



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE
LAS MYPE, RUBRO POLLERÍAS DE LA URB. ENRIQUE
LÓPEZ ALBÚJAR I Y II ETAPA, SULLANA-2020

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

AUTORA

CANOVA VALLADARES, CARMEN DORA

ORCID: 0000-0003-3930-9366

ASESORA

Mgtr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID:0000-0001-9618-6177

PIURA-PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Canova Valladares, Carmen Dora

ORCID: 0000-0003-3930-9366

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura, Perú

ASESORA

Mgr. Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID:0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingenierías, Escuela Profesional de Administración, Chimbote. Perú.

JURADO

PRESIDENTE

Mgr. León Vigo, Maritza

ORCID 0000-0002-1003-0372

MIEMBRO

Mgr. Patiño Niño Víctor Helio

ORCID: 0000-0002-4660-9490

MIEMBRO

Mgr. Limo Vásquez Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. León Vigo, Maritza

ORCID 0000-0002-1003-0372

PRESIDENTE

Mgtr. Patiño Niño, Víctor Helio

ORCID: 0000-0002-4660-9490

MIEMBRO

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

MIEMBRO

Dr. Estrada Diaz Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

ASESORA

Mgtr. Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID:0000-0001-9618-6177

AGRADECIMIENTO

A mi madre por su gran apoyo y esfuerzo en haber dedicado tiempo a mis hijos, ya que sin ella no hubiera podido terminar este proyecto de investigación que es muy importante en mi carrera profesional.

DEDICATORIA

Dedico primeramente mi trabajo a Dios,
el creador de todas las cosas y a mis hijos.

De igual manera, dedico este proyecto de tesis a mis
padres, quienes han sabido formarme con buenos
hábitos y valores lo cual me ha ayudado a salir adelante
en mi vida.

RESUMEN

La presente tesis titulada Gestión de Calidad y Atención al Cliente de las “Mype, Rubro Pollerías de la Urb. Enrique Lopez Albuja I y II etapa , Sullana” - 2020 se encausó en el objetivo general en determinar el nivel gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES empresas de comida como pollerías de la “Urbanización Enrique López Albuja I y II etapa, de la ciudad de Sullana” en el año 2020, para lo cual siguió tipología cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal, para la variable gestión de calidad se utilizó una muestra de 36 trabajadores, y para la variables etanoico al cliente una muestra de 55 clientes de una población infinita. Los resultados resaltan que, el 77.78% de los trabajadores consideran que la empresa ofrece un producto de alta calidad, el 55.56% de ellos expresa el manejo adecuado y una manipulación higiénica en la presentación de la comida, el 76.36% de los clientes está de acuerdo con la atención, el 58.18% observan que las actividades empresariales no están direccionadas a satisfacer el cliente. En conclusión, los clientes perciben que la Mypes ofrecen un buen producto de calidad, también se ofrecen productos adecuados, prevención para generar una buena satisfacción del cliente y sus necesidades. Sin embargo, las Mypes, presentan debilidades con la atención; lentitud en los pedidos, instalaciones sin idoneidad; inadecuado servicio según necesidades y satisfacción de sus expectativas.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de calidad, MYPES

ABSTRACT

This thesis entitled Quality Management and Customer Service of Mypes, Pollerías Area of the Urb. Enrique Lopez Albuja I and II stage, Sullana -2020 was directed towards the general objective of determining the level of quality management and customer service in the MYPES food companies such as chicken shops of the Enrique López Albuja I and II urbanization stage, of the city of Sullana in the year 2020, for which it followed quantitative typology, descriptive level, non-experimental and cross-sectional design, for the management variable For quality, a sample of 36 workers was used, and for the customer ethanoic variables, a sample of 55 customers from an infinite population. The results highlight that 77.78% of the workers consider that the company offers a high quality product, 55.56% of them express the proper handling and hygienic handling in the presentation of the food, 76.36% of the clients agree According to the attention, 58.18% observe that the business activities are not directed to satisfy the client. In conclusion, customers perceive that Mypes offer a good quality product, adequate products are also offered, prevention to generate good customer satisfaction and their needs. However, Mypes have weaknesses with attention; slow ordering, unsuitable facilities; inadequate service according to needs and satisfaction of your expectations.

Keywords: Customer service, Quality management, MYPES.

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	5
III. Hipótesis	2
IV. Metodología.....	27
4.1 Diseño de la investigación.....	27
4.2 Población y muestra.....	28
4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores	31
4.4 Técnicas e instrumentos	32
4.5 Plan de análisis	32
4.6 Matriz de consistencia.....	33
4.7 Principios éticos.....	34
V. Resultados	36
5.1 Resultados	36
5.2 Análisis de resultados	45
VI. Conclusiones.....	49
Aspectos complementarios	51
Referencias bibliográficas	60
Anexos.....	64

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: La empresa le ofrece un producto de buena calidad</i>	36
<i>Tabla 2: La empresa controla el buen estado y manipulación de cada producto que ofrece al cliente</i>	36
<i>Tabla 3: Los productos y servicios de la empresa donde se encuentran ubicados los insumos son adecuados</i>	37
<i>Tabla 4 Considera que la empresa se preocupa por el cliente en satisfacer sus necesidades con producto de calidad</i>	37
<i>Tabla 5: La empresa estudia las condiciones económicas del cliente, para ofrecer nuevos productos</i>	38
<i>Tabla 6: El personal de atención al cliente demuestra liderazgo y motivación</i>	38
<i>Tabla 7: El contacto con los clientes es de manera cordial y empática</i>	39
<i>Tabla 8: La empresa considera al cliente ofreciendo beneficios, ofertas o descuentos</i>	39
<i>Tabla 9: Considera que la atención al cliente es la adecuada</i>	40
<i>Tabla 10: Para usted la atención en caja es rápido y ágil</i>	40
<i>Tabla 11: Para usted la atención que le brindan satisfacen sus necesidades</i>	41

Tabla 12: Considera que las actividades que se realiza están enfocadas al cliente	41
Tabla 13: La distribución de las instalaciones, le genera satisfacción	42
Tabla 14: Usted considera que las empresas deben contar con diversidad de productos de toda necesidad	42
Tabla 15: <i>Para usted las empresas cuentan con el personal calificado para la atención</i>	43
Tabla 16: Considera que las empresas cuentan con servicios adecuados a sus necesidades	43
Tabla 17: Para usted la atención del cliente de las empresas satisfacen sus expectativas	44
Tabla 18: Usted se encuentra satisfecho con los servicios de atención al cliente que le brindan	44<

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Tabla 1: La empresa le ofrece un producto de buena calidad</i>	69
<i>Tabla 2: La empresa controla el buen estado y manipulación de cada producto que ofrece al cliente</i>	69
<i>Tabla 3: Los productos y servicios de la empresa donde se encuentran ubicados los insumos son adecuados</i>	70
<i>Tabla 4 Considera que la empresa se preocupa por el cliente en satisfacer sus necesidades con producto de calidad</i>	70
<i>Tabla 5: La empresa estudia las condiciones económicas del cliente, para ofrecer nuevos productos</i>	71
<i>Tabla 6: El personal de atención al cliente demuestra liderazgo y motivación</i>	71
<i>Tabla 7: El contacto con los clientes es de manera cordial y empática</i>	72
<i>Tabla 8: La empresa considera al cliente ofreciendo beneficios, ofertas o descuentos</i>	72
<i>Tabla 9: Considera que la atención al cliente es la adecuada</i>	73
<i>Tabla 10: Para usted la atención en caja es rápido y ágil</i>	73
<i>Tabla 11: Para usted la atención que le brindan satisfacen sus necesidades</i>	74

Tabla 12: Considera que las actividades que se realiza están enfocadas al cliente	74
Tabla 13: La distribución de las instalaciones, le genera satisfacción	75
Tabla 14: Usted considera que las empresas deben contar con diversidad de productos de toda necesidad	75
Tabla 15: <i>Para usted las empresas cuentan con el personal calificado para la atención</i>	76
Tabla 16: Considera que las empresas cuentan con servicios adecuados a sus necesidades	76
Tabla 17: Para usted la atención del cliente de las empresas satisfacen sus expectativas	77
Tabla 18: Usted se encuentra satisfecho con los servicios de atención al cliente que le brindan	77

I. INTRODUCCIÓN

Como parte de una problemática empresarial del rubro restaurant pollerías, se decidió llevar a cabo un estudio relacionado a ¿cuáles son las principales características de la variable “Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES rubro restaurant Pollería, Sullana” - 2020, la misma que se enmarca en una de las líneas de trabajo referente a la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Perú, la que a su vez, se encuentra adscrita a dos de los constructos que la Escuela de Administración de la Universidad como son la gestión de calidad y atención al cliente, para lo cual siguió tipología cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal..

Como se sabe a nivel empresarial, los gestores de tales organizaciones deben apoyar un plan de acciones en donde se aprecia una planificación, organización de las actividades, ejecución de las políticas vinculadas con el nivel excelente, de tal manera que los operadores consigan colocar la calidad de un producto o de un servicio acorde con las características del mercado y atendiendo a las necesidades del consumidor.

En ese sentido, se establece el nivel de importancia de los bienes y servicios de calidad a fin de que no solo se mantenga en el mercado, sino que, además, ayude a establecer un nivel confianza y fidelidad de los clientes que son en última instancia los que hay que mantenerlos satisfechos con lo que reciben y consumen, permitiendo además que las empresas puedan crecer y avanzar en su desarrollo. De allí, que la visita y compras que se haga hacia una empresa, se encuentra en relación directamente proporcional a la calidad de servicio manifestado (Inquilla, 2019).

En las vistas a restaurant del rubro pollerías se pudo identificar la siguiente problemática, la misma que se resume de la siguiente manera: ¿Cuál es el nivel gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES empresas de comida como pollerías de la “Urbanización Enrique López Albujar I y II etapa, de la ciudad de Sullana” en el año 2020?, a partir del cual es el siguiente propósito; Determinar el nivel “gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES” empresas de comida como pollerías de la “Urbanización Enrique López Albujar I y II etapa, de la ciudad de Sullana” en el año 2020, en donde se plantearon objetivos particulares orientados: a) Describir cuales son las características de la empresa de comida MYPES pollería de la “urbanización Enrique López Albújar I y II etapa, Sullana”, 2020; b) Determinar cómo aquellas prácticas ejecutadas en la empresa expresan una mejora la calidad en la gestión de las empresas de comida de las MYPES pollería de la “urbanización Enrique López Albujar I y II etapa, Sullana” – 2020; c) Describir el nivel de importancia respecto a la atención de los usuarios que hacen uso de los servicios de una de las empresas de comida pollería de la “urbanización Enrique López Albujar I y II etapa, Sullana, 2020”; y d) Proponer un plan de mejora de la gestión de calidad de las MYPE, rubro pollerías de la” urb. Enrique López Albujar I y II etapa, Sullana” – 2020.

En teoría, la investigación ha proporcionado al campo científico nuevas formas de captar la realidad de las Mypes, asociadas a la avicultura comercial, y esforzarse por mantenerse en el mercado mediante la aplicación de una gestión de calidad orientada al servicio al cliente. En este sentido, se comprometen a mantener la eficiencia y eficacia en todo el proceso de prestación de servicios, en un esfuerzo por centrarse en la competitividad, ya que la tasa de crecimiento de las empresas

ganaderas en los últimos años se ha incrementado rápidamente. Estos cambios representan una oportunidad de inversión para los emprendedores, quienes podrán comprender mejor su papel frente a las nuevas realidades y necesidades e intereses de los clientes .

Desde el punto de vista práctico, la investigación sirvió para proponer estrategias efectivas que permitan al empresario de las Mypes rubro pollerías desenvolverse mejor en el ámbito de la gestión de la calidad centrada en el cliente los cuales cada vez son más exigentes en el servicio y en el producto. Si se aplican las alternativas a proponer no sólo se beneficia la empresa y quienes trabajan en ella sino sobre todo mejoran los ingresos y calidad de vida, dando la oportunidad de implementar nuevas sucursales en otros espacios de la ciudad de origen. Además, fue útil, pues los empresarios pueden innovar sus productos adaptándolos a las necesidades del cliente .

En cuanto a los aportes metodológicos, la investigación aplicó los pasos del método científico donde se detectó una problemática, se realizó estado del arte de la literatura, la información empírica se recogió a través de cuestionarios, posteriormente se trabajó en base a la estadística descriptiva e inferencial. Esta investigación podrá servir como soporte a otros trabajos de investigación incluso en otros rubros de negocios

La investigación fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal para la variable gestión de calidad se utilizó una muestra de 36 trabajadores, y para la variable etanoico al cliente una muestra de 55 clientes de una población infinita. Los resultados resaltan que, el 77.78% de los

trabajadores consideran que la empresa ofrece un producto de alta calidad, el 55.56% de ellos expresa el manejo adecuado y una manipulación higiénica en la presentación de la comida, el 76.36% de los clientes está de acuerdo con la atención, el 58.18% observan que las actividades empresariales no están direccionadas a satisfacer el cliente. En conclusión, los clientes perciben que la Mypes ofrecen un buen producto de calidad, también se ofrecen productos adecuados, prevención para generar una buena satisfacción del cliente y sus necesidades. Sin embargo, las Mypes, presentan debilidades con la atención; lentitud en los pedidos, instalaciones sin idoneidad; inadecuado servicio según necesidades y satisfacción de sus expectativas

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes de la Investigación:

Antecedentes Internacionales

Faytong (2016) planteó como necesidad investigar “*Modelo de gestión para mejorar la calidad de atención al usuario del Gadm Cantón Babahoyo*”, tuvo como objetivo: Diseñar un Modelo de Gestión para el mejoramiento de la calidad de atención al usuario del GADM Del Cantón Babahoyo, se utilizó el diseño no experimental , transversal, descriptivo, la muestra estuvo conformado por 3266 funcionarios públicos, se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento un cuestionario de preguntas cerradas, los resultados fueron: el 95% de los encuestados indican estar de acuerdo en la creación de un Departamento exclusivo para atender las necesidades de los usuarios, el 50% coincidió que el área de Catastro Urbano y Rural debería mejorar su sistema de atención a los usuarios, seguido del área de Planificación Urbana y Rural, el 37% de los usuarios consultados presentan satisfacción en la atención recibida entre Muy Buena y Buena, el 72% se acercan a cada una de las dependencias mas de 20 veces en un año, el 40% de los encuestados que indican conocer la ubicación de las dependencia de la municipalidad, el 20% tiene entre de 1 - 3 años, lo cual indica que existe funcionarios de poco experiencia administrativa, 30% manifiestan que el ambiente es Regular y Malo, por encontrarse en área que No conocen y desempeñan funciones que no están aptos, es decir existe habría que mejorarles el ambiente de trabajo. Se concluye que: El modelo de gestión para mejorar la calidad en la atención a los usuarios del GADM del cantón Babahoyo, es validado por expertos en el tema, quienes consideran que los procesos actualmente levantados son los más relevantes al momento, pero sin embargo es importante en el mediano plazo, considerar la inclusión

de todos los aspectos operativos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Babahoyo

Antecedentes Nacionales

Haro (2019) en su estudio de título *Caracterización de la gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro gimnasios Distrito de Trujillo, 2018*, estableció un propósito, vinculado a establecer las características de la variable vinculada a la gestión de la calidad frente a la variable atención al cliente el cual desembocó en un planeamiento de mejora MYPEs en las empresas de gimnasia del de Trujillo. Es un estudio enmarcado en una metodología cuantitativa, sin experimentación, la descripción y la transversalidad, en donde participaron 15 MYPEs con sus respectivos sus respectivos propietarios, quienes amablemente respondieron a los cuestionarios. **Los resultados** expresaron que, el 67% desconoce los parámetros de la gestión de calidad, no obstante, sorprende que, el 100% sabe sobre la importancia de atender bien al cliente, el 73% de los trabajadores no está de acuerdo con el cambio, un 67% se preocupan por el rendimiento mediante la técnica de la observación, el 100% alude a reconocer el papel que, juega la gestión de calidad en el cumplimiento de las metas empresariales, el 60% entiende perfectamente el papel de entender al cliente, asimismo, el 100% de los encuestados aplican el modelo de gestión de calidad para atender al cliente, el 100% realizan su máximo esfuerzo para atender al cliente, satisfacerlo y fidelizarlo por completo. En **conclusión**, los empresarios son conscientes de aplicar normas de gestión de la calidad desde la perspectiva del cliente, fijarse si funciona el rendimiento de la producción con el alcance de obtener los propósitos y las metas.

Huanca (2019). En su estudio *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 insatisfecha en las pollerías del distrito de Quillabamba la convención departamento de Cusco.

Barreto (2018), se preocupó por determinar “*las características de una gestión bajo los parámetros de las normas ISO 9001 aplicadas a las micro y pequeñas empresas de comida (pollerías) en Huaraz*”, investigación que siguió tuvo como objetivo, describir las principales características de la gestión de calidad bajo las normas ISO 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro

restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz. El proceso metodológico descansó en un diseño sin experimentación con transversalidad y con diseño descriptivo. Para ejecutar la tesis se seleccionó un muestreo de 30 gerentes mercado de pollerías a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 ítems. Se consiguió que el 49% del personal se encuentra entre 41 a 59 años; se encontró que el 69% fueron hombres; 42,9% son del nivel superior universitaria; asimismo 66% expresan políticas de mejoramiento de calidad; 69% señalan un adecuado ambiente del trabajo; 43% señalan que a veces se documenta el producto; 49% considera que casi siempre se controlan los procesos de elaborar el producto; 51% indican que casi siempre hay un seguimiento para saber si el cliente se encuentra satisfecho y 40 % expresan que solo a veces por deficiencia se emiten acciones de mejoramiento. En **conclusión**, los gerentes mantienen situaciones de deficiencia frente al cumplimiento de la norma ISO 9001 por no ser de importancia para los restaurantes (pollerías) por carecer un proceso adecuado de elaboración del producto y por la falta de control de quejas y reclamos.

Robles, (2018), se plantó realizar una investigación “*Gestionar la calidad en el uso de las estrategias competitivas generales con las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante en Huaraz*”, el propósito consistió determinar cómo las características de gestionar la calidad favorecen las estrategias competitivas genéricas en las micro y pequeñas empresas (MYPES) del mercado de comida restaurante en Huaraz, estableciendo para ello la metodología descriptiva, sin llegar a la experimentación decidiéndose por aplicar un cuestionario a 153 personas, consiguiendo **resultados** asombrosos por la conducción de un 62,75% de mujeres, siendo en este caso, mujeres que oscilan entre 41 a 50 años con estudios de nivel secundario; el personal de atención oscila entre 1 a 4 trabajadores, teniendo para la

empresa ingresos menores de 6 años con ventas mensuales por debajo de S/ 13,000. Se analizó, una gestión de calidad expresada ocasionalmente se planifica los objetivos representados por el 44,44%, algunas veces representado por el 66,67 %, este mismo porcentaje es para algunas veces determinan con los indicadores de control, el 56,21% raramente en ocasiones capacitan a la fuerza laboral sobre cómo hacer el uso correcto de los alimentos, el 45,10% realizan un casi siempre adecuado manejo de la preparación de alimentos. En cuanto a las variables estrategias competitivas genéricas se puede decir que el 69,93% en ocasiones ofrecen los volúmenes con altos costos, el 43,79% expresa que casi siempre hay experiencias sobre el debido funcionamiento del restaurante, 72,55% indica que algunas veces una capacidad productiva del 100%, casi siempre hay una preparación de diferente comida representado por el 41,18%, el 60,13% en ocasiones tratan de coordinar y planificar las compras. En **conclusión**, la información proporcionada por los representantes del mercado de comida rubro pollería en Independencia, en ciertas ocasiones se aprecia la aplicación de estrategias de liderazgo en costos, diferencia y segmentos.

Huaringa (2016) basó su tesis en “*Caracterizar la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote*”, teniendo para ello, cómo determinar las sustantivas características de la manera de gestionar la calidad en Mypes del sector servicios – en el restaurant del distrito de Nuevo Chimbote. La investigación siguió el modelo metodológico de enfoque cuantitativo, de corte no experimental con un muestreo de 23 micros y pequeñas, contando con el apoyo de 90 representantes para responder a un cuestionario. En los **resultados**, el 60,9% son hombres. Cuyas edades fluctúan entre 18 y 30 años representado por el 52,2%. El 47,8% maneja un grado de instrucción

universitaria, el 43,5% mantiene un periodo aproximado de 3 años. La totalidad no presenta estándares de calidad ISO. Casi el 70% maneja una gestión de mejoramiento de la calidad. El 56,6% expresa una mejora continua en la gestión. El 47,8% mantienen una autoridad frente a la fuerza laboral. El 78,3% ha recibido capacitación. El 39,1% mantienen un nivel adecuado frente a sus proveedores. **En conclusión**, los empresarios de las MYPEs mercado de comida restaurantes de Nuevo Chimbote, desconocen los estándares de calidad lo que se infiere la falta del plan estratégico administrativo y operativo, para enfrentar la permanente competencia.

Antecedentes Locales

Chunga, (2018) en su estudio de título “*Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPEs rubro pollería del Distrito de Vice – Sechura año 2018*”, tuvo como objetivo Conocer qué características tiene la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro Pollería, Distrito de Vice – Sechura, año 2018, es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. Para la recolección de datos se seleccionó como técnica el cuestionario y el instrumento la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: el 50% mide la productividad de sus trabajadores, el 100% planifican las actividades, el 100% consideran que la planeación es importante para cumplir con los objetivos, el 60% de los clientes consideran que recibe trato preferencial, el 81% de los encuestados Si frecuentarían el lugar después de haber consumido en las MYPE, el 84% manifestaron que Sí les brindan precios adecuados. Se concluye que: los trabajadores consideran la importancia del enfoque al cliente, del liderazgo que se ejerce como parte de priorizar el servicio al cliente, de la participación del personal y del compromiso con el servicio

al cliente, y de los recursos utilizados que son de buena calidad, por lo que para cualquier organización el cliente es el elemento más importante, ya que sin clientes no hay negocio y las organizaciones dependen de sus clientes, para ello deben interpretar sus necesidades actuales y futuras, y sobrepasar sus expectativas

Mamani (2018) se interesó en investigar las características *de la manera de gestionar la calidad en atención a las MYPE de restaurantes en Pocollay, Tacna*, se trazó como propósito la descripción de identificar características sobre cómo se maneja la gestión de calidad respecto a cómo atender al comensal de las MYPE en un centro campestre de Pocollay. Para ello, el autor basó el estudio desde el enfoque cuantitativo, sin manipulación de variables en un momento determinado y en base a un sistema de descripción, para lo cual se seleccionó un número de 16 MYPE. En los **resultados** se encontraron que la mayoría, es decir el 81.25% le tiene confianza a la gestión de calidad, más de la mitad con el 56.25% aplica un plan de mejoramiento continuo, el más de la mitad, es decir el 56.25% prioriza el rubro de calidad empresarial así como el producto final, cerca del 43.75% se preocupan por ser amables y dar buen trato a los comensales, las tres cuartas partes, es decir el 75% realiza una buena, más del noventa por ciento, es decir el 93.75% no le presta mucha importancia a las capacitaciones para mejorar la atención del usuario, más del sesenta por ciento, es decir, el 68.75% está convencido que ofrecer un servicio de calidad incrementa las ventas y más del cincuenta por ciento, es decir, el 56.25% ofrece un clima laboral favorable. Se **concluye**, que, una gran parte de las MYPE aplica una política de gestión de calidad teniendo como resultado la mejora continua.

Adrianzen (2017) en su estudio *Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las MYPE del rubro pollerías en la Urbanización Ignacio Merino – Piura, año 2017*, tuvo como objetivo determinar las características de la competitividad y atención al cliente de las MYPE, rubro pollerías en la Urb. Ignacio Merino I y II etapa – Piura, año 2017. Se utilizó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal, la muestra fue de 384 personas, las cuales se distribuyeron un aproximado de 64 encuestas por pollería aplicando un cuestionario de 10 preguntas cerrada, las mismas que fueron validadas por expertos, los resultados fueron: el 73% del total de encuestados consideró que los colaboradores están bien informados para realizar el servicio, el 57% manifestó que si atienden sus consultas, el 53% no se consideró un cliente fiel de la pollería, el 68% se cambiaría de pollería por una mejor oferta, el 60% del total de encuestados manifestó que si hay interés por la pollería por mejorar, el 47% mejoró en la atención al cliente, el 70% manifestó que la pollería si cuenta con buenos proveedores, el 73% manifestó que las actividades si están enfocadas al cliente de la pollería, se **concluye** 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.

Borunda (2017) en su estudio de título “*Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la veterinaria “San Roque” de la ciudad de Huánuco – 2017*”. Para ello, se establece cómo establecer la relación cuando se juntan la calidad

de servicio y la forma de satisfacer al usuario de la veterinaria “San Roque”. El estudio siguió una ruta de naturaleza descriptiva y correlacional, al muestra la conforman 11 trabajadores, se aplicó la técnica de la encuesta y su instrumento u cuestionario, obteniendo los siguientes resultados: el 27% califica la calidad de servicio como bueno, el 44% de las personas encuestadas indicaron que les atendieron con amabilidad desde el momento que ingreso, el 62% de los encuestados respondió que está de acuerdo con el tiempo de espera, ya que es adecuado por el tipo de servicio que brindan, el 65% de la población analizada expresó que para ellos es muy importante la rapidez en el servicio, el 65% de la población afirmó que los trabajadores siempre hacen su trabajo bien y a tiempo ya que es responsabilidad de cada uno cumplir con lo que les corresponde, y así brindar un servicio de excelencia para que los clientes se lleven una buena perspectiva. Se concluye que: de acuerdo con los resultados, la cual afirma que: La capacidad de respuesta se relaciona sustancialmente con la satisfacción del cliente de la veterinaria “San Roque” de la Ciudad de Huánuco, en el año 2017, lo cual ayuda al crecimiento integral de la misma, ya que genera que el colaborador esté atento y brinde un servicio excepcional para que el cliente quede satisfecho

Rivera (2017) en su estudio de título *Caracterización de la gestión de calidad del servicio y la satisfacción del cliente del Banco de Crédito del Perú – agencia Tambogrande – Piura – 2017*, se propuso determinar qué características de la política de la gestión de calidad del servicio logra satisfacer a los clientes del BCP – sucursal Tambo Grande – Piura, bajo la corriente descriptiva, desarrollada en un solo momento, y con la ayuda voluntaria de 96 clientes, los resultados fueron que el el 45 % de los encuestados señala que a su visita en la Agencia BCP la encuentra en buenas condicione, , el 43% de los encuestados señala que cuando visita la agencia los

colaboradores están en sus sitios respectivos y listos para atenderlos, el 50 % de los encuestados señala que está de acuerdo en que los colaboradores estén dispuestos a apoyarlos en toda situación, el 49% de los encuestados señala que los colaboradores brindan una atención amable, cordial, confiables y transparente, el 56% de los encuestados señala que los colaboradores están capacitados para responder a sus inquietudes y dudas cuentan con el manejo de información y son profesionales, el 41% de los encuestados señala es que está de acuerdo que la atención en el área es adecuada, el 25 % de los encuestados señala que está de acuerdo en que se demoran y esperan mucho tiempo en ser atendidos, el 47% de los encuestados señala que se siente seguro de la agencia BCP Tambo Grande, el 38% de los encuestados señala que la calidad de servicio brindado por los colaboradores de la agencia BCP Tambo Grande es totalmente satisfactoria, se concluye que: la mayoría de los encuestados está de acuerdo con la rapidez de solución de problemas por lo tanto se recomienda agilizar y ser más flexible en sus procesos ya que genera un malestar para los clientes ; los canales alternos también se identificó un problema ya que los clientes consideran que el servicio brindado por sus cajeros automáticos no es muy eficiente y que los tiempos de espera en sus colas son largos porque cuenta con poco personal.

Cruz (2017) planteó *Caracterizar de cómo atender al cliente y cómo capacitar al personal de las MYPE de Lalaquiz - Huancabamba*, la idea del trabajo es encontrar qué características son las más favorables para atender a los clientes y cómo se les puede capacitar para mejorar el servicio. Siguió un patrón metodológico sin manipular las variables de transversalidad, donde participaron 20 colaboradores y 135 usuarios. Resultados: el 45% tienen entre 36 a 45 años de edad, el 50% aplica la capacitación en atención al cliente, el 80% no ha recibido inducción al ingresar a trabajar, el 85.9%

considera que la atención al cliente en el rubro restaurantes de Lalaquiz es la adecuada, el 42.2% considera que las actividades de los restaurantes están enfocadas al cliente. El estudio **concluye** cómo atender al usuario de las MYPE en la pollería de Lalaquiz, es de una pobre de calidad; y los clientes de relevancia de productos de intangibilidad para satisfacer las necesidades.

2.1. Bases teóricas

Calidad

La calidad es un constructo que tiene diversos significados. En ese sentido, Hernández et al. (2018) la calidad como parte de una estrategia que asegura el cumplimiento de las metas y objetivos, y ofrece productos y servicios muy requeridos por los clientes. De lo anterior se infiere que es el cliente que se beneficia con estas mejoras.

En la versión de Jabaloyes et al. (2020), la calidad es entendida como un conjunto de propiedades y características que se aplica a los productos y servicios para atraer y fidelizar a los clientes. El **resultado** final es que el producto satisfaga las necesidades de los clientes.

Terán et al. (2021) atendiendo a la necesidad de fidelizar clientes señala que la calidad pone a prueba un conjunto de oportunidades las cuales son proyectadas a largo plazo, asegurando de esta manera un producto altamente rentable y de preferencia para los clientes.

Mientras tanto, Feigenbaum (citado en Muñoz, 2018) establece que la calidad, es producto de una planificación donde se moviliza un conjunto de recursos, esfuerzo

y dedicación integrando a toda la organización para responder a las necesidades de los clientes.

En **consecuencia**, diversos programas de calidad apuestan por mejorar las condiciones de servicio para enfrentar una realidad que demanda cambios urgentes y duraderos. Por eso, la gestión de calidad es el nuevo paradigma para un crecimiento digno.

En relación a la versión de Vargas y Aldana (2017), la calidad es una forma de orientar el trabajo institucional como el propósito de producir cambios sustantivos en todo el proceso y resultado; para que tenga éxito se necesita estructurar un sistema que tenga misión y visión para enfrentar situaciones difíciles; realizarlo dentro de un parámetro de dirección estratégica para de esta manera fortalecer la alta dirección poniendo en consideración las herramientas estadísticas, la gerencia de los altos directivos de tal manera que se pueda realizar una gestión del conocimiento integrando todos los elementos de manera operativa, dinámica, sistémica con normas y estándares que ayudan a cumplir los objetivos y el interés de los usuarios.

La evolución de la calidad

El término calidad ha evolucionado siguiendo diversas fases. En un primer momento, estuvo orientada a los procesos y propósitos que determinan el enfoque de la satisfacción pensado en que hay que mantener contentos a los clientes sobre lo que se obtiene y recibe, por ello, había que detectar errores que pudieran perjudicar el producto. En segundo lugar, para asegurar la calidad había que realizar un seguimiento detallista en todo el proceso para realizar los ajustes necesarios según

los objetivos y las metas. La tercera fase consistió en realizar una sistematización de las actividades para determinar la confianza, en todo lo que se haga enfatizando siempre en el cliente .

En cuarto lugar, se apertura el ingreso de la gestión de la calidad total , enfoque que busca mantener una mejora continua con el propósito de satisfacer todas las necesidades de los usuarios. En ese contexto, se proyectan diversas formas de mejorar la gestión de calidad tales como el Premio Deming o el Modelo Europeo (Modelo EFQM) y el modelo Malcom Baldrige, (Lizarzaburu, 2016).

Los valores como base de la cultura de la calidad y el servicio

Los autores Hernández y Cano (2017) manifiestan que los valores presentan tres requisitos indispensables: la necesidad del individuo, la interacción entre individuos y la obtención del bienestar.

En cuanto a los valores que deben estar presentes en los colaboradores destacan: la prudencia, valor que es básico para actuar dentro de los cánones de lo que debe estar bien; la amistad, valor que desemboca en la parte afectiva y en compartir objetivos, metas, necesidades, intereses y valores; el autodominio, valor que permite controlar y manejar los impulsos frente a respuestas internas y externas; la confianza, que es un valor importante en las relaciones entre los individuos, lo que facilita la tranquilidad, seguridad y lealtad para obtener productos y servicios; y la calidad que apuesta por la perfección de los individuos, el servicio y el producto (Hernández y Cano, 2017).

Otros valores a tener en cuenta son: la creatividad, es un valor importante para echar andar la imaginación, la iniciativa y la audacia para dar respuesta a nuevas ideas y procurar que el servicio sea de alta calidad; la justicia es el valor de dar a cada persona lo que le corresponda proponiendo a los trabajadores que leales, respeten, amables y honestos con sus funciones; solidaridad, es un valor de apoyo hacia las necesidades de la persona; la fortaleza, es un valor que sirve para salir airoso ante cualquier situación difícil y adversa; que pueda poner en peligro los objetivos y las metas; la laboriosidad; es un valor vinculado con el cumplimiento de los compromisos, apostando por ser excelente; la puntualidad, es el valor para ser cumplido con las tareas encomendadas dentro de un marco de la eficacia y el orden; la paciencia, es el valor que exige serenidad y compostura; sobriedad para administrar los tiempos, el manejo de los recursos y hacer frente a las necesidades e intereses; la empatía, es el valor de considerar a la otra persona, manteniéndose firme; objetividad, es el valor que implica ser realista e imparcial para tomar una decisión; el optimismo, el enfrentar las situaciones con alegría y mente positiva; el trabajo en equipo, es un valor que emplea las ideas del grupo para mejorar el servicio; la verdad, es el valor que asegura una coherencia en todos los actos; durabilidad, es el valor que sobrepasa el tiempo; la integridad, es el valor de la coherencia; flexibilidad, es el valor donde se pide que suavice la acción para dar continuidad; satisfacción, es el valor del estar contento sobre lo que se recibe; dinamismo, es el valor de estar en constante evolución; complejidad, es el valor para reflexionar, evaluar y tomar una postura; y la aplicabilidad; es el valor de constatar que todo esté bien.

Gestión de calidad

La gestión de calidad está catalogada como una de las propuestas que sirve a las instituciones para potenciar todo el sistema productivo, incluyendo la fase final de la productividad que es ofrecer un servicio de calidad con la finalidad de fidelizar a los clientes y lograr mantenerlos contentos para que no busquen otras opciones en el mercado. Para ello, sirve de base formar a los trabajadores para que interioricen ciertas normas en toda la cadena productiva incluida la atención a clientes (Agurto, 2017).

La gestión de calidad según las normas ISO

Las normas ISO 9000 presentan un conjunto de alternativas según los establece Lizarzaburu (2016):

Norma ISO 9000: presenta con detalle los elementos que configuran y fundamentan los sistemas de gestión de toda la calidad del proceso y producto

Norma ISO 9001: es una propuesta donde se plantean los requisitos presentados en los sistemas de gestión de la calidad, ajustándose a todos los requerimientos del cliente.

Norma ISO 9004: por primera vez se empieza hablar de eficacia y eficiencia, dos elementos muy fuertes en el sistema de gestión para mejorar la calidad. Lo que se busca, en definitiva, es mejorar todo el sistema empresarial apostando por darles un buen servicio a los usuarios y a los interesados .

Norma ISO 19011: aquella que trata de las auditorías de todo el sistema productivo.

En otro apartado, Lizarzaburu (2016), plantea 8 principios para la ISO 9001:2008:

Enfoque al cliente: apuesta por satisfacer las necesidades de los clientes de tal manera que satisfaga todas las expectativas; Liderazgo, tiene como papel influir en los objetivos organizacionales, guiando la estrategia para implementar a una institución; Participación del personal: procurar que todos se comprometan e involucren con el accionar de la organización estableciendo competencias, capacidades y habilidades para beneficiar la institución; Enfoque basado en procesos, lo que se busca acompañar con eficiencia todo el ciclo del proceso y del resultado en la gestión, las acciones y los recursos del sistema; Enfoques del sistema para la gestión, procurando poner en funcionamiento todo el sistema y los procesos orientados por la eficacia y eficiencia empresarial; mejorar continuamente, lo que significa estar en permanente perfección; enfocarse en las decisiones, quiere decir, que parte de información que se obtiene de los análisis constantes sobre productividad de la empresa; mantener una relación entre el proveedor: toma en cuenta los tipos de relación generada entre el productor y el cliente , de tal manera que se vaya creando los lazos de amistad

“Elementos de la gestión de calidad”

En opinión de Duque (2016) la gestión de calidad en el marco de la ISO 9001 plantea los siguientes elementos: Apostar por el cliente, en atención a sus intereses, necesidades y expectativas; evitar la incertidumbre, planteando una estrategia de control de riesgo; establecer una dirección estratégica, lo que significa que se requiere de plantear un procedimiento involucrando y estableciendo compromisos para trabajar en equipo; plantear objetivos alcanzables, los mismos que tienen que guiar las tres fases de la dirección, lo que quiere decir planificar, ejecutar y controlar;

establecer canales de comunicación interna, esto significa que todos los canales y las oficinas deben estar directamente interconectadas; establecer un sistema de control y evaluación permanente, lo que significa que todo debe estar monitoreado; se debe instalar los procesos continuos de mejora, el cual a partir de un plan mejora todo el proceso de gestión.

Calidad del servicio

En la pluma de Henao (2020) concibe la calidad del servicio en base a una propuesta de servicio según las expectativas del cliente. En tal sentido, el servicio debe cubrir todas las necesidades, intereses y expectativas de los clientes todo enmarcado en un modelo de gestión de calidad .

Atención al cliente

Verdadero sentido de dar atención al cliente

El cliente es una pieza fundamental en cadena de negocios, pues sin su participación, simplemente la empresa desaparece, en tal sentido, le corresponde al que está al mando del negocio dejar satisfechos a su cliente

Bajo la premisa anterior, Najul (2016) recomienda a los empresarios ponerse la camiseta en función de los intereses, necesidades y expectativas de los clientes de tal manera que no aseguren el mantenimiento de la empresa en el mercado sino que básicamente, sentirse orgullosos de estar ofreciendo un producto o servicio de calidad. También se deberá movilizar criterios de calidad como la eficiencia y eficacia, el liderazgo y el trabajo en equipo para darle más sostenibilidad al servicio.

Así también lo reconoce Alvarez et al. (2013), en el mundo del negocio se conjuga una serie de elementos virtud y principios.

Horovitz (2002 citado en Alvarez et al., 2013) resalta que el involucrar al personal de la empresa, de hacerlos que comulguen con los propósitos institucionales y que su conducta debe girar en función de lo que el cliente desea y aspira sin importar la condición social, raza, lugar de procedencia, es estar a la altura y sintonía con las expectativas y necesidades de los clientes .

La atención debe ser la misma para todos; aunque, los clientes fidelizados son los que tienen la preferencia principal. Además, no hay que perder de vista que en ocasiones la gente se acerca a consumir un producto no solo por la propaganda sino por la calidad del producto y del servicio, el trato, la atención, la amabilidad, la gentileza proporcionada en todo momento, el cual asegura un mayor número de clientes.

En la información manejada por Najul (2016) resalta diez aspectos importantes al estar frente al enfoque de clientes: el cliente es el protagonista principal; el cliente tiene deseos e intereses y hay que satisfacerlos con el servicio; todo lo que ofrece el servicio debe ser cumplido para generar confianza y lealtad; satisfacer en su totalidad al clientes; apoyar y servir en todo el momento al cliente; hay que respetar con todo lo que está establecido cumplir tiempo de entrega, la calidad del producto, entre otros; hay que entrenar al personal en actitudes, moldear el carácter, potenciar la motivación; hay que evaluar las percepciones de los clientes, es decir que sean ellos lo protagonistas de indicar si el producto es de calidad o no; hay que crear una cultura

de calidad, implementando planes de mejora; se debe fortalecer el trabajo en equipo para orientar de manera efectiva al cliente.

Todos estos preceptos configuran una cultura de calidad dirigida a la atención del cliente. Por ello, la importancia de seleccionar a los trabajadores más idóneos y antes de hacerlos participar en el negocio, deben recibir capacitación de tal manera que asegure el cometer cero errores. Para ello se recomienda un gestor que monitoree al recurso humano con la finalidad de asegurar un servicio de calidad.

Objetivo de la atención al cliente

Según el planteamiento de Najul (2016) los propietarios de una empresa deben pensar siempre en el cliente. Para ellos se recomienda, crear estrategias comunicacionales exhibiendo lo mejor del servicio, innovando la atención a tal punto que surta un efecto de apego; entrenar a los trabajadores desde un enfoque humanista, incidiendo en una cultura de calidad de servicio bien aplicado, evaluando permanentemente el accionar de lo que se realiza; plantear compromisos colaborativos entre empleados y empleadores, de tal manera que los trabajadores asuman la visión, misión, los objetivos y las metas de la organización; hay que motivar al personal a fin de que cumpla sus funciones a carta cabal; y finalmente implementar procedimientos estratégicos a fin de que todo el proceso se encuentre operativa y funciones de manera eficiente.

En la versión de Paredes (2018) el satisfacer a un cliente permite a la empresa mantenerse competitiva, satisfacer a sus clientes, atraer a nuevos clientes, ampliar el servicio, fortalecer el modelo de gestión

Dimensiones de la atención al cliente

Según Zapata (2014) propone una lista de dimensiones a tomar en cuenta:

- **La accesibilidad:** Es aquello que busca el mayor acercamiento en base a estrategias de calidez, respeto, satisfacción de necesidades y requerimientos inmediatos. Por ello se recomienda a la organización crear un sistema de calidad que una no solo el proceso productivo del servicio sino el valor de los clientes para que sean estos sean finalmente los principales beneficiados.
- **La comunicación:** debe darse en un marco de transparencia, objetividad y puntual a tal punto que no haya ningún mal entendido.
- **La capacidad del personal:** debe manejar capacidades blandas tratando de poner su mayor esfuerzo, amabilidad, cortesía y atención al servicio del cliente.
- **La cortesía y la amabilidad:** Son figuras relevantes porque de esto depende si el cliente se mantiene o se va, los fideliza y atrae a otros clientes, haciendo notar su satisfacción.
- **La credibilidad:** todo lo que ofrezca la empresa debe estar enmarcado en la credibilidad de tal manera que se convierta en ícono no solo para mantener a los clientes sino para atraer a otros.

Características de la atención al cliente

Las características son la permiten visualizar con más detenimiento la atención al cliente. Al respecto, Alcázar (2017) sostiene: la atención debe basarse en el enfoque del cliente; se debe gestionar los recursos necesarios de tal manera que no falle nada en el sistema comercial; se debe honrar a los compromisos respetando el tiempo; se

debe tener una estrategia de prevención; tratar de crear una estrategia de fidelización de clientes; hay que corregir las fallas a tiempo; la unidad del marketing debe satisfacer a todos los clientes y trabajadores; hay que incorporar dentro de la estructura indicadores de gestión de calidad para mejorar siempre y potenciar el servicio; establecer actividades de mejora; y hay que apostar por el talento laboral.

Desde la mirada de Cruz (2015), los empresarios deben convocar a reuniones coordinadas a fin de evaluar cómo se está respondiendo a las necesidades y expectativas del cliente, para que inmediatamente se implemente un plan de contingencia. Esto significa que, en el plan estratégico, los objetivos y la política de atención al cliente debe figurar como prioridad.

En el caso de las MYPE, se aprecia en la flexibilidad y la mejora continua probables problemas, los mismos que al ser detectados a tiempo deben ser resueltos en el menor tiempo posible, siempre respetando las necesidades crecientes de los clientes. Por ello, se requiere contar con un personal entrenado con formación en habilidades blandas para atender y mantener a los clientes cautivos.

Es importante resaltar la calidad del desempeño y el trato humano hacia los clientes, tomando en cuenta que los usuarios son personas que tienen sentimientos y en eso hay que tener cuidado para no herir susceptibilidades (Cruz, 2015).

III. HIPÓTESIS

En opinión de Díaz S. C. (2016) la hipótesis no es considerada por la naturaleza del diseño de investigación, siendo en este caso descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

La ruta metodológica es de los números, es decir se optó por el enfoque cuantitativo donde se buscó medir las siguientes variables la Gestión de Calidad y atención al cliente en las MYPEs rubro restaurant pollería de la Urb.” Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana” – 2020.

En relación a lo cuantitativo Díaz (2015) establece ciertas discrepancias al tratar de comprobar las teorías las mismas que deben ser comprobadas con la contrastación de las hipótesis, ya sea en forma probabilística y no probabilística. Por esa razón prima la necesidad de usar el método deductivo.

Es un estudio con características descriptivas. Al respecto Díaz (2018) con la descripción se busca identificar características en un hecho social, fenómeno social, sujeto o grupo, de tal manera que se establezca una estructura.

Diseño No experimental: Al respecto, Díaz (2018) recalca que en este tipo de diseño no hay necesidad de manipular las variables sino extraer la información tal como se presentan en la realidad. Por ello, se procederá a estudiar la gestión de calidad y atención del cliente en la MYPEs rubro restaurant pollería de la Urb. “Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana año” 2020, sin alterar los datos.

Diseño transversal: es aquel que se aplica en un tiempo determinado es decir se recoge la información y se procede a darle tratamiento estadístico.

4.2. El universo y muestra:

Variable 1: Gestión de calidad

Población:

En la versión de Díaz (2018) la población son individuos finitos o infinitos con patrones comunes. El tamaño de un área poblacional es muy importante por la determinación de la muestra.

La población lo conformaron 36 trabajadores de las Mype, rubro pollerías de la urb. 2Enrique López Albújar I y II etapa, Sullana”-2020. Las cuales fueron extraídas de los datos brindados por las Mypes en estudio:

N.º	Razón social	RUC	N.º trabajadores
01	Restaurant pollería Gonzalitos Champañat	10025478526	05
02	Restaurant pollería “La finca Grill”	10070393459	06
03	Restauran pollería "La esquina"	10035801117	05
04	Restauran pollería anticuchos "Paquis"	20154785652	06
05	Restaurant pollería "El encanto de Sullana"	10065874231	05
06	Restaurant pollería El parrillero	10024568785	04
07	Restaurant pollería El Tío Jhony	20600320689	05
Total			36

Variable 2: Atención al cliente

Población:

Debido a que se desconoce con precisión el tamaño de la población, se aplicó la fórmula para poblaciones infinitas, debido a que los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio no brindaron la información necesaria de la cantidad de clientes que ingresan diariamente.

$$n = \frac{z^2 \times P \times Q}{e^2}$$

Dónde:

$$z = 1.96$$

$$p = 0.6$$

$$q = 0.4$$

$$e = 13\%$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.6 \times 0.4}{0.13^2}$$

$$n = \frac{0.9219}{0.0169}$$

$$n = 54.56$$

$$n = 55$$

Muestra:

La muestra estuvo conformada por 55 clientes que acuden a las mypes, rubro pollerías de la urb.” Enrique López Albújar I y II etapa, Sullana”-2020. En la atención al cliente, el cuestionario va directamente a recoger la información de los sujetos que saben por su experiencia las vivencias y las atenciones recibidas por parte de la empresa.

a) Criterios de inclusión

- Empleados con jornada laboral superior a 3 años.
- Usuarios que hayan visitado al local de pollería por los menos tres veces al año

b) Criterios de exclusión

- Empleados que tengan una jornada laboral menor a tres años.
- Usuarios espontáneos que consumen pollo a la brasa.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicador	Ítems	Escala de medición	Fuente
Gestión de calidad	Es concebida como la aplicación de una serie de actividades previamente diseñadas y sistematizadas, cuyo propósito es poner en el mercado un producto o servicio dirigido a satisfacer las necesidades de los clientes (Faytong, 2015).	La variable se operacionaliza en base a los principios adscritos a la gestión de calidad señalando el enfoque, el liderazgo, la participación de los empleados, los procesos y la toma de decisiones a través de la aplicación de un cuestionario. Así mismo, comprende la mejora continua, a través de la normalización, producción, planificar.	Principios de la gestión de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque al cliente • Líder • Participación del empleado • Gestión de procesos 	1,2,3,4	Nominal	Trabajadores
			Mejora continua.	<ul style="list-style-type: none"> • Normas • Planificación • Productividad 	5,6,7,8		
Atención al cliente	Es una modalidad de servir a un usuario tratando de enfocarse en sus necesidades y expectativas frente al producto o servicio que recibirá (Borunda, 2017).	La variable se operacionaliza en relación a dos variables la importancia y las estrategias de atención a la clientela. En la primera se desagrega en la fidelización, percepción de la valoración de los clientes. En la segunda, se mide con la comunicación, la flexibilización, los medios de comunicación y necesidades del cliente, medidas mediante cuestionario.	Importancia de la atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Fidelización de la clientela • Percepción valorativa 	9,10,11,12,13	Nominal	Clientes
			Estrategias de mejora	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación • Flexibilización • Medios de atención • Necesidades de la clientela 	14,15,16,17,18		

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de recogida de datos

En concordancia con Bernal (2015) la técnica es la estrategia que sirve para enmarcar la estructura de un instrumento, en ese sentido, se usa la encuesta la que está conformada por preguntas abiertas y cerradas.

Instrumento de recogida de datos

En la versión de Bernal (2015) el instrumento utilizado es el cuestionario el cual consta de una estructura con instrucciones, formato de preguntas, en donde se puede elaborar preguntas abiertas y cerradas.

4.5. Plan de análisis

Se establece un plan el cual sigue un guión que va con la elaboración de la tesis, el recojo de información teórica, luego viene la aplicación de la encuesta, cuyas respuestas se tabulan se organizan en un Excel y desde allí salen las tablas que posteriormente tienen que ser interpretadas.

4.6. Matriz de Consistencia

Título	Problema	Objetivos		Variable	Metodología			
		General	Específicos		Métodos	Población y muestra	Técnica e instrumentos	Plan de análisis
Gestión de calidad y atención al cliente de las Mype, rubro pollerías de la Urb. Enrique López Albújar I Y II Etapa, Sullana-2020	¿Cuál es el nivel gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES empresas de comida como pollerías de la Urbanización Enrique López Albuja I y II etapa, de la ciudad de Sullana en el año 2020?	Determinar el nivel gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES empresas de comida como pollerías de la Urbanización Enrique López Albuja I y II etapa, de la ciudad de Sullana en el año 2020	<p>-Describir cuales son las características de la empresa de comida MYPES pollería de la urbanización Enrique López Albújar I y II etapa, Sullana, 2020.</p> <p>-Determinar cómo aquellas prácticas ejecutadas en la empresa expresan una mejora la calidad en la gestión de las empresas de comida de las MYPES pollería de la urbanización Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana – 2020</p> <p>-Describir el nivel de importancia respecto a la atención de los usuarios que hacen uso de los servicios de una de las empresas de comida pollería de la urbanización Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana, 2020.</p> <p>-Proponer un plan de mejora de la gestión de calidad de las MYPE, rubro pollerías de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana – 2020</p>	Gestión de calidad Atención al cliente	<p>Diseño de la investigación</p> <p>El diseño de la investigación fue No experimental-Transversal-descriptivo –</p>	<p>Población: Población 1: Fueron 36 trabajadores de las MYPES pollería de la urbanización Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana – 2020.</p> <p>Población 2: Fue infinita debido a que se desconoce la cantidad de clientes que acuden a las mypes.</p> <p>Muestra: Muestra 1: 36 trabajadores de las MYPES. Muestra 2: 55 clientes que acuden alas MYPES.</p>	<p>Técnica: La técnica utilizada fue la encuesta.</p> <p>Instrumentos: En el estudio se utilizó el instrumento del cuestionario</p>	<p>Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel.</p>

Fuente: Elaboración propia

4.7. Principios éticos

- **Protección de la persona.** Este principio se aplica a la protección de los sujetos que participan del cuestionario sobre gestión de la calidad y atención al cliente, cuya identidad se mantiene en reserva para evitar cualquier tipo de censura y sobre todo recoger con sinceridad la respuesta alcanzada al aplicador. Así mismo, los encuestados tiene todo el derecho de ser custodiado por sus opiniones que pueda emitir sobre el tema de estudio.
- **Libre participación y derecho a estar informado.** - Las personas encuestadas al igual que las personas que autorizan la aplicación del cuestionario, tienen el derecho de saber el motivo de su participación en la encuesta. Tienen derecho a saber cuál es el propósito de la recogida de datos y además se debe respetar en todo momento el derecho a participar o no participar.
- **Beneficencia y no-maleficencia.** La persona que participan respondiendo un cuestionario deben saber en qué les va a beneficiar, cuáles son las ventajas comparativas en el momento de realizarlo; además tiene derecho a desconfiar y de valorar los pros o los contras de su decisión.
- **Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad.** Una vez terminada la aplicación de la encuesta, el encuestador tiene el deber de arrojar el papel en la basura y no dejarlo por cualquier lugar. Con ello ayuda a preservar el medio ambiente y fomenta el ecologismo ambiental.
- **Justicia.** El investigador debe ser tolerante con las personas encuestadas, tratarlas con amabilidad y respeto desde el momento que asumen responder

la encuesta. Por otro lado, se tiene que aplicar las encuestas de acuerdo a la disponibilidad del tiempo que designe el encuestado.

- **Integridad científica.** El investigador tiene que demostrar que las ideas, los argumentos y la información recogida para desarrollar la estadística, debe ser objetiva, real y transparente, en ese sentido toda la exposición del trabajo debe organizarse utilizando el método científico.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Respecto a la variable Gestión de calidad

Tabla 1: La empresa ofrece un producto de alta calidad

Ítems	N	%
Si	28	77.78
No	8	22.22
Total	10	100.00

Nota: Cuestionario a los trabajadores de las pollerías encuestadas

Tabla 2: La empresa controla el estado y trato manipulación de cada producto que ofrecido al cliente

Ítems	N	%
Si	20	55.56
No	16	44.44
Total	36	100.00

Nota: Cuestionario a los trabajadores de las pollerías encuestadas

Tabla 3: Son adecuados los productos y servicios de la empresa en los que se prestan

Ítems	N	%
Si	30	83.33
No	6	16.67
Total	36	100.00

Nota: Cuestionario a los trabajadores de las pollerías encuestadas

Tabla 4: La empresa se preocupa por sus clientes satisfaciendo sus necesidades con un producto de alta calidad

Ítems	N	%
Si	29	80.56
No	7	19.44
Total	36	100.00

Nota: Cuestionario para los clientes de las pollerías encuestadas

Tabla 5: La empresa investiga las condiciones económicas de los clientes, para recomendar nuevos productos?

Ítems	N	%
Si	21	58.33
No	15	41.67
Total	36	100.00

Nota: Cuestionario a los trabajadores de las pollerías encuestadas

Tabla 6: Sus empleados de servicio al cliente han demostrado liderazgo y motivación

Ítems	N	%
Si	30	83.33
No	6	16.67
Total	36	100.00

Nota: Cuestionario a los trabajadores de las pollerías encuestadas.

Tabla 7: Las interacciones con los clientes son amistosas y comprensivas

Ítems	N	%
Si	36	100.00
No	0	0.00
Total	36	100.00

Nota: Cuestionario a los trabajadores de las pollerías encuestadas

Tabla 8: La empresa considera a los clientes ofreciéndoles beneficios, incentivos o descuentos

Ítems	N	%
Si	31	86.11
No	5	13.89
Total	36	100.00

Nota: Cuestionario a los trabajadores de las pollerías encuestadas

Respecto a la variable atención al cliente

Tabla 9: El servicio al cliente es suficiente

Ítems	n	%
Si	42	76.36
No	13	23.64
Total	55	100.00

Nota: Cuestionario para los clientes de las pollerías encuestadas

Tabla 10: El pago es rápido y fácil para usted

Ítems	n	%
Si	11	20.00
No	44	80.00
Total	55	100.00

Nota: Cuestionario para los clientes de las pollerías encuestadas

Tabla 11: La atención cubre las necesidades del cliente

Ítems	n	%
Si	26	47.27
No	29	52.73
Total	55	100.00

Nota: Cuestionario para los clientes de las pollerías encuestadas

Tabla 12: Las actividades que se llevan a cabo están centradas en el cliente

Ítems	n	%
Si	23	41.82
No	32	58.18
Total	55	100.00

Nota: Cuestionario para los clientes de las pollerías encuestadas

Tabla 13: La entrega de equipos, genera satisfacción

Ítems	n	%
Si	30	54.55
No	25	45.45
Total	55	100.00

Nota: Cuestionario para los clientes de las pollerías encuestadas

Tabla 14: Las empresas deberían tener una amplia gama de productos para cada necesidad

Ítems	n	%
Si	50	90.91
No	5	9.09
Total	55	100.00

Nota: Cuestionario para los clientes de las pollerías encuestadas

Tabla 15: Las empresas tienen empleados calificados para hacerse notar

Ítems	n	%
Si	40	72.73
No	15	27.27
Total	55	100.00

Nota: Cuestionario para los clientes de las pollerías encuestadas

Tabla 16: Las empresas disponen de servicios a la medida de sus necesidades

Ítems	n	%
Si	20	36.36
No	35	63.64
Total	55	100.00

Nota: Cuestionario para los clientes de las pollerías encuestadas

Tabla 17: El servicio de atención al cliente de la empresa cumple con sus expectativas

Ítems	n	%
Si	39	70.91
No	16	29.09
Total	55	100.00

Nota: Cuestionario para los clientes de las pollerías encuestadas

Tabla 18: Está satisfecho con el servicio al cliente brindado

Ítems	n	%
Si	28	50.91
No	27	49.09
Total	55	100.00

Nota: Cuestionario para los clientes de las pollerías encuestadas

5.2. Análisis de resultados

Objetivo General

En respuesta al propósito general: Determinar las principales “características de la variable gestión de calidad y atención al cliente en las MYPEs rubro restaurant pollería de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa Sullana año 2020”. Se ha podido comprobar en la **primera tabla** que los grupos empresariales de pollerías se esmeran mucho para ofrecer un producto con calidad, siendo en este caso la mayoría es decir el 77.78% que lo plantea, por el contrario, hay un 22.22% que no está de acuerdo. En virtud a ello (Mendoza, 2016), plantea que ello funciona porque las empresas implementan estrategias fijadas básicamente a retener al cliente ofreciéndoles algo diferenciado. Ello explica porque en los últimos años las ventas mejoran significativamente. En la **segunda tabla** se planteó la interrogante ¿La empresa controla el buen estado y manipulación de cada producto que ofrece al cliente? Pues de manera contundente la mayoría de ellos, es decir el 55.56% aprecia la forma como presentan el producto, controlando la parte higiénica, pero no así el 44.44%; en respuesta a ello, Arnold (2016), considera la importancia que tiene los que dirigen las empresas para influir en sus trabajadores, a tal punto que son capaces de poner sus mejores tratos y gestos para ofrecer una buena impresión, En la **tercera tabla** ¿Los productos y servicios de la empresa donde se encuentran ubicados los insumos son adecuados? , la mayoría de los clientes, es decir el 83.33% de los empresarios se sienten a gusto con la infraestructura donde se guardan los productos, pero un 16.67% no está de acuerdo, lo anterior, concuerda con la determinación de las principales características del área de gestión de calidad sobre todo en la competitividad (MYPES) (Robles, 2018) En la **tabla cuatro**, se observa que la

mayoría de los clientes, es decir el 80.56% tiene mucho consideración al cliente porque va de acuerdo a los gustos y necesidades, pero hay un 19.44% que no está de acuerdo. Esta parte, concuerda con los resultados obtenidos del estudio competitividad y gestión de calidad de las MYPES (Vargas, 2018). En la **tabla cinco** se registra que la mayoría de los clientes, es decir el 58.33% hay una fuerte consideración de las condiciones económicas hacia los clientes, más no así con el 41.67% restante. En la **tabla seis** el 83.33% están de acuerdo con la atención del personal que atiende lo cual implica la presencia de un fuerte liderazgo y motivación; en tanto que el 16.67% está en desacuerdo, podemos decir que un trabajador motivado rendirá más porque se siente mejor en su puesto y lo realiza con mayor eficacia. Aumenta su sensación de pertenencia a la empresa y al equipo. Florecen con mayor facilidad nuevas ideas y las transmiten a sus superiores, y esto permite que mejoren sus habilidades para la atención al cliente.

Objetivos Específicos:

Con respecto al Objetivo específico **1**: Describir las características de las MYPE, rubro pollerías de la urb. “Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana” - 2020;

La **tabla siete**, demuestra que la totalidad de los clientes, es decir el 100% de los dueños son amables y cordiales, ello, concuerda con el estudio de Cancapa, (2016), quien manifiesta la importancia de capacitar al personal para que atiendan de la mejor manera a los clientes. a su vez en la **tabla ocho** se muestra que el 86.11% de los propietarios están de acuerdo con las ofertas, promociones y descuentos que realiza las pollerías.

Con respecto al objetivo específico 2: Determinar como aquellas prácticas ejecutadas en la empresa expresa una mejora la calidad en la gestión de calidad en las MYPEs rubro restaurant pollería de la Urb. “Enrique López Albuja I y II etapa Sullana” año 2020. En respuesta a este objetivo, está la respuesta de la **tabla nueve** donde la mayoría de los clientes, es decir 76.36% está de acuerdo con la atención, pero hay un 23.64% que no lo está. En la **Tabla diez** El pago es rápido y fácil para usted De acuerdo a la tabla, la mayoría de los clientes el 80.00% expresa su descontento con la atención de la caja al momento de pagar; en tanto que, el 20.00% considera que hay rapidez y agilidad. En la **Tabla once:** Para usted la atención que le brindan cubre sus necesidades De acuerdo a la tabla, la mayoría de los clientes, es decir el 52.73% se sienten satisfechos de la atención porque satisfacen sus necesidades; en tanto que el 47.27% si lo acepta. En la **Tabla doce** *Las actividades que se llevan a cabo están centradas en el cliente* De acuerdo a la tabla la mayoría de los clientes, es decir el 58.18% observan que las actividades empresariales no están direccionadas a satisfacer el cliente, en cambio el 41.82% restante si lo percibe En la **Tabla trece** : *La entrega de equipos, genera satisfacción* De acuerdo a la tabla la mayoría de los clientes, es decir el 54.55% aprecia las instalaciones del servicio por la satisfacción recibida, pero, el 45.45% está en desacuerdo. En la **Tabla catorce:** *Cree que las empresas deberían tener una amplia gama de productos para cada necesidad* De acuerdo a la tabla la mayoría de los clientes, es decir el 90% considera que los empresarios se deben esforzar para diversificar sus productos para satisfacer los gustos de los comensales, no obstante, el 10% está en desacuerdo, En la “**Tabla dieciséis:** *Cree que las empresas disponen de servicios a la medida de sus necesidades* De acuerdo a la tabla los clientes la mayoría es decir el 63.64% tiene un mal concepto sobre los servicios adecuados; no obstante, un 36.36% manifiesta lo

contrario. En la Tabla 17 *Para usted ¿el servicio de atención al cliente de la empresa cumple con sus expectativas.* De acuerdo a la tabla la mayoría de los clientes es decir el 70.91% está de acuerdo con la atención porque satisface sus necesidades e intereses paladísticos, pero, hay un descontento del 29.09%. En concordancia con lo anterior (Arnold, 2016) reconoce la importancia de dar de manera oportuna un valor agregado la misma que debe estar en concordancia con el área de la calidad de tal manera que responda a las necesidad y exigencia del cliente

Con respecto al objetivo específico 3: Describir la importancia de la atención de los usuarios que hacen uso de los servicios de las “MYPEs rubro restaurant pollería de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa Sullana año” 2020. Esta pregunta es respondida en la **tabla dieciocho** en donde la mitad, es decir, 50.91% se encuentran satisfechos con la atención recibida desde el principio hasta el final del servicio; mientras que el 49.09% está en desacuerdo. En respuesta a lo anterior, Faytong (2016), considera que la mejor manera de resolver este tipo de apreciación es estableciendo un plan de mejora a partir de las necesidades e interés de los clientes.

Con respecto al Objetivo específico 4: Proponer un plan de mejora de la “gestión de calidad de las MYPE, rubro pollerías de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana” – 2020. La respuesta a este objetivo, está en función de la **tabla quince** en donde la mayoría de los clientes, es decir, el 72.73% tienen buenas referencias sobre el personal calificado de la empresa por la atención recibida, no obstante, el 27.27% opina lo contrario. Al respecto, Palacios, (2019), sostiene que en este caso los planes de mejora ayudan a mejorar la imagen de la empresa,

contribuye a que los trabajadores desarrollen habilidades blandas para atender al público y sobre todo se apuesta por la satisfacción del cliente.

VI. CONCLUSIONES

Con el análisis de los resultados de la Gestión de Calidad y las variables de servicio al cliente, concluyo con lo siguiente

Respecto al Objetivo General

Describir las principales características de la gestión de calidad y Atención al Cliente en las MYPEs rubro restaurant pollería de la Urb. Enrique López Albújar I y II etapa Sullana año 2020.

Las empresas de comida vinculadas al negocio del pollo son consideradas por la mitad de los clientes como aquellas que cuidan la calidad de los productos, se esfuerzan por mantener las normas de higiene, cuidan el lugar donde ser refrigerados o expuestos durante el tiempo en que permanecen antes de ser vendidos, por lo que infiere que se piensa en los intereses de los clientes.

Respecto a los Objetivos Específicos

a) Describir las características en las” MYPEs rubro restaurant pollería de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa Sullana año 2020”

Hay una fuerte visión de la gestión de la calidad en base a condiciones económicas adecuadas lo que implica que los productos y servicio al público se encuentra suficientemente valorados, lo que a su vez asegura la competitividad.

b) Determinar como aquellas prácticas ejecutadas en la empresa expresa una mejora la calidad “en la Gestión de calidad en las MYPEs rubro restaurant pollería de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa Sullana año” 2020

Demostrar liderazgo y motivación en el trabajo de su empresa. Finalmente, todos los propietarios insisten en que el contacto con el cliente sea amable y empático, considerando que se deben ofrecer incentivos y descuentos al cliente.

c) Describir la importancia de la Atención al cliente en las “MYPEs rubro restaurant pollería de la Urb. Enrique López Albuja I y II etapa Sullana” año 2020

Se comprobó una insatisfacción por parte de los clientes del servicio de las pollerías lo cual implica que el personal está bajando su productividad y ello afecta las necesidades e intereses de los usuarios, lo cual indica que esta problemática debe ser resuelta, del contrario afectará las ganancias y por ende a los trabajadores porque habrá una racionalización de personal.

d) Proponer un plan de mejora de la gestión de calidad de las “MYPE, rubro pollerías de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana – 2020;”

Se ha podido comprobar que todo el aparato logístico de la empresa tanto en los aspectos tangible como no tangibles deben estar acorde con los productos que se ofrecen utensilios de comida, diversidad de presentación de platos, sabor, la atención, la calidad, la presentación de las bebidas, el tiempo de servicio y atención diaria.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Se debe establecer una cultura empresarial de mejora continua del servicio. En los diferentes aspectos como infraestructura, ambiente, tecnología, seguridad, higiene, comodidad y otros

Estructurar un plan de servicio por periodos de tiempo de tal manera que se monitoree y se vaya corrigiendo de acuerdo a las debilidades, es importante conocer el estado de los servicios además de los platos para los clientes para evitar problemas de consumo.

Potenciar, la amabilidad, los gestos, la cordialidad, el trato y la empatía con la finalidad de fidelizar al cliente y buscar una rentabilidad económica en la empresa.

Plantearse como meta proyectar una imagen institucional basada en la calidad, atención, motivar a los trabajadores y que exista un nivel de confianza adecuado y producción de calidad.

Ampliar los ambientes de servicio a fin de que los clientes se sientan más a gusto con lo que reciben.

PLAN DE MEJORA

Datos informativos

Empresas de comida pollerías de la urb. Enrique López Albújar I y II etapa, Sullana

Tipo de servicio – comercio de pollos a la brasa.

Dirección: Zona residencial de la urb. Enrique López Albújar I y II etapa, Sullana – Perú.

Nombre del representante: Empresarios de comida.

Historia: Los centros de comida entre ellas las los negocios de pollos a la brasa en la Urbe residencial “Enrique López Albújar I y II etapa, de la ciudad de Sullana”, tienen cerca de 20 de en ventas, el mismo que se ha ido extendiendo con el económico y crecimiento poblacional. Primero se empezó con algo rústico, luego se fue modernizando. En este momento hay una variedad en la presentación del producto parrillas, tequeños, anticuchos, almuerzos, etc., hay variedad y presentación de vinos de todos los sabores, champagne, sangría, pisco sour, gaseosas, jugos y refrescos. Hay atención presencial y por Delivery.

2. Misión.

Mejorar y ofrecer un servicio y producto de calidad teniendo como objetivo principal seleccionar trabajadores con habilidades blandas los cuales deben estar al servicio de los clientes

3. Visión

Proyectarse en los próximos 10 años ser los mejores de la región y extender a otros espacios aplicando la gestión de calidad en productos, servicio y atención.

4. Objetivos

Asegurar la preparación más exquisita del pollo para fidelizar clientes.

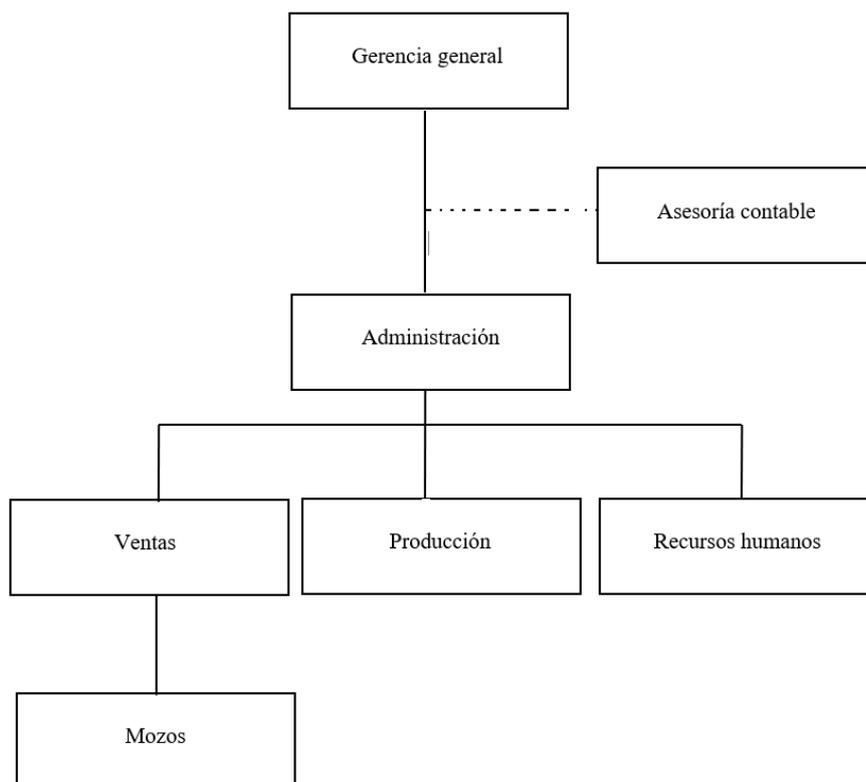
Establecer protocolos de higiene con la ayuda de las normas ISO.

Crea un sistema de comunicación horizontal con todos los agentes económicos desde el dueño hasta los clientes para potenciar el servicio de comida.

5. Productos y/o servicio.

Se ofrecen Pollos a la brasa los más grandes de la zona, carnes de cerdo, res y pollo en diferentes presentaciones, chorizos de todas las variedades, mollejititas, anticuchos, patacones, ensaladas, jugos, limonadas, chichas, sangría, bebidas envasadas como vino, champagne, las gaseosas y agua mineral. Servicios de Delivery (reparto a domicilio).

6. Organigrama



6.1 Descripción de funciones

Cargo	Gerencia General
Perfil	Licenciado en administración de empresas o gestión 1 año de experiencia
Funciones	Saber administrar y saber gestionar Estado emocional
Cargo	Asesoría Contable
Perfil	Estudios concluidos de contabilidad 1 año de experiencia
Funciones	Llevar un control sobre los ingresos y egresos.
Cargo	Administración
Perfil	Licenciado o Bachiller en administración de empresas o carreras afines. 1 año de experiencia
Funciones	Gestionar las actividades en todas las áreas de la pollería. Estructura presupuesta. Manejo de compras y ventas. Declaración el impuesto a la renta y pagos a entidades financieras
Cargo	Ventas
Perfil	Licenciado o Bachiller en administración de empresas o carreras afines.
Funciones	Gestionar la publicidad Ejecutar un plan de mantenimiento e higiene Monitorear a los mozos y a los clientes Acompañar al trabajador de cobranza
Cargo	Mozos
Perfil	Estudios de gastronomía y experiencia de un año. Experiencia mínima de dos años en atención al cliente.
Funciones	Atender de manera personalizada a los clientes. Garantizar el registro y control de los pedidos porque es lo que permite activar la preparación de alimentos, y bebidas, su entrega oportuna al área de cocina asegura que el tiempo de espera del cliente este en los rangos permitidos. Garantiza el servicio de manera correcta de todos los alimentos y

	bebidas que hayan solicitado los clientes, cuidando de servir a las temperaturas idóneas cada alimento y bebida.
Cargo	Producción
Perfil	Tener estudios universitarios y/o técnicos de cocina. Tener experiencia mínima de un año la preparación de los platos de la carta
Funciones	Selección de proveedores y gestión de compras Eficiencia en el control de calidad
Cargo	Recursos humanos
Perfil	Estudiantes universitarios y/o técnicos. 1 año de experiencia
Funciones	Contratar personal activo y con estado emocional estable. Asegurarse un clima laboral agradable

7. Diagnóstico general

	FORTALEZAS F1. Localización F2. Variedad de productos	DEBILIDADES D1. Personal con experiencia mínima D2. Producto de poca calidad
OPORTUNIDADES O1. Competencia acertada	Realizar separaciones del espacio para que los clientes puedan disfrutar de un servicio agradable. (F1:O1)	Incorporar la tecnología en el servicio teniendo como base un personal con liderazgo para ser del servicio eficiente. (D1:O1)
O2. Aumenta de la tasa poblacional	Mantener el valor agregado de los productos y el servicio para mantener y atraer a nuevos clientes. (F2:O2)	Continuar potenciando la producción y el servicio al cliente. (D1: D2:O2)
O3. Tecnologías	Usar las redes sociales para dar a conocer el servicio de calidad. (F2:O3)	Desarrollar programas de entrenamiento sobre el uso adecuado de la tecnología. (D1:O3)
AMENAZAS A1. Tendencia de precios en materias primas	Innovar el servicio con precios asequibles y con el producto de calidad para atraer y mantener al	Seguir correctamente las instrucciones establecidas en el protocolo por el tema

A2. Desastres Naturales	cliente. (F1:F2: A1)	del Covid19. (D1:A3)
A3. Pandemias	Tener señalizadas las salidas en caso de desastre natural (F1:A2)	Realizar simulacros para actuar con eficiencia ante un desastre. (D1:A2)

8. Indicadores de una buena Gestión

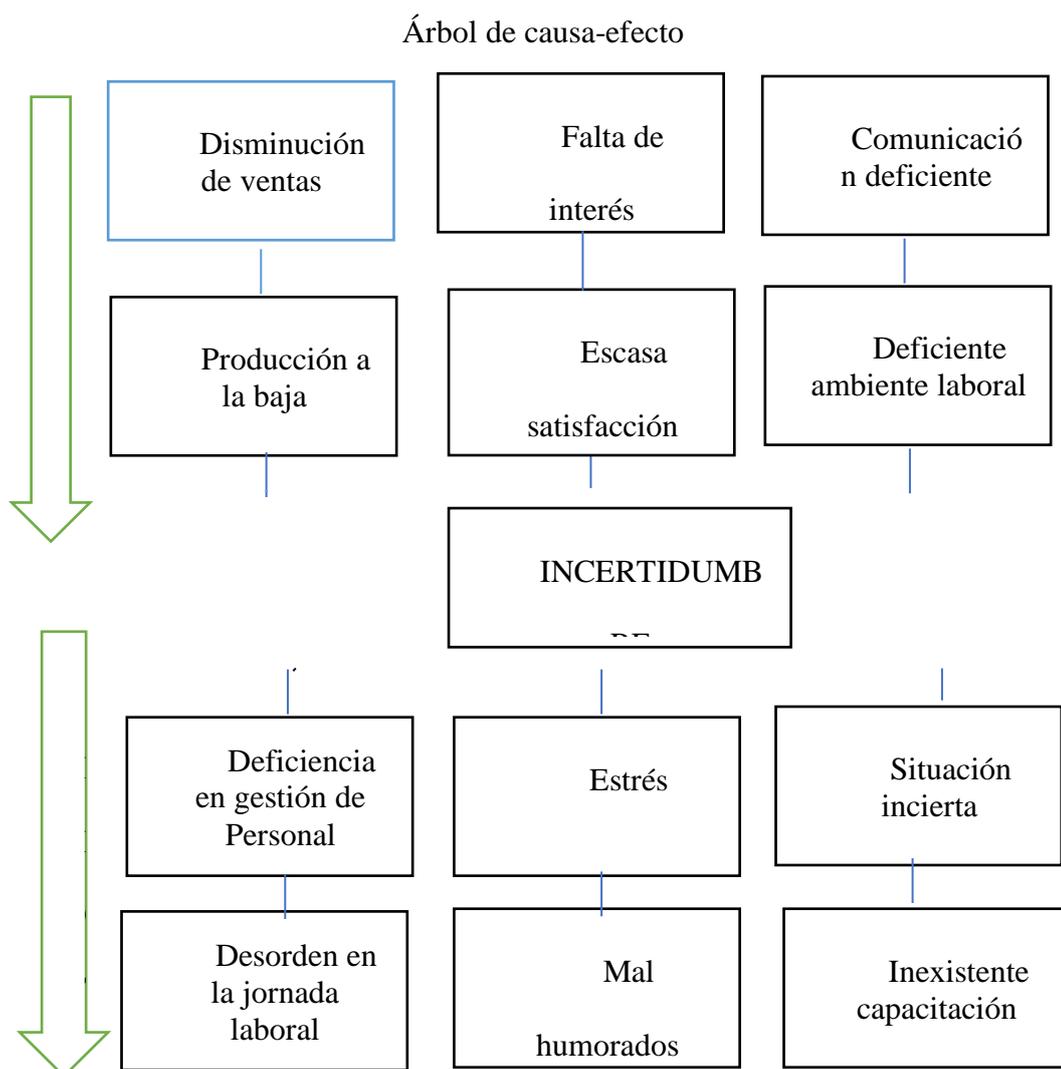
Indicadores	Valorar los indicadores de la Micro y pequeñas empresas.
Desconocimiento de una práctica de gestión de calidad	Falta de práctica para responder a una gestión de calidad por falta de experiencia y capacitación
Nivel de desempeño	Aplicar una rúbrica de desempeño
Identificar la diferenciación entre calidad y servicio establecido	Atención personalizada, atención rápida, amabilidad y esmero.
Uso de herramientas utilizadas en el servicio con eficiencia y eficacia.	Mantener un proceso de comunicación.
Atención deficiente al cliente	Retraso de la atención por la demora en la cocina.
Satisfacción por la atención al cliente	Motivar al cliente para que sea un cliente permanente y traiga a otros consumidores.

9. Problemas.

Indicadores	Problema	Origen del problema
Desconocimiento de una práctica de gestión de calidad	No tienen experiencia suficiente para este desempeño	Se produce por la falta de formación técnica y por el cambio constante del personal cada 3 meses
Nivel de desempeño	El monitoreo	Ocurre porque hay que estar constantemente recordándoles cuáles son sus funciones y los modos de proceder
Identificar la diferenciación entre calidad y servicio establecido	Atender de manera efectiva	Demasiado personal pero cada uno pierde entre 3 a 6 minutos conversando
Uso de herramientas utilizadas en el servicio con eficiencia y eficacia.	Automotivar y acompañar	Designar a una persona de confianza para que apoye a sus compañeros.
Atención deficiente al cliente	Cultura de organización	Ausencia de

		fortalecimiento personal y coaching
Satisfacción por la atención al cliente	Destacar en el rubro	Uso escaso de las redes sociales

10. Causas (Utilizando el diagrama de espina causa – efecto, tormenta de ideas, etc.)



11. Establecer soluciones

Establecer Acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Desconocimiento de una práctica de gestión de calidad	No tienen experiencia suficiente para este desempeño	Afianzar habilidades de gestión de calidad con el uso de tutoriales
Nivel de desempeño	El monitoreo	Ejecutar los compromisos asumidos
Identificar la diferenciación entre calidad y servicio establecido	Atender de manera efectiva	Realizar simulacros de atención al cliente
Uso de herramientas utilizadas en el servicio con eficiencia y eficacia.	Automotivar y acompañar	Rotar funciones
Atención deficiente al cliente	Cultura de organización	Realizar ejercicios de coaching previo a la atención
Satisfacción por la atención al cliente	Destacar en el rubro	Aplicar cuestionarios y entrevistas a los clientes

12. Recursos para la implementación de las estrategias.

N°	Estrategia	Recursos			
		Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Afianzar habilidades de gestión de calidad con el uso de tutoriales	Representante	S/ 300.00	Internet, tablets	10 meses
2	Ejecutar los compromisos asumidos	Representante	S/ 50.00	Internet, tablets	5 meses
3	Realizar simulacros de atención al cliente	Personal de atención	S/ 800.00	Imprenta (Volantes y Carteles)	70 días
4	Rotar funciones	Representante	S/ 0.00	Tables	5 días
5	Realizar ejercicios de coaching previo a la	Representante	S/ 400.00	Tablet Internet	2 meses

	atención			Celulares	
6	Aplicar cuestionarios y entrevistas a los clientes	Representante y personal de ventas	S/ 1000.00	Tablet Internet Aplicaciones	10 meses

13. Cronograma de actividades

Nº	Tarea	Inicio	Final	Marzo - diciembre
1	Afianzar habilidades de gestión de calidad con el uso de tutoriales	03/01/21	30/12/21	Marzo-diciembre
2	Ejecutar los compromisos asumidos	01/05/21	30/12/21	Mayo-diciembre
3	Realizar simulacros de atención al cliente	01/04/21	30/12/21	Abril- diciembre
4	Rotar funciones	07/01/21	30/12/21	Julio-diciembre
5	Realizar ejercicios de coaching previo a la atención	01/05/21	30/12/21	Mayo-diciembre
6	Aplicar cuestionarios y entrevistas a los clientes	01/10/21	30/12/21	Octubre-diciembre

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcázar, P. (2015). Relación empresa - cliente. México: ECO.
https://www.edebe.com/ciclosformativos/zona-publica/UT09_830030_LA_CEyAC_CAS.pdf
- Alvarez, T., Mijares, B., & Zambrano, E. (2013). Sentido de compromiso en la atención al cliente interno de la gerencia de servicios logísticos PDVSA Occidente. *Telos*, 15(1), 13-31. <https://www.redalyc.org/pdf/993/99326637003.pdf>
- Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis*. Madrid: Díaz de Santos.
- Duque, E. (2016). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(25), 64-80.
[http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/3190/Revisi%
c3%b3n_del_concepto.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/3190/Revisi%c3%b3n_del_concepto.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Lara, R. (2002). La gestión de la calidad en los servicios. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*(19), 1-6.
[https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:7YCa8Tiw5eMJ:https://
www.redalyc.org/pdf/944/94401905.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=pe](https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:7YCa8Tiw5eMJ:https://www.redalyc.org/pdf/944/94401905.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=pe)
- Lizarzaburu, E. (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. *Universidad & Empresa*, 18(30), 33-54. <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187244133006.pdf>
- Muñoz, A. (2000). *La Gestión De La Calidad Total En La Administración Pública*. Texto:
[http://materiales.untrefvirtual.edu.ar/documentos_extras/01012_gestion_de_calidad
/munoz_machado_cap4.pdf](http://materiales.untrefvirtual.edu.ar/documentos_extras/01012_gestion_de_calidad/munoz_machado_cap4.pdf)
- Najul, J. (2016). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 4(8), 23-35.
<https://www.redalyc.org/pdf/2190/219022148002.pdf>

Real Academia Española. (2007). Diccionario de la Real Acadèmica Española. Madrid: RAE.

Vargas, M., & Aldana, L. (2007). Calidad y Servicio: Conceptos y herramientas. Bogotá: Ediciones ECOE. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=57-4DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT13&dq=CONCEPTOS+SOBRE+CALIDAD&ots=16Op_zbtA3&sig=qV5vAD82ajhFftAcPysmFpTKCsY#v=onepage&q=CONCEPTOS%20SOBRE%20CALIDAD&f=false

Zapata, A. (2014). Dimensiones de Calidad de Servicio para El Sistema Hospitalario de la ciudad de Manizales (Caldas-Colombia). Obtenido de XIX Congreso Internacional de investigación en Ciencias Administrativas: http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/DIMENSIONES_DE_CALIDAD_DE_SERVICIO_PARA_EL_SISTEMA_HOSPITALARIO_DE_LA_CIUADAD_DE_MANIZALES.pdf

Barreto, L. L. (2018). Caracterización de la gestión de calidad bajo las normas ISO 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015. Huaraz: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

CEPAL, O. (2013). Perspectivas económicas de América latina. 21 de Abril de 2020, de <http://www.aecid.es/CentroDocumentacion/Documentos/documentos%20adjuntos/PYME%20ALyC%20CEPAL%20OCDE.pdf>

Inquilla, D. C. (2019). Gestión de calidad con el enfoque de atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Juliaca año 2019. Juliaca: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Oyola, R. J. (2018). Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MYPEs en el sector comercio rubro distribuidora de abarrotes en el distrito de Tumbes, 2017. Tumbes: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Panamericana. (25 de mayo de 2015). Pollería de Pueblo Libre es denunciada por vender pollos en mal estado. Recuperado el 21 de abril de 2020,

<http://panamericana.pe/24horas/locales/127124-denuncian-polleria-pueblolibre-vende-pollos-mal>

UNMSM. (2014). Micro y Pequeñas empresas (MYPES) en el Perú. Lima: UNMSM. 9001, I. (2016). Principios de la Gestión de calidad. Lima.

Adrianzen, P. R. (2017). Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las MYPE del rubro pollerías en la Urbanización Ignacio Merino – Piura, año 2017. Piura: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Agurto, I. Y. (2017). Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las MYPE del sector transporte de pasajeros - rubro auto colectivos de la provincia de Sullana, año 2016. Sullana: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Barreto, L. L. (2018). Caracterización de la gestión de calidad bajo las normas iso 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015. Huaraz: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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. Piura: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Henao, L. (2020). Calidad de servicio y valor percibido como antecedentes de la satisfacción de los clientes de las empresas de telecomunicaciones en Colombia. *Contaduría y Administración*, 65(3), 1–23. Dialnet-CalidadDeServicioYValorPercibidoComoAntecedentesDe-7504746.pdf

Hernández, C., & Cano, M. (2017). La importancia del benchmarking como herramienta para incrementar la calidad en el servicio en las organizaciones. *Universidad Veracruzana*, 31–42. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/04ca201702.pdf>

Hernández, H., Barrios, I., & Martínez, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16(28), 179–195. [portalderevistas,+articulo7.pdf](#).

- Huanca, D. Y. (2019). Gestión de calidad de servicio al cliente en las pollerías del distrito de Quillabamba la convención departamento de Cusco - 2019. Juliaca: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Jabaloyes, J., Carot, J., & Carrión, A. (2020). *Introducción a la gestión de calidad* (U. P. de Valencia (ed.)). https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/152213/TOC_6628_01_01.pdf?sequence=1
- Terán, N., Gonzáles, J., Ramirez, R., & Palomino, G. (2021). Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(1), 1184–1197. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.320
- Mamani, M. d. (2018). Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017. Juliaca: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Paredes, E. C. (2018). Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Robles, R. Z. (2018). Gestión de calidad con el uso de las estrategias competitivas genéricas en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante del distrito de Independencia, provincia de Huaraz, 2017. Huaraz: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Urbina, P. E. (2019). Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción al cliente en las MYPEs del sector comercio rubro ferreterías en la Avenida Piura - distrito de Tumbes, año 2019. Tumbes: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades

N°	Actividades	Semestre 2021 -2															
		JULIO				AGOSTO				SETIEMBRE				OCTUBRE			
		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 por el 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	Redacción del Informe Final												x				
13	Aprobación del Informe final por el Jurado de Investigación													x			
14	Presentación de la ponencia en eventos científicos														x		

Anexo 2: Presupuesto

PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE (Estudiante)			
Categoría	Base	% o N	Total S/.
Suministros			
▪ Impresiones	S/15.00	1	S/15.00
▪ Fotocopias	S/5.00	1	s/5.00
▪ Empastado	s/25.00	1	s/25.00
▪ Papel bond A4 (500 hojas)	s/13.00	1	S/13.00
▪ Lapiceros	S/5.00	1	s/5.00
▪ Tableros	s/10.00	1	s/10.00
Servicios			
- Uso de Turnitin	s/.50.00	2	s/.100.00
Sub total			s/.173.00
Gastos de viaje			
▪ Pasajes para recolectar información	S/50.00	1	S/50.00
▪ Recarga de celular	S/30.00	3	s/90.00
Subtotal			s/.140
TOTAL PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE			s/.313.00
PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE (Universidad)			
Categoría	Base	% o N	Total s/.
Servicios			
▪ Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)	s/. 30.00	4	S/.120.00
▪ Búsqueda de información en base de datos	s/.35.00	2	s/160.00
▪ Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University – MOIC)	s/.40.00	4	S/160.00
▪ Publicación de artículo en repositorio institucional	s/50.00	1	s/.50.00
Subtotal			s/. 490.00
Recurso Humano			
▪ Asesoría personalizada (5 horas por semana)	s/.63.00	4	s/.500.00
Subtotal			s/.313.00
TOTAL PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE			S/. 1,303.00

5.3. Financiamiento

Proyecto de investigación totalmente autofinanciado por el alumno que investiga

Anexo: Instrumento de recolección de datos

Anexo 3. Instrumento de recolección



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE

CUESTIONARIO APLICADO A LOS TRABAJADORES Y CLIENTES DE LAS MYPEs EN LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA SULLANA AÑO 2020.

Me dirijo a usted, expresándole un cordial saludo, y a la vez me presento: Soy Carmen Dora Canova Valladares, Estudiante de la carrera de administración de la universidad ULADECH PIURA, en el cual le pido de su participación en la realización de este cuestionario que tiene como finalidad recolectar información. Los datos que usted proporcionara serán utilizados solo con fines académicos y de investigación.

Sírvase marcar con una (X) la respuesta correcta. Se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Nº	Preguntas a los trabajadores	Si	No
1	¿La empresa ofrece un producto de alta calidad?		
2	¿La empresa controla el estado y trato manipulación de cada producto que ofrecido al cliente?		
3	¿Son adecuados los productos y servicios de la empresa en los que se prestan?		
4	¿Creer que la empresa se preocupa por sus clientes satisfaciendo sus necesidades con un producto de alta calidad?		
5	¿La empresa investiga las condiciones económicas de los clientes, para recomendar nuevos productos?		
6	¿Sus empleados de servicio al cliente han demostrado liderazgo y motivación?		
7	¿Las interacciones con los clientes son amistosas y comprensivas?		
8	¿La empresa considera a los clientes ofreciéndoles beneficios, incentivos o descuentos?		

N°	Preguntas a los clientes	Si	No
9	¿Crees que el servicio al cliente es suficiente?		
10	¿El pago es rápido y fácil para usted?		
11	¿Para usted la atención que le brindan cubre sus necesidades?		
12	¿Las actividades que se llevan a cabo están centradas en el cliente?		
13	¿La entrega de equipos, genera satisfacción?		
14	¿Cree que las empresas deberían tener una amplia gama de productos para cada necesidad?		
15	¿Cree que las empresas tienen empleados calificados para hacerse notar?		
16	¿Cree que las empresas disponen de servicios a la medida de sus necesidades?		
17	Para usted ¿el servicio de atención al cliente de la empresa cumple con sus expectativas?		
18	¿Está satisfecho con el servicio al cliente brindado?		

Anexo 4. Figuras

Figura: 1

La empresa le ofrece un producto de alta calidad

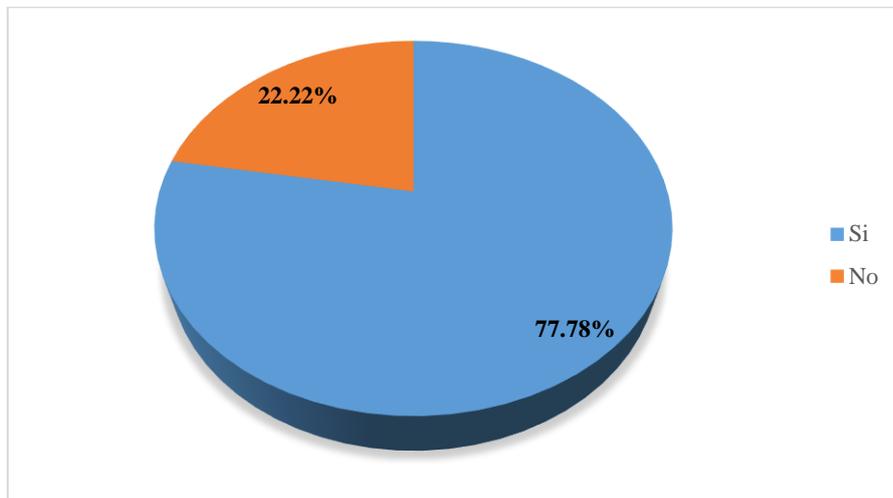


Figura: 2

La empresa controla el estado y trato manipulación de cada producto que ofrecido al cliente

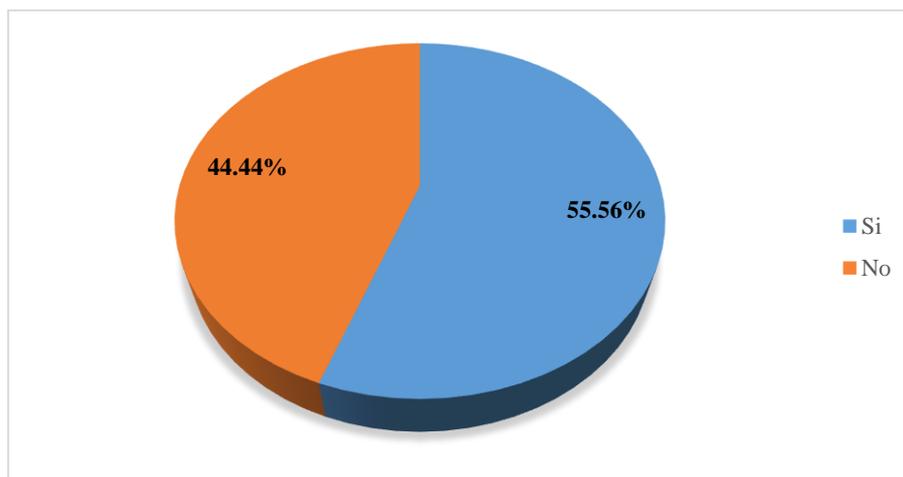


Figura:3

Son adecuados los productos y servicios de la empresa en los que se prestan

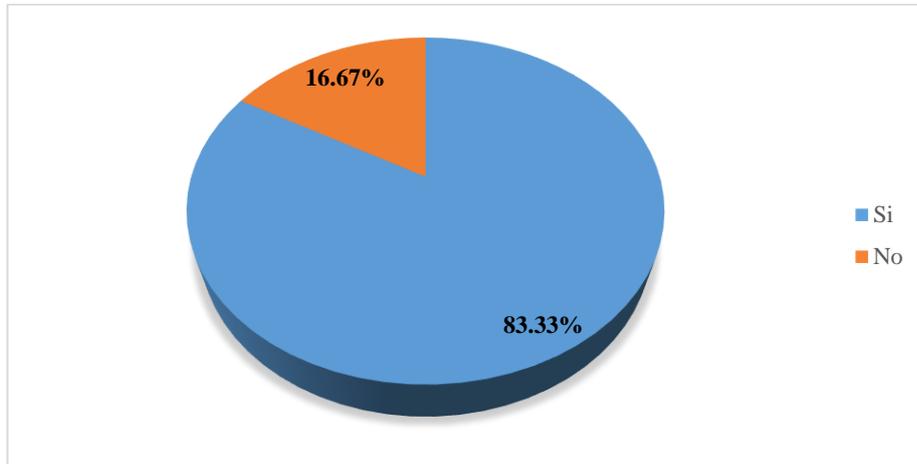


Figura: 4

Creer que la empresa se preocupa por sus clientes satisfaciendo sus necesidades con un producto de alta calidad

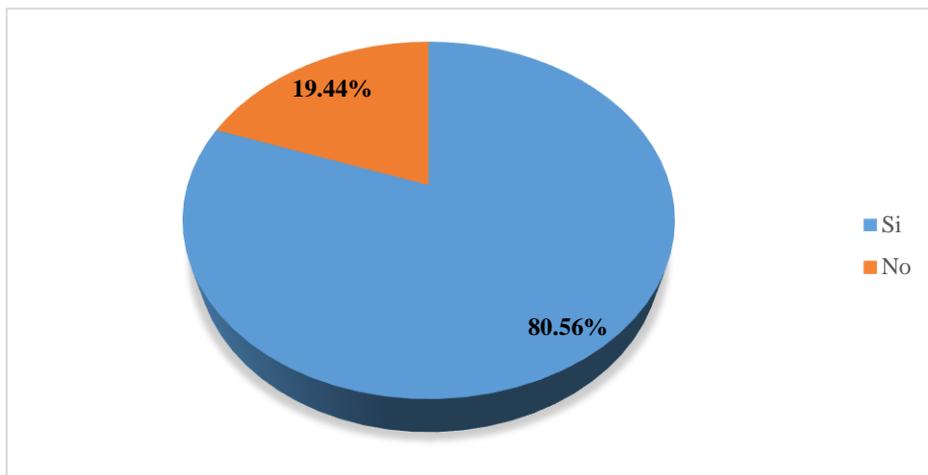


Figura: 5

La empresa investiga las condiciones económicas de los clientes, para recomendar nuevos productos

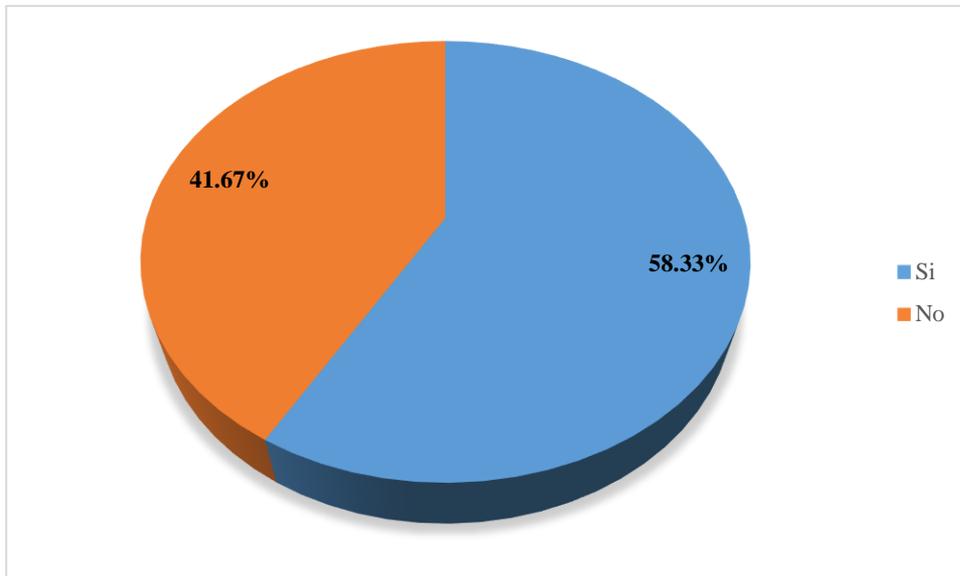


Figura: 06

: Sus empleados de servicio al cliente han demostrado liderazgo y motivación

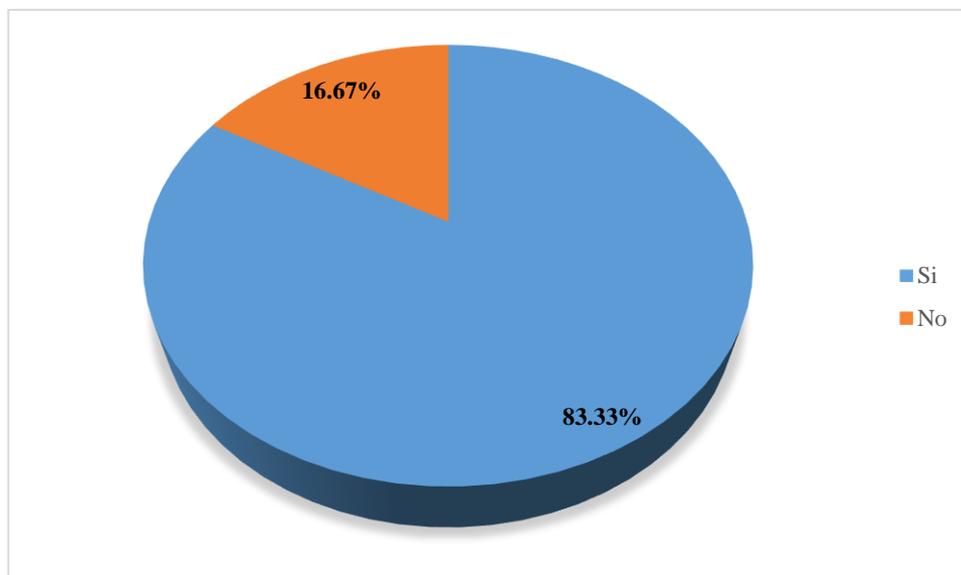


Figura: 7

Las interacciones con los clientes son amistosas y comprensivas

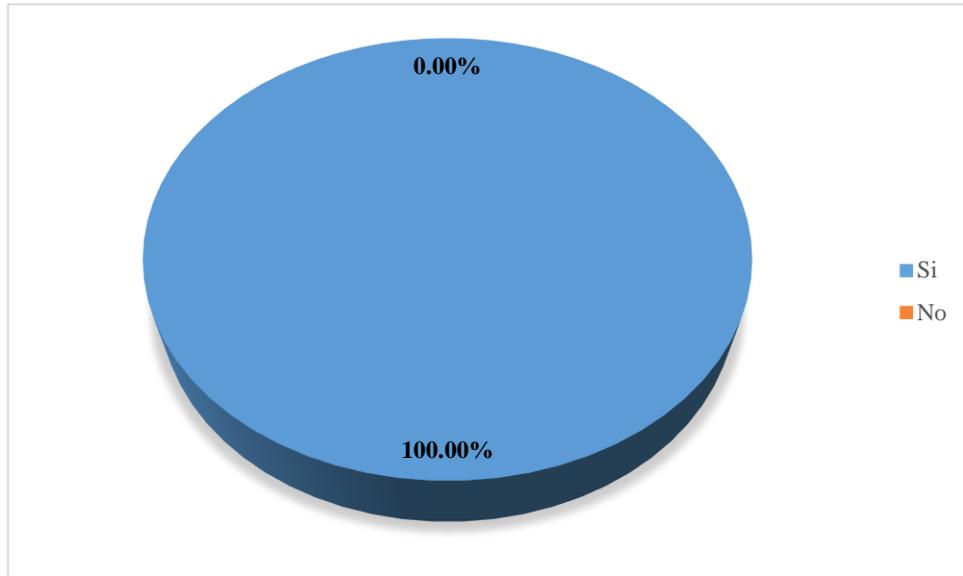


Figura: 8

La empresa considera a los clientes ofreciéndoles beneficios, incentivos o descuentos

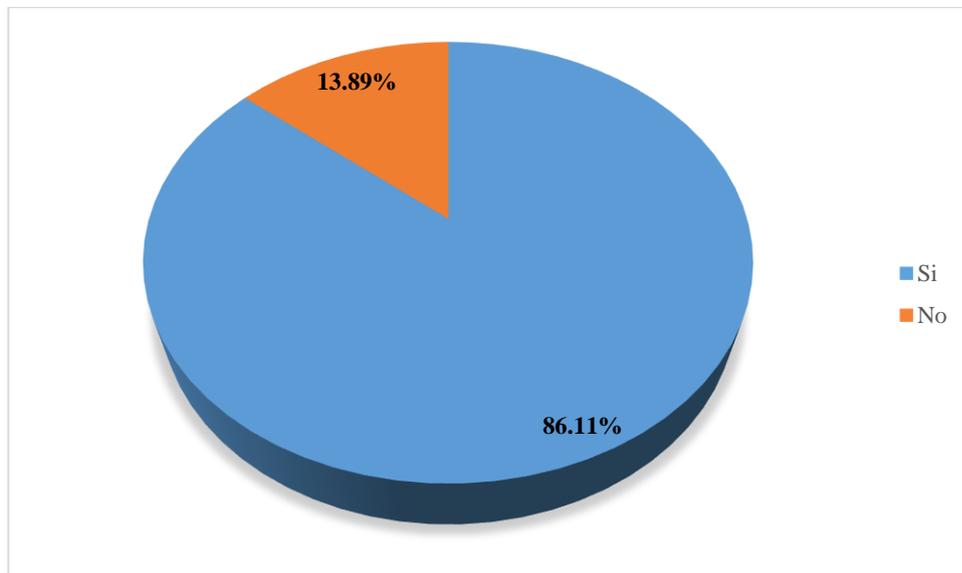


Figura: 9

Crees que el servicio al cliente es suficiente

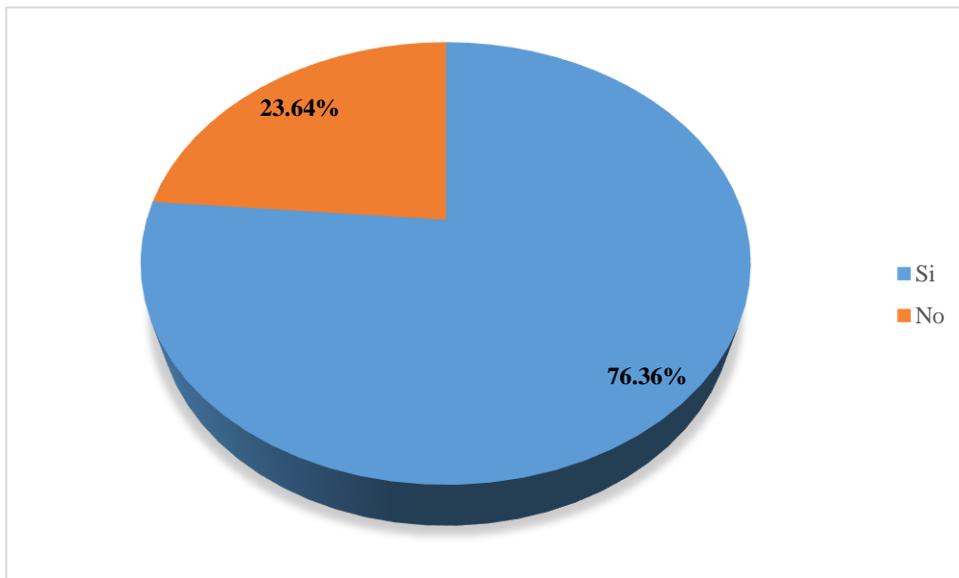


Figura: 10

El pago es rápido y fácil para usted

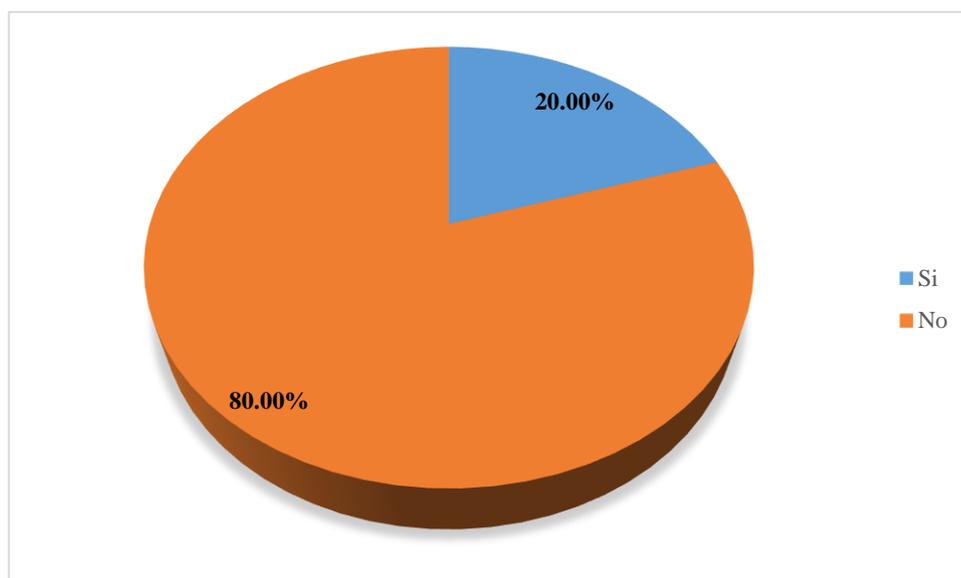


Figura: 11

Para usted la atención que le brindan satisfacen sus necesidades

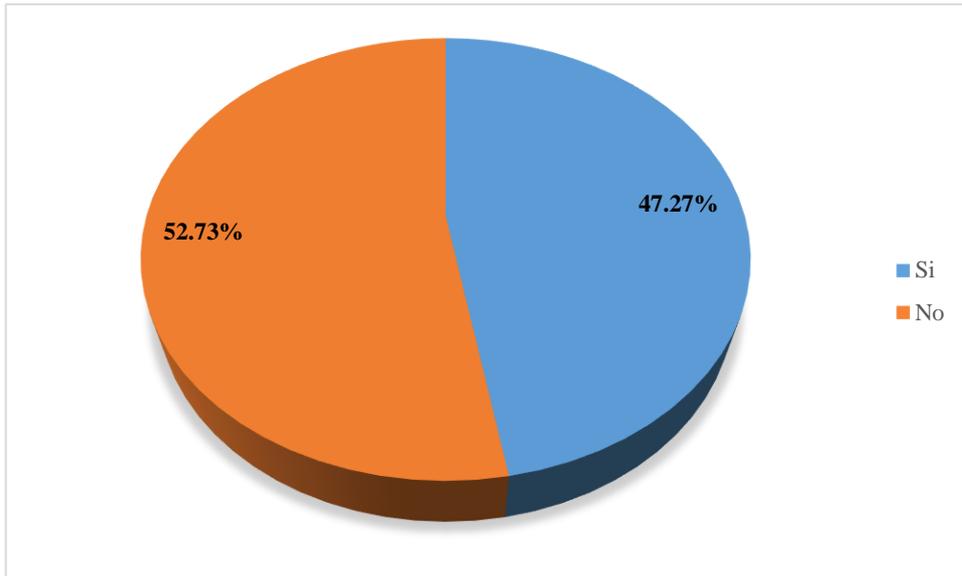


Figura: 12

Las actividades que se llevan a cabo están centradas en el cliente

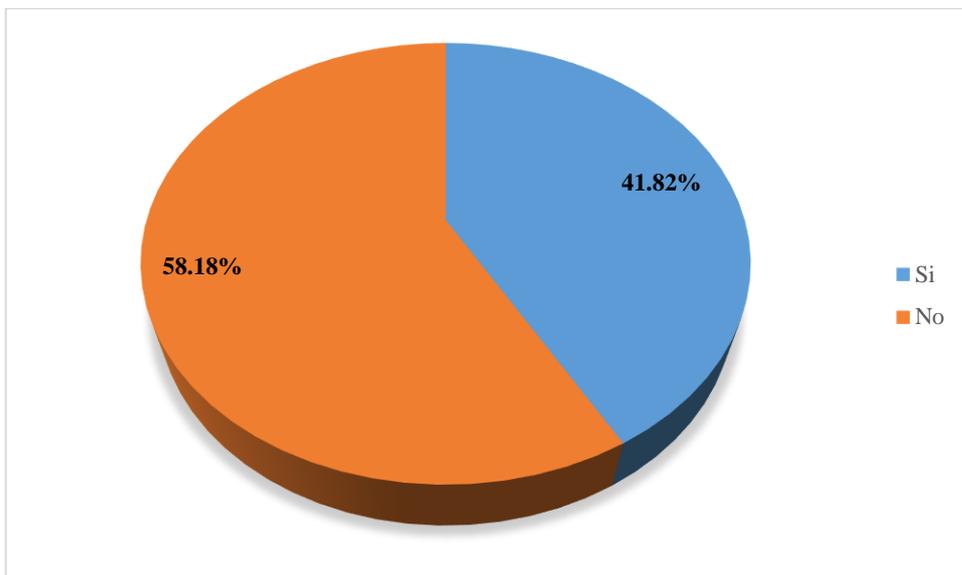


Figura :13

La entrega de equipos, genera satisfacción

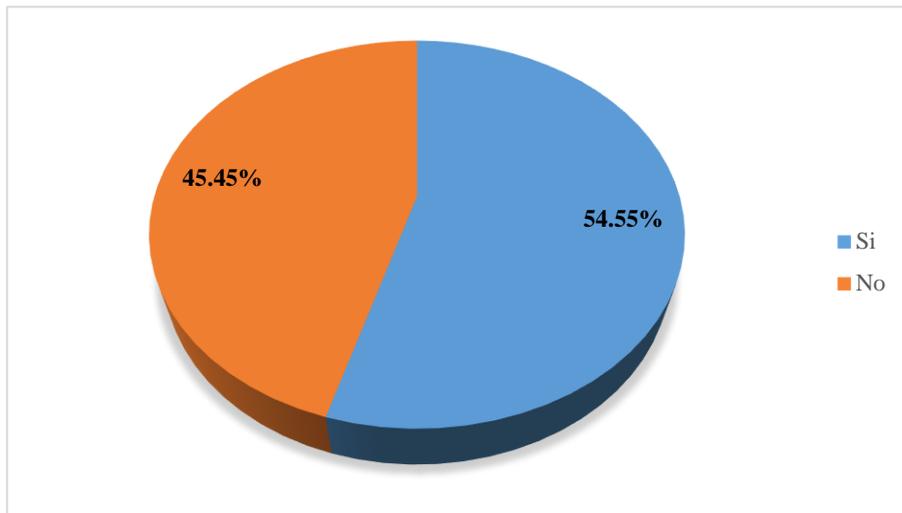


Figura: 14

Cree que las empresas deberían tener una amplia gama de productos para cada necesidad

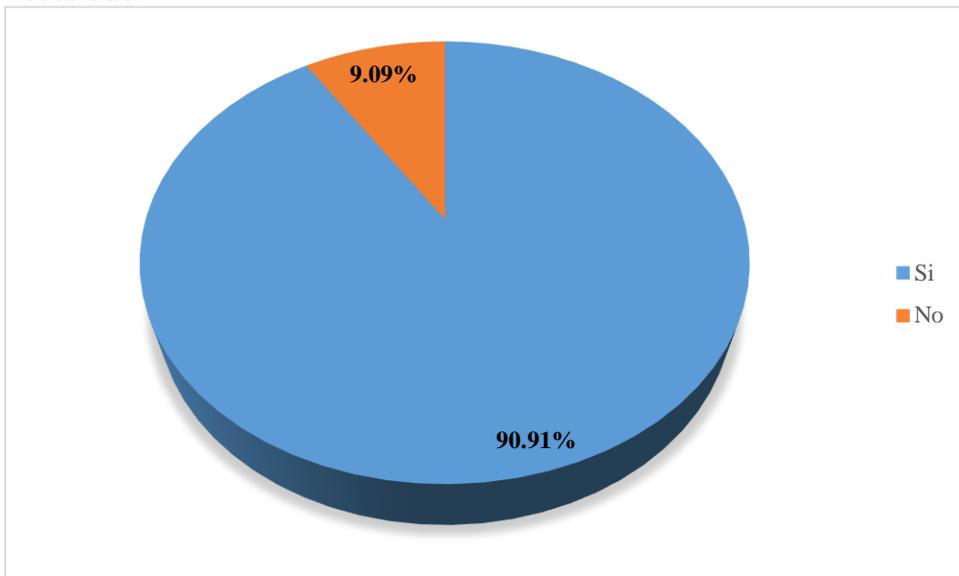


Figura: 15

Cree que las empresas tienen empleados calificados para hacerse notar

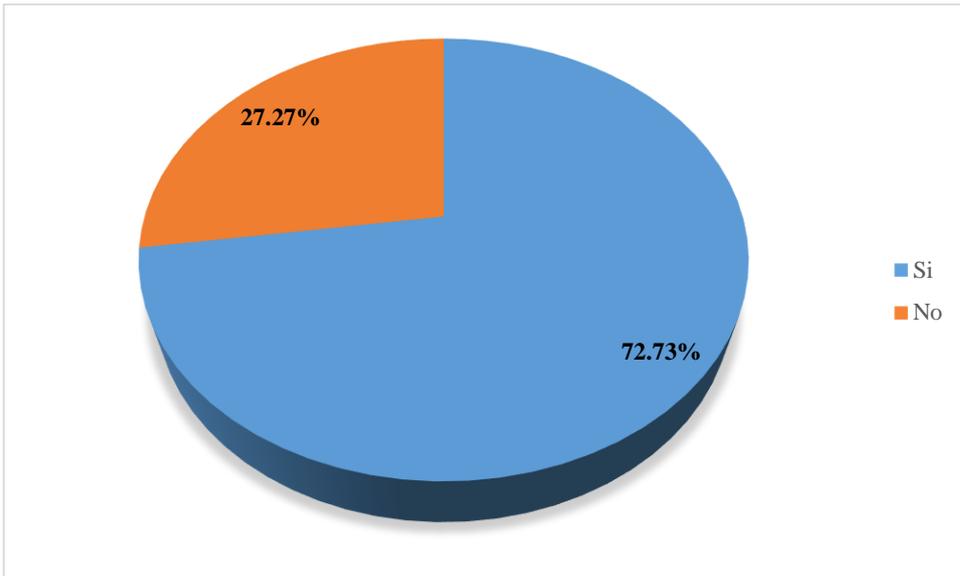


Figura: 16

Cree que las empresas disponen de servicios a la medida de sus necesidades

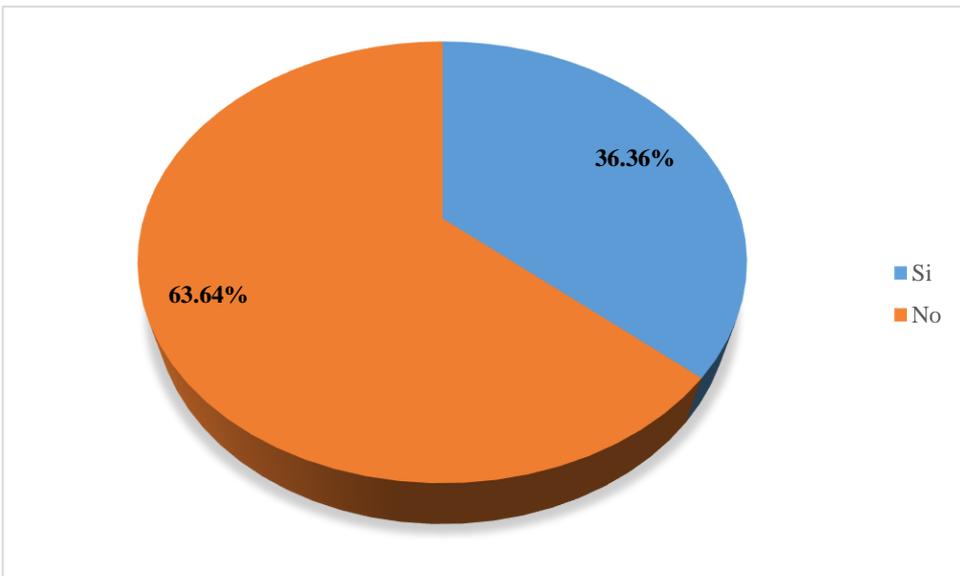


Figura: 17

Para usted ¿el servicio de atención al cliente de la empresa cumple con sus expectativas

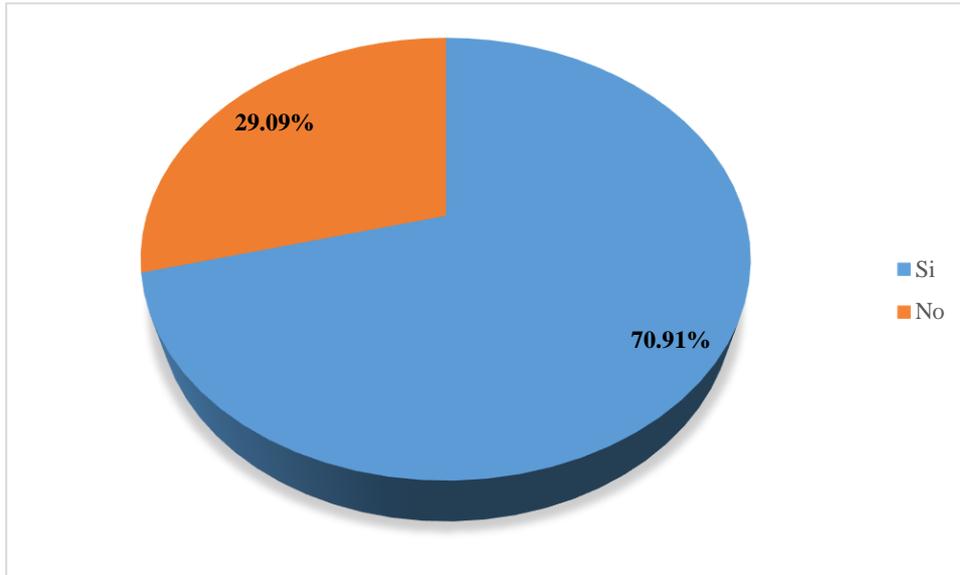
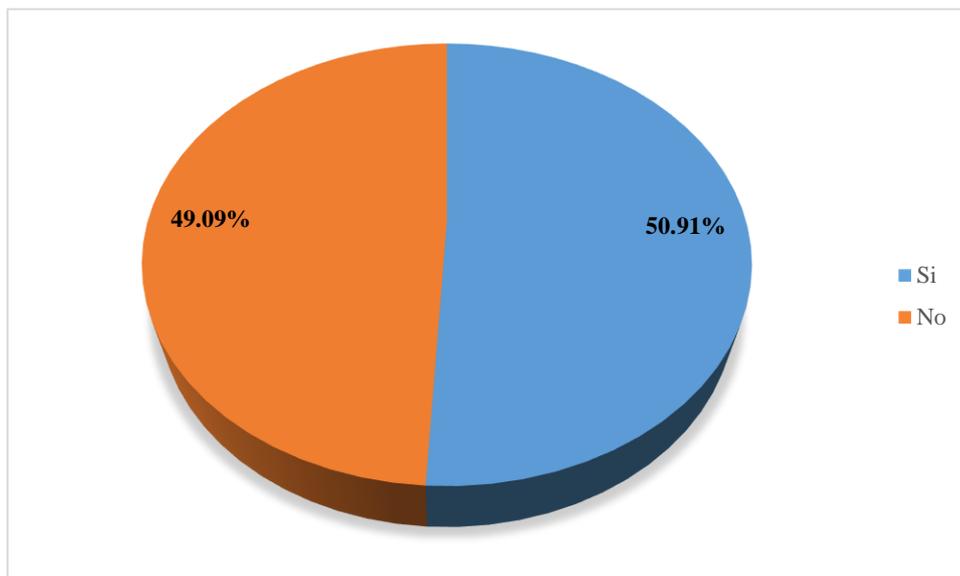


Figura: 18

Está satisfecho con el servicio al cliente brindado





UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y sobre una copia.

La presente inv:

CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA AÑO 2020

Y es dirigido por Carmen Dora Canova Valladares, con código de estudiante 0811191074 investigador de la UNIVERISIDAD católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Determinar las características CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo ccanova_68@hotmail.com para recibir mayor información.

Asimismo, para consultas sobre aspecto éticos puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores complete sus datos

Nombre PERCY FRANCISCO MORALES VASQUEZ

Fecha 30 DICIEMBRE 2020

Correo electrónico pmoralesvas@hotmail.com

Firma del participante

Firma del investigador (o encargado de recoger información)



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De acuerdo el investigador y usted se quedará con una copia.

La presente investigación se titula CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA AÑO 2020.

Y es dirigido por Carmen Dora Canova Valladares, con código de estudiante 0811191074 investigador de la UNIVERISIDAD católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Determinar las características CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo ccanova_68@hotmail.com para recibir mayor información .

Asimismo, para consultas sobre aspecto éticos puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores complete sus datos

Nombre Sergio Augusto Valera Paredes

Fecha 30 de Diciembre - 2020

Correo electrónico svalera68@hotmail.com

Firma del participante S. Valera P.

Firma del investigador (o encargado de recoger información) C. Canova



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De acuerdo el investigador y usted se quedará con una copia.

La presente investigación se titula CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA AÑO 2020.

Y es dirigido por Carmen Dora Canova Valladares, con código de estudiante 0811191074 investigador de la UNIVERISIDAD católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Determinar las características CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo ccanova_68@hotmail.com para recibir mayor información .

Asimismo, para consultas sobre aspecto éticos puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores complete sus datos

Nombre Jorge Solis A.

Fecha 30 / Dic / 2020

Correo electrónico Jsolis@gmail.com

Firma del participante

Firma del investigador (o encargado de recoger información)



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De acuerdo el investigador y usted se quedará con una copia.

La presente investigación se titula CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA AÑO 2020.

Y es dirigido por Carmen Dora Canova Valladares, con código de estudiante 0811191074 investigador de la UNIVERISIDAD católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Determinar las características CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo ccanova_68@hotmail.com para recibir mayor información .

Asimismo, para consultas sobre aspecto éticos puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores complete sus datos

Nombre Carlos Arnaldo Ballesteros Gallardo

Fecha 30 de Diciembre- 2020

Correo electrónico canoso6@hotmail.com

Firma del participante 

Firma del investigador (o encargado de recoger información) 



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De acuerdo el investigador y usted se quedará con una copia.

La presente investigación se titula **CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA SULLANA AÑO 2020**

Y es dirigido por Carmen Dora Canova Valladares, con código de estudiante 0811191074 investigador de la UNIVERISIDAD católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Determinar las características **CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo ccanova_68@hotmail.com para recibir mayor información.

Asimismo, para consultas sobre aspecto éticos puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores complete sus datos

Nombre Elba Meca Rosales

Fecha 30 de Diciembre

Correo electrónico elba.meca@hotmail.com

Firma del participante 

Firma del investigador (o encargado de recoger información) 



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De acuerdo el investigador y usted se quedará con una copia.

La presente investigación se titula CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA AÑO 2020.

Y es dirigido por Carmen Dora Canova Valladares, con código de estudiante 0811191074 investigador de la UNIVERISIDAD católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Determinar las características CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo ccanova_68@hotmail.com para recibir mayor información.

Asimismo, para consultas sobre aspecto éticos puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores complete sus datos

Nombre MIGUEL AUGUSTO ARAMBULO GARCIA

Fecha 30 DE DICIEMBRE 2020

Correo electrónico miarambulo64@yahoo.es

Firma del participante 

Firma del investigador (o encargado de recoger información) 



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De acuerdo el investigador y usted se quedará con una copia.

La presente investigación se titula CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA AÑO 2020.

Y es dirigido por Carmen Dora Canova Valladares, con código de estudiante 0811191074 investigador de la UNIVERISIDAD católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es Determinar las características CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO POLLERIAS DE LA URB. ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR I Y II ETAPA, SULLANA

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación usted será informado de los resultados a través del correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo ccanova_68@hotmail.com para recibir mayor información .

Asimismo, para consultas sobre aspecto éticos puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores complete sus datos

Nombre Martin Renal Panta Castillo

Fecha 30 Diciembre 2020

Correo electrónico m.panta_68@hotmail.com

Firma del participante [Firma manuscrita]

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



+51 985 535...



Hoy 10:51



POLLO A LA BRASA

LA ESQUINA

1/2 Pollo + Papa + Ensalada + Crema	S/ 24.00
1/4 Pollo + Papa + Ensalada + Crema	S/ 13.00
1/8 Pollo + Papa + Ensalada + Crema	S/ 8.00
Chaufa	S/ 6.00
Aguadito	S/ 3.00

Cena **bebidas**

EXCEPTO...