



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE
EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA MI MECHITA
RUBRO POLLERÍA, DISTRITO SULLANA, AÑO 2019**

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

AUTORA

SAAVEDRA VARGAS, KATIANA ANGHELINA

ORCID: 0000-0002-1810-5834

ASESOR

PELÁEZ CAMACHO HÉCTOR YVÁN

ORCID ID: 0000 0002 5394 1037

SULLANA – PERÚ

2019

Equipo de trabajo

AUTORA

Saavedra Vargas, Katiana Anghelina

ORCID: 0000-0002-1810-5834

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

ASESOR

Peláez Camacho Héctor Yván

ORCID ID: 0000 0002 5394 1037

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

JURADO

Vilela Vargas Víctor Hugo

ORCID ID: 0000 0003 2027 6920

Guzmán Castro Iván Arturo

ORCID ID: 0000 0002 4650 4322

Chumacero Ancajima Maritza Zelideth

ORCID ID: 0000 0001 7372 741X

Jurado evaluador y asesor

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Guzmán Castro Iván Arturo

ORCID ID: 0000 0002 4650 4322

Miembro

Chumacero Ancajima Maritza Zelideth

ORCID ID: 0000 0001 7372 741X

Miembro

Peláez Camacho Héctor Yván

ORCID ID: 0000 0002 5394 1037

Asesor

Agradecimiento

A la Universidad Católica los Ángeles de
Chimbote por formarnos socialmente
responsables, a los docentes por
brindarme su guía y sabiduría en el
desarrollo de esta investigación.

Dedicatoria

A Dios por brindarme la dicha de la salud y fortaleza espiritual en todo momento. A mi madre Angélica quien a lo largo de mi vida sigue velando por mi bienestar y educación, brindándome todo su amor y apoyo incondicional durante mi formación, tanto personal como profesional y a mi esposo por haberme apoyado en el transcurso de mi carrera. A mi hija, abuela, hermanos y sobrinos, quienes también son mi mayor motivación para nunca rendirme en los estudios y poder ser un ejemplo para ellos.

Resumen

La presente investigación titulada “Gestión de calidad y atención al cliente en la mype mi Mechita, rubro pollería, distrito Sullana, año 2019.”, estableció como objetivo: Determinar la gestión de calidad y atención al cliente en la mype mi Mechita, rubro pollería, distrito Sullana, año 2019. Se utilizó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Contando con una muestra de 10 trabajadores y una muestra de 68 clientes, para así poder tener mayor información del estudio. las cuales se aplicó un cuestionario de 19 preguntas cerradas a través de la técnica encuesta obteniendo así los siguientes resultados: referente a los enfoques de gestión de calidad los trabajadores en un 50% respondieron que si muestran compromiso en los programas de capacitación, los trabajadores en un 100% respondieron que si cumplen con el horario asignado por la empresa, referente a los enfoques de atención al cliente en cuanto a los clientes en un 50% respondieron que si tienen confianza en la integridad de los trabajadores, los clientes en un 52.94% respondió que si comprenden sus exigencias conforme al producto que ofrecen, los clientes en un 70.59% respondieron que el personal si ayuda a disipar alguna duda para solucionar un problema, los clientes en un 83.82% respondieron que si se ofrece un servicio eficaz.

Palabras claves: Gestión de calidad, atención al cliente y mypes

Abstrac

This research entitled "Quality management and customer service in the mype mi Mechita, rubro pollería, Sullana district, year 2019.", established as its objective: To determine the quality management and customer service in the mype mi Mechita, rubro pollería, Sullana district, year 2019. The methodology of descriptive type, quantitative level, non-experimental cross-sectional design was used. It has a sample of 10 workers and a sample of 68 clients, in order to have more information of the study. which applied a questionnaire of 19 closed questions through the survey technique thus obtaining the following results: regarding quality management approaches workers by 50% responded that if they show commitment in training programs, workers by 100% responded that if they meet the schedule assigned by the company, regarding customer service approaches in terms of customers by 50% they responded that if they have confidence in the integrity of workers, customers 52.94% responded that if they understand their demands according to the product they offer, customers by 70.59% responded that if they help dispel any questions to solve a problem, customers 83.82% responded that if an effective service is offered.

Keywords: Quality management, customer service and mypes

Contenido (Índice)

Equipo de trabajo	ii
Jurado evaluador y asesor	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Resumen.....	vi
Abstrac	vii
Contenido (Índice)	viii
Índice de tablas	x
Índice de gráficos.....	xii
Índice de cuadros	xv
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	11
2.1 Antecedentes	11
2.1.1 Variable Gestión de Calidad	11
2.1.2. Atención al cliente	20
2.2. Bases Teóricas.....	29
2.2.1. Gestión de calidad.....	29
2.2.1.1. Definición de gestión de calidad	29
2.2.1.2. Principios de la gestión de calidad	29
2.2.1.3. Enfoques de la gestión de calidad	31
2.2.1.4. Importancia	32
2.2.2 Atención al cliente	32
2.2.2.1. Cliente	32
2.2.2.2. Factores	33

2.2.2.3.	Fases	34
2.2.2.4.	Importancia	34
III.	Hipótesis	36
IV.	Metodología	37
4.1	Tipo de investigación.....	37
4.2	Nivel de investigación	37
4.3	Diseño de la investigación	37
4.4	Población y muestra	38
4.5	Definición y operacionalización de variables e indicadores	40
4.6	Técnicas e instrumentos	42
4.7	Plan de análisis.....	42
4.8	Matriz de consistencia.....	44
4.9	Principios éticos	46
V.	Resultados	47
5.1.	Resultados	47
5.1.1.	Variable gestión de calidad.....	47
5.1.2.	Atención al cliente	57
VI.	Conclusiones	73
	Referencias Bibliográficas	75
	Anexo 01: Instrumento de recolección de información.....	86
	Anexo 02: Cronograma de trabajo.....	89
	Anexo 03. Presupuesto	90
	Anexo 04. Validación del instrumento	92

Índice de tablas

Tabla 1: La empresa preserva las exigencias del cliente.....	47
Tabla 2: Los trabajadores están pendientes de los requerimientos del cliente	48
Tabla 3: La empresa motiva a sus colaboradores constantemente.....	49
Tabla 4: Los trabajadores muestran compromiso en los programas de capacitación.	50
Tabla 5: La empresa logra con eficiencia buenos resultados en sus metas propuestas.	51
Tabla 6: Los trabajadores muestran buena conducta en sus actividades asignadas ...	52
Tabla 7: Los trabajadores cumplen con el horario asignado por la empresa	53
Tabla 8: El personal muestra desempeño en aprender más para brindar una mejor atención al cliente	54
Tabla 9: Las decisiones que toma la empresa son conforme a sus metas propuestas.	55
Tabla 10: Las políticas de la empresa promueve la eficacia en su servicio.....	56
Tabla 11: Tiene confianza en la integridad de los trabajadores	57
Tabla 12: La empresa muestra buena calidad en su servicio	58
Tabla 13: Es atendido con buena actitud por parte de los trabajadores	59
Tabla 14: El personal muestra empatía al brindarle el servicio.	60
Tabla 15: Ud. cree que el personal está bien capacitado al brindarle información de alguna duda.....	61
Tabla 16: La empresa ha realizado alguna encuesta para conocer sus necesidades ..	62
Tabla 17: Los trabajadores comprenden sus exigencias conforme al producto que ofrecen.	63
Tabla 18: El personal ayuda a disipar alguna duda para solucionar un problema	64

Tabla 19: El servicio que se le ofrece es eficaz	65
--	----

Índice de gráficos

Figura 1: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre la empresa preserva las exigencias del cliente	47
Figura 2: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre los trabajadores están pendientes de los requerimientos del cliente.....	48
Figura 3: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre la empresa motiva constantemente a sus colaboradores	49
Figura 4: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre los trabajadores muestran compromiso en los programas de capacitación.	50
Figura 5: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre la empresa logra con eficiencia buenos resultados en sus metas propuestas	51
Figura 6: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre los trabajadores muestran buena conducta en sus actividades asignadas.....	52
Figura 7: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre los trabajadores cumplen con el horario asignado por la empresa.	53
Figura 8: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre el personal muestra desempeño en aprender más para brindar una mejor atención al cliente	54

Figura 9: . Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre las decisiones que toma la empresa son conforme a sus metas propuestas	55
Figura 10: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre las políticas de la empresa promueve la eficacia en su servicio.	56
Figura 11: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los clientes sobre tiene confianza en la integridad de los trabajadores	57
Figura 12: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los clientes sobre la empresa muestra buena calidad en su servicio.	58
Figura 13: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los clientes sobre es atendido con buena actitud por parte de los trabajadores	59
Figura 14: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los clientes sobre el personal muestra buena empatía al brindarle el servicio.	60
Figura 15: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los clientes sobre Ud. Cree que el personal está bien capacitado al brindarle información de alguna duda.....	61
Figura 16: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los clientes sobre la empresa ha realizado alguna encuesta para conocer sus necesidades	62
Figura 17: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los clientes sobre los trabajadores comprenden sus exigencias conforme al producto que ofrecen.	63

Figura 18: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los clientes sobre el personal ayuda a disipar alguna duda para solucionar un problema.

..... 64

Figura 19: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los clientes sobre el servicio que se ofrece es eficaz..... 65

Índice de cuadros

Matriz 1: Matriz de operacionalización de variables	40
Matriz 2: Matriz de consistencia	44

I. Introducción

El tema de esta investigación se titula “Gestión de calidad y Atención al cliente en la micro y pequeña empresa mi Mechita, rubro pollería, distrito Sullana, año 2019”; cuyo objetivo general fue determinar la gestión de calidad y atención al cliente en la mype mi Mechita, rubro pollería, distrito Sullana, año 2019, la cual proviene de la línea de investigación acogida por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote dada para la Escuela Profesional de Administración

Hoy en día las MYPES son una creación considerable de buen desarrollo en la actividad emprendedora. Son una importante fuente ya que genera empleo y ayuda a la diversificación, entorno a la actividad económica y social.

Por medio de esta actividad se va abriendo nuevas estrategias de desarrollo en cada país y desempeñan un papel importante ya que crea un nivel de posicionamiento dentro del mercado por la competencia y promoción que generan, se ha convertido en la actualidad en una parte esencial para generar empleos.

Las micros y pequeñas empresas conforman en estos tiempos el 97% dentro del sector empresarial y cuentan con hasta con diez trabajadores trabajando en ellas. (Carpio, 2018)

Algunos países Latinoamericanos se ven afectados por problemas sociales, como es el caso de la pobreza extrema, ya que la mayor parte de micro y pequeñas empresas se van desarrollando en lugares rurales, urbanos y diferentes sectores en la economía. Dichas empresas cuentan con mucha importancia para el aumento de la generación de empleo y crecimiento económico, por lo cual existe una variedad de

Micro empresas las cuales algunas se describe como actividades de subsistencia, otras usan métodos de producción totalmente sofisticados con rápido crecimiento y son relacionados con empresas considerables del sector económico.

En lo actual las MYPES al nivel nacional son de una útil realización dentro de lo económico de nuestra nación. Estas atribuyen con el 40% en PBI y el 80% de lo laboral, fuera del empleo que genera, el desarrollo de dichas empresas se encuentra en estancamiento, ya que no cuenta con un sistema de tributos estable y simplificado los permita solucionar problemas de formalidad de estas empresas y que motiven el crecimiento sostenido de las mismas. (Barraza, 2014)

En Perú estas MYPES son un factor importante ya que engloba compostura de importancia en nuestra economía, como la generación de empleo, la cual a veces no se realiza en limitaciones convenientes en cuanto a la superación personal, ayuda en una buena clasificación de desempleo que atraviesa nuestro país. Hay empresas en el camino de desarrollo, lo cual se encuentran en formalidad legal, donde se fermenta una gran ayuda a estas empresas para así lograr la realización de estas.

Diario La República (2020) Describe que la situación con el empleo, ya sea formal e informal ha mejorado. Analizando las cifras de 4 millones 982 mil a 5 millones 014 mil personas, esto quiere decir que 32 mil 300 personas pudieron lograr ocupar puestos durante dicho tiempo.

La Ley N. ° 30056: Ley que ratifica distintas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, donde tiene como fin establecer en forma legal la promoción y desarrollo de las MYPES, con esta ley se

busca facilitar su actividad de que se observe las actividades empresariales y de esta manera no se pueda actuar de modo irregular.

Las empresas nacionales ya no lidian con obstáculos al comercio internacional a la que antes se enfrentaban, por ahora se encuentran en la necesidad de tener que mejorar sus procesos internamente para ofrecer los productos y servicios que compitan dentro del sector al nivel mundial. Uno de los medios para lograr este mejoramiento, es obtener conocidos certificados de calidad así como es la ISO 9000. Esta certificación es sustancial ya que así puede acreditar al consumidor, sea consumidor extranjero o local que produce siempre sus productos de buena calidad (Indecopi, 2012)

A lo largo de los tiempos la gestión de calidad ha sufrido muchos cambios, desde que se contrajo como un requisito importante en el campo empresarial. En la actualidad los clientes buscan productos de alta calidad lo cual es poco probable que exista ya que no se describe así mismo como un producto de buena calidad, así como también realiza productos los cuales compitan en el mercado, buscando complacer las necesidades de los consumidores. Las empresas de distintos países, de Naciones desarrolladas de economía surgente, como Perú lograron ocupar un lugar en el mercado extranjero haciendo que sus negocios crecieran y se desarrollaran.

Según Bolaños (2016) el dilema que ahora reside es que las empresas locales no cuentan con capacitación indispensable y requisitos requeridos para una competencia de forma uniforme dentro del mercado a nivel internacional. Uno de estos requisitos importantes ve de la mano con la mejora de las ofertas de servicios y productos la cual conlleven con una calidad como la que se exige al nivel global.

Entre otras medidas importantes es la obtención de la reconocida certificación que atinente al cumplimiento de la norma ISO 9001. (Bolaños, 2016)

Perú tiene diecinueve TLC actuales, donde su finalidad es poder beneficiar lo más rápido las exportaciones de nuestro país eliminando barreras del intercambio. Con este inicio se busca que millones de personas en el mundo logren conocer y acceder a los servicios y productos. (Turismo, 2014)

Las micros y pequeñas empresas se crean por motivos de falta de trabajo, por eso tratan de generar sus propios ingresos, son fundamentales ya que representan la economía del país. En los últimos años, las MYPES a nivel nacional han tenido relevancia porque son las que generan empleos y crecimiento económico.

“Aunque no existe un número exacto del total de las micro, pequeñas y medianas empresas de la Región Piura, dado que muchas son informales (aunque hay un marco legal para la formalización) no se tiene registro de ellas, de acuerdo a publicaciones del Ministerio de la Producción se estima que existen más de 120 000 MIPYMES. Solo el 55% están registradas; es decir, solo 65 412” describe Silupú (Belletich, 2018)

El problema de las MYPES por la que muchas veces quiebran, es por la falta de conocimiento acerca de este negocio, algunas veces se lanzan sin optar por adquirir conocimiento acerca del negocio, hacen mala administración de dinero, no conocen acerca de las finanzas y contabilidad, es por ello que muchas veces personas mal intencionadas los estafan y es así como su capital se va a la quiebra.

La región de Piura ocupa el cuarto lugar a nivel nacional con mucho más consorcio empresarial.

En los últimos años en la ciudad de Sullana, fue ascendiendo las micro empresas en este rubro, el cual es pollería. Muchas de estas, a veces no suelen tener una buena calidad de servicios para sus consumidores, ya sea por el producto, la atención brindada, infraestructura, limpieza, entre otros aspectos. El consumidor debe adquirir calidad, para que así puedan lograr estar satisfechos y a gusto lo cual los motive a regresar al negocio. De tal manera, para que se pueda lograr esto, los trabajadores necesitan estar motivados, tener responsabilidad, compromiso, entre otros aspectos. Los clientes son la pieza fundamental de todo negocio y por ello se necesita satisfacer las necesidades o expectativas del cliente, en este sentido el negocio crecerá conforme transcurra el tiempo.

En Sullana, muchas microempresas de este rubro u otro rubro han permitido fomentar el empleo. No obstante, son pocas de ellas que conocen a cerca de la Gestión de calidad y atención al cliente, es por ello que ante el problema identificado, se planteó la siguiente interrogante: ¿Cómo está determinada la gestión de calidad y Atención al cliente en la micro y pequeña empresa mi Mechita, rubro pollería, distrito Sullana, año 2019?; como parte para dar respuesta ante el problema planteado, se planteó el siguiente objetivo general: Determinar la gestión de calidad y atención al cliente en la mype mi Mechita, rubro pollería, distrito Sullana, año 2019. Tomando ante esto los siguientes objetivos específicos: Determinar los enfoques de gestión de calidad en la mype mi Mechita, rubro pollería, distrito Sullana, año 2019. Determinar los principios de gestión de calidad en la mype mi Mechita, rubro pollería, distrito Sullana, año 2019.

Describir las fases de atención al cliente en la mype mi Mechita, rubro pollería, distrito Sullana, año 2019. Identificar los factores de atención al cliente en la mype mi Mechita, rubro pollería, distrito Sullana, año 2019.

Para hacer de conocimiento el entorno exterior del negocio se utilizó el análisis de las 5 fuerzas de Porter, según Keyler (2020), las 5 fuerzas de Porter son una herramienta que permite conocer un mejor análisis dentro de la competencia que hay en una empresa, así mismo permite identificar las amenazas y oportunidades.

Poder de negociación de los consumidores, buscan un mayor poder de negociación frente a los vendedores. Mientras menor sea la demanda, los consumidores tienden a reclamar mucho más fácil precios bajos. Teniendo en cuenta que alrededor de la pollería mi Mechita existe una alta demanda, ya que han surgido muchas pollerías, por lo tanto el consumidor tiene un amplio poder de negociación, sin embargo al ser un producto con un sabor rico, se tiene la ventaja sobre los demás competidores.

Poder de negociación de proveedores, por lo general mientras menor sea la oferta de insumos o productos, los proveedores logran aumentar sus precios. En estos negocios de rubro pollería, la implementación de insumos o productos se hace de manera fácil, lo cual no requiere de una gran inversión, es así que genera una alta diferencia en su producto. En este sentido genera acceso a proveedores y canales de distribución que permitan estar al alcance de su economía.

Amenaza de entrada de nuevos competidores, es el análisis de los otros 4 factores, lo cual está en función al grado de presión que influye en el sector. La pollería mi Mechita se encuentra en un lugar donde existen ya muchos establecimientos del mismo rubro, es por ello que la entrada de un próximo competidor podría ser menor

ventajoso ya que muchas de ellas llevan años dentro de este rubro y en el lugar hay menos locales por alquilar y en venta.

La rivalidad entre competidores, nos permite identificar que tan atractivo es el sector o mercado, mientras más ofertantes o más amenazas será menos atractivo para nuevos inversionistas. Al tener grande demanda e índice de aumento dentro de este rubro en Sullana, la competencia no solo se trata de precios, sino también en la calidad o precio de sus productos. La pollería mi Mechita es conocida por su servicio, delivery, ambiente y es dirigido a público en general.

Amenaza de productos sustitutos, esto permite crear estrategias que impidan el ingreso de empresas las cuales ofrezcan el mismo producto con precios bajos a los ya existentes. Dentro del mercado existe una gran variedad de productos que pueden reemplazar al pollo a la brasa como lo puede ser el consumo de pollo broster, pizzas, entre otras empresas fast food.

Al hablar sobre todo el entorno general de la micro empresa, se hizo el uso del análisis de PESTEL, según Díaz (2016) nos dice que es una herramienta la cual permite poder conocer los factores a nivel general del entorno de la empresa, de tal forma lo que puede afectar al negocio o empresa. Se tomó en cuenta los siguientes factores: Políticos, Económicos, Socio cultural, Tecnológicos, Ecológicos y legales.

En el ámbito Económico, se puede decir que la economía peruana mantiene un crecimiento importante en los primeros meses del año, teniendo en cuenta la recuperación durante 2010. Los sectores que lideraron el crecimiento fueron los relacionados con las actividades no primarias, como construcción y comercio. Por el lado de la demanda, el crecimiento se explicó por el mayor gasto e inversión privada. En cuanto al negocio, cuenta con capital propio y a la misma vez con una cuenta donde

parte de las ganancias van directamente a la cuenta de ahorros. De tal manera, ante un problema o crisis esa parte de dinero, será utilizado para cubrir los daños.

En el ámbito político y legal, no solo afecta a las organizaciones sino a nivel general, la situación política del país es muy incierta y problemática. Las personas que ocupan cargos en este nivel tienen la gran responsabilidad de lograr el bien común de la sociedad, tarea para nada fácil, Abundan las malas decisiones, las falsedades, cambios de color político, un individualismo notable, los famosos "acomodos", corrupción histórica, etc. Pese a estos problemas, la micro empresa sigue en funcionamiento.

En el ámbito tecnológico, Los constantes cambios tecnológicos permiten que los distintos sectores de la economía de nuestro país, puedan realizar grandes avances en cuanto a la eficiencia y la presentación de dichos productos/servicios. La pollería mi Mechita cuenta con los recursos materiales necesarios y actualizados, lo que le permite tener un mayor desarrollo en su producción.

En el aspecto Socio- cultural, El Perú es un país multicultural, que a lo largo de su proceso histórico se ha logrado constituir en uno de los focos que alberga la riqueza cultural más nutrida y variada del mundo, que comprende todas aquellas expresiones o testimonios de la creación humana que tienen especial relevancia en relación con la arqueología, la historia, la literatura, la educación, el arte, las ciencias y la cultura en general de este país. Dentro de la organización, trabajan personas de diferentes edades, lo cual les permite intercambiar ideas, pensamientos, gustos y costumbres distintas a las que ellos mismos tienen. No obstante, pese a ser jóvenes a veces no tienen la suficiente madurez al tratarse de ser responsable con el turno que la

empresa propone, pero si se destaca que cuentan con una mente abierta al momento de atender al cliente con respeto.

Esta investigación se realizó con la intención de lograr que las personas lo cual conforman las mypes puedan adquirir más conocimiento sobre la buena gestión de la calidad y atención al cliente, y así puedan ponerlo en práctica en sus empresas.

Justificación Social: Porque anticipa tener conocimientos sobre las condiciones de las variables de la gestión de la calidad y atención al cliente, mediante los conceptos básicos ayudara a buscar la explicación a situaciones de lo que sucede en la empresa.

Justificación Institucional: Porque mediante esta investigación llegara adquirir conocimientos relevantes de cómo identificar un sistema de la gestión de la calidad en las MYPES, describiendo sus características esenciales y así logren tener una buena administración en sus negocios.

Se justifica de poder incentivar a las personas de estos negocios a adquirir capacitaciones sobre el buen manejo de capital, ya que muchas de estas llegan a quebrar por las estafas de personas mal intencionadas a causa de no saber al negocio que se meten, así como también puedan manejar una adecuada gestión de calidad en sus negocios ofreciendo buenos productos de alta calidad con ayuda del marketing ya que es muy indispensable en toda empresa para satisfacer con lo que el cliente requiera de una forma rentable.

Se justifica académicamente porque persigue un fin académico e incentive a las personas a obtener más conocimientos acerca de este tema, y así sean los difusores de esta investigación científica.

Se utilizó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal, siendo los resultados agrupados según las variables en estudio, basado en una muestra de 78 personas, las cuales se aplicó un cuestionario de 19 preguntas cerrada a través de la técnica encuesta obteniendo así los siguientes resultados: referente a los enfoques de gestión de calidad los trabajadores en un 50% respondieron que si muestran compromiso en los programas de capacitación, los trabajadores en un 100% respondieron que si cumplen con el horario asignado por la empresa, referente a los enfoques de atención al cliente en cuanto a los clientes en un 50% respondieron que si tienen confianza en la integridad de los trabajadores, los clientes en un 52.94% respondió que si comprenden sus exigencias conforme al producto que ofrecen, los clientes en un 70.59% respondieron que el personal si ayuda a disipar alguna duda para solucionar un problema, los clientes en un 83.82% respondieron que si se ofrece un servicio eficaz.

II. Revisión de literatura

2.1 Antecedentes

2.1.1 Variable Gestión de Calidad

Sánchez (2015) en su investigación titulada “Viabilidad de un Sistema de Gestión de Calidad Internacional en una PYME con mercado local; caso Fónix, de la Universidad Nacional Autónoma de México. La presente investigación tuvo como objetivo: Proponer la implantación de un Sistema de Gestión de Calidad Internacional, norma ISO 9001-2008, en la mediana empresa, la investigación es de tipo descriptivo, y se concluye lo siguiente: Las características de las empresas, empresarios o inversionistas han de ser revisados constantemente, es decir, se atendería una buena parte de la innovación o mercado actual de las empresas con el simple monitoreo de éstas, atendiendo a las demandas globales del mercado y adecuando esos números a la satisfacción del cliente, en las empresas mexicanas los ejecutivos muestran un alto compromiso con la tecnología, viéndola como un valor central de la filosofía de gestión, en el proyecto se documenta y se planea la necesidad que la empresa lleva una política de investigación y desarrollo de productos y servicios, que sea basado en un producto bien diseñado que logre satisfacer la necesidad en el mercado real, por lo tanto la certificación ISO ayudará a que la organización se desarrolle y mejore su rendimiento.

Kómová (2015) en su tesis de investigación titulada “Comunicación organizacional para mejorar la Gestión de Calidad y el servicio en ECASA S.A”, de la Universidad de Camagüey Ignacio Agramonte Loynaz. Cuba. La presente tuvo como objetivo general: Evaluar la calidad del servicio a través de la mejora de la comunicación con los proveedores de servicios a ECASA, y entre sus objetivos

específicos presenta: Fundamentar la concepción teórica acerca de los sistemas de gestión de calidad, Definir acciones para el perfeccionamiento del SGC a través de una correcta comunicación. La investigación aporta la base teórica-metodología y el instrumental para la mejora de la comunicación y las relaciones beneficiosas con los proveedores que contribuya al perfeccionamiento de la gestión de la calidad. Y entre sus conclusiones presenta: Los beneficios que reporta el mejoramiento de la gestión de calidad se refleja en el desarrollo de las empresas, del producto y de los servicios para el cliente, beneficiando también al personal empleado, estabilidad económica y el nivel de vida. Además, la revisión de la comunicación es un procedimiento de investigación que evalúa la eficacia de los sistemas de comunicación organizacional basándose en un conjunto de normas.

Gonzales (2016) en su proyecto de investigación titulada “Propuesta de un Modelo de un Sistema de Gestión de Calidad, basado en la Norma ISO 9001- 2008 en el Hotel HM Internacional”, Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil, Ecuador. En el presente trabajo se tuvo como objetivo. Realizar un diagnóstico de las condiciones actuales del Hotel HM Internacional que determinen la necesidad de un Sistema de Gestión de Calidad, Proponer un modelo de un sistema de Gestión de Calidad, para el Hotel HM Internacional, en la presente investigación se utilizó la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, y diseño no experimental; y se concluyó que: Al realizar el diagnóstico de las condiciones actuales del Hotel llevadas a cabo a través de entrevistas al personal, se determinó que no cuenta con funciones y responsabilidades definidas lo que ocasiona que el personal no esté alineado a los objetivos de la empresa, y que exista una gestión parcialmente coordinada dentro de la Organización. Además, al

efectuar un análisis comparativo entre las cláusulas de la norma y las condiciones actuales del Hotel se identificó un incumplimiento de los procedimientos exigidos por la norma así como la elaboración del Manual de calidad.

Mallqui (2017) en su trabajo de investigación titulado Caracterización de la Gestión de Calidad y Formalización de las Mypes, Sector Comercial. Rubro pollerías en la Provincia de Leoncio Prado – Tingo María, período 2017. Trabajo para optar el título profesional de Licenciado en Administración, cuyo objetivo general es determinar las principales características de gestión de calidad y formalización que aplican las pollerías de la Provincia de Leoncio Prado, Tingo María - período 2017. El tipo de metodología utilizada en la investigación fue cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, para el recojo de información se escogió en forma dirigida una muestra de 12 pollerías de una población de 25, a quienes se les aplicó un cuestionario de 17 interrogantes. Obteniéndose los siguientes resultados: El 50% de los Administradores de las empresas de pollerías en la ciudad de Tingo María respondieron que no tienen conocimiento sobre las normas ISO de certificación de calidad, esto se debe a que no se capacitan, solo piensan para corto plazo y no para largo plazo, en lo que viene a ser formalización indicaron el 100% si cumplen con las formalizaciones que exige la ley. Llegando a los siguientes resultados en cuanto a la atención al cliente el 100% afirman que siempre capacitan a su personal para que puedan atender de manera eficiente al público y no tener ningún reclamo de parte de ellos, el 75% de los representantes afirman que usan las TICS en la gestión empresarial. Finalmente, las conclusiones son: La mitad, de la muestra, de las pollerías encuestadas tienen poco conocimiento sobre las normas ISO de certificación de calidad y en lo que viene a ser formalización todas cumplen con las exigencias de la

ley, en cuanto al personal todos se capacitan frecuentemente los cuales varían entre quincenal, mensual y semestral, para que puedan atender de manera eficiente y ganar la confianza de parte los clientes.

Calla (2019) en su trabajo de investigación titulado Gestión de calidad de servicio al cliente en las pollerías del distrito de Quillabamba la convención departamento de Cusco - 2019, cuyo propósito fue describir la calidad del servicio al cliente en las pollerías del distrito de Quillabamba la Convención departamento de Cusco - 2019. Materiales y métodos: La investigación es de tipo descriptiva, nivel descriptivo, el diseño es no experimental, la muestra fue de 200 clientes que acuden a las pollerías del distrito de Quillabamba, se utilizó la técnica de la encuesta, como instrumento el cuestionario Servperf el cual contiene 22 preguntas. Resultados: La calidad de servicio al cliente es 26.50% de insatisfechos en las pollerías del distrito de Quillabamba, de igual manera el 38.50% de clientes estuvieron insatisfechos en cuestión de los aspectos tangibles, así mismo el 28.50% de clientes respondieron que fueron indiferente con la gestión de calidad en la dimensión fiabilidad de servicio al cliente en las pollerías, sin embargo podemos mencionar que un 38% de cliente estuvieron muy insatisfecho con la gestión de calidad en la capacidad de respuesta de servicio al cliente en las pollerías de Quillabamba, también existe un 32.50% de clientes estuvieron muy insatisfecho en la gestión de calidad en la dimensión seguridad de servicio al cliente en las pollerías, así mismo 32% de clientes estuvieron muy insatisfechos de acuerdo a la empatía. Conclusión: La calidad de servicio al cliente es insatisfechos en las pollerías del distrito de Quillabamba la convención departamento de cusco.

Balladares (2017) en su investigación titulada, Caracterización de la gestión de calidad y capacitación de las mypes el sector servicio en el distrito de Tumbes, 2017, cuyo problema general es ¿Cómo se caracteriza la gestión de calidad y capacitación en las mypes el sector servicio en el distrito de Tumbes, 2017?, tuvo como objetivo general: Determinar la caracterización de la gestión de calidad y capacitación en las mypes el sector servicio en el distrito de Tumbes, 2017. El tipo de investigación del trabajo es Descriptivo, su nivel es cuantitativo y el diseño es no experimental de corte transversal; para este trabajo se usó una población de 15 Hospedajes, a quienes se les aplicó el cuestionario usando la encuesta como técnica. En donde se concluye que las ventajas de la capacitación en las MYPES del rubro, se ha encontrado que la mayoría de trabajadores no se identifica con la empresa; sin embargo, la mayoría de ellos han señalado que la empresa cumple con capacitarlos y muchos señalan que pueden tomar sus propias decisiones en el trabajo, aunque también consideran que no pueden desarrollar el máximo de sus habilidades.

Chuyes (2018) en su investigación titulada Caracterización de la gestión de calidad y capacitación de las MYPE rubro hamburgueserías en Urb. Piura - Piura, año 2018, tuvo como objetivo general Conocer la Gestión de calidad y la capacitación en las MYPE rubro hamburgueserías en Urb. Piura - Piura, año 2018. Se empleó la metodología de investigación tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal. Asimismo, se planificó recabar información de naturaleza cuantitativa. Las unidades económicas en estudio son hamburgueserías; es decir 09 propietarios y 26 trabajadores, se diseñó un instrumento de recojo de información que fue validado por expertos, realizando 12 preguntas para la variable capacitación y 13 gestión de calidad, un total de 25 preguntas. Se llegó a concluir

respecto a gestión de calidad que existe un bajo cumplimiento de los principios ya que la mayoría de los trabajadores no ejecutan sus funciones dentro de la MYPE, y esto se debe a que desconocen y no cumplen con las normas ISO 9001:2015, y referente a la capacitación, que la mayoría de los trabajadores tienen presente el beneficio que brinda capacitarse y forma parte de su desarrollo laboral, pero la mayoría toman este método para lograr ascensos y obtener mejoras futuras.

Carrillo (2017) en su trabajo de investigación titulada Caracterización de la gestión de calidad y servicio al cliente en las MYPE, rubro restaurants del centro de Paita – Piura, año 2017, se estableció como objetivo principal: Determinar las características de la gestión de calidad y servicio al cliente en las MYPE, rubro restaurants del centro de Paita – Piura, año 2017. La metodología aplicada fue de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental, transversal. Para la variable Gestión de calidad se tuvo una población finita, de 4 MYPE del rubro restaurantes, teniendo así un total de 4 propietarios, 35 trabajadores; mientras que para la variable Servicio al cliente, la población fue infinita y se tuvo como muestra un total de 89 clientes. Para la recolección de datos, la técnica empleada fue la encuesta y como instrumento el cuestionario, el cual estuvo conformado por preguntas cerradas, validadas por expertos y con el fin de obtener información precisa acerca de las variables en estudio. En donde en los resultados referentes a la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes, indicaron que el 100% de encuestados señala la calidad del producto como uno de los beneficios de gestionar la calidad, por otro lado, el 75% de encuestados opina que es importante la gestión de calidad porque permite la innovación en la cocina. Con respecto al servicio al cliente se obtuvieron resultados del 100% de encuestados, que determinan al trabajo en equipo como el principal factor

del servicio al cliente, así mismo el 89% dice es importante aplicar estrategias para medir la satisfacción en cuanto a la atención al público.

Montalbán (2018) en su investigación titulada caracterización de gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro restaurantes del AA.HH. almirante miguel Grau Piura año 2018 tuvo como objetivo general, analizar las características de la Gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro Restaurantes AA.HH Almirante miguel Grau -Piura, año, se aplicó la metodología descriptiva y en la cual se diseñó un cuestionario de 29 preguntas, que se realizó a cuatro microempresas, obteniendo los siguientes resultados: Respecto a gestión de calidad: Los propietarios manifiestan que el 60% de su MYPE cuenta con una mejora de un grado de satisfacción con el servicio para los clientes y el 40.% creen que el restaurante aún no cuenta con mejora de grado de satisfacción con su servicio. Respecto a la competitividad: Los clientes manifiestan: el 50 % de los restaurantes aún le falta cumplir las necesidades que tiene cada cliente y de realizar evaluaciones para su personal de trabajo en cuanto la atención. Asimismo el 50% de los clientes encuestados afirman que con el tiempo los restaurantes Han ido mejorando en su atención, obteniendo mejores resultados.

Gallo (2017) su tesis tiene como título Caracterización de la Gestión de Calidad con el uso del Marketing en el restaurante Perla del Chira, del distrito de Marcavelica, provincia de Sullana, año 2017, se planteó como pregunta de investigación ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso del Marketing del restaurante Perla del Chira, del distrito de Marcavelica? Teniendo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad con uso del marketing del restaurante Perla del Chira, del distrito de Marcavelica, provincia Sullana, año 2017. La investigación fue descriptiva – no

experimental, se toma como referencia el restaurante Perla del Chira. La muestra estuvo conformada por 96 de sus clientes, obteniendo el 57% considera que recibe una buena atención y el 97% considera que el restaurante siempre es fácilmente identificable por su logo, colores o eslogan. En conclusión, El restaurante Perla Del Chira se orienta hacia una cultura de buena atención, utilizando los procedimientos adecuados para la preparación de los potajes, además de ello se determinó que el proceso para la atención al cliente es el adecuado, se identificaron beneficios como la satisfacción y comodidad al cliente, además la confianza de los clientes con respecto a las medidas de salubridad e higiene que utiliza el Restaurante, siendo el “ceviche a la maracuyá su platillo bandera. Y por último se determinó que no se usa la mezcla del Marketing.

Jaramillo (2018) en la investigación titulado La Gestión de Calidad y el uso del Marketing en la Micro y Pequeñas empresas del rubro pollerías del Distrito de Sullana, año 2018, tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad y el uso del Marketing en la Micro y Pequeñas empresas del rubro pollerías del Distrito de Sullana, año 2018. La metodología de la investigación fue de tipo descriptiva – No Experimental – Cuantitativa, la población estuvo conformada por 68 clientes de las Pollerías del Distrito de Sullana, a quienes se les aplico un cuestionario utilizando la técnica de la encuesta donde dicho cuestionario estuvo formulado por los objetivos de la investigación. Los principales resultados de la Gestión de Calidad fueron: El 66% manifestaron que la pollería siempre se esfuerza en sobrepasar sus expectativas y el 88% mencionó que siempre las pollerías logran brindar un buen servicio de calidad. Respecto al Marketing: El 59% manifestaron que siempre visualiza que el personal de las pollerías utiliza estrategias para atraer más

clientes, el 59% mencionó que siempre reciben publicidad sobre las pollerías en el periódico. Llegando a las siguientes conclusiones: que las pollerías siempre se esfuerzan en sobrepasar las expectativas de sus clientas y esto conlleva a que estos confíen en la calidad del servicio que les brindan, las pollerías del Distrito de Sullana siempre evalúan su entorno para aplicar estrategias de modo tal que los clientes visualizan que el personal las utiliza para atraer a muchos más clientes a sus pollerías.

Mientras tanto Yacila (2018) en su tesis titulada titulada Características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente del Comercial Ortiz del distrito de Sullana, año 2018, tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente del comercial Ortiz del Distrito de Sullana, año 2018. El tipo de investigación fue no experimental transversal- descriptivo- cuantitativo. La población para el estudio estuvo conformada por 20 individuos para la variable Gestión de Calidad y 121 para la variable atención al cliente, quienes se les aplicó un cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta. Dando con los principales resultados sobre la Calidad, cuales fueron: el 45% señalaron que cumple las expectativas del cliente, el 40% señalaron que usan motivación al personal, el 40% señalaron que están satisfechos por los resultados obtenidos, el 41% señalaron que los clientes establecen preguntas respecto al producto, el 37% señalaron que recurren a empresas de prestigio, el 41% señalaron que los clientes fieles reclaman un buen servicio, el 50% señalaron que los clientes tienen buen trato al personal, el 38% señalaron que los clientes reclaman para que los atiendan, el 42% señalaron que están de acuerdo en recibir más información, el 50% señalaron que los clientes recurren empresas de más confianza, el 38% señalaron que los clientes utilizan un lenguaje adecuado. En conclusión, las

empresas hoy en día están preocupándose por ofrecer productos y servicios de calidad, también una adecuada atención para los clientes.

2.1.2. Atención al cliente

Sánchez (2017) en su tesis titulada Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa. Universidad Rafael Landívar. España. La presente tuvo objetivo general: Evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán, y entre sus objetivos específicos tenemos: Determinar la brecha de insatisfacción de los 16 clientes, según la diferencia entre las expectativas y percepciones. El tipo de investigación es descriptivo, el sujeto de estudio para la investigación fueron los clientes, colaboradores, y directivos del Restaurante Pizza Burger Diner Gualán, se utilizó el cuestionario. Y se concluyó: Según la evaluación realizada, el Índice de Calidad del Servicio -ICS-en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán es de -0.18, lo que indica que existe insatisfacción en los clientes por el servicio recibido. Además, Se determinó que la brecha de insatisfacción promedio es de -0.17. En la cual la dimensión o variable con mayor insatisfacción corresponde a elementos tangibles (-0.22), seguida por capacidad de respuesta (-0.21), empatía (-0.16), fiabilidad (-0.14) y confiabilidad (-0.13). Estos valores indican que en ninguna de las cinco variables o dimensiones se superan las expectativas de los clientes, por lo que se recomienda evaluar la calidad del servicio a domicilio, que al iniciar con las acciones propuestas para mejorar la calidad del servicio, se le de prioridad a las dimensiones que presentan las mayores brechas de insatisfacción, que en este caso son los elementos tangible.

Armendáriz (2016) En su tesis titulada Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca beach, Azuca bistro y Q Restaurant, y sugerencias de mejora, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. La investigación es de tipo descriptivo, tuvo como objetivo general: Analizar la calidad del servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejora en los mismos. Por lo tanto se concluyó: Se ha demostrado la importancia del servicio al cliente en todo tipo de organización, ya que esto conlleva a grandes beneficios para la empresa, como la ventaja competitiva dentro del mercado; Asimismo, la mayor fortaleza de los tres establecimientos es el ambiente y la limpieza del lugar, la decoración, y el tipo de música de cada uno de los restaurantes influyen en el ambiente, mientras que las debilidades detectadas fueron: la amabilidad del personal, la presentación y elaboración de bebidas y la rapidez del servicio, las que pueden ser mejoradas a través de las propuestas de mejora, ya que permitirá una buena calidad en el servicio de atención.

Figuroa (2015) En su tesis de investigación titulada Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos, de la Universidad Rafael Landívar, Guatemala, el presente trabajo tuvo como objetivo general: Identificar cómo es la atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, entre los objetivos específicos destacamos: Evaluar la satisfacción del usuario de los servicios públicos brindados en las oficinas de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, es de metodología descriptiva, se utilizó la técnica de la encuesta, y se obtuvo como conclusiones: La atención al cliente en la municipalidad antes mencionada carece de lineamientos estratégicos que orientan la conducta, aptitud y actitud de los colaboradores, no se cuenta con la adecuada ambientación de la

infraestructura que fortalezca la calidad de los servicios prestados, para incrementar la satisfacción de los usuarios. El usuario no se siente satisfecho, debido a la variabilidad de los colaboradores al momento de ser atendidos en relación a la orientación, cortesía, amabilidad, y la deficiente ambientación de las instalaciones.

Pérez & Villalobos (2016) En su trabajo de investigación titulado Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa chifa-POLLERIA Mi Triunfo Chiclayo, trabajo realizado para optar el grado de licenciatura cuyo objetivo general es determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa chifa-POLLERÍA Mi Triunfo – Chiclayo, la investigación aplicada será correlacional descriptivo y el tipo de diseño es no experimental - transversal, la población es 2000 clientes, del Chifa - Pollería Mi Triunfo - Chiclayo de los cuales se tomó una muestra y se realizó una encuesta, con una muestra de 132 elementos. Obteniendo como resultado que el 70,5% de los clientes encuestados están desacuerdo con el equipamiento de aspecto moderno del establecimiento; El 64,4% de los clientes están desacuerdo en que cuando la empresa promete hacer algo en una fecha determinada, no lo cumple; el 9,8% de los clientes se muestran son indiferentes en solucionar el problema presentado; mientras que 28,0% de los clientes están de acuerdo porque muestran interés sincero por solucionarlo. Llegando a la conclusión que el Chifa POLLERIA Mi triunfo actualmente no brinda una buena atención ni cuenta con calidad de servicio. Sin embargo, puede mejorar la prestación de su servicio para adelantarse a los requerimientos y así superar las expectativas del cliente, mientras la empresa ofrezca un mejor servicio los ingresos aumentará mejorando sus resultados económicos.

Flores (2019) La investigación tuvo como objetivo general, Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, distrito de Huarmey, 2019. La investigación fue de diseño no experimental – transversal- descriptiva, para el recojo de la información se tomó una población muestral de 7 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados. El 57.14% tienen entre 18 a 30 años de edad. El 57.14% son de género femenino. El 42.86% tienen grado de instrucción no universitario. El 71.43% tienen entre 4 a 6 años. El 100.00% d tienen entre 1 a 5 trabajadores. El 71.43% si conocen el termino gestión de calidad. El 71.43% expresa que el personal muestra poca iniciativa en la implementación de la gestión de calidad. El 71.43% aplican la atención al cliente. El 57.14% de los representantes utilizan la confianza como herramienta de atención al cliente. El 57.14% expresan que el factor de calidad de servicio es la rapidez en la atención. El 85.71% manifiestan que la atención que brindan es buena. El 57.14% han logrado como resultados mejorar la satisfacción del cliente. Se concluye que la mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican la atención al cliente, en este sentido utilizan la confianza y la rapidez en el servicio para lograr la satisfacción de los clientes.

Estrada (2016) en su investigación titulada Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing y el posicionamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, ciudad de Santa, 2016, tuvo por objetivo general determinar la influencia de la Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en el posicionamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro

pollerías, Ciudad de Santa, 2016. Para realizar la investigación se utilizó el método inductivo- deductivo, de tipo correlacional, de nivel aplicativo, de diseño no experimental/ transversal, se utilizó una muestra de 263 clientes de una población de 20,532 a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 33 preguntas: 31 preguntas dirigidas a los clientes y 2 sobre el nivel de Gestión de Calidad bajo el enfoque del marketing y sobre el nivel del posicionamiento respectivamente que logró una confiabilidad Alfa de Cronbach de 0.972 a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: Respecto a la Gestión de Calidad y Marketing: El 57,4% de los clientes está parcialmente de acuerdo en que la Gestión de la empresa está direccionada a la calidad. El 78,7% está totalmente de acuerdo en que una buena gestión debe estar enfocado a satisfacer a los clientes. El 51% está parcialmente de acuerdo en que estar bien organizados hará que elija a esta empresa a la hora de comprar. El 91,6% conoció a la pollería por recomendaciones de familia, amigos o contactos. El 41,8 % está parcialmente de acuerdo que la pollería está atenta a los gustos y preferencias de sus clientes. El 64,6% está totalmente de acuerdo que sorteen premios para incentivar su consumo. El 51% está parcialmente de acuerdo que el precio es acorde con el servicio brindado. Respecto al Posicionamiento: El 77,6% está totalmente de acuerdo que el pollo a la brasa que vende esta pollería es más sabroso que de cualquier otra. El 70% menciona que espera para ser atendido. El 62,3% está totalmente de acuerdo que se diferencia por el sabor, precio y atención. El 60,1% menciona que las razones por las cuales acude a esta pollería porque preparan el mejor pollo. El 32,3% recuerda en estos momentos a la pollería El Milagro. Finalmente la investigación concluyó que la Gestión de Calidad bajo el enfoque del Marketing

influye significativamente en el Posicionamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro pollerías, Ciudad de Santa, 2016.

Medina (2018) En su trabajo de investigación titulado Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del distrito de vice-Sechura, trabajo Para optar el título de licenciada en administración, cuyo objetivo es Conocer qué características tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollería distrito de vice- Sechura. La investigación fue tipo no experimental – descriptiva – cuantitativa, para el recojo de información se tomaron 3 MYPE del sector servicio rubro pollerías ubicadas en el distrito de Vice-Sechura por lo tanto es una población finita, utilizando la técnica de aplicar un cuestionario estructurado a las MYPES anteriores mencionadas. Obteniéndose como resultados que el 75% de las MYPE trabajan con gestión de calidad y el 25% desconoce a qué se refiere esta variable, así mismo el 80% creen que la atención al cliente tiene mucho que ver con una buena gestión de calidad y el 20% dicen que gestión de calidad y atención al cliente casi es lo mismo por lo que no cuentan con información de calidad o lo que verdaderamente se refiere gestión de calidad, llegando a la conclusión que en el distrito de Vice-Sechura en el rubro de pollerías la caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente es buena por lo que las MYPES presentan buena acogida ante los clientes así mismo utilizan volantes para llamar al consumidor a visitar sus empresas.

Adriazen (2017) La presente investigación titulada “Caracterización de la competitividad y atención al cliente de las MYPE, rubro pollerías en la Urb. Ignacio Merino I y II etapa – Piura, año 2017”, estableció como objetivo determinar las características de la competitividad y atención al cliente de las MYPE, rubropollerías

en la Urb. Ignacio Merino I y II etapa – Piura, año 2017. Se utilizó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal, siendo los resultados agrupados según las variables en estudio, basado en una muestra de 384 personas, las cuales se distribuyeron un aproximado de 64 encuestas por pollería aplicando un cuestionario de 32 preguntas cerrada, las mismas que fueron validadas por expertos, asimismo se determinó con respecto a la competitividad que resalta la infraestructura y calidad del servicio, según la atención al cliente se puede afirmar que las características que presenta son: una deficiencia en la atención y la resolución de dudas o consultas, por lo que la fidelidad de la cual no cuentan las pollerías, los dueños necesitaran plantearse como saber que necesitan los clientes, porque hay un sector que piensa que no ha mejorado en lo absoluto para aumentar su participación en el mercado.

Santos (2018) investigación titulada “Caracterización de la competitividad y servicio al cliente en las MYPE comerciales rubro restaurantes del distrito de Huarmaca – Huancabamba - Piura año 2018, presenta como objetivo general: Determinar las características de la competitividad y el servicio al cliente en las MYPE comerciales rubro restaurantes del distrito de Huarmaca – Huancabamba – Piura año 2018. Se utilizó una metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Se contó con 04 MYPE del rubro restaurantes, se contó con una muestra de 68 clientes para ambas variables empleando la técnica de la encuesta y un cuestionario como instrumento estructurado y validado por expertos. Dentro de las principales conclusiones se determinó en lo que respecta a ventajas competitivas, el 93% de los encuestados considera que las MYPE cuentan con una mano de obra calificada donde se conoció que las MYPE cuentan con recursos

humanos para operar en el negocio. Asimismo, respecto a las estrategias genéricas se determinó que el 100% de los encuestados se logró identificar que las MYPE cuentan con precios accesibles frente a los productos que ofrecen. Por otro lado, respecto a la calidad de servicio, se identificó que el 93% de los encuestados considera que las MYPE cuentan con precios accesibles en relación a los productos que ofrecen. Respecto a las dimensiones se determinó que el 100% de los encuestados los trabajadores que laboran en las MYPE tienen empatía con los clientes lo cual permite que se brinde una buena atención al cliente

Fernández (2017) En su el trabajo de investigación titulado: “Características de la gestión de calidad y atención al cliente del restaurante el Leñador y algo más del distrito de Sullana, año 2017”. Tesis que se realizó para optar el título profesional de licenciada en administración, tuvo como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente del restaurante el Leñador y algo más del distrito de Sullana, año 2017. El tipo de investigación fue no experimental-transversal-descriptivo-cuantitativo. La primera población para la variable gestión de calidad está conformada por 5 trabajadores, siendo la muestra. La segunda población para la variable atención al cliente se considera infinita, la cual está conformada por los clientes del restaurante, siendo la muestra 68; a quienes se les aplicó un cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta. Los principales resultados de la gestión de calidad fueron: El 100% de los trabajadores manifestó que la empresa cuenta con políticas de calidad establecidas y el 100% de los trabajadores señalo que la empresa motiva a su personal. Respecto a la atención al cliente: El 57% de los clientes señalo que la mayoría de veces se le agradece por su visita, el 69% señalo que a veces la atención del servicio es rápida, el 49% señalo que la mayoría

de veces la actitud del personal es amable, cortés y agradable. Llegando a las siguientes conclusiones que el restaurante “El Leñador y algo más” cuenta con políticas de calidad establecidas y la percepción para la mayor parte de los clientes del restaurante es regular.

Nole (2018) en su investigación titulada Características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente del Comercial Ortiz del distrito de Sullana, año 2018 tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente del comercial Ortiz del Distrito de Sullana, año 2018. El tipo de investigación fue no experimental transversal- descriptivo- cuantitativo. La población para el estudio estuvo conformada por 20 individuos para la variable Gestión de Calidad y 121 para la variable atención al cliente, quienes se les aplicó un cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta. Dando con los principales resultados sobre la Calidad, cuales fueron: el 45% señalaron que cumple las expectativas del cliente, el 40% señalaron que usan motivación al personal, el 40% señalaron que están satisfechos por los resultados obtenidos, el 41% señalaron que los clientes establecen preguntas respecto al producto, el 37% señalaron que recurren a empresas de prestigio, el 41% señalaron que los clientes fieles reclaman un buen servicio, el 50% señalaron que los clientes tienen buen trato al personal, el 38% señalaron que los clientes reclaman para que los atiendan, el 42% señalaron que están de acuerdo en recibir más información, el 50% señalaron que los clientes recurren empresas de más confianza, el 38% señalaron que los clientes utilizan un lenguaje adecuado. En conclusión, las empresas hoy en día están preocupándose por ofrecer productos y servicios de calidad, también una adecuada atención para los clientes.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Gestión de calidad

2.2.1.1. Definición de gestión de calidad

Según Juran (1986) la calidad consta de dos conceptos distintos pero tienen una relación entre sí, lo cual es indispensable para planificar una buena calidad y una estrategia empresarial. La calidad orienta al ingreso, lo cual las condiciones del producto logren satisfacer lo que el consumidor requiera, es por ello que producen ingresos y en general cuesta más. Si consta de ausencia de deficiencias y fallas habrá una mejor calidad que en general cuesta menos.

Duran (1992) define “Gestión de calidad el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad, incorporándolo por tanto al proceso de gestión, que es como traducimos el término inglés management, que alude a dirección, gobierno, y coordinación de actividades” (p. 5).

2.2.1.2. Principios de la gestión de calidad

Raffino (2020) dice que para cumplir con sus objetivos de manera exitosa se deben destacar los principios de la gestión de calidad los cuales tienen como finalidad orientar y dirigir a la organización, a tener en cuenta los siguientes:

Importancia del cliente

Las empresas dependen de los consumidores, es así que deben comprender sus necesidades en la actualidad y futuras, para que así puedan lograr satisfacer sus necesidades y expectativas como lo requieren, estas necesidades son dinámicas ya que van cambiando a largo tiempo, siendo más exigentes.

Participación del personal

El personal debe ofrecer todo su compromiso para beneficiar a la empresa, motivar al personal es importante para que así le puedan poner empeño a sus actividades y buen trato hacia sus clientes.

Enfoque en base a procesos

Es el resultado que se esperó con eficiencia cuando las actividades y resultados logran gestionar. Este proceso permite que se realice un mejor control en los procesos y un desempeño mejor, para lograr obtener mejores resultados a parte del proceso también en los productos y servicios con una buena mejora de manera integral, así como también aporta un valor a la empresa.

Liderazgo

Si no hay liderazgo en una empresa, esta organización esta propensa a fracasar, debido a que no se le permite a las personas incentivarlas, para que así puedan ejercer sus labores de manera entusiasta por un mismo objetivo, es por ello que se debe seguir un patrón de ideas y toma de decisiones adecuadas para la organización inspirando a los empleadores a lograr la meta propuesta.

Capacitación continua de personal

“Permite a los empleados planear, mejorar y realizar de manera más eficiente sus actividades, en colaboración con los demás integrantes de la organización; por lo tanto, es relevante constituir un equipo de trabajo de alto rendimiento y realizar una labor profesional con los mejores estándares de calidad.” La importancia de la capacitación del personal (2020)

2.2.1.3. Enfoques de la gestión de calidad

Gómez (2015) afirma que para poner en práctica una buena gestión de calidad son fundamentales los siguientes enfoques:

Enfoques de calidad

Los enfoques de calidad fueron desarrollados dependiendo a las diferentes versiones de las normas. Al nivel mundial las tendencias sobre gestión se van desarrollando nuevos, lo cual se implementará como pieza fundamental en la gestión de calidad.

Enfoque Empresarial

En este enfoque partirá desde de las decisiones financieras que la empresa tome a través de la alta dirección su gestión de procesos y actividades que se desarrollen en la parte inferior.

Enfoque desde las áreas funcionales

Este enfoque permite a la organización ver el aporte de cada nivel sobre gestión de calidad, esto impacta en los niveles inferiores al definir aspectos relevantes en cuanto a la misión y visión, esto se ve reflejado en la política de calidad de la organización

Enfoque basado en procesos

Esto conlleva que los procesos sean interrelacionados y que interactúen, es por ello que constituye en una identificación y una gestión de manera sistemática interaccionen entre los procesos. Su objetivo es lograr mejorar la eficiencia y eficacia en la organización para así realizar la meta de lo que se planteó en el plan estratégicos, en este enfoque se mejora el desempeño gracias a que los procesos funcionan como un sistema.

2.2.1.4. Importancia

En el mundo empresarial es importante ya que garantiza la buena calidad del producto y servicios, implementar un sistema de gestión de calidad genera la capacidad de que el producto cumpla con las expectativas y rendimiento que los clientes requieren.

Ayuda en el mejoramiento del producto en cuanto a la duración, fiabilidad y rendimiento, estos productos elaborados se someten a diferentes pruebas para garantizar que está cumpliendo con sus características y promesas establecidas, es así que se asegura que el cliente quede satisfecho. Este programa permite también identificar las áreas para el mejoramiento de procesos internos, establece estándares de operación en todos los niveles y así la organización identifique las estrategias que desea implementar.

Atención al cliente

2.2.2.1. Cliente

El cliente es definido por Albrecht y Lawrence (1991) como la pieza fundamental en todo negocio. Es la persona la cual paga por recibir un producto o servicio a cambio, es por ello que las mismas empresas manejan sus productos, políticas y servicios para la satisfacción de sus necesidades.

Tarodo (2014) afirma que “atender al cliente y reconocer sus necesidades es fundamental para dar una buena imagen en la empresa” (p.162).

2.2.2.2. Factores

Concha (2013) hace mención que cada cliente es diferente lo cual requiere de diferentes factores para así lograr ofrecer un buen servicio y producto conforme a sus necesidades o demandas, son los siguientes:

Confiabilidad: Ganar la confianza del cliente es un factor importante en cuanto al servicio o producto que ofrece un negocio. Cumplir con lo prometido conforme a las características de buena calidad o servicio solicitadas por el cliente es la mejor forma de mantener al cliente satisfecho de que puede confiar en la empresa.

Actitud de Servicio: tener una buena actitud al momento de disipar alguna duda, consulta o emergencia hacia los clientes, hace que se sientan importantes para la empresa, es por ello que a veces muchas empresas pierden clientes ya que el personal los atiende de manera descortés. Este factor es el segundo más importante para nuestros clientes.

Empatía y atención personalizada: el cliente debe ser tratado con respeto al brindarle un servicio que necesita y en condiciones que desea para superar sus expectativas, esto hace que el cliente sienta que te pones en su lugar al comprender sus necesidades.

Personal competente y bien informado: contar con un buen personal capacitado con la información necesaria es fácil para ser comprendido por el cliente, es por ello que el empleador debe conocer los productos y servicios que ofrece la empresa para así percibir información suficientemente competente.

2.2.2.3. Fases

Inicio de contacto: es esta fase se hace el contacto con la persona que adquiere un servicio, esperando ser tratado con amabilidad y cortesía, la cual también esté dispuesta ayudarte.

Escucharte y obtener información: Consiste en conocer el problema y necesidad del cliente, lo cual debe percibir que su mensaje está siendo recibido de forma correcta para así adecuarse a ellas y satisfacerlas.

Resolución de problema: Abarca tener una conexión positiva con el cliente, para así lograr solucionar el problema o disipar alguna duda.

Finalización y despedida: en esta fase es necesario lograr dejar una acción positiva en el cliente, es por ello que se debe actuar con cortesía, amabilidad y satisfacción del cliente. Así evaluamos si el producto o servicio se está ofreciendo de manera adecuada.

Para Jiménez (2009) Para que el cliente pueda lograr quedar satisfecho, se debe ofrecer atención en el servicio de calidad, lo cual permita satisfacer sus necesidades. Esto podrá conllevar al cliente tener su lealtad hacia la empresa. Así mismo esta será mucho más competitiva dentro del mercado.

2.2.2.4. Importancia

El buen servicio al cliente debe estar presente en todos los aspectos del negocio en donde haya alguna interacción con el cliente, desde el saludo del personal de seguridad que está en la puerta del local.

El cliente representa el papel más importante en el tema de calidad, pues es quien demanda de la empresa los bienes y servicios que necesita y luego es quien valora los resultados. Se trata de la persona que recibe los productos o servicios en el

intento que hace la empresa de satisfacer sus necesidades y de cuya aceptación depende su permanencia en el mercado. (Torres, 2006, p.6)

Para lo cual es necesario capacitar y motivar permanentemente al personal para que brinde un buen servicio al cliente.

III. Hipótesis

Según Hernández y Mendoza (2018), las investigaciones descriptivas de acuerdo a su alcance no indican influencia o causalidad; por lo que no es necesario el planteamiento de hipótesis, en todo caso queda en criterio del autor(a) ya que simplemente se describe una realidad o contexto de una determinada problemática.

IV. Metodología

4.1 Nivel de investigación

La investigación se realizó de nivel descriptiva porque se estudió propiedades importantes de las comunidades o cualquier otro fenómeno. Según Ibarra (2011) la investigación descriptiva:

“Describe las situaciones y eventos, es decir la forma de cómo se manifiesta el problema. Esto busca precisar las participaciones de las personas, grupos, comunidades, o cualquier otro fenómeno que será sometido a un análisis”

Esta investigación determina la gestión de calidad y atención al cliente en la mype mi Mechita, rubro pollería, distrito Sullana, año 2019.

4.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación fue cuantitativo porque se utilizó el cuestionario y análisis que generan números los cuales se analizaron para ver si se aprobaba o rechazaba la relación entre las variables que están definidas, por ello es cuantitativo ya que este nivel se sustenta en tablas estadísticas.

La investigación es de tipo cuantitativo, representa un conjunto de pasos, lo cual se procederá de forma secuencial y ordenada sin omitir pasos. Así mismo se utilizará formulas estadísticas, de donde se extraerá las conclusiones. (Sampieri, 2014)

4.3 Diseño de la investigación

Esta investigación se realizó de diseño: No experimental- Transversal.

Fue no experimental, porque no se hizo maniobra a las variables como son gestión de calidad y atención al cliente, de tal manera que la información que se brindó, fue perteneciente a la realidad, de una forma auténtica y confiable.

Transversal, porque la investigación gestión de calidad y atención al cliente, en las mype mi Mechita, rubro pollería, distrito Sullana, año 2019. Se realizó en un determinado tiempo, en este sentido tuvo un inicio y su fin, determinadamente se desarrolló en el año, 2019.

4.4 Población y muestra

Población: El estudio que se realizó, estuvo conformado por un grupo de personas con características comunes que serán objeto de estudio. Es el conjunto de forma finito o infinito de componentes que cuentan con características comunes, así mismo serán extensas las conclusiones de la investigación. Esto queda definido por el problema y los objetivos de estudio. (Arias, 2006)

P1: Para la variable gestión de calidad la población fue finita.

P2: En tanto para la variable atención al cliente fue infinita.

Muestra: La muestra se puede clasificar en probabilística y no probabilística. La probabilística son aquellas en el que todos los miembros de la población tienen la misma opción de querer conformarla. “La no probabilística, es la elección de los miembros que dependerá de un criterio específico del investigador” (Castro, 2003). En

términos generales estas pueden ser: muestras aleatorias simple, muestra de azar sistemático, muestra estratificada por áreas.

M1: Para la variable gestión de calidad la muestra está conformada por los trabajadores.

M2: Para la variable atención al cliente, la muestra está conformada por los clientes de la pollería.

Para determinar la muestra se aplicó el uso de la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q}{e^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de muestra

Z = nivel de confianza (para 90% de confianza Z= 1.65)

P= Probabilidad de éxito (0.50)

Q= Probabilidad de fracaso (0.50)

e= Error permitido (10%)

$$\square = \frac{1.65^2(0.5) * (0.5)}{0.1^2} = 68 \text{ encuestas}$$

4.5 Definición y operacionalización de variables e indicadores

Matriz 1: Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIONES	SUB DIMESIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO
Gestión de Calidad	Principios	Importancia del cliente	Exigencias	¿La empresa preserva las exigencias del Cliente?	CUESTIONARIO
Duran (1992) define “Gestión de calidad el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad, incorporándolo por tanto al proceso de gestión			Requerimientos	¿Los trabajadores están pendientes de los requerimientos del cliente?	
		Participación del personal	Motivación	¿La empresa motiva a sus colaboradores constantemente?	
			Compromiso	¿Los trabajadores muestran compromiso en los programas de capacitación?	
		Enfoque basado en procesos	Resultado de mejora de calidad	¿La empresa logra con eficiencia buenos resultados en sus metas propuestas?	
		Liderazgo	Buena conducta	¿Los trabajadores muestran buena conducta en sus actividades asignadas?	
		Mejora continua	Horario de trabajo	¿Los trabajadores cumplen con el horario establecido por la empresa?	
			Desempeño	¿El personal muestra desempeño en aprender más para brindar para brindar una mejor atención al cliente?	
		Enfoques	Enfoque empresarial	Toma de decisiones	
Enfoque desde las áreas funcionales			Eficacia en el servicio	¿Las políticas de la empresa promueven la eficacia en su servicio?	

VARIABLE	DIMENSIONES	SUB DIMESIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO	
Atención al cliente	El cliente es definido por Albrecht y Lawrence (1991) como la pieza fundamental en todo negocio. Es la persona la cual paga por recibir un producto o servicio a cambio, es por ello que las mismas empresas manejan sus productos, políticas y servicios para la satisfacción de sus necesidades.	Confiabilidad	Integridad	¿Tiene confianza en la integridad de los trabajadores?	CUESTIONARIO	
			Buena calidad	¿La empresa muestra buena calidad en su atención?		
		Actitud de servicio	Buena actitud	¿Es atendido con buena actitud por parte de los trabajadores?		
		Atención personalizada	Empatía	¿El personal muestra empatía al brindarle su servicio?		
		Personal competente	Capacitación	¿Ud cree que el personal está bien capacitado al brindarle información de alguna duda?		
		Fases	Inicio de contacto	Conocimiento de Necesidades		¿La empresa ha realizado alguna encuesta para conocer sus necesidades?
			Obtención de información	Comprensión		¿Los trabajadores comprenden sus exigencias conforme al producto que ofrecen?
			Identificación de problemas	Solución de problemas		¿El personal lo ayuda a disipar alguna duda para solucionar un problema?
			Finalización y despedida	Eficacia		¿El servicio que se le ofrece es eficaz?
		Horario de trabajo		¿Los trabajadores cumplen con los horarios que establece la empresa?		

4.6 Técnicas e instrumentos

Técnicas:

En la opinión de Peñuelas (2008) la técnica son medios que se emplean para poder a través de ellos recolectar datos.

La técnica que se utilizó para el desarrollo de esta investigación fue la encuesta, de este modo se aplicó a trabajadores y clientes de la pollería “Mi Mechita” en el distrito Bellavista, año 2019.

Instrumento:

Se realizó un cuestionario conformado de 19 preguntas acerca de la variable gestión de calidad y variable atención al cliente en el rubro pollería en el distrito Bellavista, año 2019.

De esta manera el cuestionario comprende de 10 preguntas respecto a la variable gestión de calidad y 9 preguntas respecto a atención al cliente.

4.7 Plan de análisis

Un plan de análisis son técnicas que ayudan a responder incógnitas que se definirán antes de recoger los datos donde se utilizarán programas determinados como es el Excel, PDF y Word.

Mediante el Excel permitirá que los datos obtenidos de la encuesta se procesen estadísticamente, de este modo se presentaran mediante la tabulación, interpretación y gráficos estadísticos.

PDF (Portable Document Format): Se utilizará para presentar los avances y evaluación de la investigación frente al jurado.

Word: Este programa se utilizó generalmente en toda la investigación, ya que fue para el desarrollo y representación de la investigación.

4.8 Matriz de consistencia

Matriz 2: Matriz de consistencia

Título de la investigación	Enunciado general	Objetivos		Variables	Metodología
		General	Específicos		
Gestión de calidad y atención al cliente en la micro y pequeña empresa mi Mechita, rubro pollería, distrito de Sullana, año 2019	¿Cómo está determinada la gestión de calidad y Atención al cliente en la micro y pequeña empresa mi Mechita, rubro pollería, distrito Sullana, año 2019?	Determinar la gestión de calidad y atención al cliente en la mype mi Mechita, rubro pollería, distrito Sullana, año 2019.	a) Determinar los enfoques de gestión de calidad y atención al cliente en la mype mi Mechita, rubro pollería, distrito Sullana, año 2019	Gestión de calidad	Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño de la investigación No experimental Población: Finita Muestra: 10 trabajadores Técnica: Encuesta
			b) Analizar los principios de gestión de calidad en la mype mi Mechita, rubro pollería, distrito Sullana, año 2019.		
			c) Describir las fases del proceso de atención al cliente en la mype mi Mechita, rubro pollería, distrito Sullana, año 2019	Atención al cliente	
			d) Identificar los factores de atención al cliente en la mype mi Mechita, rubro pollería, distrito Sullana, año 2019.		

4.9 Principios éticos

Según el código de ética para la investigación versión 001 Uladech (2019). Los principios éticos son:

Protección a las personas. Se tendrá respeto hacia las personas que participen en nuestro estudio, comprendiendo, valorando sus intereses y necesidades, en este sentido tomar decisiones sin causar algún daño.

Consentimiento informado y expreso.- Esta investigación tendrá credibilidad y veracidad, ya que los datos recolectados son de la situación real, lo cual esto generará un beneficio para los encargados de esta empresa, a quien vamos acudir sin ningún interés alguno, porque la información que se brindará les permitirá que se puedan apoyar a los resultados y así se pueda solucionar la problemática.

Integridad científica: la integridad o rectitud deben regir no solo la actividad científica de un investigador, sino que deben extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional.

Confidencialidad: Lo que los encuestados presenten en la información encuestada será utilizada solo para esta investigación, de igual modo se dará total respaldo a las personas que brinden esta información

V. Resultados

5.1. Resultados

5.1.1. Variable gestión de calidad

Tabla 1: La empresa preserva las exigencias del cliente

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	10%
No	9	90%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores

Elaboración: Investigador

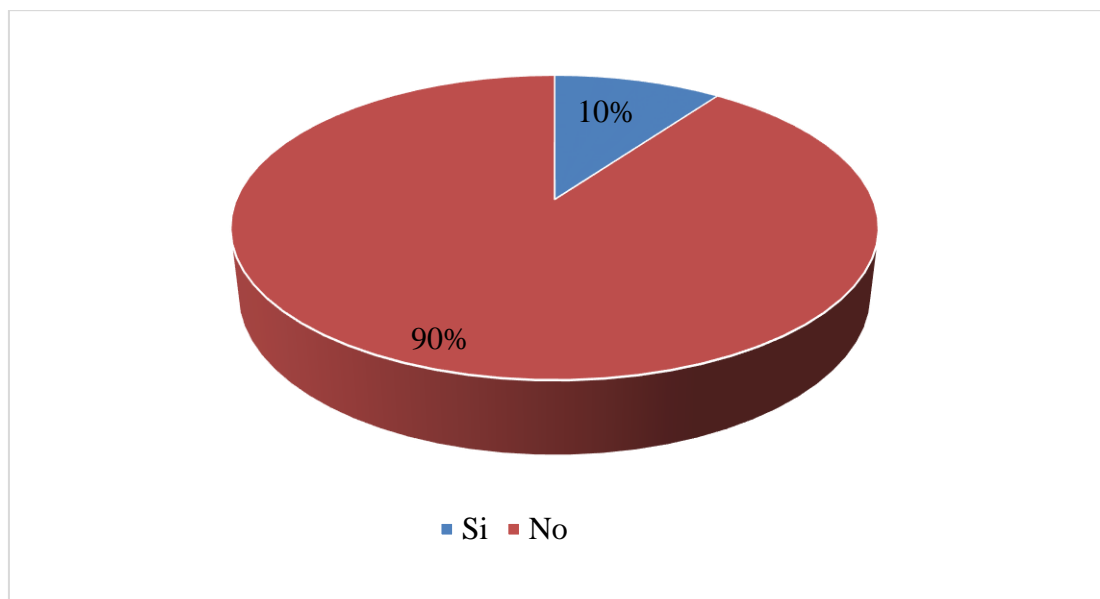


Figura 1: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre la empresa preserva las exigencias del cliente.

En la tabla 1 y figura 1, titulada “La empresa preserva las exigencias del cliente” se determinó que los trabajadores en un 10% si preserva las exigencias del cliente, mientras el 90% no.

Tabla 2: Los trabajadores están pendientes de los requerimientos del cliente

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	30%
No	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores

Elaboración: Investigador

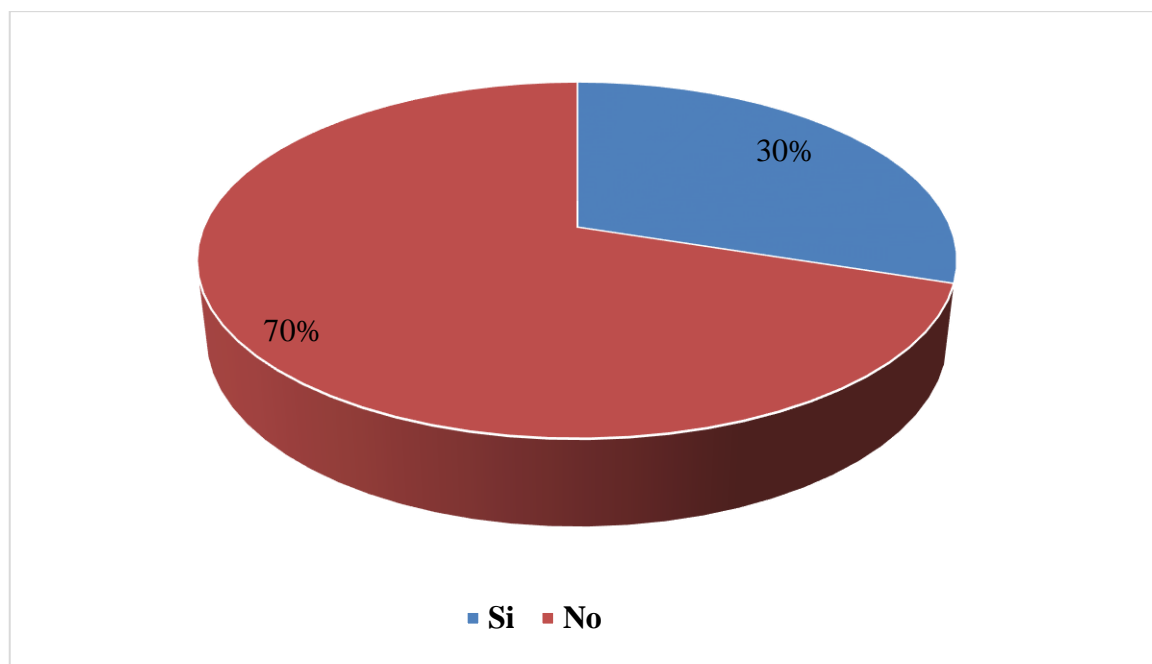


Figura 2: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre los trabajadores están pendientes de los requerimientos del cliente.

En la tabla 2 y figura 2, titulada “Los trabajadores están pendientes de los requerimientos del cliente” se determinó que los trabajadores en un 30% si están pendientes de los requerimientos del cliente, mientras el 70% respondieron que no están pendientes de los requerimientos del cliente.

Tabla 3: La empresa motiva a sus colaboradores constantemente

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	10	100%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores

Elaboración: Investigador

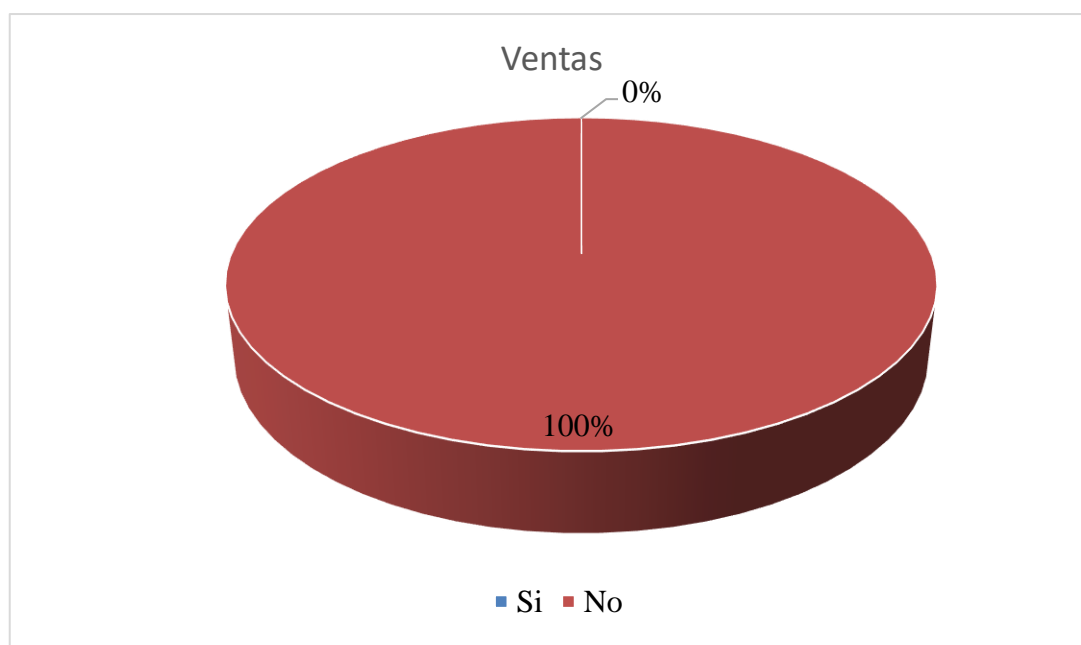


Figura 3: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre la empresa motiva constantemente a sus colaboradores.

En la tabla 3 y figura 3, titulada “La empresa motiva constantemente a sus colaboradores” se determinó que los trabajadores en un 100% respondieron que la empresa no motiva constantemente a sus colaboradores.

Tabla 4: Los trabajadores muestran compromiso en los programas de capacitación.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	50%
No	5	50%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores

Elaboración: Investigador

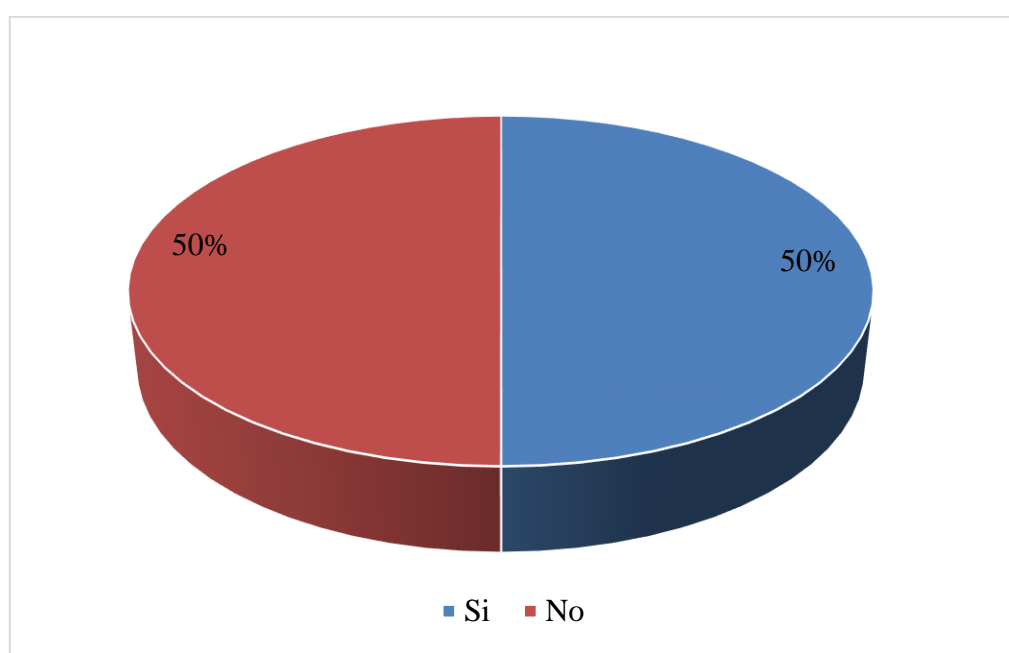


Figura 4: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre los trabajadores muestran compromiso en los programas de capacitación.

En la tabla 4 y figura 4, titulada “Los trabajadores muestran compromiso en los programas de capacitación” se determinó que los trabajadores en un 50% respondieron que si muestran compromiso en los programas de capacitación, mientras tanto el 50% respondieron que no.

Tabla 5: La empresa logra con eficiencia buenos resultados en sus metas propuestas.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	60%
No	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores

Elaboración: Investigador

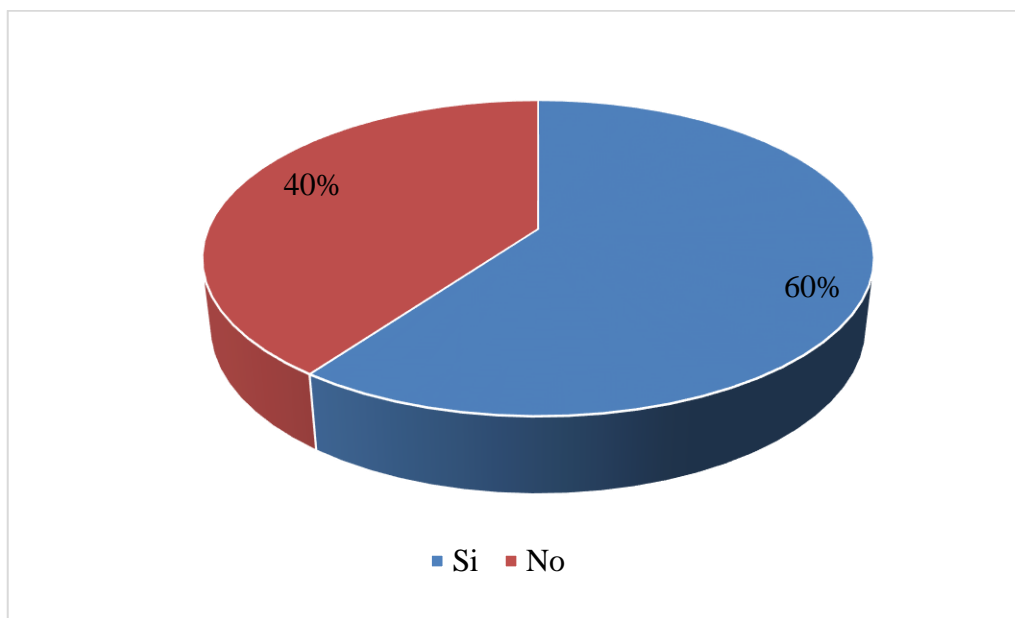


Figura 5: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre la empresa logra con eficiencia buenos resultados en sus metas propuestas.

En la tabla 5 y figura 5, titulada “La empresa logra con eficiencia buenos resultados en sus metas propuestas” se determinó que los trabajadores en un 60% respondieron que la empresa si logra con eficiencia buenos resultados en sus metas, mientras tanto el 40% respondieron que la empresa no logra con eficiencia buenos resultados en sus metas propuestas.

Tabla 6: Los trabajadores muestran buena conducta en sus actividades asignadas.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	50%
No	5	50%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores

Elaboración: Investigador

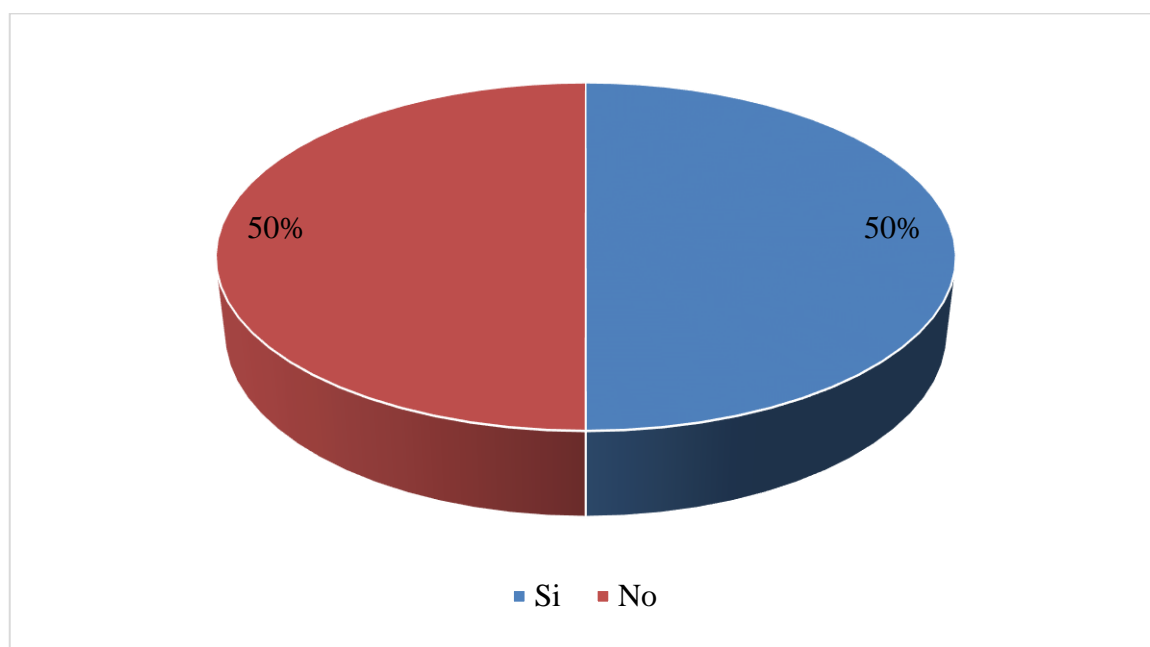


Figura 6: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre los trabajadores muestran buena conducta en sus actividades asignadas.

En la tabla 6 y figura 6, titulada “Los trabajadores muestran buena conducta en sus actividades asignadas” se determinó que los trabajadores en un 50% respondieron que si muestran buena conducta en sus actividades asignadas, mientras tanto el 50% respondieron que no muestran buena conducta en sus actividades asignadas.

Tabla 7: Los trabajadores cumplen con el horario asignado por la empresa.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores

Elaboración: Investigador

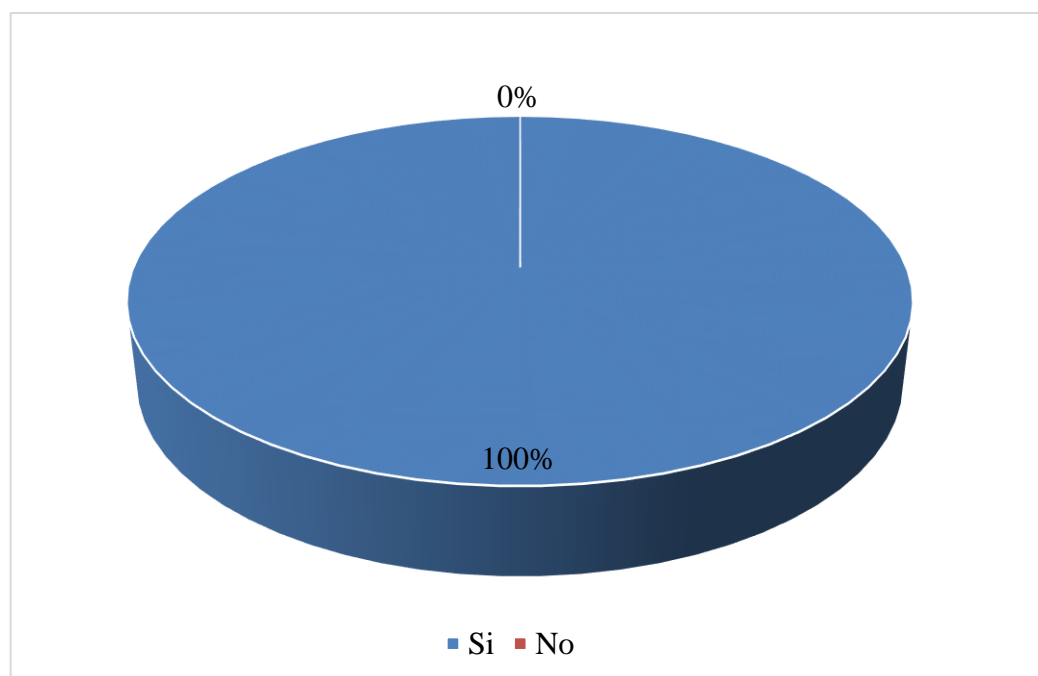


Figura 7: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre los trabajadores cumple con el horario asignado por la empresa.

En la tabla 7 y figura 7, titulada “Los trabajadores cumplen con el horario asignado por la empresa” se determinó que los trabajadores en un 100% respondieron que si cumplen con el horario asignado por la empresa.

Tabla 8: El personal muestra desempeño en aprender más para brindar una mejor atención al cliente.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	10	100%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores

Elaboración: Investigador

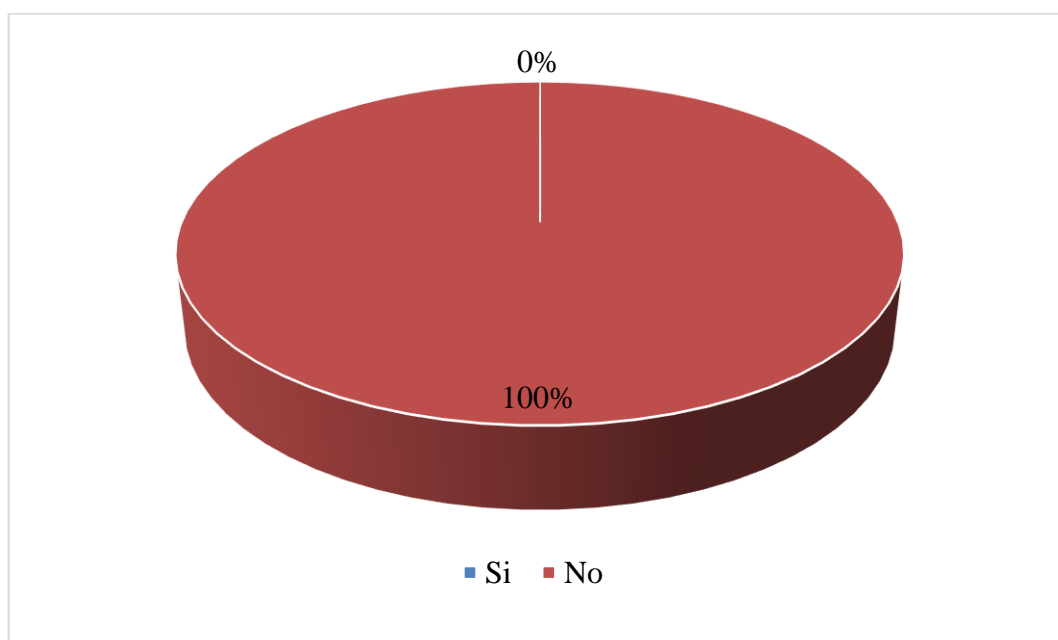


Figura 8: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre el personal muestra desempeño en aprender más para brindar una mejor atención al cliente.

En la tabla 8 y figura 8, titulada “El personal muestra desempeño en aprender más para brindar mejor atención al cliente” se determinó que los trabajadores en un 100% respondieron que no muestra desempeño en aprender más para brindar una mejor atención al cliente.

Tabla 9: Las decisiones que toma la empresa son conforme a sus metas propuestas.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	30%
No	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores

Elaboración: Investigador

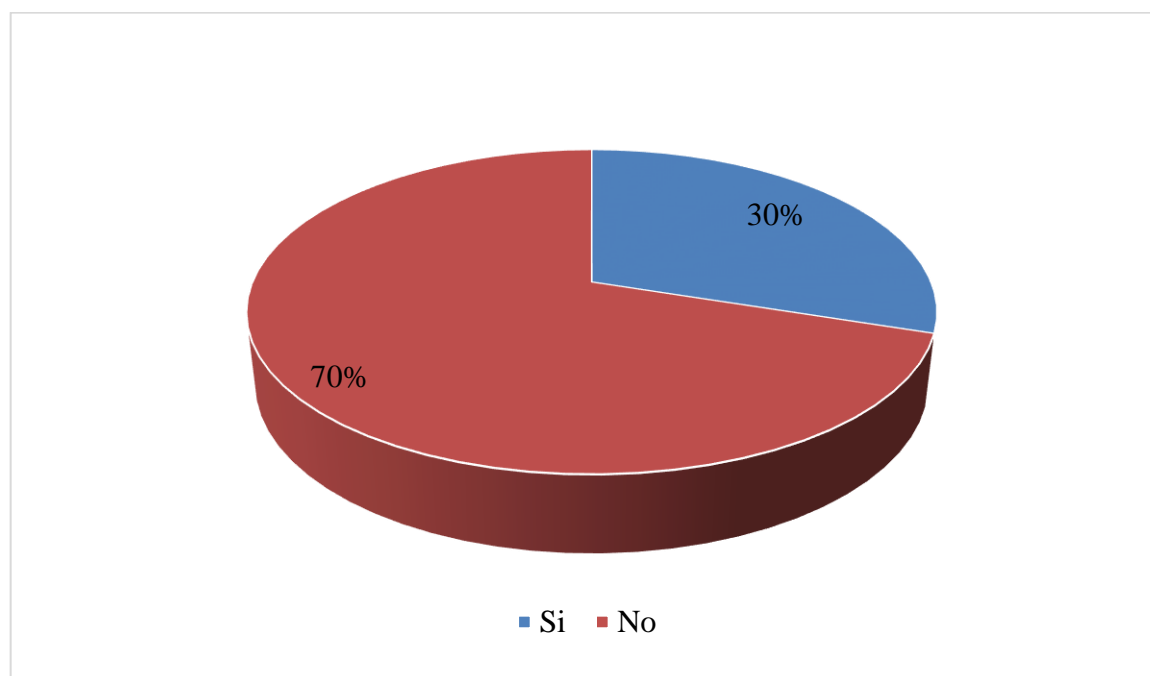


Figura 9: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre las decisiones que toma la empresa son conforme a sus metas propuestas.

En la tabla 9 y figura 9, titulada “Las decisiones que toma la empresa son conforme a sus metas propuestas” se determinó en cuanto a los trabajadores un 30% respondió que si toman las decisiones conforme a sus metas propuestas, mientras el 70% respondió que las decisiones que toma la empresa no son conforme a sus metas.

Tabla 10: Las políticas de la empresa promueve la eficacia en su servicio.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	30%
No	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores
Elaboración: Investigador

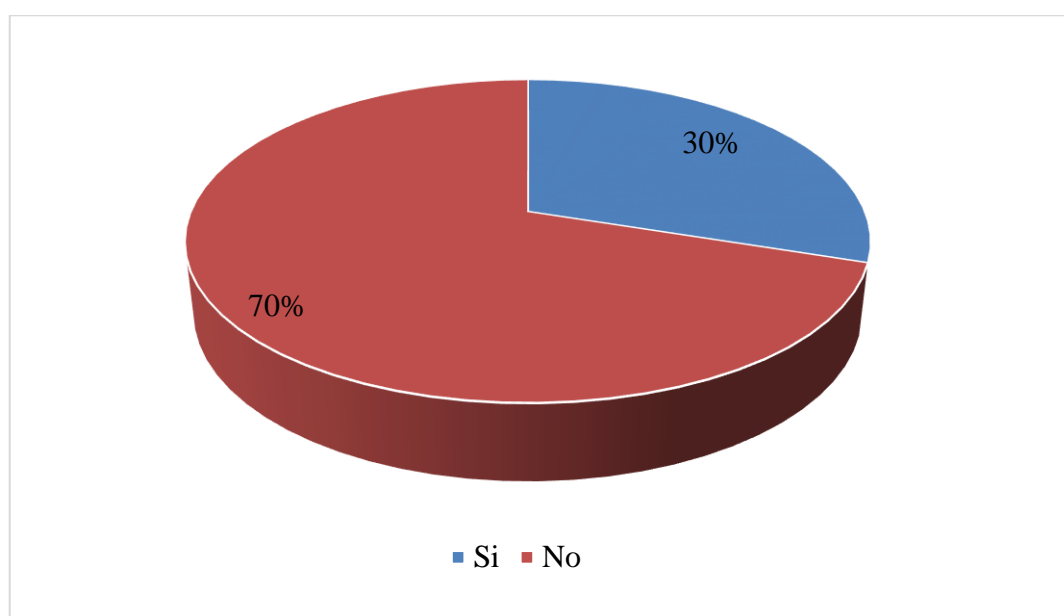


Figura 10: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los trabajadores sobre las políticas de la empresa promueve la eficacia en su servicio.

En la tabla 10 y figura 10, titulada “La empresa promueve la eficacia en su servicio” se determinó en cuanto a los trabajadores en un 90% respondió que las políticas si promueve la eficacia en su servicio, mientras el 10% respondió que la empresa no promueve la eficacia en su servicio.

5.1.2. Atención al cliente

Tabla 11: Tiene confianza en la integridad de los trabajadores.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	34	50%
No	34	50%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes

Elaboración: Investigador

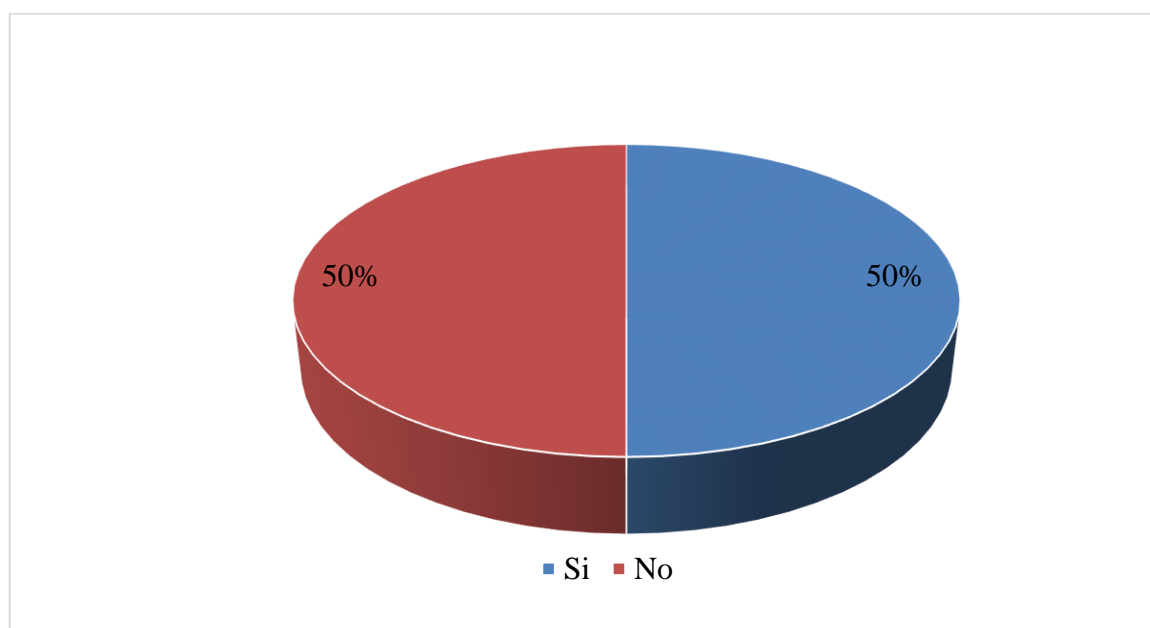


Figura 11: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los clientes sobre tiene confianza en la integridad de los trabajadores.

En la tabla 11 y figura 11, titulada “Tiene confianza en la integridad de los trabajadores” se determinó en cuanto a los clientes en un 50% respondieron que si tienen confianza en la integridad de los trabajadores, mientras el otro 50% respondió que no tiene confianza en la integridad de los trabajadores.

Tabla 12: La empresa muestra buena calidad en su servicio.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	35.29%
No	44	64.71%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes

Elaboración: Investigador

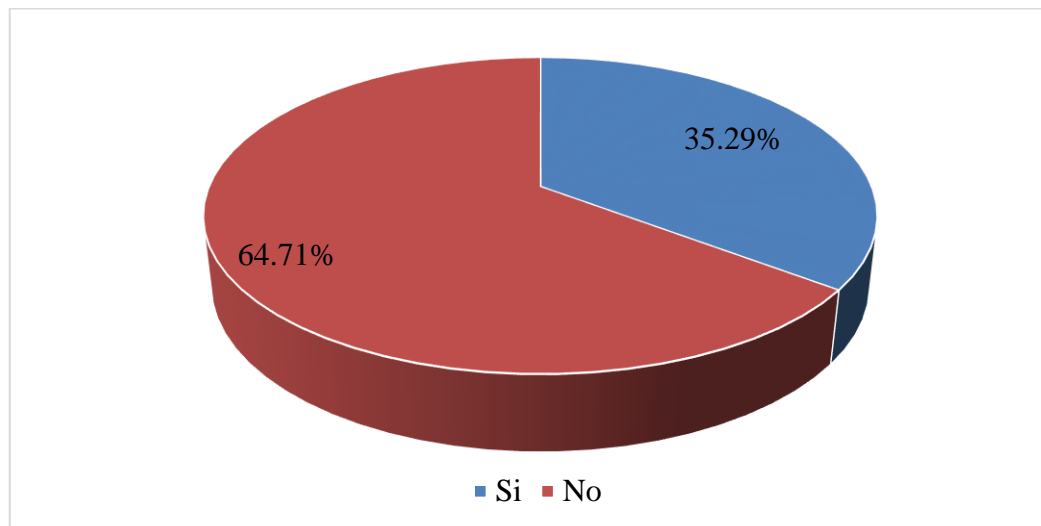


Figura 12: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los clientes sobre la empresa muestra buena calidad en su servicio.

En la tabla 12 y figura 12, titulada “La empresa muestra buena calidad en su servicio” se determinó en cuanto a los clientes en un 35.29% respondió que la empresa si muestra buena calidad en su servicio, mientras el otro 64.71% respondió que no muestran buena calidad en su servicio.

Tabla 13: Es atendido con buena actitud por parte de los trabajadores.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	30	44.12%
No	38	56.88%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes

Elaboración: Investigador

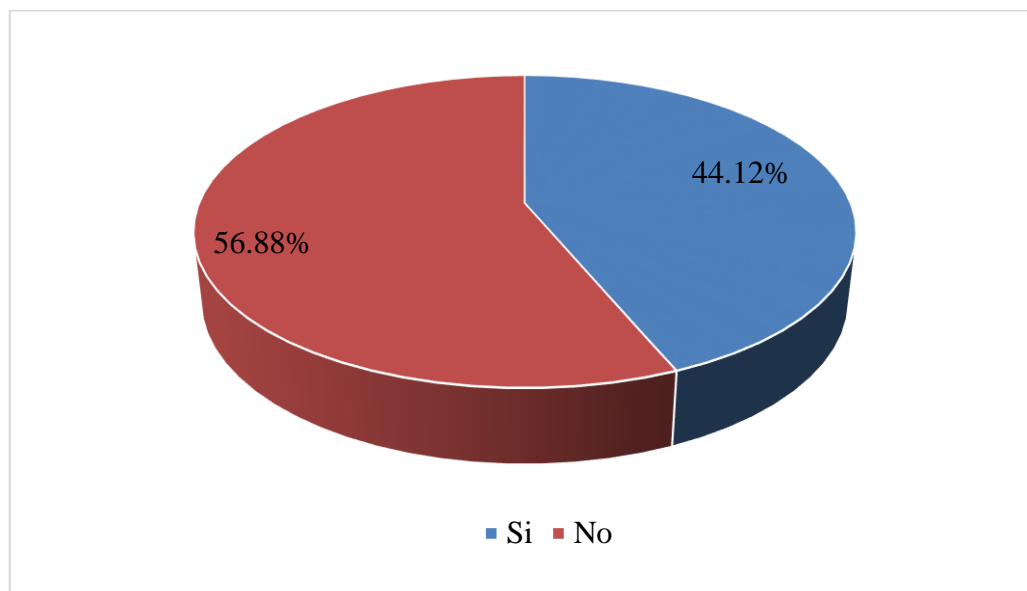


Figura 13: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los clientes sobre es atendido con buena actitud por parte de los trabajadores.

En la tabla 13 y figura 13, titulada “Es atendido con buena actitud por parte de los trabajadores” se determinó en cuanto a los clientes en un 44.12% respondieron que si son atendidos con buena actitud por parte de los trabajadores, mientras el otro 56.88% respondió que no es atendido con buena actitud por parte de los trabajadores.

Tabla 14: El personal muestra empatía al brindarle el servicio.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	30	44.12%
No	38	55.88%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes

Elaboración: Investigador

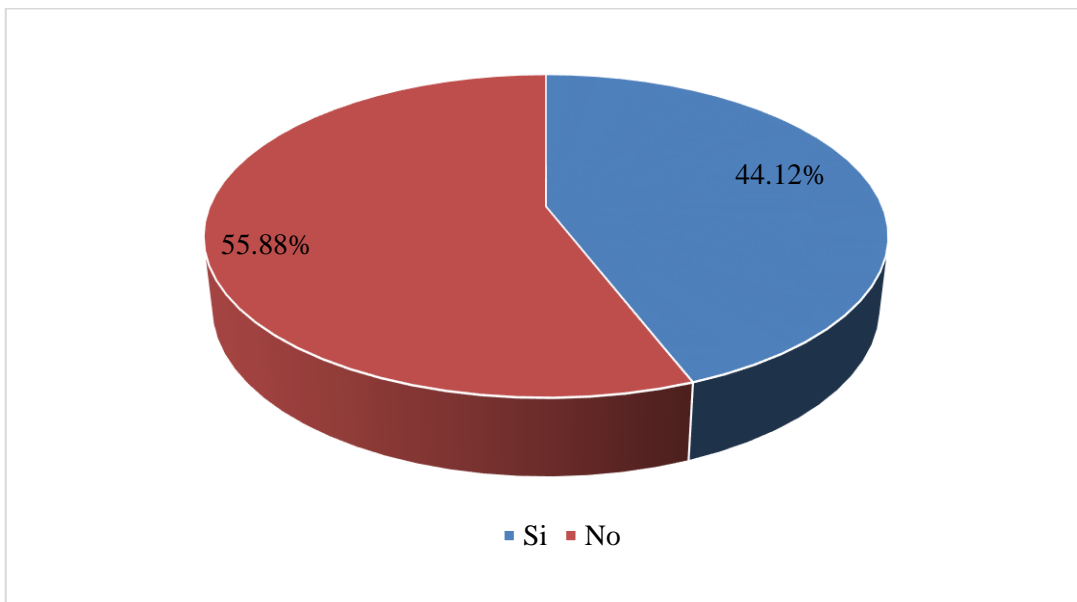


Figura 14: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los clientes sobre el personal muestra buena empatía al brindarle el servicio.

En la tabla 14 y figura 14, titulada “El personal muestra buena empatía al brindarle el servicio” se determinó en cuanto a los clientes en un 44.12% respondieron que si muestran buena empatía al brindarle el servicio, mientras el otro 55.88% respondió que no muestran empatía al brindarles el servicio.

Tabla 15: Ud. cree que el personal está bien capacitado al brindarle información de alguna duda.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	28	41.18%
No	40	58.82%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes

Elaboración: Investigador

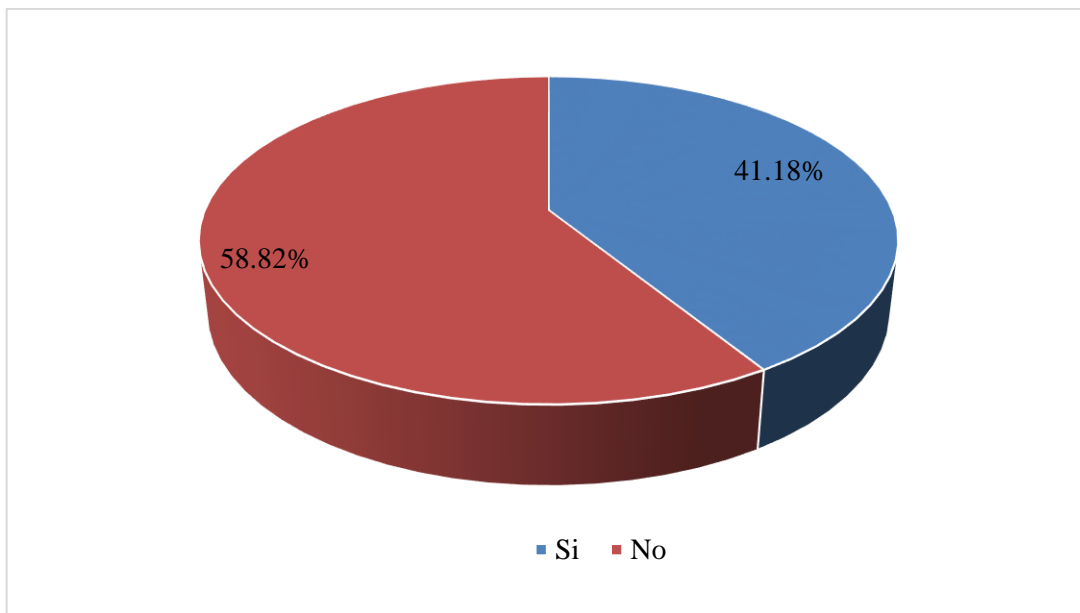


Figura 15: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los clientes sobre Ud. Cree que el personal está bien capacitado al brindarle información de alguna duda.

En la tabla 15 y figura 15, titulada “Ud. Cree que el personal está bien capacitado al brindarle información de alguna duda” se determinó en cuanto a los clientes en un 41.18% respondió que sí están bien capacitados al brindarles información de alguna duda, mientras el otro 58.82% respondió que no están bien capacitados.

Tabla 16: La empresa ha realizado alguna encuesta para conocer sus necesidades.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	38.24%
No	42	61.76%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes

Elaboración: Investigador

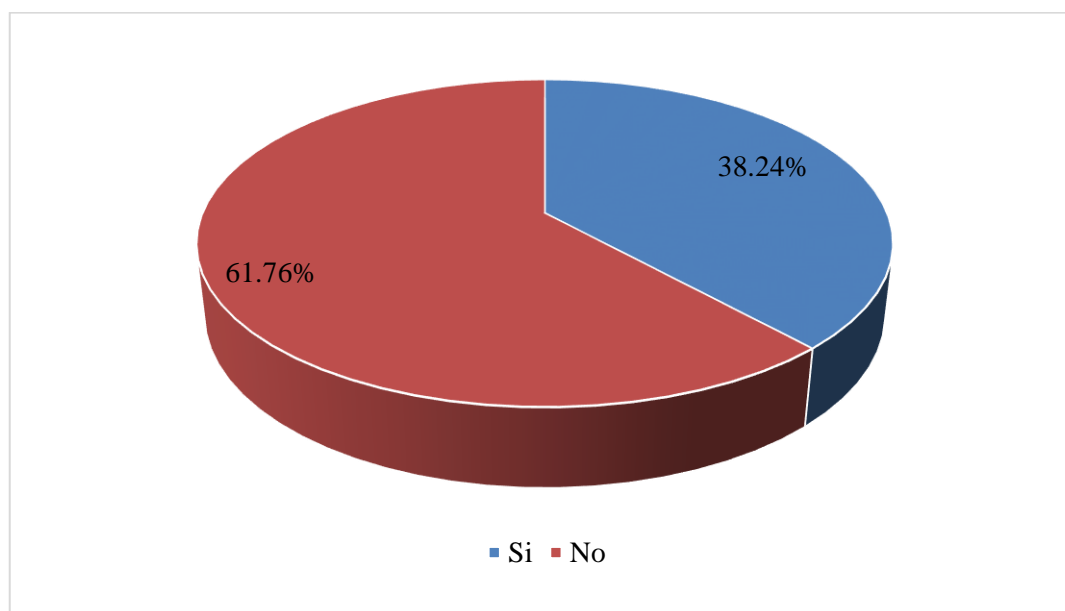


Figura 16: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los clientes sobre la empresa ha realizado alguna encuesta para conocer sus necesidades.

En la tabla 16 y figura 16, titulada “La empresa ha realizado alguna encuesta para conocer sus necesidades” se determinó que los clientes en un 38.24% respondió que si ha realizado encuesta para conocer sus necesidades, mientras el otro 61.76% respondió que la empresa no ha realizado alguna encuesta para conocer sus necesidades.

Tabla 17: Los trabajadores comprenden sus exigencias conforme al producto que ofrecen.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	36	52.94%
No	32	47.06%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes

Elaboración: Investigador

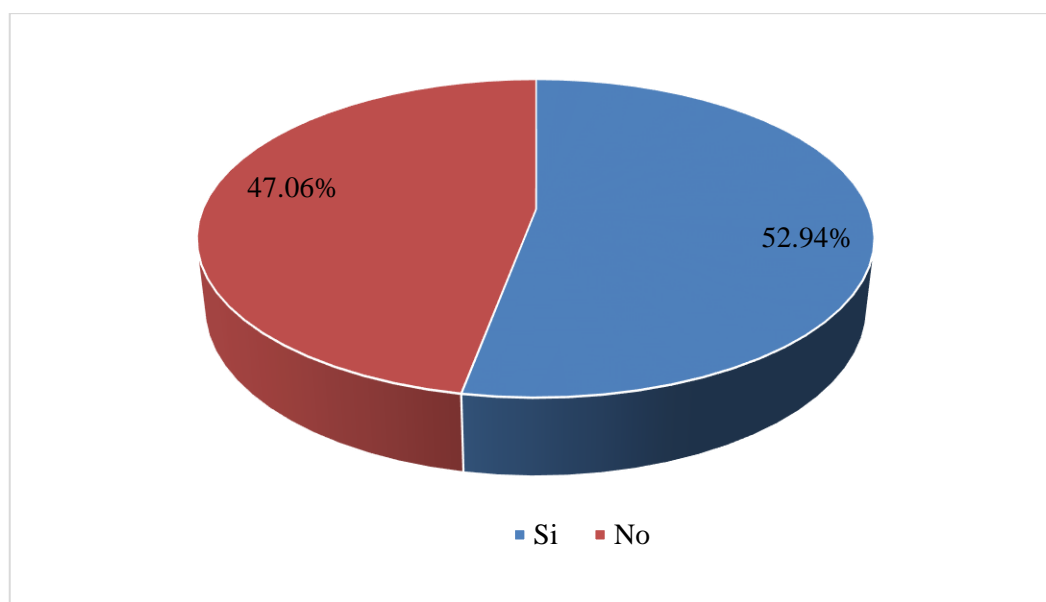


Figura 17: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los clientes sobre los trabajadores comprenden sus exigencias conforme al producto que ofrecen.

En la tabla 17 y figura 17, titulada “Los trabajadores comprenden sus exigencias conforme al producto que ofrecen” se determinó en cuanto a los clientes en un 52.94% respondió que si comprenden sus exigencias conforme al producto que ofrecen, mientras el otro 47.06% respondió que no comprenden sus exigencias conforme al producto que ofrecen.

Tabla 18: El personal ayuda a disipar alguna duda para solucionar un problema.

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	48	70.59%
No	20	29.41%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes

Elaboración: Investigador

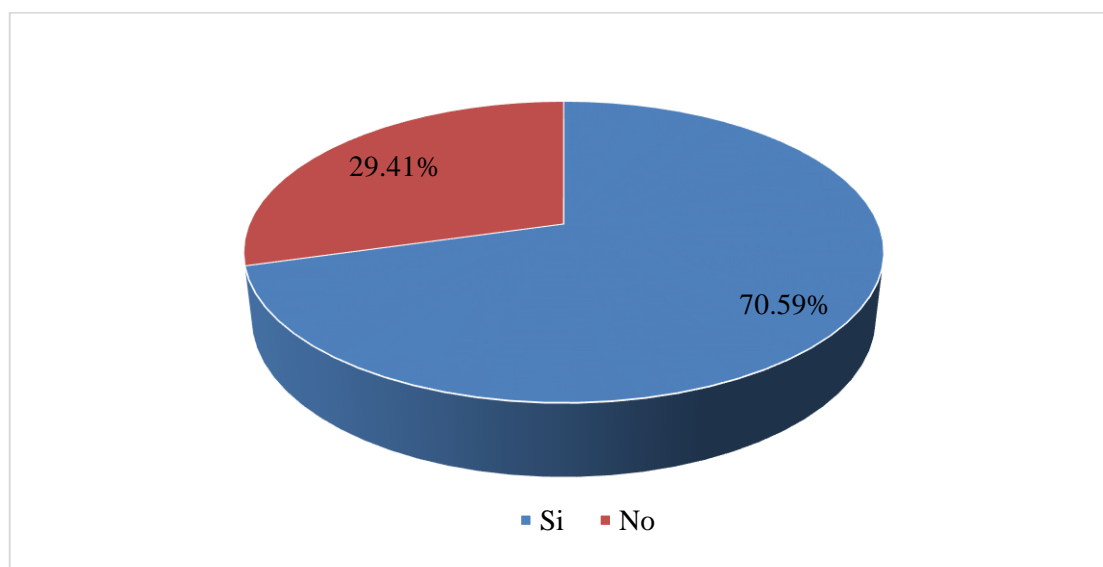


Figura 18: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los clientes sobre el personal ayuda a disipar alguna duda para solucionar un problema.

En la tabla 18 y figura 18, titulada “El personal ayuda a disipar alguna duda para solucionar un problema” se determinó que los clientes en un 70.59% respondieron que el personal si ayuda a disipar alguna duda para solucionar un problema, mientras el otro 29.41% respondió que el personal no ayuda a disipar alguna duda para solucionar un problema.

Tabla 19: El servicio que se le ofrece es eficaz

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
Si	57	83.82%
No	11	16.18%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes

Elaboración: Investigador

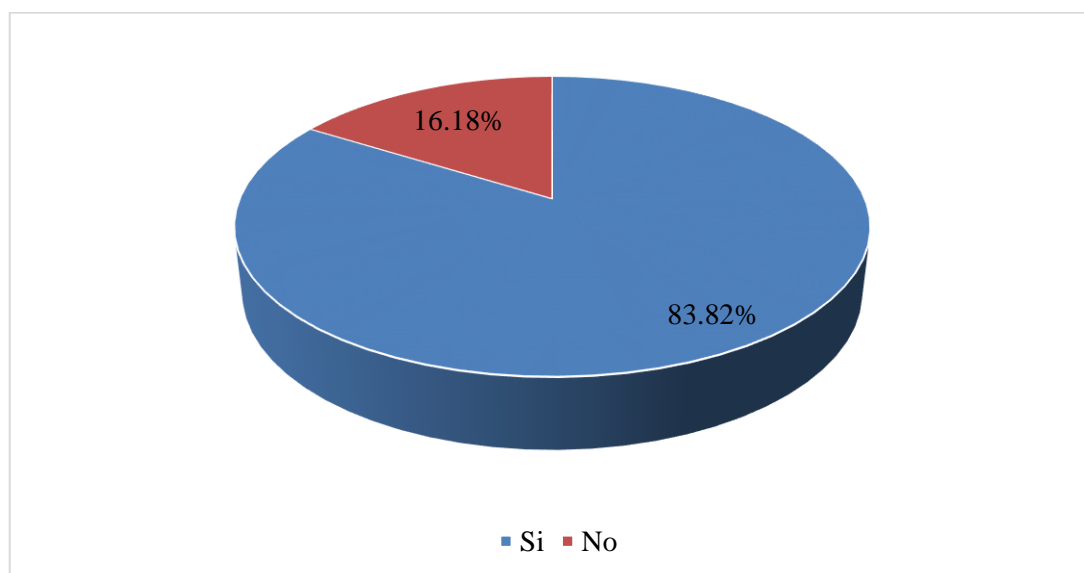


Figura 19: Gráfico circular que representa la frecuencia porcentual de la percepción de los clientes sobre el servicio que se ofrece es eficaz

En la tabla 19 y figura 19, titulada “El servicio que se ofrece es eficaz” se determinó que los clientes en un 83.82% respondieron que si se ofrece un servicio eficaz, mientras el otro 16.18% respondió que el servicio ofrecido no es eficaz.

5.2. Análisis de resultados

Respecto a la variable gestión de calidad

Interpretación

Tabla N°1: Se centra en que si la empresa preserva las exigencias del cliente, lo cual se pudo obtener que el 90% afirma que no preserva las exigencias del cliente. Este resultado es contrario con los resultados de la investigación de Yacila (2018), quien concluyó que el 45% cumple con las expectativas del cliente. Para Raffino (2020) deben comprender sus necesidades en la actualidad y futuras, para que así puedan lograr satisfacer sus necesidades y expectativas como lo requieren.

Tabla N°2: Se centra en que si los trabajadores están pendientes en los requerimientos del cliente, dado el resultado obtenido que el 70% de los colaboradores afirma que no están pendientes de los requerimientos del cliente. Este resultado es similar con los resultados de Nole (2018) quien concluyó que el 50% de personas encuestadas respondió que les falta por cumplir con los requerimientos del cliente. Según Raffino (2020) Las empresas dependen de los consumidores, es por ello que estas necesidades son dinámicas ya que van cambiando a largo tiempo, siendo más exigentes.

Tabla N°3: Se centra sobre si la empresa motiva a sus colaboradores, lo cual se obtuvo como resultado que el 100% de los trabajadores no son motivados por parte de la empresa. Este resultado no constata con el de Fernández (2017) lo cual concluye que el 100% de trabajadores son motivados por la empresa. Según Raffino (2020) “Esta organización esta propensa a fracasar, debido a

que no se le permite a las personas incentivarlas, para que así puedan ejercer sus labores de manera entusiasta por un mismo objetivo.”

Tabla N°4: Se centra en cuanto al compromiso de los trabajadores en las capacitaciones, se obtuvo que el 50% Afirma que si muestran compromiso en los cursos de capacitación. Dicho resultado constata con el de Chuyes (2018) la mayoría de los trabajadores tienen presente el beneficio que brinda capacitarse lo cual forma parte de su desarrollo laboral. Así mismo constata con el concepto de La importancia de la capacitación del personal (2020) “Permite a los empleados planear, mejorar y realizar de manera más eficiente sus actividades, en colaboración con los demás integrantes de la organización; por lo tanto, es relevante constituir un equipo de trabajo de alto rendimiento y realizar una labor profesional con los mejores estándares de calidad.”

Tabla N°5: Esta tabla se centra en el tema sobre si la empresa logra con eficiencia, buenos resultados en sus metas propuestas. Lo cual se obtuvo como resultado que el 60% de colaboradores afirma que la empresa logra con eficiencia buenos resultados en sus metas propuestas. Este resultado es constatado con el de Yacila (2018) lo cual el 40% están satisfechos con los resultados obtenidos. Para Raffino (2020) es el resultado que se esperó con eficiencia cuando las actividades y resultados logran gestionar. Este proceso permite que se realice un mejor control en los procesos y un desempeño mejor.

Tabla N°6: Esta tabla se centra en el tema sobre la conducta de los trabajadores en sus actividades asignadas. Dando como resultado que el 50% afirma que los trabajadores muestran buena conducta en sus actividades asignadas. Este resultado es similar al de Gallo (2017) quien concluyo que el 57% considera

que muestran buena conducta en sus actividades. Así mismo afirma Raffino (2020) El personal debe ofrecer todo su compromiso para beneficiar a la empresa.

Tabla N°7: Esta tabla se centra en que si los trabajadores cumplen con el horario asignado, lo cual el 100% afirma que los colaboradores si cumplen con el horario asignado. Este resultado constata con el de Balladares (2018) quien concluye que el 50% se adapta a las reglas asignadas. Según Raffino (2020) lo cual se debe seguir un patrón de ideas y toma de decisiones adecuadas para la organización.

Tabla N° 8: Esta tabla se centra en el tema sobre el desempeño del personal por aprender más en brindar una mejor atención, señala que el 100% no muestra empeño por aprender más para brindar así una mejor atención al cliente. Este resultado no constata con el de Mallqui (2014) lo cual determino que el 100% consideran que si muestran el empeño por aprender. Para Raffino (2020) que es bueno motivar al personal para que así le pongan empeño a sus labores.

Tabla N° 9: Esta tabla se centra en las decisiones que toma la empresa son conforme a sus metas propuestas. El 70% de colaboradores señala que las decisiones que toma la empresa no es conforme a sus metas propuestas. Este resultado no constata con el de Herrera (2018) quien concluyó que el 100% de encuestados cuentan con una persona responsable que tienen la capacidad para tomar buenas decisiones. Según Gómez (2015) concluye que su objetivo es lograr mejorar la eficiencia y eficacia en la organización para así realizar la meta de lo que se planteó en el plan estratégico.

Tabla N° 10: Esta tabla se centra el tema Políticas de calidad, lo cual el 70% de colaboradores señala que las políticas de la empresa no promueve la eficacia en su servicio. Este resultado constata con el de Fernández (2018) lo cual concluyó que el 100% los trabajadores manifestó que la empresa cuenta con políticas de calidad establecidas. Según Gómez (2015) esto impacta en los niveles inferiores al definir aspectos relevantes en cuanto a la misión y visión, esto se ve reflejado en la política de calidad de la organización.

Respecto a la variable atención al cliente

Tabla N° 11: Esta tabla se centra en el tema sobre la integridad de los trabajadores, se obtuvo que el 50% de clientes encuestados afirman que no tiene confianza en la integridad de los trabajadores. Este resultado constata con el de Flores (2019) quien concluyó que el 57.14% utiliza la confianza como herramienta.

Tabla N° 12: Esta tabla se relaciona con el tema sobre si la empresa muestra buena calidad en su servicio, se observa que el 64.71% de clientes encuestados afirma que la empresa no muestra buena calidad en su servicio. Este resultado es diferente a los resultados de Jaramillo (2018) quien determino que 88% de clientes afirman que si muestran buena calidad en su servicio. Para Concha (2013) quien afirma que cumplir con lo prometido conforme a las características de buena calidad o servicio solicitadas por el cliente es la mejor forma de mantener al cliente satisfecho de que puede confiar en la empresa.

Tabla N°13: Esta tabla se relaciona con el tema si es atendido con buena actitud por parte de los trabajadores, se obtuvo los siguientes resultados un 55.88% de clientes, no son atendidos con buena actitud por parte de los

trabajadores. Este resultado muestra diferencia con el Fernández (2018) concluyó que la actitud del personal es amable, cortés y agradable. Según Concha (2013) el cliente debe ser tratado con respeto al brindarle un servicio que necesita y en condiciones que desea para superar sus expectativas, esto hace que el cliente sienta que te pones en su lugar al comprender sus necesidades.

Tabla N° 14: Esta tabla se relaciona con el tema si el personal muestra empatía al brindarle el servicio, lo cual se obtuvo como resultado el 55.88% no muestra buena empatía al brindar el servicio. Este resultado no constata con el de Santos (2018) lo cual concluyó que el personal si muestra empatía al brindar su servicio. Según Concha (2013) quien afirma que el cliente debe ser tratado con respeto al brindarle un servicio que necesita y en condiciones que desea para superar sus expectativas, esto hace que el cliente sienta que te pones en su lugar al comprender sus necesidades.

Tabla N° 15: Esta tabla se relaciona con el tema si el personal está bien capacitado al brindarle información de alguna duda. Se obtuvo que el 58.82% de clientes, no cree que el personal este bien capacitado al brindarle información de alguna duda. Este resultado no constata con el de Pérez & Villalobos (2018) quienes concluyeron que el 28% afirman que si muestran interés en brindarle información. Para Concha (2013) quien afirma que tener una buena actitud al momento de disipar alguna duda, consulta o emergencia hacia los clientes, hace que se sientan importantes para la empresa.

Tabla N° 16: Esta tabla se centra en el tema si la empresa ha realizado alguna encuesta para conocer sus necesidades, se observó que el 61.76% de clientes

afirma que nunca la empresa ha realizado encuestas para conocer sus necesidades. Este resultado se relaciona con el de Montalbán (2016) quien concluyó en su investigación el 50% de restaurantes aún les falta por cumplir las necesidades del cliente. Según Jiménez (2009) Para que el cliente pueda lograr quedar satisfecho, se debe ofrecer atención en el servicio de calidad, lo cual permita satisfacer sus necesidades. Esto podrá conllevar al cliente tener su lealtad hacia la empresa. Así mismo esta será mucho más competitiva dentro del mercado.

Tabla N° 17: Esta tabla se centra en el tema Los trabajadores comprenden sus exigencias conforme al producto que ofrecen. Se obtuvo como resultado que el 52.94% afirmó que los trabajadores si comprenden sus exigencias conforme al producto que ofrecen. Este resultado constata con el de Estrada (2016) quien concluyó en su investigación que el 62.3% manifestó estar de acuerdo con las exigencias del producto que ofrecen. Para Albrecht y Lawrence (1991) define que el cliente es la pieza fundamental en todo negocio. Es la persona la cual paga por recibir un producto o servicio a cambio, es por ello que las mismas empresas manejan sus productos, políticas y servicios para la satisfacción de sus necesidades.

Tabla N° 18: Esta tabla se relaciona con el tema sobre si el personal ayuda a disipar alguna duda para solucionar un problema, se obtuvo como resultado que el 70.59% afirma que el personal si los ayuda a disipar cualquier duda para solucionar un problema. Este resultado no constata con los resultados de Calla (2019) quien concluyó en su investigación que el 38% de clientes afirman que no tienen la capacidad al momento de ofrecer respuesta para solucionar un

problema. Este resultado no constata con el de Adriaen (2017) lo cual concluye que el personal muestra deficiencia en la resolución de dudas y consultas.

Tabla N° 19: Esta tabla se centra con el tema si el servicio que se le ofrece es eficaz, conforme a los clientes encuestados se obtuvo, que el 83.82% afirmó que el servicio ofrecido no es eficaz. Este resultado es diferente al de Flores (2018) quien concluyó en su investigación que el 85.71% afirma que la atención es buena. Según Jiménez (2009) Para que el cliente pueda lograr quedar satisfecho, se debe ofrecer atención en el servicio de calidad.

VI. Conclusiones

- Con respecto a los principios de gestión de calidad en conjunto con los resultados obtenidos, se permite concluir que la pollería “Mi Mechita” no cumple con el principio en cuanto a las exigencias y requerimientos del cliente, en cuanto al principio de la participación del personal si cumple ya que se les ofrece cursos de capacitación y de la misma manera se motiva al personal lo cual les permite trabajar con mucho esmero. También se cumple el principio de liderazgo y mejora continua, dado que se está haciendo participe de la buena conducta y desempeño del personal. Para que la empresa logre los objetivos de manera exitosa se debe destacar los principios de gestión de calidad.
- Con respecto a los enfoques se determinó, en cuanto al enfoque de áreas funcionales si se promueve políticas de calidad en la empresa con eficacia, mientras tanto en el enfoque empresarial no promueve la toma de decisiones ya que algunas de estas, no son conforme a sus metas propuestas. Para poner en práctica una buena gestión de calidad es fundamental promover estos enfoques.
- En cuanto a los factores se identificó en conclusión, que la pollería cumple con el factor de confiabilidad ya que existe confianza e integridad en los trabajadores, de tal manera cumple con los factores en cuanto a la actitud de servicio, atención personalizada y factor del personal competente porque brinda una atención de calidad, lo cual le permite al cliente mantenerlo satisfecho con la atención brindada, así mismo esto proporciona que el cliente mantenga su lealtad ante la empresa estudiada, el sentirse bien atendido con empatía y de buena calidad, provocará en el cliente volver a regresar a la empresa. Se requiere cumplir con estos factores para así lograr ofrecer un buen

servicio.

- En cuanto a las fases del cliente se describió en conclusión que la pollería no toma en cuenta algunas fases, como es la fase de inicio de contacto, lo que refiere a que si la empresa conoce las necesidades del cliente, en cuanto al factor de obtener información, conduce a la comprensión conforme al producto que lo clientes exigen, si lo toman en cuenta ya que se mantienen a la expectativa del cliente, en cuanto a la solución de problemas se deduce que a veces no les ayudan a disipar alguna duda.

RECOMENDACIONES:

- Buscar una forma más efectiva más para estar al tanto de los requerimientos y expectativas que el cliente requiera, ya que las necesidades del cliente son dinámicas y van cambiando conforme pasa el tiempo. Conocer las expectativas del cliente es la clave para conseguir un mayor valor empresarial.
- Promover a tomar decisiones que ayuden a la empresa en cumplir sus metas, esto permitirá que el negocio logre llevar una buena gestión de calidad, y pueda tener mayor posicionamiento dentro del mercado.
- Realizar encuestas cada cierto tiempo para saber si el consumidor se encuentra satisfecho con la atención que se le brinda, y así poder que el cliente se sienta identificado con la empresa y mantenga siempre su fidelidad hacia la empresa.
- Brindar la información correcta y completa al cliente para evitar interpretaciones erróneas o distorsionadas, ya sea porque el cliente no escucho con claridad la explicación o porque tiene una percepción propia que no se ajusta a las características reales del producto o servicio que se le ha ofrecido.

VII. Referencias Bibliográficas

- Adecco. (14 de febrero de 2020). Recuperado el 23 de abril de 2020, de <https://blog.adecco.com.mx/importancia-capacitacion-de-personal/>
- Albrecht, K., & Lawrence J, B. (1991). *La excelencia en el servicio* (Segunda ed.). Leguis.
- Almestar Adriaizen, P. R. (2017). *Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las Mype del rubro pollerías en la urbanización Ignacio Merino – Piura*. Piura. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2370>
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología Científica* (Cinco ed.). Caracas- Venezuela: Episteme.
- Armendáriz, A. (2016). *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca beach, Azuca bistro y Q Restaurant, y sugerencias de mejora*. Pontificia Universidad del Ecuador, Ecuador.
- Balladares, F. (2017). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Capacitación de las mypes del sector servicio rubro hospedajes en el distrito de Tumbes*. Tumbes.
- Bances Tume, E. J. (2018). *Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las Mype de servicios, rubro hoteles de Sechura (Piura), 2018*. Sechura. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3928>
- Barraza, B. J. (16 de 03 de 2014). *Las mypes en Perú. Su importancia y propuesta tributaria*. *Quipukamayoc*, 127-131. Obtenido de <https://doi.org/10.15381/quipu.v13i25.5433>

- Bastos García, S. P. (2018). *Características de la calidad de servicio y atención al cliente en la clínica torres s.a. en la ciudad de Talara año 2018*. Talara-Sullana.
- Belletich, E. (2018). *UDEP*. Obtenido de <http://udep.edu.pe/hoy/2018/las-mipymes-oportunidades-y-problemas-a-un-ano-del-desborde-del-rio-Piura/>
- Bobbio Chuyes, J. P. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y capacitación de las Mype rubro Hamburgueserías en Urb. Piura - Piura, año 2018*. Piura.
- Bolaños, E. L. (2016). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.30.2016.02>.
- Calla Huanca, D. (2019). *Gestión de calidad en servicio al cliente en las MYPE del rubro pollerías del distrito de Quillabamba la convención departamento de Cusco - 2019*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Cusco.
- Cañas, J. (2018). *Análisis de la implementación de un sistema de gestión de calidad bajo la norma iso 9001 versión 2015 en la empresa Totality services S.A.S*. Bogotá.
- Carpio, G. F. (23 de 05 de 2018). *Estrategias económicas de las MYPES en relación a la desaceleración económica. Perú, 2015-2017*. Obtenido de <https://www.isur.edu.pe/es/articulo/ua-de-negocios/estrategias-economicas-de-las-mypes-en-relación-la-desaceleración-económica>
- Carrillo Pintado, V. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y servicio al cliente en las MYPE, rubro Restaurantes del centro de Paita - Piura, año 2017*. Piura.

- Ching Castro, K. M. (2016). *Gestión de calidad como herramienta en la administración de las MYPES comercializadoras de artesanía del distrito de Huanchaco, año 2016*. Trujillo. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15264>
- Concha , V. (13 de marzo de 2013). *Clientelandia*. Obtenido de <https://clientelandia.wordpress.com/2013/03/13/5-factores-basicos-para-que-tus-clientes-se-sientan-bien-atendidos/>
- Cueva Vergara, J. E. (2015). *Caracterización de gestión de calidad en micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de alimentos y bebidas en el AA.HH. San Luis, distrito Nuevo Chimbote, 2015*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3888>
- Deming, W. E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad a la salida de la crisis*. Madrid: Díaz de Santos.
- Diario La República. (2020). INEI: Tasa de desempleo subió y hay casi 326 mil limeños buscando trabajo. *Diario La República*. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/2020/01/15/empleo-inei-tasa-de-desempleo-subio-y-hay-casi-326-mil-limenos-buscando-trabajo/>
- Díaz, J. (15 de Enero de 2016). *Emprendices*.
- Droguett Jorquera, F. J. (2015). *Calidad y satisfacción en el servicio a clientes de la industria automotriz: análisis de principales factores que afectan la evaluación de los clientes*. Chile.

- Estrada, E. (2016). *Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing y el posicionamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, ciudad de Santa, 2016*. Ciudad de Santa.
- Fernández, M. (2017). *Características de la gestión de calidad y atención al cliente del restaurante el leñador y algo más del distrito de Sullana, año 2017*. Sullana.
- Figuroa, C. (2015). *Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos*. Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Flores, N. A. (2019). *Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, distrito de Huarmey, 2019*. Huarmey.
- García Cruz, F. E. (2015). *Caracterización de la atención al cliente y la capacitación en las MYPE del rubro restaurantes del distrito de Lalaquiz - Huancabamba, 2015*. Huancabamba- Piura. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2423>
- García Márquez, E. Y. (2017). *Caracterización de la capacitación y atención al cliente de las Mype del rubro grifos de la ciudad de Piura año 2017*. Piura. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16220>
- Gonzales, A. (2016). *Propuesta de un Modelo de un Sistema de Gestión de Calidad, basado en la Norma ISO 9001-2008 en el Hotel HM Internacional*. Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil, Ecuador.
- Ibarra, C. (26 de octubre de 2011). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <https://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>

- Indecopi. (2012). *Perú solo tiene mil empresas con certificación de calidad*. . Instituto nacional de defensa de la competencia y de la protección de la propiedad intelectual. Obtenido de <http://rpp.pe/economia/economía/indecopi-Perú-solotiene-mil-empresas-con-certificacion-de-calidad-noticia-532152>
- Jaramillo, D. (2018). *La gestión de calidad y el uso del marketing en la micro y pequeñas empresas del rubro pollerías del distrito de Sullana, año 2018*. Sullana.
- Jiménez Solano, M. (2009). *Modelo de competitividad empresarial*. Universidad Manuel Beltrán.
- Joubert, E. G. (2015). *Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero : perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén*. Universidad Nacional de Quilmes, Neuquén. Obtenido de <https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/130/TESIS%20JOURT.pdf?sequence=1>
- Juran Moses, J. (1986). *Juran y la planificación de la calidad*. Madrid: Díaz de Santos.
- Keyler, A. (2020). *Crece Negocios*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/fuerzas-de-porter/>
- Kómová, E. (2015). *Comunicación organizacional para mejorar la Gestión de Calidad y el servicio en ECASA S.A*. Universidad de Camagüey Ignacio Agramonte Loynaz, Cuba.
- Mallqui Pérez, J. E. (2017). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Formalización de las mypes, sector comercial. Rubro pollerías en la provincia de Leoncio Prado- Tingo María, período 2017*. Tingo María.

- Masías Vílchez, M. E. (2016). *Formalización y Gestión de Calidad de las mype comerciales, rubro ropa del Mercado Central de Talara (Piura)*. Talara. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1019>
- Medina Chunga, M. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del Distrito de Vice – Sechura Año 2018*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura.
- Miranda, J. (2018). *Calidad de Servicio y Satisfacción al Cliente en el hostel scorpio en la Ciudad de Trujillo*. Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo.
- Molina Cazares, J. E. (2015). *Modelo de Gestión de Calidad para las Pequeñas Empresas textiles del Cantón Antonio Ante que permita mejorar la rentabilidad*. Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ecuador.
- Montalban, F. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad en las Mype rubro restaurantes del AA.HH. Almirante Miguel Grau-Piura año 2018*. Piura.
- Nole Yacila, S. L. (2018). *Características de la gestión de calidad y atención al cliente del negocio Ortiz del distrito de Sullana, año 2018*. Sullana.
- Nole, S. (2018). *Características de la gestión de calidad y atención al cliente del negocio Ortiz del distrito de Sullana, año 2018*. Sullana.
- Ordinola Gallo, D. A. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad con el uso del marketing en el restaurante “Perla del Chira”, del distrito de Marcavelica, provincia de Sullana, año 2017*. Marcavelica.
- Pérez Caballero, E. M., & Villalobos Fernández, A. (2016). *Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa chifa- Pollería Mi Triunfo Chiclayo*. Chiclayo.

- Pérez Torres, V. C. (2006). *Calidad total en la atención al cliente* (Primera ed.). España: Vigo.
- Posso Sánchez, C. (2016). *Análisis, formulación y elaboración del modelo de atención al cliente del departamento de gestión de infraestructura codensa S.A esp.* Universidad Tecnológica de Pereira, Colombia.
- Quinde Reyes, J. A. (2018). *Caracterización de la atención al cliente y financiamiento de las mypes sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018.* Tumbes. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8330>
- Quiroga, D. (2014). *Servicio al cliente en hoteles de la ciudad de San Marcos.*
- Raffino, M. E. (13 de febrero de 2020). *Concepto de gestión de calidad.* Recuperado el 10 de enero de 2020, de Disponible en: <https://concepto.de/gestion-de-calidad/>.
- Rettis Álvarez, J. (2015). *La atención al cliente y la demanda de pasajes en la empresa de transportes terrestre “Turismo central” en la ciudad Huánuco -2015.* Huánuco.
- Sánchez. (2015). *Viabilidad de un Sistema de Gestión de Calidad Internacional en una PYME con mercado local; caso Fónix.* Universidad Nacional Autónoma de México, México.

- Sánchez, M. (2017). *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa*. Universidad Rafael Landívar. España, España.
- Santos, M. (2018). *Caracterización de la competitividad y servicio al cliente en las MYPE comerciales rubro restaurantes del distrito de Huarmaca – Huancabamba – Piura año 2018*. Piura.
- Surita Herrera, E. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, año 2018*. Sullana.
- Tarodo, C. (2014). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Obtenido de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=11046755>
- Turismo, M. d. (2014). *Acuerdos comerciales del Perú*. Obtenido de <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>
- Udaondo Duran, M. (1992). *Gestión de Calidad*. Madrid, España: Díaz de Santos, S.A.
- Vázquez Gómez , A. (16 de julio de 2015). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/7-enfoques-fundamentales-para-la-gestion-de-la-calidad/>
- Velasco, J. A. (1994). *Gestión de la calidad empresarial: calidad en los servicios y atención al cliente calidad total*. Madrid: Esic Editorial.
- Villaruel Navarro, F. (2016). *Desarrollo del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2008 para Empresa de Tecnología y Servicios Industriales, Indoamericana*. Santiago. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/142701/Desarrollo-del->

Sistema-de-Gestion-de-la-Calidad-ISO-9001-2008-para-Empresa-de-
Tecnologia-y-Servicios-Industriales.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo 01: Instrumento de recolección de información



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

El presente cuestionario tiene como objetivo recoger información de las MYPES para así poder desarrollar el trabajo de investigación titulado: “Gestión de calidad y atención al cliente en la micro y pequeña empresa mi mechita rubro pollería, distrito Sullana, año 2019” se le agradece muy amablemente por la información proporcionada.

1. ¿La empresa preserva las exigencias del cliente?

Si () No ()

2. ¿Los trabajadores están pendientes de los requerimientos del cliente?

Si () No ()

3. ¿La empresa motiva a sus colaboradores constantemente?

Si () No ()

4. ¿Los trabajadores muestran compromiso en los programas de capacitación?

Si () No ()

5. ¿La empresa logra con eficiencia buenos resultados en sus metas propuestas?

Si () No ()

6. ¿Los trabajadores muestran buena conducta en sus actividades asignadas?

Si () No ()

7. ¿Los trabajadores cumplen con el horario establecido por la empresa?

Si () No ()

8. ¿El personal muestra desempeño en aprender más para brindar una mejor atención al cliente?

Si () No ()

9. ¿Las decisiones que toma la empresa van conforme a sus metas propuestas?

Si () No ()

10. ¿Las políticas de la empresa promueven la eficacia en su servicio?

Si () No ()

11. ¿Tiene confianza en la integridad de los trabajadores?

Si () No ()

12. ¿La empresa muestra buena calidad en su atención?

Si () No ()

13. ¿Es atendido con buena actitud por parte de los trabajadores?

Si () No ()

14. ¿El personal muestra empatía al brindarle su servicio?

Si () No ()

15. ¿Ud. cree que el personal está bien capacitado al brindarle información de alguna duda?

Si () No ()

16. ¿La empresa ha realizado alguna encuesta para conocer sus necesidades?

Si () No ()

17. ¿Los trabajadores comprenden sus exigencias conforme al producto que ofrecen?

Si () No ()

18. ¿El personal lo ayuda a disipar alguna duda para solucionar un problema?

Si () No ()

19. ¿El servicio que se le ofrece es eficaz?

Si () No ()

Anexo 02: Cronograma de trabajo

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2019								Año 2020							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura.						X										
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la investigación									X							
10	Conclusiones y recomendaciones										X						
11	Redacción del pre informe de Investigación.											X					
12	Reacción del informe final												X	X			
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														X		
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															X	
15	Redacción de artículo científico																X

Anexo 03. Presupuesto

Presupuesto desembolsable			
(Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.5	500	S/250.00
• Fotocopias	0.1	300	S/30.00
• Empastado	2	35	S/70.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	17	2	S/34.00
□			S/0.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	50	2	S/100.00
Sub total			S/484.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información			S/500.00
Sub total			S/984.00
Total de presupuesto desembolsable			
Presupuesto no desembolsable			
(Universidad)			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30	4	S/120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35	2	S/70.00

<ul style="list-style-type: none"> • Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC) 	40	4	S/160.00
<ul style="list-style-type: none"> • Publicación de artículo en repositorio institucional 	50	1	S/50.00
Sub total			S/400.00
Recurso humano			
<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría personalizada (5 horas por semana) 	63	4	S/252.00
Sub total			S/252.00
Total de presupuesto no desembolsable			S/652.00
Total (S/.)			S/1,636.00

“Año de la Universalización de la Salud”

Sullana, 10 de Octubre del 2019

Señor (a)

Propietario o representante de la Micro y pequeña empresa:

Yo, Saavedra Vargas Katiana, identificada con DNI N° 73261321, estudiante del ciclo VIII de la carrera profesional de Administración de la asignatura **Taller de investigación IV en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH)** filial Sullana, con código N° 0411171063, me dirijo a Ud. Con el debido respeto, me presento y expongo lo siguiente:

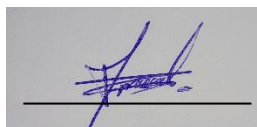
Que recurro a su persona con la finalidad de solicitarle el permiso para realizar las encuestas para mi Taller de investigación titulado **“Gestión de calidad y atención al cliente en la micro y pequeña empresa mi Mechita, rubro pollería, distrito de Sullana, año 2019”** para de esa manera obtener mi grado de bachiller en Administración.

Sin otro particular, agradezco la atención brindada al presente no sin antes expresarle mi consideración y estima personal, recomendándole que la información solicitada será anónima y será utilizada para fines académicos.



DTI. ULADECH Sede Piura
Mgtr. Héctor Iván Pelaéz Camacho

Saavedra Vargas Katiana
DNI N° 73261321



Señor (a)
Propietario o Representante

Anexo 04. Validación del instrumento

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Raquel Silva Juárez, identificado con DNI 02846914, **MAGISTER EN GERENCIA EMPRESARIAL**.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por la estudiante KATTANA ANGHIELINA SAAVEDRA VARGAS, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:

"GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA MI MECHITA RUBRO POLLERIA, DISTRITO SULLANA, AÑO 2019", que se encuentra realizando.

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

Piura, Octubre 2020.



Mg. Raquel Silva Juárez
LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD-01899

Firma y sello

MATRIZ DE VALIDACIONE DE JUICIO POR EXPERTOS									
O R D E N	PREGUNTA	CRITERIOS DE EVALUACION							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso o aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	VARIABLE GESTION DE CALIDAD								
1	¿La empresa preserva las exigencias del cliente?	/		/		/		/	
2	¿Los trabajadores están pendientes de los requerimientos del cliente?	/		/		/		/	
3	¿La empresa motiva a sus colaboradores constantemente?	/		/		/		/	
4	¿Los trabajadores muestran compromiso en los programas de capacitación?	/		/		/		/	
5	¿La empresa logra con eficiencia buenos resultados en sus metas propuestas?	/		/		/		/	
6	¿Los trabajadores muestran buena conducta en sus actividades asignadas?	/		/		/		/	
7	¿Los trabajadores cumplen con el horario establecido por la empresa?	/		/		/		/	
8	¿El personal muestra desempeño en aprender más para brindar una mejor atención al cliente?	/		/		/		/	
9	¿Las decisiones que toma la empresa van conforme a sus metas propuestas?	/		/		/		/	
10	¿Las políticas de la empresa promueven la eficacia en su servicio?	/		/		/		/	
	VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE								
11	¿Tiene confianza en la integridad de los trabajadores?	/		/		/		/	
12	¿La empresa muestra buena calidad en su atención?	/		/		/		/	
13	¿Es atendido con buena actitud por parte de los trabajadores?	/		/		/		/	
14	¿El personal muestra empatía al brindarle su servicio?	/		/		/		/	
15	¿Ud. cree que el personal está bien capacitado al brindarle información de alguna duda?	/		/		/		/	


 Mg. Raquel Sosa Juárez
 I.E. EN CIENCIAS ARQUITECTONICAS
 CLAD-01899

16.	¿La empresa ha realizado alguna encuesta para conocer sus necesidades?	✓		✓	✓		✓
17.	¿Los trabajadores comprenden sus exigencias conforme al producto que ofrecen?	✓		✓	✓		✓
18.	¿El personal lo ayuda a disipar alguna duda para solucionar un problema?	✓		✓	✓		✓
19.	¿El servicio que se le ofrece es eficaz?	✓		✓	✓		✓


 Dr. Rafael Silva Juárez
 UC. DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01099

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, CASTILLO MÁRQUEZ WILMER FERMÍN, identificado con DNI 02820631,
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por la estudiante KATIANA ANGHELINA SAAVEDRA VARGAS, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:

"GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA MI MECHITA RUBRO POLLERÍA, DISTRITO SULLANA, AÑO 2019", que se encuentra realizando.

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

Piura, 25 de octubre 2020.



Mag. Wilmer Fermín Castillo Márquez
LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD - 05446
LIC. EN CIENCIAS SOCIALES
CIPN. 0435221

Firma y sello

MATRIZ DE VALIDACIONE DE JUICIO POR EXPERTOS									
O R D E N	PREGUNTA	CRITERIOS DE EVALUACION							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso o aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	VARIABLE GESTION DE CALIDAD								
1	¿La empresa preserva las exigencias del cliente?	X			X		X		X
2	¿Los trabajadores están pendientes de los requerimientos del cliente?	X			X		X		X
3	¿La empresa motiva a sus colaboradores constantemente?	X			X		X		X
4	¿Los trabajadores muestran compromiso en los programas de capacitación?	X			X		X		X
5	¿La empresa logra con eficiencia buenos resultados en sus metas propuestas?	X			X		X		X
6	¿Los trabajadores muestran buena conducta en sus actividades asignadas?	X			X		X		X
7	¿Los trabajadores cumplen con el horario establecido por la empresa?	X			X		X		X
8	¿El personal muestra desempeño en aprender más para brindar una mejor atención al cliente?	X			X		X		X
9	¿Las decisiones que toma la empresa van conforme a sus metas propuestas?	X			X		X		X
10	¿Las políticas de la empresa promueven la eficacia en su servicio?	X			X		X		X
	VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE								
11	¿Tiene confianza en la integridad de los trabajadores?	X			X		X		X
12	¿La empresa muestra buena calidad en su atención?	X			X		X		X
13	¿Es atendido con buena actitud por parte de los trabajadores?	X			X		X		X
14	¿El personal muestra empatía al brindarle su servicio?	X			X		X		X
15	¿Ud. cree que el personal está bien capacitado al brindarle información de alguna duda?	X			X		X		X


 Mag. Wilmer Ferrera Castillo Márquez
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD - 01646
 LIC. EN CIENCIAS SOCIALES
 CPPS. 047521

16	¿La empresa ha realizado alguna encuesta para conocer sus necesidades?	X			X		X		X
17	¿Los trabajadores comprenden sus exigencias conforme al producto que ofrecen?	X			X		X		X
18	¿El personal lo ayuda a disipar alguna duda para solucionar un problema?	X			X		X		X
19	¿El servicio que se le ofrece es eficaz?	X			X		X		X



 Msc. Wilmer Ferrniz Castillo Méndez
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD - 03048
 LIC. EN CIENCIAS SOCIALES
 CPPL 0439221



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Elizabeth Dinamina Zapata Castro con cédula de colegiatura 06563, con profesión Licenciada en administración y, ejerciendo actualmente como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo:

“Gestión de calidad y atención al cliente en la micro y pequeña empresa mi Mechita rubro pollería; distrito Sullana, año 2019” presentado por el estudiante universitario Saavedra Vargas Katiana de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el cuadro a continuación:

MATRIZ DE VALIDACIONE DE JUICIO POR EXPERTOS									
O R D E N	PREGUNTA	CRITERIOS DE EVALUACION							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencias o aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
VARIABLE GESTION DE CALIDAD		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿La empresa preserva las exigencias del cliente?	X			X		X		X
2	¿Los trabajadores están pendientes de los requerimientos del cliente?	X			X		X		X
3	¿La empresa motiva a sus colaboradores constantemente?	X			X		X		X
4	¿Los trabajadores muestran compromiso en los programas de capacitación?	X			X		X		X
5	¿La empresa logra con eficiencia buenos resultados en sus metas propuestas?	X			X		X		X
6	¿Los trabajadores muestran buena conducta en sus actividades asignadas?	X			X		X		X
7	¿Los trabajadores cumplen con el horario establecido por la empresa?	X			X		X		X
8	¿El personal muestra desempeño en aprender más para brindar una mejor atención al cliente?	X			X		X		X
9	¿Las decisiones que toma la empresa van conforme a sus metas propuestas?	X			X		X		X
10	¿Las políticas de la empresa promueven la eficacia en su servicio?	X			X		X		X
VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE									
11	¿Tiene confianza en la integridad de los trabajadores?	X			X		X		X
12	¿La empresa muestra buena calidad en su atención?	X			X		X		X
13	¿Es atendido con buena actitud por parte de los trabajadores?	X			X		X		X
14	¿El personal muestra empatía al brindarle su servicio?	X			X		X		X

15	¿Ud. cree que el personal está bien capacitado al brindarle información de alguna duda?	X			X		X		X
16	¿La empresa ha realizado alguna encuesta para conocer sus necesidades?	X			X		X		X
17	¿Los trabajadores comprenden sus exigencias conforme al producto que ofrecen?	X			X		X		X
18	¿El personal lo ayuda a disipar alguna duda para solucionar un problema?	X			X		X		X
19	¿El servicio que se le ofrece es eficaz?	X			X		X		X



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO DE PERÚ
 FACULTAD DE AGROPECUARIO Y ZOOVETERINARIA
 Mgr. Elizabeth Zapata Castro
 COORD. ESC. PROF. ADMINISTRACIÓN

FIRMA DEL EVALUADOR

Anexo 05. Libro de Códigos

Preguntas Trabajadores	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	P.9	P.10
T.1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1
T.2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1
T.3	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1
T.4	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1
T.5	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
T.6	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1
T.7	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1
T.8	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1
T.9	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2
T.10	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1
Codigo 1-Si	1	3	0	5	6	5	10	0	3	9

Codigo 2 - No	9	7	10	5	4	5	0	10	7	1
Total	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
SI	10	30	0	50	60	50	100	0	30	90
NO	90	70	100	50	40	50	0	100	70	10

Preguntas Clientes	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	P.9
C.1	2	2	2	2	1	1	1	2	1
C.2	2	2	2	2	2	1	1	2	2
C.3	2	2	2	2	1	2	1	2	2
C.4	2	2	2	2	1	2	1	2	2
C.5	2	2	2	2	2	2	1	2	1
C.6	2	2	2	1	1	2	1	2	2
C.7	2	2	2	1	1	1	1	2	2
C.8	2	1	2	1	2	1	1	2	2
C.9	2	1	2	1	1	2	1	2	1
C.10	1	1	2	1	2	1	1	2	2
C.11	1	2	1	2	2	2	2	1	2
C.12	2	2	1	1	2	1	2	1	2
C.13	1	1	2	1	2	2	2	1	2
C.14	2	2	2	2	1	2	1	1	2

C.15	1	2	1	2	2	2	2	1	1
C.16	2	2	2	1	2	1	2	1	2
C.17	1	1	2	2	1	2	1	2	2
C.18	1	2	1	2	1	2	2	1	2
C.19	2	2	1	1	2	2	2	1	2
C.20	1	1	2	2	1	1	1	2	2
C.21	2	2	2	1	1	2	2	1	2
C.22	2	1	2	1	2	2	2	1	2
C.23	1	2	1	2	1	1	1	1	2
C.24	2	2	1	1	2	2	1	2	2
C.25	1	2	2	2	1	2	2	1	2
C.26	2	1	2	2	2	1	1	1	2
C.27	1	2	1	2	2	1	2	1	2
C.28	1	2	2	1	1	2	1	2	2
C.29	2	1	1	2	2	2	2	2	2
C.30	1	1	1	2	2	2	1	1	2
C.31	1	2	2	1	1	2	2	1	2
C.32	2	1	1	2	2	2	1	1	1
C.33	1	1	1	2	2	1	1	1	2
C.34	1	2	2	1	1	2	1	2	2
C.35	2	2	1	2	2	1	2	1	2
C.36	1	2	1	2	1	2	2	1	2
C.37	1	1	2	2	2	2	1	1	2
C.38	2	2	1	1	2	2	2	2	1
C.39	1	2	1	2	2	2	2	1	2
C.40	1	1	2	2	2	1	1	2	2

C.41	1	1	2	2	1	1	2	1	2
C.42	2	2	2	1	2	2	2	1	1
C.43	1	2	2	1	2	1	1	1	2
C.44	2	1	1	2	2	2	2	2	2
C.45	2	1	2	2	1	2	2	1	2
C.46	2	2	1	1	2	1	1	1	2
C.47	1	2	1	2	2	2	2	1	1
C.48	1	2	2	1	1	1	2	1	2
C.49	1	1	2	2	1	1	1	2	2
C.50	2	2	1	2	2	1	2	1	2
C.51	1	2	2	1	2	2	1	1	2
C.52	1	2	1	2	2	1	2	1	2
C.53	2	1	2	1	1	2	2	1	1
C.54	1	2	1	2	2	2	1	1	2
C.55	2	2	2	1	2	2	1	1	2
C.56	1	1	1	2	2	2	1	1	2
C.57	1	1	2	2	1	1	2	1	2
C.58	2	2	1	1	2	2	2	1	2
C.59	1	2	1	2	1	2	1	1	1
C.60	1	1	2	2	1	1	2	1	2
C.61	2	2	1	1	1	2	1	1	2
C.62	1	1	2	2	2	2	2	1	2
C.63	2	2	1	2	1	1	2	1	2
C.64	1	2	2	1	2	2	1	1	2
C.65	2	1	2	2	1	1	2	1	2
C.66	1	2	1	2	2	2	1	1	2

C.67	2	2	1	2	1	2	1	1	1
C.68	2	2	1	1	2	1	1	1	2
Codigo 1- Si	34	24	30	27	28	26	36	48	57
Codigo 2 - NO	34	44	38	41	40	42	32	20	11
Total	68	68	68	68	68	68	68	68	68