<i>✓</i>
4	X		X		X		<i>✓</i>
5	X		X		X		<i>✓</i>
6	X		X		X		<i>✓</i>
7	X		X		X		<i>✓</i>
8	X		X		X		<i>✓</i>
9	X		X		X		<i>✓</i>
10	X		X		X		<i>✓</i>
11	X		X		X		<i>✓</i>
12	X		X		X		<i>✓</i>
13	X		X		X		<i>✓</i>
14	X		X		X		<i>✓</i>
15	X		X		X		<i>✓</i>
16	X		X		X		<i>✓</i>
17	X		X		X		<i>✓</i>

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Gestión de calidad

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Uiderazgo							
1	X		X		X		Aplicable - -
2	X		X		X		
3	X		X		X		
Dimensión 2: Mejora continua							
4	X		X		X		-
5	X		X		X		-
6	X		X		X		-
Dimensión 3: Enfoque en procesos							
7	X		X		X		-
8	X		X		X		-
9			X		X		-
Dimensión 3: Toma de decisiones							
10	X		X		X		✓
11	X		X		X		✓
12	X		X		X		✓

Otras observaciones generales:

Apellidos y Nombres del experto

DNI N° 05077138  
C.E.A.: 11296

Nota: se adjunta el proyecto de investigación



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Castellón Matos Ovidio Julián
- 1.2. Grado Académico: Magister en Gestión Pública
- 1.3. Profesión: Administrador
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente
- 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario de encuesta
- 1.7. Autor del instrumento: Esthefani Alexandra, Reategui Torres
- 1.8. Carrera: Administración

### II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: Atención al cliente

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Principios del modelo SERVQUAL</b>							
1. ¿Encuentra usted el producto que busca en el minimarket?	✓		✓		✓		
2. ¿Los trabajadores le brindan una atención rápida?	✓		✓		✓		
3. ¿La atención al cliente es efectiva?	✓		✓		✓		
4. ¿En el minimarket se comprenden sus necesidades y gustos?	✓		✓		✓		
5. ¿Los productos cuentan con una etiqueta con el nombre y el precio visible para los clientes?	✓		✓		✓		
6. ¿Los trabajadores informan sobre los insumos que tiene cada producto si se lo requieren?	✓		✓		✓		
7. ¿El trabajador atiende con cortesía y amabilidad a los clientes?	✓		✓		✓		
8. ¿Los trabajadores responden amablemente a las dudas de los clientes?	✓		✓		✓		
9. ¿El personal es transparente en su información?	✓		✓		✓		
10. ¿El personal de la empresa le inspira honestidad los clientes?	✓		✓		✓		

11. ¿Las instalaciones permiten una atención adecuada?	✓		✓		✓	
12. ¿Los equipos se encuentran en estado óptimo?	✓		✓		✓	
13. ¿Cumple con las normas de sanidad para la comercialización de sus productos?	✓		✓		✓	
14. ¿El establecimiento está debidamente ordenado y limpio para la comercialización de los productos y la venta de ellos?	✓		✓		✓	
15. ¿Los trabajadores tienen las habilidades y capacidades para la comercialización de los productos?	✓		✓		✓	
16. ¿Los trabajadores atienden a los clientes bajo un protocolo establecido?	✓		✓		✓	
17. ¿Se siente seguro por el trato brindado en el minimarket?	✓		✓		✓	
18. ¿Los empleados trabajan de forma segura y con estándares de calidad para la comercialización de los productos?	✓		✓		✓	

**Ítems correspondientes al Instrumento 2: Gestión de calidad**

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Liderazgo</b>							
1. ¿Se desempeña con iniciativa?	✓		✓		✓		
2. ¿Comprende la visión de la organización?	✓		✓		✓		
3. ¿Está comprometido al logro de los objetivos y metas?	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 2: Mejora continua</b>							
4. ¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?	✓		✓		✓		
5. ¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?	✓		✓		✓		
6. ¿Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa?	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 3: Enfoque en procesos</b>							
7. ¿Registra datos a diario provenientes de los procesos?	✓		✓		✓		

8. ¿Sigue los sistemas de monitoreo para la calidad?	✓		✓		✓		
9. ¿Se compromete en calidad de resultados?	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 4: Toma de decisiones</b>							
10. ¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva?	✓		✓		✓		
11. ¿Cumple con el nivel de desempeño esperado?	✓		✓		✓		
12. ¿Participa en las capacitaciones?	✓		✓		✓		

**Otras observaciones generales: Se observa consistencia en las interrogantes descritas.**



Castillón matos Ovidio Julián

DNI N° 15421219

**Nota:** se adjunta el proyecto de investigación

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): *LOZANO RUIZ, ROGER*
- 1.2. Grado Académico: *Mg. Gestión Pública*
- 1.3. Profesión: *Lic. Administración*
- 1.4. Institución donde labora: *UNIVERSIDAD NACIONAL DE UENYALI*
- 1.5. Cargo que desempeña: *Docente*
- 1.6. Denominación del Instrumento: Atención al cliente y gestión de calidad
- 1.7. Autor del Instrumento: Esthefani Alexandra, Reategui Torres
- 1.8. Carrera: Administración

**II. VALIDACIÓN:**

Ítems correspondientes al Instrumento 1: Atención al cliente

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Principios del modelo servqual							

¿Encuentra usted el producto que busca en la pollería?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
¿El personal le brindan una atención rápida?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
¿La atención al cliente es efectiva?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
¿En la pollería se comprenden sus necesidades y gustos?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
¿Los productos cuentan con una etiqueta con el nombre y el precio visible para los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
¿El personal informa sobre los insumos que contienen los alimentos si es requerido?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
¿El personal atiende con cortesía y amabilidad a los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
¿El personal responde amablemente a las dudas de los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
¿El personal es transparente en su información?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
¿El personal de la empresa le inspira honestidad los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
¿Las instalaciones permiten una atención adecuada?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
¿Los equipos se encuentran en estado óptimo?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
¿Cumple con las normas de sanidad para la venta de sus productos?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
¿Su establecimiento está debidamente ordenado y limpio para la comercialización de los productos y la venta de ellos?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
¿El personal cuenta con las habilidades y capacidades para la comercialización de los productos?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
¿El personal atienden a los clientes bajo un protocolo establecido?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		

¿Se siente seguro por el trato brindado en la pollería?	✓		✓		✓	
¿Los empleados trabajan de forma segura y con estándares de calidad para la comercialización de los productos?	✓		✓		✓	


Ítems correspondientes al Instrumento 2: Gestión de calidad

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: Liderazgo</b>							
¿Es proactivo y dirige con el ejemplo?	✓		✓		✓		
¿Establece una clara visión del futuro de la organización?	✓		✓		✓		
¿Implementar estrategias para el logro de objetivos y metas?	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 2: Mejora continua</b>							
¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la	✓		✓		✓		
¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los	✓		✓		✓		
¿Planifica en alineamiento a la misión y visión de la empresa?	✓		✓		✓		

3

<b>Dimensión 3: Enfoque en procesos</b>							
¿Analiza la data diaria provenientes de los procesos?	✓		✓		✓		
¿Implementó sistemas de monitoreo para asegurar calidad del producto?	✓		✓		✓		
¿Monitorea el nivel de desempeño del equipo de trabajo?	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 3: Toma de decisiones</b>							
¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva y delega?	✓		✓		✓		
¿Establece procedimientos para mantener niveles óptimos de desempeño?	✓		✓		✓		
¿Se apoya de un plan de capacitación para reducir errores?	✓		✓		✓		

Otras observaciones generales:

  
DNI N° 00004389

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

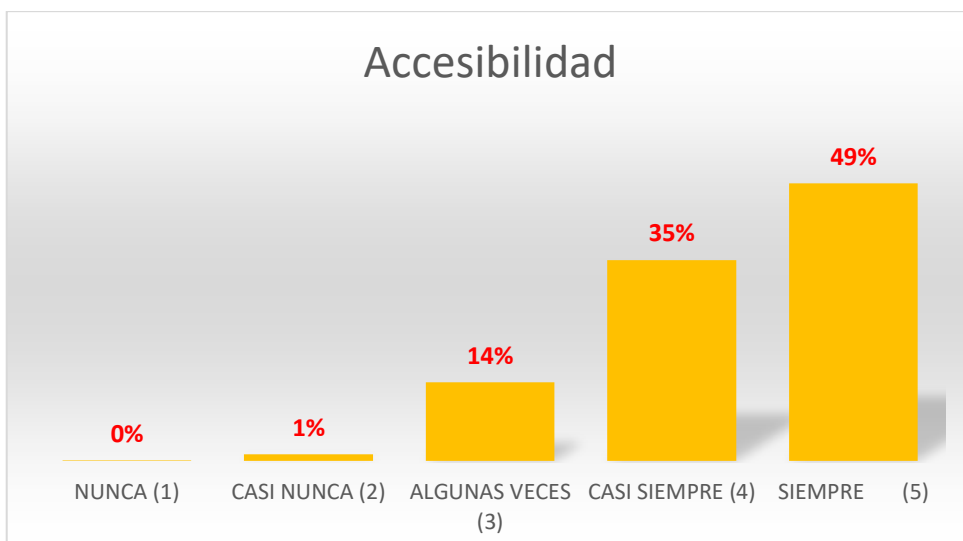
4

## Anexo 7. Figuras

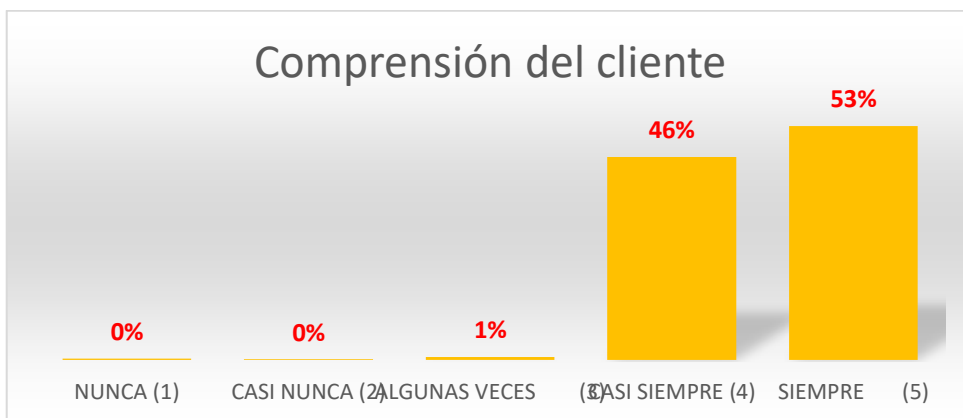
### Variable: Atención al cliente

**Objetivo Específico 1:** Conocer las características del modelo Servqual de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.

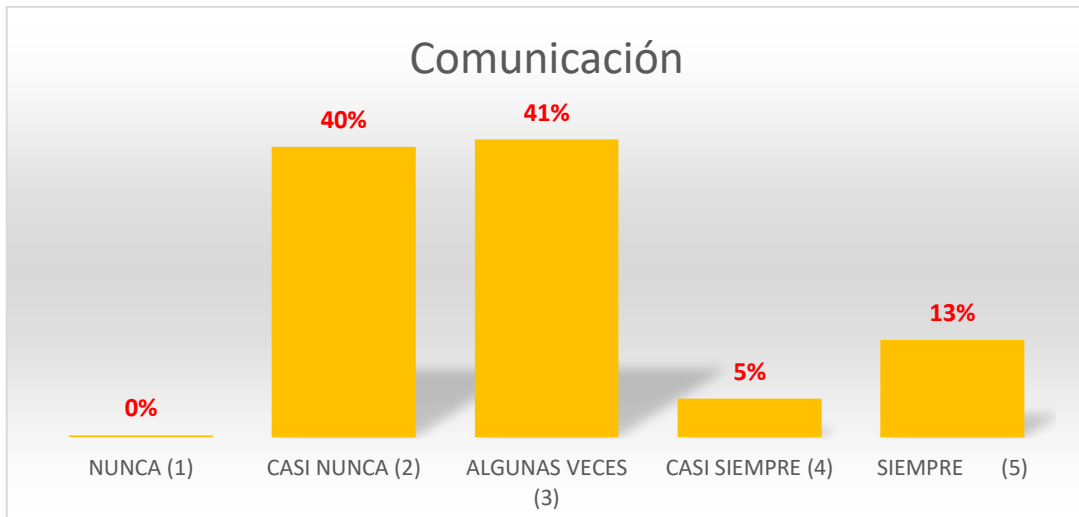
Características del modelo Servqual de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022.



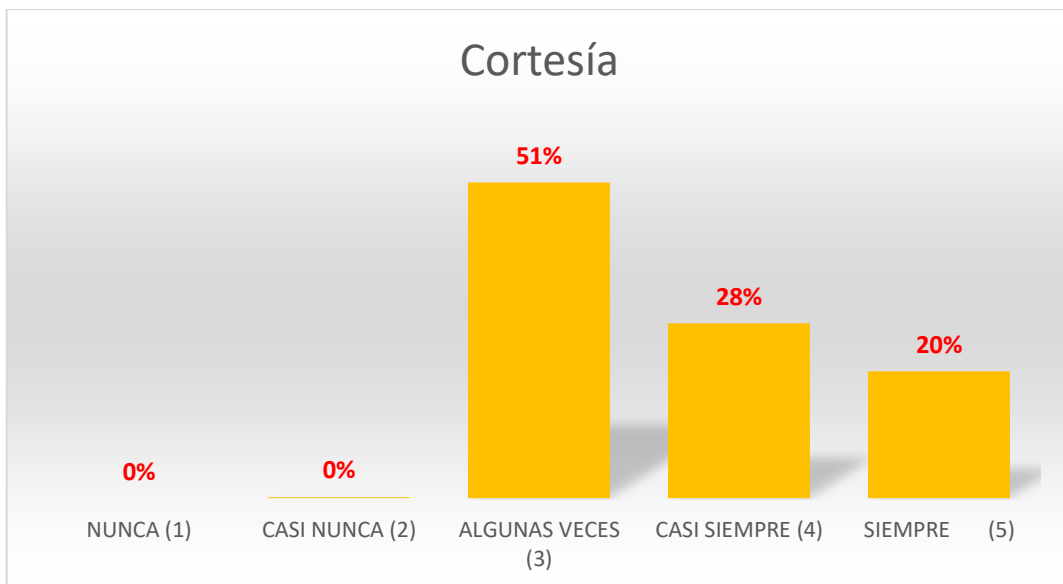
**Figura 1** Características Modelo Servqual: Accesibilidad.



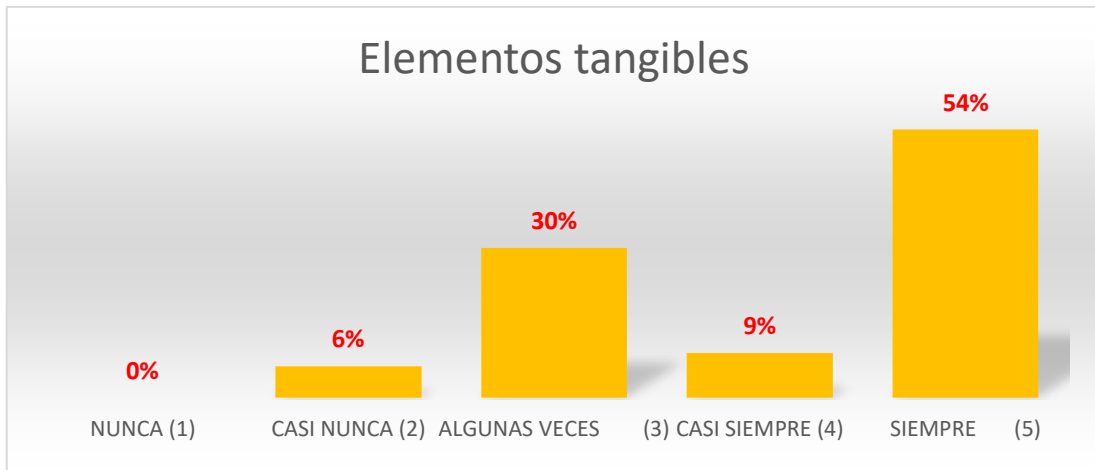
**Figura 2** Características Modelo Servqual: Comprensión del cliente.



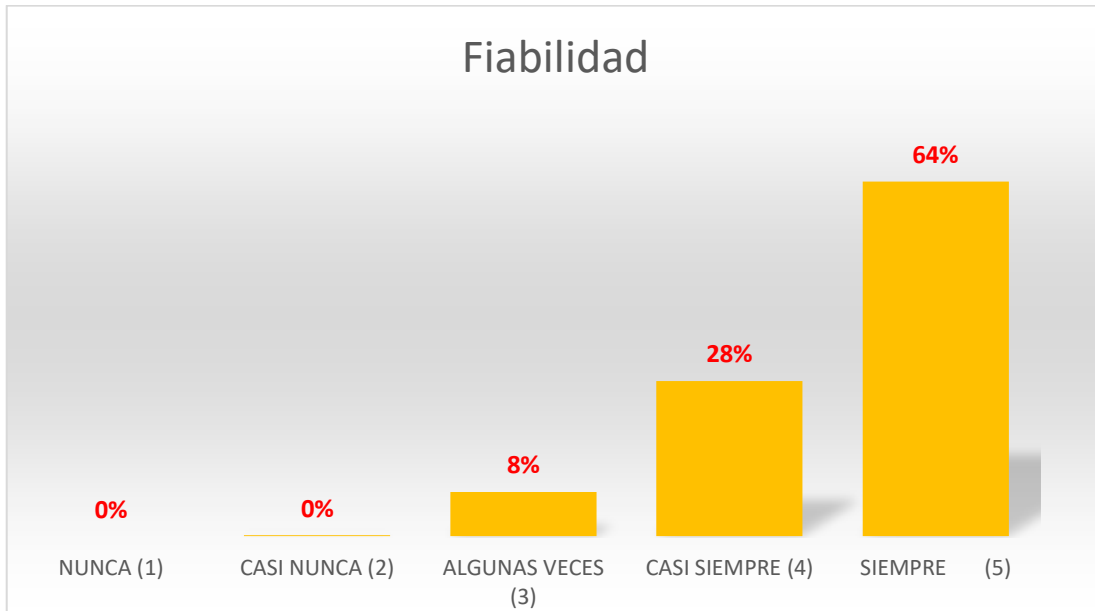
**Figura 3** Características Modelo Serqval: Comunicación



**Figura 4** Características Modelo Serqval: Cortesía.



**Figura 5** Características Modelo Serqval: Elementos tangibles.



**Figura 6** Características Modelo Serqval: Fiabilidad.

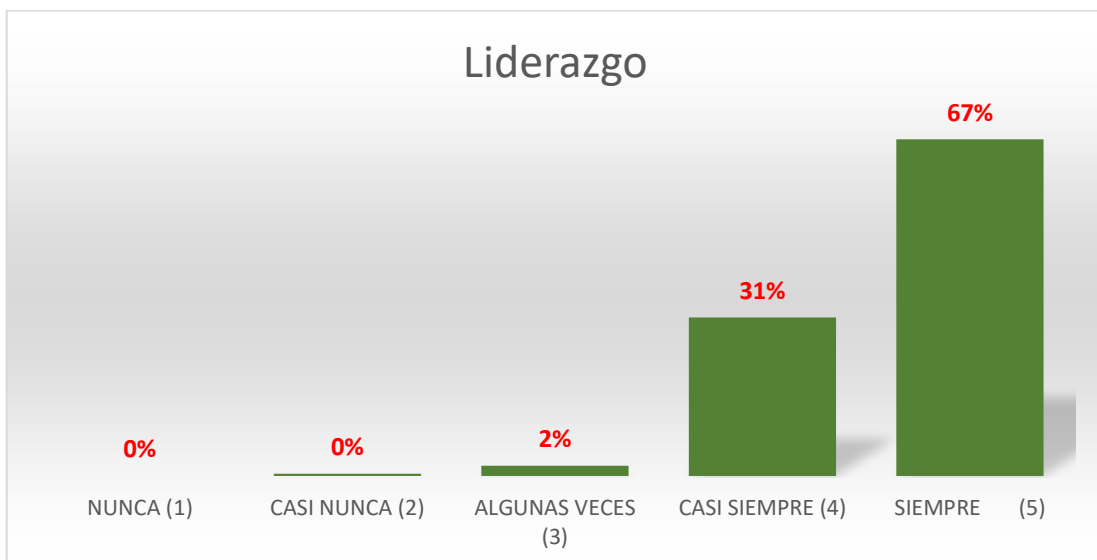




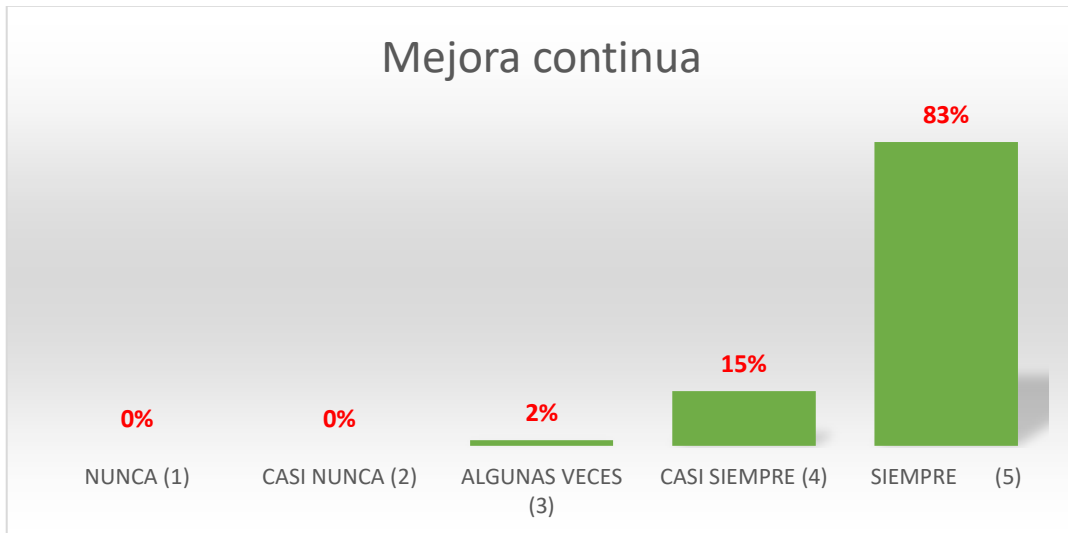
**Figura 7** Características Modelo Serqval: Profesionalidad – Seguridad.

**Variable: Gestión de calidad**

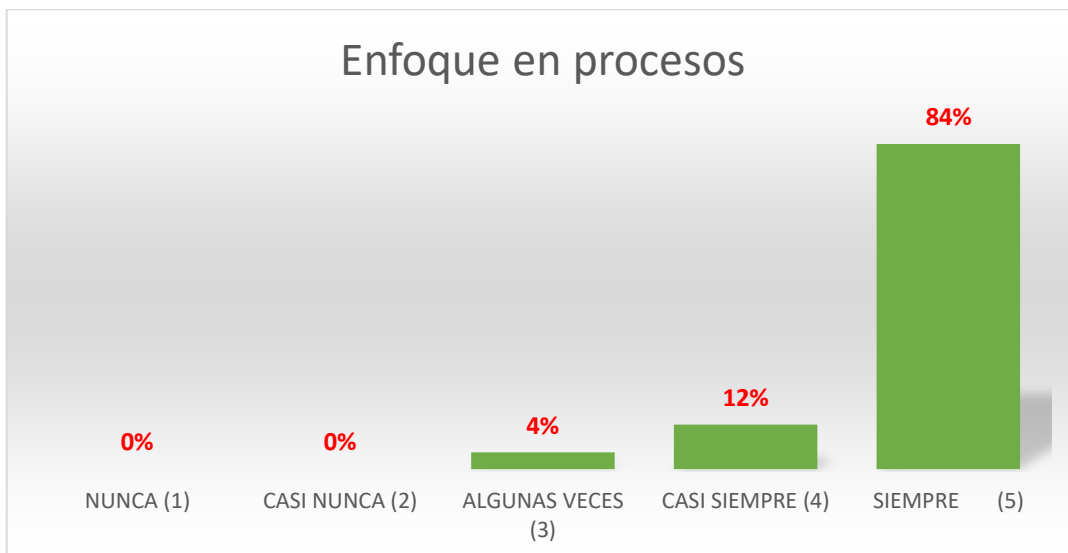
**Objetivo Específico 2:** Determinar las características del liderazgo en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022



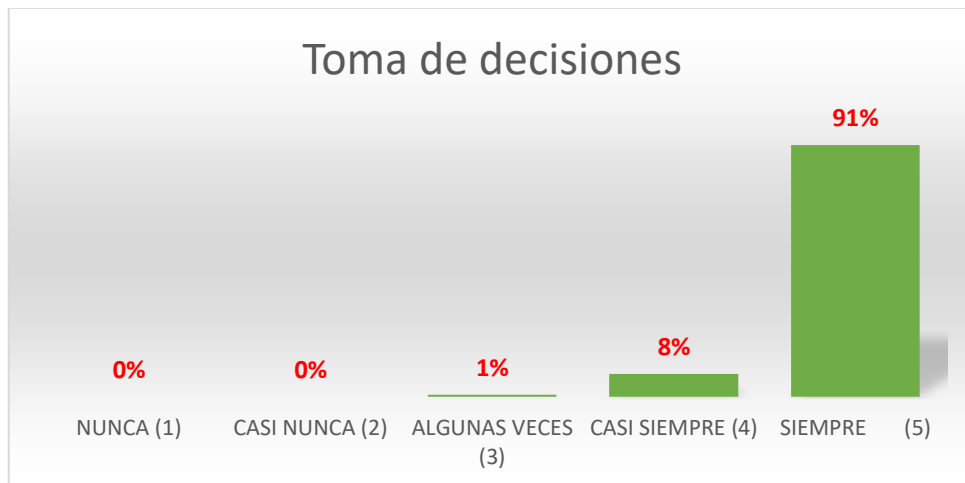
**Figura 8** Características de gestión de calidad: Liderazgo.



**Figura 9** Características de gestión de calidad: Mejora continua.



**Figura 10** Características de gestión de calidad: Enfoque en procesos.



**Figura 11** Características de gestión de calidad: Toma de decisiones.