



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE EN  
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA, RUBRO  
ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA EN EL  
CASCO URBANO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2018

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

**AUTORA**

CORNEJO QUEREVALÚ, MARYURY STHEFANY

ORCID: 0000-0003-1326-1376

**ASESORA**

Mgtr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Cornejo Querevalú, Maryury Sthefany

ORCID: 0000-0003-1326-1376

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Prepago

Chimbote, Perú

### **ASESORA**

Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias

Contables., Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de

Administración, Chimbote, Perú

### **JURADO**

Mgr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002- 5746- 9374

Presidente

Mgr.Limo Vasquez, Miguel Angel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mtro. Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID: 0000-0002- 5471- 4549

Miembro

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Mgr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002- 5746- 9374

Presidente

Mgr.Limo Vasquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mtro. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002- 5471- 4549

Miembro

Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesora

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por haberme sabido guiar por el buen camino y sobretodo por darme su incondicional sabiduría para poder elaborar este trabajo de investigación.

A mis Padres María y Wilmer, por haber puesto su confianza en mí persona ya que ellos son el motor y motivo para poder salir adelante.

A mis Asesores Carlos Rebaza y Elida Estrada por el apoyo hacia la orientación en el desarrollo de este trabajo de investigación.

## **DEDICATORIA**

El trabajo de investigación se lo dedico a Dios, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente, por poner en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante este proceso.

A mis padres por su mutuo amor incondicional, apoyo y motivación constante para salir adelante con esta meta trazada.

A mi hermana y amigas quienes me dieron ese aliento para seguir arduamente con mi trabajo y sea con éxito

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018. La metodología fue de diseño no experimental – transversal- descriptivo, para el recojo de información se utilizó una poblacional muestral de 11 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: el 73% son de sexo masculino, el 73% tiene noción del termino gestión de calidad, el 82% implementa la atención al cliente como técnica, el 100% la gestión si contribuye a la gestión de calidad, el 100% la gestión si ayuda a alcanzar objetivos y metas, el 100% la atención al cliente es fundamental, el 83% la herramienta para un servicio es la comunicación, el 73% afirman que si existe buen atención tendrían clientes satisfechos. La investigación concluyó que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas si aplican la gestión de calidad pero existe dificultades para poder implementarlas debido a la poca iniciativa que presentan por parte del personal ya que las empresas evidencian que la atención al cliente es fundamental para que un consumidor se sienta a gusto y tenga una perspectiva positiva hacia la empresa.

**Palabras clave:** Atención al cliente, Gestión, Microempresas.

## ABSTRACT

The present research had as a general objective: to determine the characteristics of quality management under the focus on customer service of micro and small companies in the industry sector, bakery products development in the urban area of Chimbote District, 2018. The methodology was non-experimental - transversal-descriptive, for the collection of information, a sample population of 11 micro and small companies was used to which a questionnaire of 23 questions was applied, using the survey technique, obtaining the following results : 73% are male, 73% have a notion of the term quality management, 82% implement customer service as a technique, 100% manage if they contribute to quality management, 100% manage if It helps achieve goals and objectives, 100% customer service is essential, 83% the tool for a service is communication, 73% afi They say that if there is good service they would have satisfied customers. The investigation concluded that most of the representatives of micro and small companies do apply quality management but there are difficulties to be able to implement them due to the little initiative they present on the part of the staff since companies show that customer service is essential so that a consumer feels comfortable and has a positive perspective towards the company.

**Keywords:** Customer Service, Management, Microenterprises.

## 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.....	7
III. Hipótesis.....	33
IV. Metodología.....	34
4.1. Diseño de la Investigación.....	34
4.2. Población y Muestra.....	34
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	35
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
4.5. Plan de Análisis.....	39
4.6. Matriz de Consistencia.....	40
4.7. Principios éticos.....	43
V. Resultados.....	44
5.1. Resultados.....	44
5.2. Análisis de Resultados.....	49
VI. Conclusiones.....	57
Aspectos complementarios.....	58
Referencias bibliográficas.....	59
Anexos.....	65



## INDICE DE TABLAS

### Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.....	44
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.....	45
Tabla 3. Características de la gestión de calidad con el uso de la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.....	46

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad de los representantes.....	80
Figura 2. Género de los representantes.....	80
Figura 3. Grado de instrucción de los representantes .....	81
Figura 4. Cargo de desempeña los representantes .....	81
Figura 5. Tiempo que desempeña los representantes en el cargo.....	82
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.....	82
Figura 7. Número de trabajadores en las micro y pequeñas empres.....	83
Figura 8. Las personas que trabajan en la empresa .....	83
Figura 9. Objetivo de la creación de empresa.....	84
Figura 10. Noción del termino de calidad.....	84
Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad.....	85
Figura 12. Dificultades del personal para implementación de la gestión de calidad....	85
Figura 13. Conocimiento de técnicas para medir el rendimiento del personal.....	86
Figura 14. Contribución de la gestión de calidad a un mejor rendimiento.....	86
Figura 15. La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas.....	87
Figura 16. Conocimiento del termino atención al cliente.....	87
Figura 17. Aplicación de la gestión de calidad en el servicio a sus clientes.....	88
Figura 18. La atención al cliente es fundamental .....	88
Figura 19. Herramientas para un servicio de calidad .....	89
Figura 20. Factores que se utilizan para una mejor atención al cliente.....	89
Figura 21. La atención brindada.....	90
Figura 22. Una mala atención.....	90
Figura 23. Resultados de una buena atención.....	91

## **I. INTRODUCCIÓN**

La importancia de las mypes es una de las principales fuentes de empleo; es interesante pues como herramienta de promoción de empleo en la medida en que solo exige una inversión inicial y permite el acceso a estratos de bajos recursos, por otro lado indica que de acuerdo a la evolución de la tecnología potenciara aún más las unidades productivas en la medida que facilitaran la productividad a nivel personal (Talledo, 2014).

Los micro y pequeñas empresas hoy en día manejan un papel muy importante ya que brindan capacidad de desarrollo a cuyos trabajadores que apoyan en el crecimiento del país, logrando obtener criterios altos en la calidad para lograrse posicionarse en el mercado.

La atención al cliente es una modalidad de gestión que empieza desde lo más alto de la organización por lo particular se trata de mostrar el debido respeto hacia el cliente considerándose eso como una estrategia para transmitir al consumidor una confianza considerando la fidelización del cliente, debido a la satisfacción de sus necesidades.

En Europa, los problemas que las micro y pequeñas empresas presentan es que el hecho de contar con un buen servicio de atención al cliente , no es una opción sino más bien se trata de buscar lo primordial si se quiere llegar al punto de que el consumidor sea parte de la fidelización puesto que hoy en día las marcas son cada vez son menos consideradas y esto prima más de una buena relación de la calidad con el precio, hacer el servicio de atención al cliente es un factor positivo que distingue a una tienda de sus competidores ya que es una buena estrategia, pero resulta cada vez más complicado conseguir que este servicio sea más aceptable por el público y obtenga la

puntuación máxima lo que conlleva que las mypes no descuidan las vías de redes sociales para que puedan resolver con facilidad sus dudas y quejas con respecto a la atención al cliente que brindan. En Europa nos comentan que para que las mypes cuenten con un buen servicio de atención al cliente tienen que estar muy al pendiente de sus vías informativas como son las redes sociales ya que no visualizan la atención al cliente como una opción de un aspecto importante sino más bien se trata poder fidelizar cuyos consumidores puesto que actualmente las marcas son menos consideradas en lo respecta la calidad enlazado con el precio (Barrera, 2014).

En Argentina, la gran mayoría de las microempresas el problema que aquejan es el debido desenfoco relevante que no poseen para lograr la calidad del producto o servicio que ofrecen constantemente , además se involucra la estandarización en las operaciones y por último la mejora en la gestión de calidad, por lo tanto nos muestra que la tasa del fracaso anual de las mypes en argentina es cada vez más alta, el 80% de las mypes fracasan antes de los cinco años y el 90% no llega a los diez años y la razón principal por la cual no son aceptados por el mercado es que no brindan el debido servicio y calidad que el público se merece por lo tanto la entidad no llega a tener una rentabilidad satisfactoria. (Paulise, 2017).

En el Perú cada día son más empresas que tienen la inadecuada atención al cliente al público y eso es parte necesario en una empresa ya que con esto es relevante en la organización para que el consumidor regrese a determinar otra compra, si bien realizaremos una encuesta al público optarían que si se les presentara un caso de un mal trato por parte de los empleados de la empresa estos no regresarían, por otro lado señala que solo el 1 % general de todas las empresas formales en el Perú cuentan con sistemas de gestión de calidad, lo que hace que haya un gran numero de trabajo para

poder ser correctos en la decisión para el debido camino hacia la competitividad (Muñoz, 2018).

En Piura, en su mayoría las mypes cuentan con un problema relevante que es la inapropiada atención al cliente y la falta de gestión de calidad es por ello que al momento de tomar decisiones no existe un equipo empresarial y el que recurre a realizar esas decisiones es el jefe, por otro lado se aclara que ni existe un respectivo rol de funciones entre los miembros de la entidad, todo esto lleva a impedir el desarrollo de labores estratégicas de la planificación, de inversión y de la búsqueda de nuevos clientes para tener las mejores correlaciones con los proveedores, esto quiere decir que el empresario u jefe se fija solo en su bienestar como líder mas no en tener una buena gestión de calidad dentro del ámbito laboral (Belletich, 2018)

Las mypes en Ancash el problema que se puede observar es que casi el 80 por ciento de las micro y pequeñas empresas son informales de tal manera que puede dar a entender que existe un índice alto de informalidad, esto se debe a la poca disposición del estado, la desorientación en los pequeños empresarios, se culpa también a cuyas gestiones de los anteriores componentes quienes no elaboraron proyectos de formalización y guías para cuyos emprendedores. Cabe recalcar que una micro y pequeñas empresas formal puede mejorar sus posiciones siempre permitiendo conocer todas las funciones que se realiza durante su periodo de crisis (Página Web El Ferrol, 2018)

En el casco urbano del Distrito de Chimbote donde se desarrolló el trabajo de investigación existe micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de la elaboración de panadería las cuales existen dificultades para la implementación de la gestión de calidad pero si tienen el conocimiento que es atención al cliente pero esto se presenta ya que en los trabajadores existe una poca iniciativa de su parte , por lo consiguiente

esto trae una consecuencia ya que el cliente observando una mala atención no satisfaga con sus expectativas y genere malas perspectivas negativas ocasionando que posibles personas que requieran de ese producto les comenten como fue su experiencias en indisposición. Por lo tanto se planteó el siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de Panadería en el Casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de Panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Y para alcanzar el siguiente objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Identificar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de Panadería en el Casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de Panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de Panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

La investigación se justifica porque permite a cuyos empresarios o dueños de las micro y pequeñas empresas obtener información de las factibles mejoras en la gestión de calidad y la atención al cliente, por consiguiente se da los medios por la cual se pueden llegar a acercarse a cada uno de los clientes y entender las respectivas necesidades originando tener mayor satisfacción en la fidelización y en el debido

posicionamiento en el mercado, además se justifica porque permitió analizar las debidas situaciones el porque no existe una adecuada gestión de calidad relacionado a la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas buscando las posibles soluciones ante este problema , finalmente se justifica porque será motivo de indagación a aquellos futuros investigadores dado que esto brinda la ayuda de soporte en cuya problemática idéntica hallando los adecuados resultados de esta investigación se logra visualizar que las mypes son las primordiales protagonistas de hoy en día correlacionado con la economía del país, siendo de vital importancia un complemento de gestión de calidad para el desarrollo según sus perspectivas objetivos a cumplir.

En la investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal-descriptiva; fue no experimental porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente; fue Transversal, porque el trabajo de investigación se desarrolló en un espacio determinado teniendo un inicio y un final; fue descriptiva porque solo se describió las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

Asimismo para el recojo de información se utilizó una población 11 micro y pequeñas empresas a las cuales se les aplicó un cuestionario con 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: el 73% son de sexo masculino, el 73% tiene noción del termino gestión de calidad, el 82% implementa la atención al cliente como técnica, el 100% la gestión si contribuye a la gestión de calidad, el 100% la gestión si ayuda a alcanzar objetivos y metas, el 100% la atención al cliente es fundamental, el 83% la herramienta para un servicio es la comunicación, el 73% afirman que si existe buen atención tendrían clientes satisfechos. La

investigación concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas son de género masculino, el objetivo primordial el porque crearon sus empresas es solamente para generar ganancias, además manifiestan que si tienen noción acerca del termino gestión de calidad pero las dificultades que se presentan al momento de implementarlas es la poca iniciativa por parte de los colaboradores, ocasionando que no se inculque la adecuada atención y existan clientes desconformes a sus rendimientos de servicios.



## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### **Antecedentes Internacionales**

Merchán (2017) en su investigación *Propuesta para la creación de una panificadora industrial en el cantón Vinces que produce y comercializa panes a base de harina de banano*. Tuvo como objetivo general: Determinar la viabilidad del proyecto mediante la creación de una empresa que haga su producción de panes a base de harina de banano en el Cantón de Vinces. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Analizar los factores del entorno que indiquen en el documento de titulación. Determinar el nivel de aceptación de este producto, mediante encuestas y focus group. Establecer un proceso productivo adecuado para incorporar la harina de banano. Identificar los canales de distribución para satisfacer la demanda del producto. Evaluar la viabilidad operativa y financiera, así como la rentabilidad del mismo. La investigación fue de método exploratorio, para poder obtener los datos, se necesitó un proceso de búsqueda de los antecedentes más importantes que contengan la información necesaria y relevante de datos. R, las técnicas de recolección se realizarán mediante encuestas, en donde se estudió la propuesta, además se hará un focus group para obtener información al momento, entrevistas a 26. Realizada la investigación se obtuvo los siguientes resultados: el 34% a edades de 18 a 25 años siendo el grupo más distintivo de la encuesta. El 54% de los encuestados fueron mujeres obteniendo el porcentaje más alto. Un 50% de las personas encuestadas consideran que el modelo y tamaño del pan es muy importante al momento de comprarlo, el 43% representa que es significativo. Las conclusiones fueron las siguientes: Panimer S.A será una panificadora industrial a base de harina de banano, legalmente constituida en el cantón

Vinces Los Ríos, con diferentes modelos y tipos de panes y el peso del pan será de 40 gramos cada unidad. Se determinó que el producto lo puede consumir niños y adultos, el mercado está enfocado en edades de 18 a 60 años ya que son personas que pueden adquirir el producto con más facilidad, se encuentra en un nivel socio económico en el Cantón Vinces específicamente en la Parroquia Urbana, son consumidores preocupados por la salud, el consumo de un pan saludable de excelente sabor y calidad. Las medidas que se tomarán al momento de la producción de panes serán con los mejores estándares de calidad para brindar al consumidor un pan exquisito

Santamaria (2014) en su investigación *Control de las no conformidades en la impresión offset mediante el diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad en el área de prensas pliegos de la empresa offset abad de Guayaquil*. Tuvo como objetivo general: Controlar las no conformidades en la impresión offset mediante el diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad en el área de prensas pliegos de la empresa Offset Abad de Guayaquil. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Recopilar información a través de los trabajadores en los distintos departamentos involucrados en los procesos de impresión offset. Clasificar y analizar los datos que fueron recopilados para tener un detalle más real de lo que está sucediendo. Determinar e identificar los problemas encontrados. Proponer y recomendar la utilización de herramientas de gestión de calidad para la cual se logre aumentar el proceso de control de calidad. La metodología fue de investigación explicativa descriptiva, la obtención de la información se realizó a través del instrumento cuestionario y la técnica de la encuesta. Realizada la investigación se obtuvo los siguientes resultados: El 50% manifiesta cumplimiento al momento de identificar los procesos necesarios para el sistema de gestión de calidad y su aplicación a través de la organización. El 100% brinda incumplimiento en determinar la

secuencia e interacción de estos procesos. El 66.66% tienen incumplimiento de acuerdo a los objetivos de calidad los cuales son evaluados o medidos. El 60% si existe una retroalimentación del cliente. El 20% no cumple con capacitar al personal y eso afecta a la calidad del producto. Finalmente el 67% incumple con el sistema de gestión de calidad y el 33% cumple con el sistema de gestión de la calidad. El 58% cumple con la responsabilidad de la dirección y el 42% no cumple. El 66% incumple con la gestión de recursos. El 73% si cumple con la realización del producto el 27% no cumple. El 66.5% no cumple con la medición, análisis y mejora. Las conclusiones fueron las siguientes: Hoy día, la calidad y la gestión de la calidad es un punto importante en cualquier negociación con los clientes, tanto en la industria manufacturera como en el sector de Servicios. Se observó que para obtener resultados favorables aplicando un sistema de gestión de calidad, es necesario que la gerencia general y el personal de la empresa se comprometa en la resolución de los problemas, puesto que es este el camino donde puede definirse el éxito o conveniencia de las mejoras. De acuerdo al análisis económico realizado, Offset Abad Cía. Ltda., tiene recursos para financiar el 25% de la propuesta mediante su capital y el 75% por parte una entidad bancaria. En conclusión la implementación de las soluciones dadas es conveniente para los intereses de la empresa ya que el cronograma de implementación 39 días.

Mena, Orellana y Ramírez (2016) en su investigación *Plan de mercadeo para la pequeña empresa de la industria de la panificación en el área metropolitana de San Salvador caso de estudio: panadería y pastelería fortuna del pan*. Tuvo como objetivo general: Presentar la propuesta de un plan de mercadeo para la Panadería y Pastelería Fortuna del Pan, con la finalidad de contribuir a incrementar las ventas, para así, fortalecer la rentabilidad del negocio. Y planteó los siguientes objetivos específicos:

Plantear estrategias para posicionar los productos de la empresa, comunicando sus diferentes líneas de productos y salas de venta al mercado meta. Formular acciones que al ser implementadas relacionen los precios de los productos de la empresa en la mente del mercado meta con los beneficios satisfactorios de necesidades brindados por estos productos. Proponer canales de distribución asignándolos tipos de intermediarios a los que se recurrirá para lograr una intensidad óptima en la distribución de los productos. Presentar estrategias que utilizaran en la promoción como herramientas de influencia e información acerca de los productos, incrementando así, el nivel de ventas de la empresa. La metodología fue utilizada para la investigación, unidades de análisis, la tabulación de los resultados obtenidos de la investigación de campo, un diagnóstico de la situación actual del nivel de competencia con el fin de conocer los problemas, brindar las medidas correctivas a tomar y utilizaron la técnica de la encuesta. Por consiguiente tuvo como resultados los siguientes: El 50% son de sexo masculino. El 33% tienen entre 26-35 años (edad). El 34% su nivel de ingresos es de \$201 a \$400. Su 42% de los encuestados manifiestan que su estado civil es que son casados. El 49% su nivel de estudio es universitario. Las conclusiones fueron las siguientes: Panadería y Pastelería Fortuna del Pan ha logrado permanecer 35 años en el mercado salvadoreño, durante los cuales ha producido para vender al público, pero sin una visión mercadológica definida, que en la actualidad es esencial para toda empresa con expectativas de crecimiento y posicionamiento en el mercado, el cual ha venido evolucionando con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores que también se han vuelto más exigentes. El negocio no cuenta con acciones publicitarias que ayuden a promocionar los productos que comercializa y que contribuyan a posicionarlo entre los consumidores. El procedimiento de servicio al cliente

implementado por los empleados de la sala de ventas de la panadería no es el más adecuado para atender a los consumidores.

### **Antecedentes Nacionales**

González (2018) en su investigación *Gestión Administrativa en una empresa Industrial y Retail, Lima 2018*. Tuvo como objetivo general: Comparar la gestión administrativa en la empresa industrial y retail en el año 2018. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Comparar el proceso administrativo en la empresa industrial y retail en el año 2018. Comparar el mandato empresarial en la empresa industrial y retail en el año 2018. Comparar la utilización de los recursos en la empresa industrial y retail en el año 2018. La metodología fue utilizando un enfoque cuantitativo, que consiste en utilizar datos numéricos para darle validez a una hipótesis planteada, con la finalidad de establecer patrones de conducta y probar teorías establecidas. Usando la técnica de las encuestas se obtuvo los siguientes resultados: Se ha determinado en base a 2790. En la empresa Industrial, los encuestados indicaron que el nivel más alto alcanzado por la empresa en cuanto a su gestión administrativa fue regular, con un 68.5%. El proceso administrativo también fue regular, con un 67.2%. El mandato empresarial fue regular, con un 56.6% y la utilización de los recursos disponibles fue también regular. El mandato empresarial fue regular, con un 63% y la utilización de los recursos disponibles fue también regular, con un 54.3%. Las conclusiones fueron las siguientes: La comparación hecha a ambas empresas en esta investigación, utilizando la prueba de Kruskal-Wallis, indica que no existen diferencias en la realización de su gestión administrativa, el análisis de dicha gestión permite enfocarse en aspectos como la adaptación a los cambios de parte de los gerentes y el establecimiento de políticas para lograr objetivos que favorezcan el crecimiento de las organizaciones. En cuanto al proceso administrativo en ambas empresas, respondiendo

al objetivo específico, se obtuvo que la realización del proceso administrativo en las 2 empresas estudiadas ha sido regular, también la prueba de KruskalWallis indicó que no existe diferencia significativa en la realización de su proceso administrativo. El análisis de este aspecto revela que las empresas deben trabajar mejor en el desarrollo de las actividades y enfocarlas mejor en el cumplimiento de metas, basándose en el cumplimiento de las políticas y la capacitación de todo el personal. En el tercer punto, tenemos el mandato empresarial, el análisis de KruskalWallis indicó que no existen diferencias significativas en la realización del mandato empresarial en ambas empresas y en cuanto al objetivo específico, tenemos que la realización del mandato empresarial fue regular en las dos empresas. El análisis de campo realizado indicó que ambas empresas deben mejorar en la adecuación de los niveles de mando y mejorar el organigrama de la empresa sobre la utilización de los recursos disponibles, gracias al análisis de KruskalWallis tenemos que no existen diferencias significativas en la utilización de los recursos, y en respuesta al objetivo específico, el trabajo de campo no dio como resultado que en ambas empresas la utilización de los recursos disponibles fue regular. Los resultados concluyen que las empresas pueden mejorar más en el uso de los recursos financieros.

Saavedra (2018) en su investigación *Caracterización de la gestión de calidad y productividad de las mype rubro panaderías del centro de Tambogrande Año 2018*. Tuvo como objetivo general: Identificar las Características de la Gestión de Calidad y Productividad en las MYPE rubro Panaderías del centro de Tambo grande 2018. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Conocer los elementos de la gestión de calidad de las MYPES rubro Panaderías del centro de Tambo grande 2018. Identificar las actividades de la gestión de calidad de las MYPES rubro Panaderías del centro Tambo grande 2018. Conocer los factores de la productividad de las MYPES rubro

Panaderías del centro de Tambo grande 2018. Determinar las ventajas de la Productividad de las MYPES rubro Panaderías del centro Tambo grande 2018. La metodología fue de tipo descriptiva con diseño no experimental de nivel cuantitativo Usando la técnica de las encuestas se obtuvo los siguientes resultados: El 26% califico de excelente el desempeño del trabajador. El 42.09% conoce el termino de atención al cliente. El 45% lo califica de bueno. El 47% califico de buena la atención que recibe en la panadería el 24% califico de regular la atención que recibe en la panadería. El 21% respondieron que se sienten muy satisfechos con el trato que le brinda la panadería, el 68% respondió que se siente satisfecho con el trato recibido. El 62% lo califico de bueno. El 72% de los encuestados respondieron que si reciben una atención personalizada. El 45% respondió que lleva 10 años en el negocio de panadería, mientras que el 24% respondió que lleva 15 años en el negocio de panadería. Las conclusiones fueron las siguientes: Se concluyó que los elementos de la gestión de calidad están determinados por la calidad, higiene, precio y desempeño. En el cual respecto a la calidad es entendida en su mayoría que los encuestados se siente satisfecho con la calidad excelente de pan que le brinda la panadería, así mismo con respecto al higiene la mayor parte de los encuestados si perciben la buena higiene que les demuestra la panadería y ello hacen que se sienten contentos, además en el desempeño del trabajador casi la mitad de los encuestado opinan que el desempeño del trabajador en la panadería es buena, es por ello que se recomiendan que las Mype sigan incursionando en la mejora de la estructura de la gestión de calidad de las Panaderías para que así puedan tener un número mayor de clientes y ello se sientan contentos con su producto y servicio. El análisis de este aspecto revela que las empresas deben trabajar mejor en el desarrollo de las actividades y enfocarlas mejor en el cumplimiento de metas, basándose en el cumplimiento de las políticas y la capacitación de todo el

personal. En el tercer punto, tenemos el mandato empresarial, el análisis de KruskalWallis indicó que no existen diferencias significativas en la realización del mandato empresarial en ambas empresas y en cuanto al objetivo específico, tenemos que la realización del mandato empresarial fue regular en las dos empresas. Se concluyó que las actividades de la gestión de calidad están determinada por los indicadores de atención, tiempo, servicio ofrecido, consumo y seguridad. En donde el indicador de atención, los encuestados consideran que la atención que les brinda el personal de la panadería es buena, en cuanto al tiempo de atención del empleado es el adecuado para los clientes, en el servicio ofrecido a los clientes la mayor parte emplean una atención personalizada, por otro lado el consumo de pan de los clientes son mayormente por las mañanas y en seguridad la mayoría de los encuestado afirman que la panadería si le da una importancia a la seguridad del negocio. Es por ello que las Mype deben seguir teniendo una producción de pan por las mañanas ya que es ahí donde la gente adquiere más pan, siempre y cuando también se les trate con amabilidad, cordialidad y respeto haciendo que el cliente se sienta satisfecho con el trato que recibe en la panadería.

Sanancima (2017) en su investigación *Caracterización de la gestión de calidad y la cultura organizacional en las mype rubro panaderías en San José de Sisa (el dorado – San Martín), año 2017*. Tuvo como objetivo general: Establecer las características de la gestión de calidad y la cultura organizacional en 14 las MYPE rubro panaderías en San José de Sisa (El Dorado – San Martín), año 2017. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar el nivel de gestión de calidad de las MYPE rubro panaderías en San José de Sisa (El Dorado – San Martín), año 2017. Conocer los factores determinantes en la gestión de calidad de las MYPE rubro panaderías en San José de Sisa (El Dorado – San Martín), año 2017. Identificar las



actitudes del personal de las MYPE rubro panaderías en San José de Sisa (El Dorado – San Martín), año 2017. Conocer el nivel de cultura organizacional en las MYPE rubro panaderías en San José de Sisa (El Dorado – San Martín), año 2017. La metodología fue de diseño no experimental, tipo descriptiva y un enfoque cuantitativo. Usando la técnica de las encuestas se obtuvo los siguientes resultados: Determina que el 52.0% pertenecen al género masculino. El 50,7% si consideran que las panaderías han mejorado su servicio de atención. El 62.7% de los clientes manifiestan que cuentan con calidad de insumos. El 54.0% de los clientes si consideran que los trabajadores de las MYPE si se esfuerzan para realizar las tareas encomendadas. El 55.3% de los clientes consideran que los han evaluado al preguntarles si están conforme con la atención. El 73.3% de los clientes que el dueño de la panadería dirige a sus trabajadores. El 57.3% de los clientes afirman que existe buen trato de por medio de las MYPE al momento de la atención. Las conclusiones fueron las siguientes: En relación al nivel de gestión de calidad, existe: procesos implícitos en la atención; esfuerzo y desarrollo de las tareas; conformidad con la atención; los trabajadores si suelen tomar decisiones en su trabajo. Respecto a los factores determinantes de gestión de calidad, se considera: que los trabajadores están dispuestos a ayudar; son amables en la atención; y desarrollo, trabajo colaborativo entre los trabajadores. En cuanto a las actitudes organizacionales, se identificó que los trabajadores están satisfechos con su trabajo; suelen involucrarse con las decisiones; se sienten identificados con la MYPE; tienen normas que rigen su comportamiento. En relación al nivel de cultura organizacional se estableció: dirección adecuada en la MYPE; trabajo en equipo; innovar tecnológicamente, pero no existe comunicación fluida con los empleadores. Se estableció en relación a las características de la gestión de calidad que la mayoría de clientes señalan que las MYPE han mejorado su atención; asimismo expresan que

cuentan con insumos y materia prima de calidad; además que las MYPE mantienen una relación adecuada con los clientes. Respecto a las características de la cultura organizacional se determinó que la mayoría de trabajadores si conocen la misión; asimismo la totalidad de trabajadores tienen noción de la visión de la empresa; también la mayoría señala que las MYPE tienen objetivos diarios, semanales y mensuales.

### **Antecedentes Locales**

Beltrán (2014) en su investigación *Caracterización y la Gestión de Calidad de las MYPE del Sector Industria, Rubro Panaderías del Distrito de Chimbote, 2014*. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la capacitación y la gestión de calidad en las Mypes del sector industria en el rubro panaderías de la ciudad de Chimbote, 2014. Y planteó los objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes legales en las Mypes, en el ámbito de estudio. Determinar las principales características de las Mypes, en el ámbito de estudios. Determinar las principales características de la gestión de calidad en las Mypes, en el ámbito de estudio. La metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal, para llevarla a cabo se escogió una muestra de 16 MYPE, representando un 50% de población conformada por 32 Mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 17 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, se obtuvo los siguientes resultados: El 50,0% de los encuestados en las Mypes de panaderías son adultos. El 62,5% es de sexo masculino. El 37,5% de los propietarios tiene grado de instrucción secundario. El 56,3% de las Mypes trabajan informalmente. El 50,0% de MYPE encuestadas tienen entre 0 a 5 años en el rubro. El 100% considera que la capacitación empresarial es una inversión, de los cuales el 93,7% consideró necesaria la capacitación en las empresas. Asimismo, el 100% de las Mypes encuestadas consideró, que un personal capacitado ayuda a mejorar la

rentabilidad de su negocio. El 56,3% de las MYPE panaderas encuestadas señaló que no implementan sistemas o técnicas para mejorar la rentabilidad de sus productos o servicios. De las Mypes que implementaron sistemas o técnicas en gestión de calidad el 56,3% manifestó que utilizaron la técnica de la mejora continua. Asimismo el 87,5% de las Mypes encuestadas consideró importante utilizar hoy en día sistemas o técnicas de calidad en las empresas. Las conclusiones fueron las siguientes: Llegando a la conclusión de que la mayoría de los representantes de las MYPE son adultos, las panaderías en su mayoría son informales y considera que la capacitación es una inversión, y para ser competitivos en el mercado es necesario implementar constantemente técnicas que nos permitan desarrollarnos empresarialmente y lograr que el cliente se identifique con la empresa.

Jamanca (2018) en su investigación *Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo de excelencia en las micro y pequeñas empresas del sector industrial - rubro panaderías del distrito de Huaraz, 2016*. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo de Excelencia en las micro y pequeñas empresas del sector industrial – rubro panaderías en el distrito de Huaraz, 2016. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial - rubro panaderías en el distrito de Huaraz, 2016. Determinar las principales características de la gestión de la calidad bajo el Modelo de Excelencia en las micro y pequeñas empresas del sector industrial - rubro panaderías en el distrito de Huaraz, 2016. La metodología fue tipo descriptivo, la investigación de nivel cuantitativo y el diseño fue no experimental. La población para el estudio fueron los gerentes de las mypes del sector industrial – rubro panaderías del distrito de Huaraz, con un total de 25 gerentes. Los resultados de la investigación

fueron los siguientes: De los gerentes encuestados se observó que el 60% son masculinos y un 40% son femeninos. Del total de gerentes encuestados se observó que el 36% manifiesta que a veces el personal participa en las actividades de mejora. Del total de gerentes encuestados se observó que el 36% manifiestan que casi siempre adquieren la opinión y el reconocimiento del público. Del total de gerentes encuestados se observó que el 44% manifiestan que casi siempre se desarrolla valores, misión, visión, políticas y estrategias. Del total de gerentes encuestados se observó que el 32% manifiesta que casi siempre utilizan la comunicación como herramienta para mejorar la forma de trabajar. Del total de gerentes encuestados se observó que el 44% manifiesta que casi nunca se desarrollan estrategias para atender y anticiparse a las necesidades de los clientes. Las conclusiones fueron las siguientes: La mayoría de las empresas no implementan de manera adecuada la gestión de calidad bajo el Modelo de Excelencia, por ello a la hora de identificar sus áreas de mejora tienen problemas debido a que desconocen el tema. Las (MYPES) del sector industrial rubro panaderías están dirigidos por la mayoría de personas del sexo masculino, que tienen de 31 a 40 años y que cuentan con estudios superiores no universitarios. Los representantes de las panaderías no implementan de manera adecuada el modelo de Excelencia porque no desean ser líderes en el mercado y por la falta de experiencia.

Kano (2017) en su investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, en el distrito de nuevo Chimbote – 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar la influencia de la gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, en el distrito de Nuevo Chimbote – 2016. Y planteó los objetivos específicos: Determinar el nivel de gestión de calidad de calidad en la

atención al cliente que se aplica en las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, en el distrito de Nuevo Chimbote, Año 2016. Determinar el nivel de competitividad de las micros y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, en el distrito de Nuevo Chimbote – 2016. Relacionar el nivel de la gestión de la calidad bajo el enfoque de la atención al cliente con la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, en el distrito de Nuevo Chimbote - 2016. La metodología fue de diseño no experimental transaccional porque se recolectó los datos en un solo momento, en un tiempo único y correlacional descriptivo simple, se aplicó un cuestionario a 60 clientes (12 por cada panadería) ubicado en el distrito de Nuevo Chimbote, el instrumento que se utilizó fue el cuestionario teniendo como técnica la encuesta y la observación. Los resultados de la que se obtuvo fueron fueron los siguientes: Con respecto a la el nivel de Gestión en atención al cliente, se comprueba que el 43% está muy satisfecho. Así mismo el nivel de competitividad, demuestra que la panadería “B” considera un 53%; es decir aplica estrategias y técnicas de promoción, publicidad y ventas, seguido de un 48 % de la panadería “C”. En cuanto a la relación del nivel de la gestión y la competitividad, se debe manifestar que hay relación tal es así que 58% manifiestan una buena atención. Seguido de un 65% en donde manifiesta que cumplen con presentar la calidad del producto, Así mismo un 47% demuestra fidelización a su establecimiento comercial, estos criterios se encuentran en un nivel de muy satisfecho. Las conclusiones fueron las siguientes: La relación entre la gestión de la calidad bajo el enfoque de la atención al cliente y la competitividad de las micro y pequeñas empresas concluimos que sí se relaciona significativamente, esto se ha comprobado mediante el análisis estadístico en el cumplimiento de sus metas y en el desarrollo de sus procesos esto relacionado a su planeación en el logro de los objetivos.

## **2.2 Bases Teóricas de la Investigación**

### **LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS**

Conceptualizando a las micro y pequeñas empresas podemos decir que son las primordiales procreadores de empleo en el Perú es por ello que garantizan que responder a sus necesidades es esencial para el crecimiento del país y del incremento de la inversión particular. Su objetivo en común es otorgar labores a la gran mayoría de los habitantes, lo que ampara a batallar con la penuria y las negativas tasa de desempleo.

Según Ley 28105 (2003) nos menciona acerca de las Mypes de la siguiente manera:

La micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, contemplada en la legislación vigente, que tiene como finalidad desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (p.1).

#### **La importancia de las Micro y pequeñas empresas**

Las micro y pequeñas empresas son de gran importancia ya que proporcionan abundantes puesto de trabajos, llegando a incentivar la motivación empresarial y sobre todo un carácter emprendedor ante la sociedad. También es importante porque contribuye al ingreso nacional y al crecimiento del Perú impulsando así tener un buen éxito empresarial.

Barraza (2016) manifiesta la importancia de las micro y pequeñas empresas de la siguiente manera:

Las micro y pequeñas empresas en el Perú son componente muy importante del motor de nuestra economía. A nivel nacional, las Mypes brindan empleo al 80% de la población económicamente activa y generan cerca del 40% el producto bruto interno (PBI). Es indudable que las Mypes abarcan varios aspectos importantes de la economía de nuestro país, entre los más importantes cabe mencionar su contribución a la generación de empleo, que si bien es cierto muchas veces no lo genera en condiciones adecuadas de realización personal, contribuye de forma creciente en aliviar el alto índice de desempleo que sufre nuestro país (p.2-3).

### **Beneficios de la Ley MYPE**

Según la Superintendencia Nacional de Aduana y de Administración Tributaria (2017) nos menciona los beneficios que se obtiene de la Ley MYPE se encuentran dentro del ámbito de la Ley, con acceso a los beneficios de la Ley, las Mypes inscritas en el registro de las micro y pequeñas empresas, sus trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad, sus conductores y empleadores:

- Pueden constituirse como personas jurídicas (empresas), vía internet a través del Portal de Servicios al ciudadano y empresas.
- Pueden asociarse para tener un mayor acceso al mercado privado y las compras estatales.
- Gozan de facilidades del estado para participar eventos feriales y exposiciones regionales, naciones e internacionales.
- Cuentan con un mecanismo ágil y sencillo para realizar sus exportaciones denominado Exporta Fácil, a cargo de la SUNAT.

- Pueden participar en las contrataciones y adquisiciones del Estado (párr.4).

## **GESTIÓN DE CALIDAD**

La gestión de calidad no se enfoca en la cualidad de una elaboración, función o la satisfacción de sus consumidores, sino en la forma como debemos obtenerla con esfuerzo y dedicación. Siendo apto, la gestión de calidad genera el debido cuidado que se debe dar a la inspección de los procesos para poder lograr tener una calidad más conveniente.

Según Cuatrecasas (2014) manifiesta que “la gestión de calidad total irá encaminada a gestionar todos los procesos de una empresa, basándose en la calidad y permitirá obtener el máximo de ventajas competitivas y la satisfacción total de los clientes receptores de un servicio” (p.578).

La gestión nos sirve como guía para dirigir dichos procedimientos que existen en la empresa, fundamentándose en la calidad y en la posibilidad de generar capacidades u complicidades competentes al servicio del cliente. Los clientes son parte importante para crear cualquier tipo de empresa, ya que depende de ellos las organizaciones obtendrán productivos en su desarrollo laboral.

Según la Organización Internacional de Normalización (ISO, 2015) nos afirma que la gestión de calidad:

Es una concentración de acciones planificadas por las cuales se dicen que son de gran importancia o esenciales para poder conseguir una total certeza de lo ocurrido con la finalidad de captar o fidelizar que el producto satisfaga ciertas posiciones exhibidas sobre las debidas restricciones referidas a la calidad. Los grandes negociantes se apreciaron que para proteger que sus proveedores cumplan con la debida entrega de los productos solicitados e necesarios, era importante que



implementaran y registraran todas aquellas sugerencias que la empresa pudiera intervenir en relación con la calidad del producto destinado. Todo lo requerido debe ser constituido y legalizado es por eso que obligaron a todos sus distribuidores que debían respaldar la calidad del producto ofrecido.

### **Sistema de Gestión**

Un sistema de gestión es un engranaje la cual permitirá perfeccionar beneficios, simplificar costos y renovar la productividad de la organización. Esta herramienta de gestión te ocasionará información en período real que accederá a tomar iniciativa para solucionar equivocaciones y evitar la visión de gastos redundantes.

“El sistema de gestión es la herramienta que permite controlar los efectos económicos en la actividad y no económicos de la actividad de la empresa” (Ogalla, 2015, p.3).

El sistema de gestión debe procrear constantemente la eficacia de la justificación de la organización, de tal manera que gestione dicha entidad por la cual se incluye que la negociación está a la disposición de quienes se vean interesados. El cumplimiento de una asociación podría ser el recurso de solución para implantar y mantener un sistema de gestión enfocado al consumidor, desde la delimitación de procedimientos y secuencias que den fruto firmes e accesibles, equivalentes y sobre todo perfectibles con el propósito de reforzar la eficiente de cuya operación de dominio del progreso.

### **Principios de la gestión de la calidad**

La gestión dentro de la generalidad empresarial está determinada que es un origen esencial para el aumento ante el crecimiento económico, ya no solo se trata que

las mismas empresas creen sus propios medios de gestión, sino que también el crecimiento del desarrollo de su país.

Para el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (s.f) nos manifiesta los siete fundamentos de la gestión de calidad:

- Atención al cliente: Es donde cuyas asociaciones tienen las necesidades de obtener sus respectivos clientes para lo cual deberán analizar sus necesidades contemporáneas y pendientes, en ejecutar con las debidas solicitudes del consumidor y generar satisfacción por parte de la entidad siempre y cuando se trata de no solo de adquirir sino de superar sus perspectivas.
- Liderazgo: Los jefes son parte importante ya que por medio de ellos influirá en la forma de ser o actuar de las personas y/o grupos determinados para que trabajen con entusiasmo hacia el logro de sus metas y objetivos que toda organización se propone.
- Intervención de todo el personal: La participación de todos los trabajadores ya sean de todos los niveles son esenciales ya que parte de ellos hará que la empresa trabajen en equipo y que sea más colaborativa al momento de realizar sus actividades permitiendo que utilicen sus habilidades.
- Enfoque de proceso: Un desarrollo apetente se consigue ser auténticamente verdadero en el momento que las técnicas contemporáneas y los trabajos se emplean en su apropiado desarrollo del procesamiento.
- Enfoque al sistema de misión: Estableciendo, proyectando y fabricando el adecuado sistema de misión se puede llegar a obtener resultados claros y precisos, cooperando con la existencia y eficacia de la organización.

- Progreso persistente: El mejoramiento continuo trata de ser un dispositivo hacia el propósito constante de la organización.
- Planteamiento demostrado en realidades, para el acceso de determinaciones: Las determinaciones positivas se fundamentan a partir de estudio razonable e involuntario con el fin de creer que tendremos éxitos más no fracasos.
- Relación de correlativo provecho con los suministros: Las habilidades de la corporación con sus distribuidores deben generar una valoración alta entre jerarquías para que ambos generen un beneficio, en el cual se trata que al abastecedor como una persona importante en la entidad.

### **La importancia de Calidad**

La calidad en la gestión es de gran importancia ya que nos ampara cuando se trata de disminuir la ingenuidad, nos ayuda a reducir la espontaneidad de cuyos productos se utilizan durante el proceso para que este sea de buena calidad, por tal motivo queremos que esta sea nuestra meta trazada y sepamos en que momento llevarla a cabo en situaciones en la que se presenten dificultosas durante las circunstancias o limitaciones que realiza en la actividad.

Para innovar la gestión de nuestra corporaciones y la adecuada calidad de los elementos que ofrecemos o servicios que suministramos, podemos determinar nuestras propias normas homogeneizadas en la cual nos servirán para llegar a nuestro objetivo que es el de fundar un sistema adecuado.

Según Rubio, Gonzales y Sandante (2015) nos menciona acerca de la importancia de calidad lo siguiente:

Si bien la calidad antes era un tema que se relacionaba sobre todo con la actividad humana. Últimamente lo hemos visto implantarse en empresas de

servicios, en empresas públicas, incluso en escuelas u oficinas de gobierno. La calidad es una serie de conocimientos de los cuales te ayudan a comprender las relaciones interpersonales en cualquier tipo de organización, y a entender los procesos que evolucionan el medio ambiente del ser humano. El hombre se ha preocupado por sobrevivir lo cual ha llevado a luchar contra todos los obstáculos que la naturaleza le presenta. También tuvo que desarrollar su inteligencia para poder subsistir, transformarse y así lograra no tener competencia por la vida. La historia del hombre es la lucha para ser mejor. A través del tiempo el hombre ha ido evolucionando año tras año debido a que tiene que seguir innovándose para poder sobresalir en toda clase de actividades ya sea comerciales, industriales, entre otras (p.3).

### **Importancia de la calidad en las empresas**

La calidad puede ser los productos de actualización o mejora con la imagen externa de dicha corporación y sobre todo enriquecer la satisfacción del cliente así mismo lograra aumentar la posibilidad de estar posicionado en el mercado.

“Calidad es traducir las necesidades futuras de usuarios en características medibles solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará, la calidad está definida solamente en términos del agente” (Ávila, 2015, párr.23).

Hoy en día es importante que sepamos los momentos difíciles relacionado a la parte económica por la que estamos pasando, la precisión de las asociaciones erradican su sistema de gestión la cual lleva a cabo la necesidad de mantenerse o brindar cuotas para sostener el equilibrio del comercio, no considerado, esto puede

llegar a comprometerse que cuya calidad de sus elaboraciones por lo general se vean perjudicados con la eliminación de toda la gestión.

### **La teoría de Jhosep Juran hacia la calidad**

“La calidad se basa en dos conceptos distintos, pero congruentes entre sí: Una forma de calidad está guiada a los ingresos que consta en ciertas particularidades del producto que requieren necesidades del consumidor y como efecto de eso incrementar más ingresos” (Juran, 2014, párr.5).

Según Jhosep nos menciona que la administración para llegar a obtener calidad se requiere de tres persecuciones básicas siendo el primero el proyecto de la calidad, la observación de calidad y por último la mejora de la calidad; estos procesos son debidamente esenciales ya que los comentarios por las que lo han aplicado o usado les ha servido de mucha ayuda para balancear sus finanzas.

### **ATENCIÓN AL CLIENTE**

Es el ser individuo, corporación u entidad que se apropia de bienes y/o servicios para complacer sus necesidades a través de un sueldo económica. Es la razón esencial ya que a través de ellos nacen cuyas empresas que fabrican lo que el mercado o la población está dispuesta generar o consumir.

Actualmente el cliente o consumidor es de suma importancia, ya que depende de ellos es el crecimiento o desarrollo de la entidad, por otro lado es el sustento de todos los empleados y por último depende de ellos es la posición en el mercado libre de la organización.

“La persona que constituye es el eje principal de toda actividad de la empresa, por lo que es la destinataria final de todos los esfuerzos de esta última como organización” (Blanco, Lobato y Villagra, 2014, p.191).

La rigidez es la comunicación entre los colaboradores y clientes, es por ello que se considera de vital importancia que los empleados estén en el debido contacto hacia el cliente demostrando su capacidad, habilidad y cordialidad al momento de ofrecerle el producto y sobre todo utilizar todos los recursos necesarios que conlleve a convencerla que debe obtener el producto elaborado .

Según Vaquero (2014) deduce la atención al cliente de la siguiente manera:

La atención al cliente es uno de los rasgos fundamentales para el éxito de un establecimiento. La atención abarca desde la recepción del cliente hasta que se marcha, no debiendo descuidarla en ningún momento. Un simple fallo, puede provocar que el cliente se vaya insatisfecho y no vuelva más. Para prestar una atención al cliente adecuada, el personal debe tener una serie de actitudes, aptitudes, conocimientos y destrezas que le llevan a prestar un servicio de calidad y una atención exquisita (p.144).

### **El cliente**

“Los clientes son el tesoro de cualquier actividad económica, sin ellos no sería posible ninguna venta” (Díaz, 2014, p.27).

El cliente como específico el autor es la parte más esencial de toda empresa puesto que sin ellos no se podría apertura la organización sabiendo que no llegará ninguna transacción.

Para Pérez J., Pérez H., Gonzales y Bravo señala que el consumidor “es la persona más importante para la organización, no depende de nuestra empresa, es

nuestra empresa la que depende de él. Acude a nuestra empresa porque necesita algún bien o servicio para cubrir una necesidad” (p.164).

### **Atención al cliente y su importancia**

Es importante porque una buena atención al cliente repercutirá de gran manera fidelizando al cliente a consecuencia del trato ofrecido; también es importante porque cuando una persona recibe trato amable, lo dará a conocer con su entorno y recomendará el establecimiento a través de la comunicación captando más clientes para la empresa.

Así mismo también es importante porque si la atención brindada es amable, cordial y asertiva, el cliente se sentirá y percibirá que nos preocupamos por resolver sus necesidades bajo una atención especializada y siempre regresará a realizar sus compras generando a largo plazo el crecimiento y desarrollo de la empresa. Es fundamental que los empleados tengan un trato cálido, de esta forma los clientes se sentirán escuchados e importantes al atender las solicitudes que requieran.

“La atención al cliente se refiere a personas, no a cosas. Consiste en hacer que hacer que encajen dos grupos de personas: los empleados y clientes. Una vez logrado esto, la empresa obtendrá una ventaja competitiva” (Brown, 2015, p.5).

El autor nos da a entender que la atención al cliente es más bien un ser individuo y no una cosa simple en la que se basa la formación de dos seres humanos los cuales son: los empleados y clientes, siendo esto un objetivo la entidad conseguirá superioridad satisfecha.

## **Satisfacción en el cliente**

Cuando nos referimos a la satisfacción del cliente nos habla del grado de pensamiento que tienen los clientes al haber cumplido con dichos requisitos de su perspectiva.

“La satisfacción del cliente es la evaluación que hace respecto a un servicio y que depende de que el servicio responda a sus necesidades y expectativas. De lo contrario, el cliente quedara insatisfecho” (Tarodo, 2014, p. 172).

La satisfacción del cliente se refiere a la determinación que se elabora con respecto a un servicio las carencias de los clientes para cumplir sus expectativas o de lo opuesto el cliente quedará descontento.

Según Díaz (2014) nos dice acerca de la manifestación del cliente lo siguiente:

El grado de satisfacción de un cliente no se puede medir objetivamente, ya que suele presentar un componente subjetivo, es decir, lo que para un cliente puedes ser satisfactorio, para otro puede parecer deficiente. Si un cliente tiene una percepción sobre un producto o servicio su modificación no serás cuestión de poco tiempo. Se necesita un esfuerzo continuado por parte de la empresa para que el propio cliente presente algún grado de satisfacción (p. 80)



## **2.3 . Marco Conceptual**

### **Micro y pequeñas empresas**

Conducto económico que llega a ser constituido ya sea por una persona jurídica o natural, donde se combinan los factores productivos para poder generar lo que son los bienes y servicios para lograr satisfacer las necesidades de la población, por lo tanto se convierte en el eje primordial de la producción.

Es una estructura que está dedicada a realizar actividades industriales, mercantiles o a generar prestación de servicios que llegan a obtener fines lucrativos que favorezcan a la corporación.

### **Gestión de calidad**

La gestión de calidad incluye los procesos y actividades de la corporación por ende que se ejecuta el determinar responsabilidades, objetivos y políticas de calidad a fin del que el proyecto satisfaga las necesidades, no delimita actualmente el ser un producto o servicio, sino más bien que se destaque en todos los apariencias a través de las cuales las empresas lleguen a satisfacer las necesidades que los clientes presenten y sobre todo en lo que respecta a la población en cual acepte su producto.

La gestión de calidad con el tiempo llega a ser como una instrucción e orientación hacia las organizaciones puesto que ello mismo ha ido mejorando, modificando la importancia de sus conceptos, las técnicas y los mecanismos que se pueden aplicarse en dichas empresas.

La definición de calidad nos brinda una secuencia de posibles definiciones que puedan parecerse concretos y definidos, pero no obstante estos conceptos provienen de diferentes apreciaciones según la posición del autor o de la persona

hasta incluso según los distintos departamentos como son el marketing, el diseño, la producción y comercialización de las organizaciones.

### **La norma ISO 9001**

Es una regla a nivel internacional que toman en cuentas ciertas actividades de una organización sin hacer excepción de ningún rubro porque se concentra en la satisfacción del cliente y en la idoneidad de proveer productos y servicios que desempeñen con los requerimientos establecidos. Uno de los beneficios que trae la norma ISO 9001 es que da una mejora en la calidad de los productos, existe un aumento en la satisfacción, lealtad y retención de clientes por consiguiente aumenta en la parte productividad y reduce costos.

### **Atención al cliente**

La atención al cliente es parte importante de una organización es algo que se le otorga al cliente al momento de que ellos tengan inconvenientes, molestias e incluso resolver consultas, hacer pedidos sobre todo brindarles un producto en buen estado.

Es aquel beneficio que anticipan y proporcionan las empresas que comercializan o venden productos entre otras variedades, de esta manera existe una comunicación directa con sus clientes, por otra parte que el cliente necesite expresar sus reclamos, sugerencias sobre el determinado producto que se le ofreció es allí donde llega a tallar lo que es la atención al cliente para solucionar inconvenientes y acatar comentarios ya sean negativos o positivos para las micro y pequeñas empresas.

El éxito de una organización va depender primordialmente de ciertas demandas de los clientes que se manifiesten de manera satisfactoria con su producto, porque estos son los personajes principales más importantes ya que es un origen significativo que predominan en el mundo de los negocios.

### **III. HIPÓTESIS**

En la presente investigación titulada: Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018, no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño de la investigación**

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el diseño de investigación no experimental-transversal-descriptivo.

Fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a la variable gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas, solo se presentó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Fue Transversal porque el estudio de investigación: Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresa del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el Casco urbano del distrito de Chimbote, 2018 se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente en el año 2018.

Fue Descriptivo porque solo se describió las principales características de la Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresa del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el Casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

### **4.2. Población y muestra**

#### **Población**

Se utilizó una población de 11 micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el Casco urbano del distrito Chimbote, 2018. La información se obtuvo a través de la Municipalidad Provincial del Santa. (Ver anexo 3).

## Muestra

Se utilizó una muestra de 11 micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el Casco urbano del distrito Chimbote, 2018. (Ver anexo 3).

### 4.3. Definición y operacionalización de la variable e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Característica de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería.	Son las personas emprendedoras con la capacidad, sueños e ideas que dirigen o están a cargo de que la empresa este en actividad rumbo a sus metas.	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son determinados individuos con diferentes edades, de géneros opuestos, que poseen diferentes grados de instrucción quienes asumen un cargo, tiene un límite de tiempo en su cargo, con distintos	Edad	-18 a 30 años -31 a 50 años -51 a más años	Rango
			Genero	-Masculino -Femenino	Nominal
			Grado de instrucción	-Sin instrucción -Educación básica -Superior no universitario -Superior universitario	Ordinal
			Cargo que desempeña	- Dueño -Administrador	Ordinal
			Tiempo que desempeña en el cargo	-0 a 3 años -4 a 6 años -7 a más años	Rango

		tiempos de permanencia en el rubro, con cantidades de trabajadores, vínculos que forman parte de su empresa y tienen un objetivo por la cual se creó su empresa.	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	-0 a 3 años -4 a 6 años -7 años a mas	Rango
			Número de trabajadores	-1 a 5 trabajadores -6 a 10 trabajadores -11 a más trabajadores	Rango
			Las personas que trabajan en su empresa	-Familiares -Personas no familiares	Nominal
			Objetivos de creación	- Generar ganancias - Subsistencia	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de calidad en atención al cliente	Es el servicio que se ofrece a los clientes cuya razón es la base del éxito de un negocio.	Los representantes conocen acerca del termino gestión de calidad , las técnicas modernas que	Términos de gestión de calidad	-Si -No -Tengo cierto conocimiento	Ranzón
			Técnicas modernas de la Gestión de calidad	-Benchmarking -Atención al cliente -Empaworment -La 5 S -Outsourciong -Otros Nninguno	Ordinal

		todo emprendedor deben conocer ya que ayuda en las dificultades que el personal pueda implementar para solucionarlas, así como también es una técnica que ayuda a medir el rendimiento de los trabajadores, a la misma vez contribuye a un mejor rendimiento y ayudan alcanzar los objetivos y metas trazadas.	Dificultades de los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad	-Poca iniciativa -Aprendizaje lento -No se adapta a los cambios -Desconocimiento del puesto -Otros	Razón
			Técnicas para medir el rendimiento del personal	-La observación -La evaluación -Escala de puntuaciones -Evaluación de 360° -Otros	Nominal
			La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	-Si -No	Razón
			Ayuda alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa	-Si -No -A veces	Razón

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Referente a las técnicas administrativas: Atención al cliente	La atención al cliente es una prestación que esta proporcionada o por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades.	La atención al cliente es un término que se tiene conocimiento a la hora de crear las micro y pequeñas empresas, ya que existe una adecuada gestión al momento de brindar un servicio, siendo así mismo que la atención es fundamental, utilizando herramientas para medir un servicio de calidad. Dando así a conocer cual son los factores que ofrecen, también manifiestan si	Termino de atención al cliente	-Si -No -Tengo cierto conocimiento	Razón
			Gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	-Si -No -A veces	Razón
			La atención al cliente es fundamental	-Si -No	Razón
			Herramientas que utilizan para un servicio de calidad	-Comunicación -Confianza -Retroalimentación -Ninguno	Nominal
			Principales factores para la calidad y servicio que brinda	-Atención personalizada -Rapidez en entrega -Las instalaciones -Ninguna	Ordinal
La atención que brinda a los clientes	-Buena -Regular -Malos	Razón			



		la atención es la adecuada o existe una deficiencia hacia su producto, logrando saber cuales son los resultados al momento de	Considera usted que se está dando un mala atención al cliente	-No tiene suficiente personal -Por una mala organización de los trabajadores -Si brindan una buena atención al cliente.	Ordinal
		tener una exitosa atención al cliente.	Resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente	-Cliente satisfecho -Fidelización de los clientes - Posicionamiento de la empresa -Incremento en las ventas	Ordinal

#### 4.4. Técnica e Instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó para la investigación fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario estructurado con 23 preguntas, distribuidas en tres partes: Las 5 primeras preguntas están referidas a los datos de las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, las 4 siguientes se refiere a las características de las micro y pequeñas empresas y las 14 últimas preguntas están referidas a las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente. (Ver anexo 4).

#### 4.5. Plan de análisis

Después de la aplicación del cuestionario a través de la técnica de la encuesta se utilizó para el procesamiento Microsoft Excel versión 2018 para el procesamiento de la información y elaboración de las tablas y figuras estadísticas así mismo se utilizó para el análisis de los resultados se utilizó el programa Microsoft Word versión 2018 para la redacción del trabajo de investigación además se utilizó el programa PDF para la presentación final de la investigación, se utilizó el programa Power Point para la elaboración de la ponencia y se utilizó el programa anti plagio Turnitin para medir el porcentaje de similitud del trabajo de investigación con otros estudios.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro	<b>Objetivo General:</b> Determinar las características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro	Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente	Se utilizó una muestra poblacional de 11 micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. La información	Fue de diseño No experimental-transversal y descriptivo.  Fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a la variable gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas, solo se	<b>Técnica:</b> Encuesta.  <b>Instrumento:</b> Cuestionario estructurado.

<p>elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.</p>	<p>elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.</p> <p><b>Objetivos</b></p> <p><b>Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.</li> <li>- Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector industria,</li> </ul>		<p>se obtuvo a través de la municipalidad del Santa.</p>	<p>presentó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.</p> <p>Fue Transversal porque el estudio de investigación: Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresa del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el Casco urbano del distrito de Chimbote, 2018 se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente en el año 2018.</p> <p>Fue Descriptivo porque solo se describió las</p>	
---	--	--	--	---	--

	<p>rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.</p> <p>- Determinar las características de una Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.</p>			<p>principales características de la Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresa del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el Casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.</p>	
--	--	--	--	---	--

#### **4.7. Principios éticos**

Los principios éticos que se utilizó en el siguiente trabajo de investigación fueron los siguientes:

**Protección a las personas:** A cuyas personas que cooperaron brindando información a esta investigación se les respeto sus derechos fundamentales, su dignidad humana, su identidad, la diversidad y la privacidad.

**Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:** Se evitó daños para el medio ambiente, utilizando el reciclaje como medio de recurso para la debida observación de mi trabajo.

**Beneficencia y no maleficencia:** Se les aseguró el bienestar de las personas que participaron en nuestro trabajo de investigación y no se les causo ningún tipo de daño.

**Justicia:** Se trató equitativamente a quienes participaron otorgando información para el transcurso de mi trabajo de investigación.

**Integridad científica:** Se sostuvo la integridad científica debido a que se manifestó los dilemas de interés en la investigación, por consecuente no se declararon daños a las personas que me ayudaron en mi investigación.

**Libre participación y derecho a estar informado:** La personas que me apoyaron en mi investigación lo hicieron con su debido consentimiento, empleando su información solo para para fines especiales relacionado en mi trabajo.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

**Tabla 1**

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.*

Datos generales	N	%
<b>Edad</b>		
18 a 30 años	4	36.36
31 a 50 años	5	45.45
51 a más años	2	18.18
Total	11	100.00
<b>Genero</b>		
Femenino	3	27.27
Masculino	8	72.73
Total	11	100.00
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	2	18.18
Educación básica	8	72.73
Superior no universitaria	1	9.09
superior universitaria	0	0.00
Total	11	100.00
<b>Cargo que desempeña</b>		
Dueño	7	63.64
Administrador	4	36.36
Total	11	100.00
<b>Tiempo que desempeña en el cargo</b>		
0 a 3 años	1	9.09
4 a 6 años	3	27.27
7 a más años	7	63.64
Total	11	100.00

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

**Tabla 2**

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.*

De las micro y pequeñas empresas	N	%
<b>Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro</b>		
De 0 a 3 años	5	47.45
De 4 a 6 años	4	36.36
7 a más años	2	18.18
Total	11	100.00
<b>Número de trabajadores</b>		
1 a 5 trabajadores	9	81.82
6 a 10 trabajadores	2	18.18
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	11	100.00
<b>Las personas que trabajan en la empresa</b>		
Familiares	3	27.27
Personas no familiares	8	72.73
Total	11	100.00
<b>Objetivo de la creación de la empresa</b>		
Generar ganancias	7	63.64
Subsistencia	4	36.36
Total	11	100.00

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

**Tabla 3**

*Características de una Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.*

Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente	N	%
<b>Noción del termino gestión de calidad</b>		
Si	8	72.73
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	3	27.27
Total	11	100.00
<b>Técnicas modernas de la gestión de calidad</b>		
Benchmarking	0	0.00
Atención al cliente	9	81.82
Empowerment	0	0.00
La 5s	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	2	18.18
Ninguno	0	0.00
Total	11	100.00
<b>Dificultades que tienen los trabajadores para implementar una gestión de calidad</b>		
Poca iniciativa	6	54.55
Aprendizaje lento	4	36.36
No se adapta a los cambios	0	0.00
Desconocimiento del puesto	0	0.00
Otros	1	9.09
Total	11	100.00
<b>Conocimiento de técnicas para medir el rendimiento del personal</b>		
La observación	8	72.73
La evaluación	3	27.27
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	11	100.00

Continúa....



**Tabla 3**

*Características de una Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.*

Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente	N	%
<b>Contribución de la gestión de calidad a un mejor rendimiento</b>		
Si	11	100.00
No	0	0.00
Total	11	100.00
<b>La gestión de calidad ayudando a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa</b>		
Si	11	100.00
No	0	0.00
A veces	0	0.00
Total	11	100.00
<b>Conocimiento del termino atención al cliente</b>		
Si	9	81.82
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	2	18.18
Total	11	100.00
<b>Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes</b>		
Si	10	90.91
No	0	0.00
A veces	1	9.09
Total	11	100.00
<b>La atención al cliente fundamental en que el cliente regrese al establecimiento</b>		
Si	11	100.00
No	0	0.00
Total	11	100.00

Continúa....

**Tabla 3**

*Características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.*

	Concluye	
Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente	N	%
<b>Herramientas para un servicio de calidad</b>		
Comunicación	9	81.82
Confianza	2	18.18
Retroalimentación	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	11	100.00
<b>Factores que se utilizan para una mejor atención al cliente</b>		
Atención personalizada	9	81.82
Rapidez en la entrega de productos	2	18.18
Las instalaciones	0	0.00
Ninguna	0	0.00
Total	11	100.00
<b>La atención brindada</b>		
Buena	8	72.73
Regular	3	27.27
Malo	0	0.00
Total	11	100.00
<b>Una mala atención</b>		
No tiene suficiente personal	9	81.82
Por una mala organización de los trabajadores	0	0.00
Si brindan una buena atención al cliente	2	18.18
Total	11	100.00
<b>Resultados de una buena atención</b>		
Clientes satisfechos	8	72.73
Fidelización de clientes	3	27.27
Posicionamiento de la empresa	0	0.00
Incremento en las ventas	0	0.00
Total	11	100.00

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

## 5.2 Análisis de resultados

### **Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.**

Edad de los Representantes: El 45.45% de los representantes tienen de entre 31 y 50 años (Tabla 1), cuyos resultados contrasta con los resultados encontrados por Merchán (2017) quien encontró que el 34% tienen entre 18 a 25 años, y contrasta con los resultados encontrados por Mena, Orellana y Ramírez (2016) quien manifiesta que el 33% tienen entre 26 y 35 años. Esto demuestra que la mayor parte de los representantes son adultos eso conlleva a comprender que las micro y pequeñas empresas en concordancia con la edad se basan mayormente de acuerdo a la experiencia y responsabilidades que puedan afrontar.

Género de los Representantes: El 72.73 % de los representantes son de género masculino (Tabla 1) estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Jamanca (2018) quien observó que el 60% de los encuestados son de género masculino, además coinciden con los resultados encontrados por Sanancima (2017) quien encontró que el 52.0% son de género masculino, coinciden con los resultados encontrados por Mena, Orellana y Ramírez (2016) quien encontró que el 50% son de género masculino y coinciden con los resultados encontrados por Beltrán (2014) quien manifiesta que el 62.5% son de género masculino. Pero contrasta con los resultados encontrados por Merchán (2017) quien demuestra que el 54% de los encuestados fueron mujeres. Esto demuestra que en lo que respecta al género de los representantes del rubro elaboración de productos de panadería la mayoría son de género masculino y no distingue ningún género para poder emprender o implementar un negocio.

Grado de instrucción de los representantes: El 72.73 % de los representantes tienen un grado de instrucción de educación básica (Tabla 1) estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Mena, Orellana y Ramírez (2016) quien manifiesta que el 49% su nivel de estudio es universitario. Pero contrasta con los resultados encontrados por Beltrán (2014) quien encontró que el 37.5% tienen grado de instrucción secundario. Esto demuestra que especialmente las micro y pequeñas empresas no presentan con estudios superiores universitarias, lo que conlleva que sus labores de rendimiento de modo concreto, llegan a perjudicar al desarrollo empresarial.

Cargo que desempeñan los representantes: El 63.64 % de los representantes son dueños de sus propios locales (Tabla 1) estos coinciden con resultados encontrados por Sanancima (2017) quien manifiesta que el 73.3% son dueños de la panadería. Dado esos resultados nos dan a conocer que la mayor parte de las panadería son de manera formales ya que ellos son la parte fundamental de la empresa, los que tienen muchas responsabilidades de la manera como va o está yendo económicamente ya sean en las ventas, en fortalecer o capacitar el tema de los clientes e innovar su organización.

Tiempo que desempeñan los representantes: El 63.64 % de los representantes llevan desempeñando su cargo de 7 a más años (Tabla 1) estos resultados contrasta con los resultados encontrados por Saavedra (2018) quien encontró que el 45% llevan desempeñando 10 años en el cargo. Dando a notar que los representantes tienen desempeñando su cargo de 7 a más años mostrando que ellos saben manejar las decisiones y la parte económica de las empresas que están bajo responsabilidad.

**Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.**

Tiempo de permanencia de la empresa el rubro: El 45.45 % de las panaderías encuestadas tuvieron de 0 a 3 años de permanencia en la empresa en dicho rubro (Tabla 2) por lo general estos resultados contrasta con los resultados encontrados por Beltrán (2014) quien encontró que el 50% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 0 a 5 años en el rubro, además contrasta con los resultados encontrados por Saavedra (2018) quien encontró que el 18% respondió que lleva 5 años en el negocio de panadería. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años de antigüedad, por lo tanto se puede apreciar que ellos tienen conocimiento y saben el manejo de su negocio.

Número de Trabajadores: El 81.82 % de estas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores y el 18.18% tienen de 6 a 10 trabajadores (Tabla 2). Esto demuestra las mypes tienen un límite de trabajadores de 1 a 5 trabajadores los cuales son suficientes para que logren sus metas y/o objetivos del negocio.

Vínculo de las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas: El 72.73 % de las mypes de panadería trabajan con personas no familiares y el 27.27% trabajan con personas familiares (Tabla2). Lo cual demuestra que mayormente las mypes optan por trabajar con personas no familiares ya que eso evitaría un riesgo en el proceso y el avance de la empresa.

Objetivo de creación de las micro y pequeñas empresas: El 63.64 % de las panaderías su objetivo es generar ganancias y el 36.36% de las mypes tienen como objetivo la subsistencia (Tabla2). Lo que demuestra que las micro y pequeñas empresas tienen como esencial objetivo generar ganancias en el transcurso como va creciendo sucesivamente la empresa en el rubro.

**Tabla 3. Características de una gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.**

Conocimiento del término gestión de calidad de los representantes: El 72.73 % de las panaderías si tiene noción acerca del termino gestión de calidad (Tabla 3) coinciden con los resultados encontrados por Santamaria (2014) quien encontró que el 50% tienen noción acerca del termino sistema de gestión de calidad. Esto demuestra que la gran mayoría de los representantes de las mypes hoy en día han ido investigando e informándose aún más para que tengan cierto conocimiento acerca de la gestión de calidad.

Conocimiento de las técnicas de la Gestión de calidad de los representantes: El 81.82 % de las empresas encuestadas manifestaron que aplican atención al cliente como técnica moderna de la gestión de calidad (Tabla 3) cuyos resultados coinciden con los resultados encontrados por Beltrán (2018) quien encontró que el 56.3 % que la atención al cliente es hecho importante de utilizar técnicas modernas de la gestión. Lo cual demuestra que las micro y pequeñas empresas tienen previo conocimiento de cuyas técnicas de la gestión de calidad, como podemos observar que en esta oportunidad es la atención al clientes, siendo favorable para el negocio ya que ellos lo pueden poner en práctica y así mismo generar beneficios favorables.

Dificultades del personal para la implementación de la gestión de calidad: El 54.55% de las panaderías encuestadas las dificultades que tienen los trabajadores al implementar una gestión de calidad es la poca iniciativa, además el 36.36% las dificultades que presentan los empleados al momento de implementar la gestión de calidad es el aprendizaje lento y el 9.09% las dificultades que tiene el personal para la implementación son otros (Tabla 3). Lo que demuestra que los trabajadores de las

micro pequeñas empresas no tienen la iniciativa, por otro aspecto es que tienden a tener un aprendizaje lento lo cual conlleva que no exista aportes positivos para que el negocio siga creciendo.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: El 72.73 % de las empresas que han sido encuestadas la técnica que conocen para que puedan medir al personal es mediante la observación y el 27.27% la técnica que conocen para medir al personal es mediante la evaluación (Tabla 3). Esto demuestra que las mypes el modo que utilizan para medir al personal es mediante la observación y eso le facilita al representante como es que está rindiendo en su labor.

Rendimiento del negocio con la gestión de calidad: El 100 % de las micro y pequeñas empresas manifestaron que la contribución de la gestión de calidad si llega a ser una mejora en el rendimiento (Tabla 3) estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Kano (2017) quien demostró que el 43% solo sienten que el contribuir a la gestión de calidad si llega a ser una mejora en el rendimiento. Esto demuestra que los dueños y/o administradores dan punto de opinión que la gestión de calidad influye mucho en el rendimiento para que las empresas puedan surgir y ser eficientes en el día a día que van operando.

La gestión de calidad ayuda a alcanzar objetivos y metas trazadas: El 100 % de las panaderías investigadas dieron a conocer que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa (Tabla 3). Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las mypes opinan que las gestión si ayuda a alcanzar los objetivos y metas que las mypes tienen trazadas dado que en todo negocio quieren conseguir el surgimiento de sus esfuerzos mediante la satisfacción de sus metas propuestas.

Conocimiento del término atención al cliente: El 81.82 % de las organizaciones sondeadas tienen el conocimiento del término atención al cliente (Tabla 3) estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Saavedra (2018) quien encontró que el 42.09% si conoce el término atención al cliente. Demuestra que la mayoría de los representantes de las mypes tiene conocimiento acerca del término atención al cliente ya que esa técnica actualmente es muy esencial en todo negocio que este empleando.

Aplicación de gestión de calidad: El 90.91 % de las panaderías investigadas nos detallan que si aplican la gestión de calidad en lo que corresponde al servicio que se les brinda a sus clientes (Tabla 3) presentando estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Gonzales (2018) quien muestra que el 68.5 % llevan la gestión de calidad enfocada en el cliente ya que tiene un impacto en el posicionamiento de la mype. Esto demuestra que los representantes si suelen aplicar una gestión de calidad al momento de brindar un servicio a sus clientes puesto que es muy significativo el hecho que el cliente se sienta satisfecho con lo obtenido.

La atención al cliente es fundamental: El 100% de las constituciones encuestadas nos manifestaron que la atención al cliente si es fundamental para que el cliente regrese al establecimiento (Tabla 3). Esto demuestra que los representantes consideran que la atención al cliente es esencial para la empresa ya que depende de los clientes si la empresa siga surgiendo de manera satisfactoria.

Herramienta que emplean en las micro y pequeñas empresas: El 81.82 % de las panaderías sondadas la herramienta que emplean es la comunicación para una mejorar atención al cliente y el 9.52% consideran que la herramienta para una mejor atención al cliente es la confianza (Tabla 3). Esto demuestra que en las mypes existe la comunicación como una herramienta para un servicio de calidad puesto que el dialogo



es primordial para que el cliente y los trabajadores se expresen de manera correcta y existe la calidad en cada situación que se presente.

Factor para una mejor atención al cliente: El 81.82% de las instituciones investigadas dieron a conocer que el factor que utilizan para una mejor atención al cliente es una debida atención personalizada (Tabla 3) estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Saavedra (2018) quien mostro que el 72% de los encuestados respondieron que si reciben atención personalizada. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas toman como factor la atención personalizada para optar por una mejor atención al cliente lo cual es importante ya que en oportunidades existe molestias por parte del consumidor por no ser atendido a tiempo.

La atención brindada: El 72.73 % de las panaderías encuestadas nos brindaron información con respecto a cómo es la atención brindada y se llegó a la conclusión que la atención brindada es buena y el 27.27% manifestaron que la atención que brindan es regular (Tabla 3). Esto demuestra que la mayoría de las mypes su atención que brindan es buena puesto que la opinión del cliente es esencial porque en ellos esta como los empleados de la empresa se expresan al momento de ofrecer un producto y tal manera que depende de eso como este reflejada la empresa.

Existencia de una mala atención: El 81.82 % de los encuestados revelaron por qué existe una mala atención y muchos de ellos dieron su veredicto que él porque es que no contaban con suficiente personal (Tabla 3) estos resultados contrasta con los resultados encontrados por Saavedra (2018) quien nos demostró que el 26% califico como muy buena la atención dado esto es porque los clientes presentan sus quejas. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas manifestaron que el motivo por la cual se origina una mala tención es porque no tienen suficiente personal como para atender a todos los clientes.

Resultados de una buena atención: El 72.73% de las panaderías indagadas mostraron que los resultados de una buena atención es que observan clientes satisfechos (Tabla 3) estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Saavedra (2018) quien nos demostró que el 21% al tener una buena atención tienen consumidores satisfechos. Esto demuestra que los resultados de que exista una adecuada atención es que tengan la oportunidad de tener clientes satisfechos con lo brindado por parte de las mypes.

## VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes son de género masculino, tienen un grado de instrucción de educación básica, son dueños de las empresas, llevan 7 a más años en el cargo. La minoría tienen entre 31 a 50 años de edad.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, las personas que laboran en las empresas no son familiares, su objetivo de creación de la empresa es para generar ganancias. La minoría de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años.

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la gestión de calidad si contribuye a un mejor rendimiento en el negocio, consideran que la gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas, afirman que la atención al cliente si es fundamental en que el cliente regrese al establecimiento. La mayoría si tienen noción del termino gestión de calidad, confirman que la atención al cliente es una técnica moderna de la gestión de calidad que conoce, tienen como dificultad la poca iniciativa para implementar una gestión de calidad, utilizan la observación como el conocimiento de técnicas para medir el rendimiento del personal, conocen el termino de atención al cliente, aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, utilizan la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, utilizan la atención personalizada para una mejor atención al cliente, consideran que la atención que brindan es buena, afirman que el motivo por la cual existe mala atención es porque no tienen suficiente personal y obtuvieron clientes satisfechos debido a los resultados de una buena atención.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones**

Diseñar o seleccionar el perfil adecuado para ocupar puestos de trabajos siendo ellos quienes promuevan la calidad en el servicio otorgando nuevas responsabilidades y que estas sean personas capaces de solucionar problemas al momento que se les presente la situación por lo contrario no siempre tengan que acudir al gerente para dar una solución óptima.

Implementar estrategias de servicio e incluir programas de capacitación con un adecuado adiestramiento con el objetivo de desarrollar nuevas habilidades de servicio en los trabajadores, creando una ideología enfocada en que el cliente es lo primordial, continuamente es necesario que los empleados trabajen conjuntamente en equipo alcanzando una excelente comunicación y eliminando barreras ya sean internas o externas de la organización.

Contar con un departamento de atención al cliente bien informado, establecer y adoptar métodos en los cuales se pueda obtener información si los clientes están satisfechos con el producto otorgado llegando a cubrir sus necesidades, además ofrecer al consumidor un buen servicio adecuado ya que depende de ellos si la organización tiene satisfacción de fidelizaciones.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ávila, B. (2015) *Importancia de la calidad en las empresas*. Recuperado de:  
<https://www.emprendices.co/la-importancia-la-calidad-las-empresas/>
- Barrera, A. (2014) *El servicio de atención al cliente en las empresas europeas*.  
Recuperado de: <https://www.baquia.com/emprendedores/2014-01-24-el-servicio-de-atencion-al-cliente-en-las-empresas-europeas>
- Beltrán O. (2014) En su tesis *Caracterización de la capacitación y la gestión de calidad de las MYPE del sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote, 2014*. Recuperado de:  
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037004>
- Belletich, E. (2018) *Las mipymes oportunidades y problemas: a un año del desborde del río Piura*. Recuperado de: <http://udep.edu.pe/hoy/2018/las-mipymes-oportunidades-y-problemas-a-un-ano-del-desborde-del-rio-piura/>
- Brown, A. (2015). *Gestión de la atención al cliente*. Madrid, ES: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de:  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3175055&query=atencion+al+cliente>
- Cuatrecasas L. (2014) *Gestión de la calidad total*. Recuperado de:  
[https://books.google.com.pe/books?id=W\\_kh5TLr7uAC&pg=PA578&dq=%E2%80%99CLa+gesti%C3%B3n+de+calidad+total+ir%C3%A1+encaminada+a+gestionar+todos+los+procesos+de+una+empresa,+bas%C3%A1ndose+en+la+calidad,+y+permitir%C3%A1+obtener+el+m%C3%A1ximo+de+ventajas+competitivas+y+la+satisfacci%C3%B3n+total+de+los+clientes&hl=es&sa](https://books.google.com.pe/books?id=W_kh5TLr7uAC&pg=PA578&dq=%E2%80%99CLa+gesti%C3%B3n+de+calidad+total+ir%C3%A1+encaminada+a+gestionar+todos+los+procesos+de+una+empresa,+bas%C3%A1ndose+en+la+calidad,+y+permitir%C3%A1+obtener+el+m%C3%A1ximo+de+ventajas+competitivas+y+la+satisfacci%C3%B3n+total+de+los+clientes&hl=es&sa)

=X&ved=0ahUKEwi26eetwObdAhWKpFkKHS7jCx0Q6AEIJjAA#v=onepage&q=%E2%80%9CLa%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad%20total%20i r%C3%A1%20encaminada%20a%20gestionar%20todos%20los%20procesos %20de%20una%20empresa%2C%20bas%C3%A1ndose%20en%20la%20cal idad%2C%20y%20permitir%C3%A1%20obtener%20el%20m%C3%A1ximo %20de%20ventajas%20competitivas%20y%20la%20satisfacci%C3%B3n%2 0total%20de%20los%20clientes&f=false

Díaz, M. (2014). *Atención básica al cliente*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=4184455&query=teorias+de+atencion+al+cliente>

Goéz J. (2014) *La importancia de la calidad en la Gestión*. Recuperado de: <https://blogs.imfformacion.com/blog/corporativo/calidad/laimportanciade-la-calidad-en-la-gestion-empresarial/>

Gonzales, Serrano y Sandate. (2015) *La Administración de la calidad Total y círculo de control de calidad*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/ce/2012/que-es-calidad-total.pdf>

Gonzales, J. (2018) En su tesis titulada *Gestión Administrativa en una Empresa Industrial y Retail, Lima 2018*. Recuperado de: <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2448/TESIS%20Gonzalez%20Julio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Huerta, D. (2017) *Caracterización del Financiamiento, la capacitación y la Rentabilidad de las MYPE sector servicio rubro restaurantes en el Mercado Central De Huaraz, Periodo 2016*. Recuperado de: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1189/MYPE\\_F](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1189/MYPE_F)

INANCIAMIENTO\_CAPACITACION\_GALLOZO\_HUERTA\_DIONEE  
.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI). (s.f) *Principios de la gestión de calidad*. Recuperado de : <https://indecopi.gob.pe/principios-de-gestion-de-la-calidad>

Jamanca, S. (2018) En su tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo de excelencia en las micro y pequeñas empresas del sector industrial- rubro panaderías del distrito de Huaraz, 2016*. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000046839>

Kano M. (2017) En su tesis *Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, en el distrito de Nuevo Chimbote-2016*. Recuperado de:  
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043956>

Ley N° 28015. (2003) *Ley de Promoción y Formalización de la micro y pequeña Empresa*. Recuperado de:  
<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

Merchán, E. (2017) en su investigación *Propuesta para la creación de una panificadora industrial en el cantón Vinces que produce y comercializa panes a base de harina de banano*. Recuperado de:  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7944/1/T-UCSG-PRE-ESP-IE-154.pdf>

Mena H, Orellana R y Ramírez N. (2016) *Plan de mercadeo para la pequeña empresa de la industria de la panificación en el área metropolitana de san*

salvador. *Caso de estudio: panadería y pastelería fortuna del pan*. Recuperado de: <http://ri.ues.edu.sv/9409/1/Tesis%20Plan%20de%20Mercadeo%20-%20Panaderia%20y%20Pasteler%C3%ADa%20Fortuna%20del%20pan.pdf>

Muñoz, F. (2018). *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las mypes del sector comercio-rubro bóticas, urbanización Perú-, del distrito San Martín de Porres, Lima 2018*. Recuperado de: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11206/GESTION\\_CALIDAD\\_MUNOZ\\_SALAS\\_FELIPE\\_WILLIAM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11206/GESTION_CALIDAD_MUNOZ_SALAS_FELIPE_WILLIAM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Nolasco, M. (2014) En su tesis *Caracterización de la Formalización Y la Competitividad de las MYPE Sector Producción Rubro Panaderías En El Distrito De Chimbote Periodo 2010 – 2011*. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037007>

Ogalla, F. (2015) *Sistema de Gestión*. Recuperado de: <https://www.tagusbooks.com/leer?isbn=9788479789534&li=1&paiscache=136>

Organización Internacional de Normalización (ISO, 2015) *Gestión de Calidad*. Recuperado de: <https://www.bsigroup.com/es-PE/gestion-de-calidad-iso-9001/>

Orlandi P. (s.f) *Las Pymes y su rol en el Comercio Internacional*. Recuperado de: [http://www.palermo.edu/cedex/pdf/pyme\\_com\\_internacionall.pdf](http://www.palermo.edu/cedex/pdf/pyme_com_internacionall.pdf)

Paulise, L. (2017) *Principales problemas de las Mypes*. Recuperado de: <https://www.somospymes.com.ar/item/14526-principales-problemas-de-las-pymes.html>



- Página Web El Ferrol. (2018) *Más del 80 % de las mype son informales en Áncash*.  
 Recuperado de: <https://www.elferrolchimbote.com/index.php/sucesos/271-mas-del-80-de-las-mype-son-informales-en-ancash>
- Para Blanco C., Lobato F y Villagrà F. (2014) *Comunicación y atención al cliente*.  
 Recuperadode:<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docD=10721426>
- Revista de Investigación de Barraza, B. (2016) *Las Mypes en Perú. Su Importancia Y Propuesta*. Recuperado de:  
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/download/5433/4665/>
- Saavedra, T. (2018) en su investigación *Caracterización de la gestión de calidad y productividad de las mype rubro panaderías del centro de Tambogrande Año 2018*. Recuperado de:  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5943/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_PRODUCTIVIDAD\\_SAAVEDRA\\_MENDOZA\\_TERESITA\\_DEL\\_JESUS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5943/GESTION_DE_CALIDAD_PRODUCTIVIDAD_SAAVEDRA_MENDOZA_TERESITA_DEL_JESUS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sanancima, J. (2017) en su investigación *Caracterización de la gestión de calidad y la cultura organizacional en las mype rubro panaderías en San José de sisa (el dorado – San Martín), año 2017*. Recuperado de:  
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044683>
- Santamaria, B. (2014) en su investigación *Control de las no conformidades en la impresión offset mediante el diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad en el área de prensas pliegos de la empresa offset abad de Guayaquil*. Recuperado de:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/3943/1/TESIS%20DE%20GRADO%202014.pdf>

Superintendencia Nacional de Aduana y de Administración Tributaria. (2017) *Micro y pequeña empresa – MYPE*. Recuperado de: <http://cpe.sunat.gob.pe/micro-y-pequena-empresa-mype>

Talledo, S. (2014) *Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5157875.pdf>

Tarodo, C. (2014) *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3229607&query=tarodo#>

Vaquero, J. (2014) *Servicio en restaurante*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3217195>

## ANEXOS

### Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	ACTIVIDADES	Año 2018								Año 2019							
		SEMESTRE I				SEMESTRE II				SEMESTRE I				SEMESTRE II			
		MES				MES				MES				MES			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X	X	X	X								
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información									X							
7	Elaboración del consentimiento informado (*)										X						
8	Recolección de datos										X						
9	Presentación de resultados											X					
10	Análisis e Interpretación de los resultados											X					
11	Redacción del informe preliminar												X				

12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación														X		
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación															X	
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación																X
15	Redacción de artículo Científico																X

## Anexo 2. Presupuesto

<b>Presupuesto de desembolso (Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>Numero %</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
• Impresiones	11.00	2	22.00
• Fotocopias	4.00	3	12.00
• Empastado	100	1	100.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	4.00	1	4.00
• Lapiceros	2.00	2	4.00
<b>Servicios</b>			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
<b>Sub total</b>			
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información	120.00	1	120.00
<b>Sub total</b>			
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			362.00
<b>Presupuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
<b>Sub total</b>			400.00
<b>Recurso humano</b>			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
<b>Sub total</b>			252.00
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			652.00
<b>Total (S/.)</b>			1014.00

### Anexo 3. Documento de Información

## MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL SANTA



### LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

N° Licencia	Fecha Licencia	Contribuyente	Nombre Comercial	Dirección de Establecimiento	Monto de Pago	Área	Estado
00200-09	09/21/2009	Verastegui Verastegui Miguel Angel Gregorio	PANADERIA PASTELERIA Y BODEGA "EL PACIFICO"	JR. MANUEL RUIZ N° 340 - CASCO URBANO	203	190	VIGENTE
00347-2011	05/17/2011	Usquiano Aguirre Judith Benigna	PANADERIA YASUMY	AV PARDO N° 312 CASCO URBANO	203	47.88	VIGENTE
00617-2011	08/16/2011	Vilquiniche Solano Juan Gustavo	PANADERIA "DELCA'S"	JR. LEONCIO PRADO N° 788 CASCO URBANO	57.4	31.39	VIGENTE
00540-2012	05/23/2012	Uscovilca Moreno Flavio Jhonny	PANADERIA SAN MIGUEL	JR. ELIAS AGUIRRE N° 542 CASCO URBANO	203	66.70	VIGENTE
0680-2014	07/10/2014	Uscovilca Aquino Edwin Nestor	PANADERIA MILAGROS	AV. JOSE PARDO 312 CASCO URBANO	213.2	62.00	VIGENTE
0859-2014	11/12/2014	Uscovilca Moreno Maria Elena	PANADERIA SAN MIGUEL	Jr. Leoncio Prado N°522 - Casco Urbano	94	29.00	VIGENTE
0290-2016	05/24/2016	Vicente Zelada, Maria Del Pilar	PANADERIA, PASTELERIA FINA Y BODEGA DON LOLO	JR. LEONCIO PRADO N° 501 CASCO URBANO	219.35	105.58	VIGENTE
0723-2017	01/12/2017	Inversiones Alemia S.A.C.	PANADERÍA - PASTELERIA FINA OTTONE	JR. ELIAS AGUIRRE N° 502 - CASCO URBANO	118.15	50.00	VIGENTE
0757-2017	12/19/2017	Valle Huayama Eduardo	PANADERIA Y PASTELERIA " LA VILLA "	AV. JOSE PARDO N° 688 - CASCO URBANO	72.79	38.20	VIGENTE
0565-2018	09/26/2018	Aquino Aburto Orlando Rene	PANADERIA Y CAFETERIA TAYABAMBA	JR. ALFONSO UGARTE N° 601- INT. A-1 - CASCO URBANO	119.94	42	VIGENTE
0197-2019	10/04/2019	Colpec S.A.C.	LA PANADERIA	AV. FRANCISCO BOLOGNESI N°555 - CASCO URBANO	119.94	37.00	ACTIVADO

**Fuente:** Municipalidad Provincial del Santa

## **Anexo 4. Cuestionario**



**UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

### **CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

#### **I. GENERALIDADES**

##### **I.1. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.**

###### **1. Edad**

- a) 18 a 30 años
- b) 31 a 50 años
- c) 51 a más años

###### **2. Genero**

- a) Masculino
- b) Femenino

###### **3. Grado de instrucción**

- a) Sin instrucción

- b) Educación básica
- c) Superior no universitaria
- d) Superior universitaria

**4. Cargo que desempeña**

- a) Dueño
- b) Administrador

**5. Tiempo que desempeña en el cargo**

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

**1.2. REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.**

**6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro**

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

**7. Número de Trabajadores**

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores.

**8. Las personas que trabajan en su empresa son:**

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

**9. Objetivo de creación**

- a) Generar ganancia



b) Subsistencia

## **II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD**

### **II. 1. GESTIÓN DE CALIDAD**

**10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?**

a) Si

b) No

c) Tengo cierto conocimiento.

**11. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:**

a) Benchmarking

b) Atención al cliente

c) Empowerment

d) La 5 s

e) outsourcing

f) otros

g) Ninguno

**12. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?**

a) Poca iniciativa

b) Aprendizaje lento

c) No se adapta a los cambios

d) Desconocimiento del puesto

e) Otros

**13. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:**

a) La observación

b) La evaluación

c) Escala de puntuaciones

d) Evaluación de 360°

e) Otros

**14. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?**

a) Si

b) No

**15. ¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?**

a) Si

b) No

c) A veces

## **II. 2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE**

**16. ¿Conoce el término atención al cliente?**

a) Si

b) No

c) Tengo cierto conocimiento.

**17. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?**

a) Si

b) No

c) A veces

**18. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?**

a) Si

b) No

**19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.**

a) Comunicación

b) Confianza

- c) Retroalimentación
- d) Ninguno

**20. Principales factores que para la calidad al servicio que brinda.**

- a) Atención personalizada
- b) Rapidez en la entrega de los productos
- c) Las instalaciones
- d) Ninguna

**21. La atención que brinda a los clientes es:**

- a) Buena
- b) Regular
- c) Malo

**22. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente**

- a) No tiene suficiente personal.
- b) Por una mala organización de los trabajadores.
- c) Si brindan una buena atención al cliente.

**23. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente.**

- a) Clientes satisfechos
- b) Fidelización de los clientes
- c) Posicionamiento de la empresa
- d) Incremento en las ventas.

## Anexo 5. Tabulación

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.*

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
<b>Edad</b>	a) 18 a 30 años	III	4	36.36
	b) 31 a 50 años	IIII	5	45.45
	c) 51 a mas	II	2	18.18
	<b>Total</b>	<b>IIII-III-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
<b>Genero</b>	a) Masculino	III	3	27.27
	b) Femenino	IIII-III	8	72.73
	<b>Total</b>	<b>IIII-III-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
<b>Grado de institución</b>	a) Sin instrucción	II	2	18.18
	b) Educación básica	IIII-III	8	72.73
	c) Superior no universitario	I	1	9.09
	d) Superior universitario	----	0	0.00
	<b>Total</b>	<b>IIII-III-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
<b>Cargo de desempeño</b>	a) Dueño	IIII-II	7	63.64
	b) Administrador	III	4	36.36
	<b>Total</b>	<b>IIII-III,I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
<b>Tiempo que desempeña en el cargo</b>	a) 0 a 3 años	I	1	9.09
	b) 4 a 6 años	III	3	27.27
	c) 7 a más años	IIII-II	7	63.64
	<b>Total</b>	<b>IIII-III-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.*

<b>Preguntas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
<b>Tiempo de permanencia de la empresa</b>	a) 0 a 3 años	IIII	5	47.45
	b) 4 a 6 años	III	4	36.36
	c) 7 a más años	II	2	18.18
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
<b>Número de trabajadores</b>	a) 1 a 5 trabajadores	IIII-III	9	81.82
	b) 6 a 10 trabajadores	II	2	18.18
	c) 11 a más trabajadores	-----	0	0.00
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
<b>Las personas que trabajan en su empresa</b>	a) Familia	III	3	27.27
	b) Personas no familiares	IIII-III	8	72.73
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
<b>Objeto de creación</b>	a) Generar ganancia	IIII-II	7	63.64
	b) Subsistencia	III	4	36.36
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>

*Características de una Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.*

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Conoce el termino de calidad</b>	a) Si	IIII-III	8	72.73
	b) No	-----	0	0.00
	c) Tiene cierto conocimiento	III	3	27.27
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
<b>Técnicas modernas de la gestión de calidad</b>	a) Benchmarking	-----	0	0.00
	b) Atención al cliente	IIII-III	9	81.82
	c) Empowerment	-----	0	0.00
	d) Las 5 S	-----	0	0.00
	e) Outsourcing	-----	0	0.00
	f) Otros	II	2	18.18
	g) Ninguno	-----	0	0.00
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
<b>Dificultad que tiene el personal para la implementar la gestión de calidad</b>	a) Poca iniciativa	IIII-I	6	54.55
	b) Aprendizaje lento	III	4	36.36
	c) No se adapta a cambios	II	0	18.2
	d) Desconocimiento del puesto	-----	0	0.00
	e) Otros	I	1	9.09
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
	<b>Conocimiento de técnicas para medir</b>	a) La observación	IIII-III	9
b) La evaluación		II	2	27.27

<b>el rendimiento del personal</b>	c) Escala de puntuaciones	-----	0	0.00
	d) Evaluación de 360°	-----	0	0.00
	e) Otros	-----	0	0.00
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
<b>Contribución de la gestión de calidad a un mejor rendimiento</b>	a) Si	IIII-IIII-I	11	100.0
	b) No	-----	0	0.00
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
<b>La gestión de calidad ayudando a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa</b>	a) Si	IIII-IIII-I	11	100.0
	b) No	-----	0	0.0
	c) Tiene cierto conocimiento	-----	0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
<b>Conocimiento del termino atención al cliente</b>	a) Si	IIII-IIII	9	81.82
	b) No	-----	0	0.0
	c) Tengo cierto conocimiento	II	2	18.18
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
<b>Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda a los clientes</b>	a) Si	IIII-IIII	10	90.91
	b) No	-----	0	0.0
	c) A veces	I	1	9.09
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>

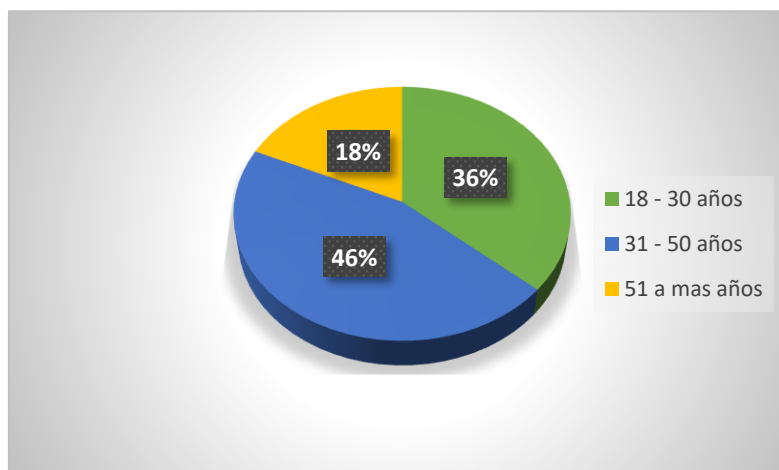
<b>La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento</b>	a) Si	IIII-IIII-I	11	100.0
	b) No	-----	0	0.00
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
<b>Herramientas para un servicio de calidad</b>	c) Comunicación	IIII-III	9	81.82
	d) Confianza	III	3	9.52
	e) Retroalimentación	-----	0	0.00
	f) Ninguno	-----	0	0.00
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
<b>Factores que se utilizan para una mejor atención al cliente</b>	a) Atención personalizada	IIII-III	9	81.82
	b) Rapidez en la entrega de productos	II	2	18.18
	c) Las instalaciones	-----	0	0.00
	d) Ninguna	-----	0	0.00
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
	<b>La atención brindada</b>	a) Buena	IIII-III	8
b) Regular		III	3	27.27
c) Malo		-----	0	0.00
<b>Total</b>		<b>IIII-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
<b>Causas de una mala</b>	a) No tiene suficiente personal	IIII-III	9	71.43
	b) Por una mala organización	-----	0	0.0



	de los trabajadores			
	c) Si brinda una buena atención al cliente	II	2	18.18
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>
<b>Resultados de una buena atención</b>	a) Clientes satisfechos	IIII-III	8	72.73
	b) Fidelización de los clientes	III	3	27.27
	c) Posicionamien to de la empresa	-----	0	0.00
	d) Incremento de las ventas	-----	0	0.00
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>

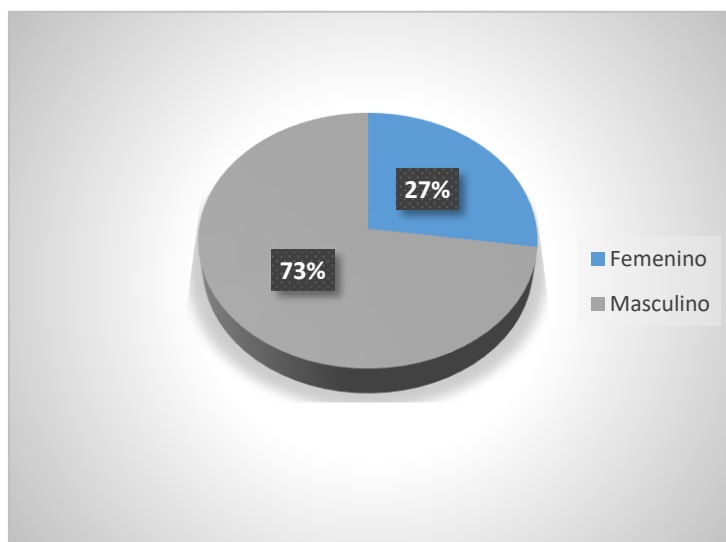
## Anexo 6. Figuras

**Características generales de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de Panadería en el casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018.**



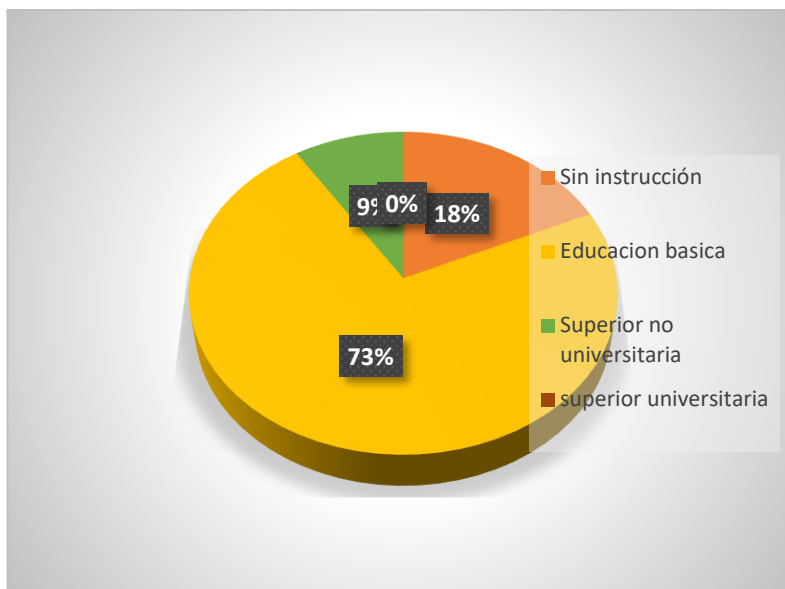
**Figura 1. Edad**

**Fuente.** Tabla 1



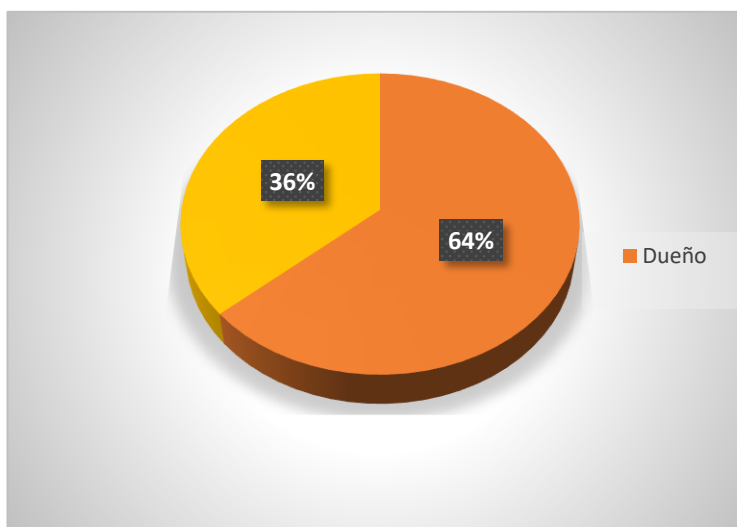
**Figura 2. Género**

**Fuente.** Tabla 1



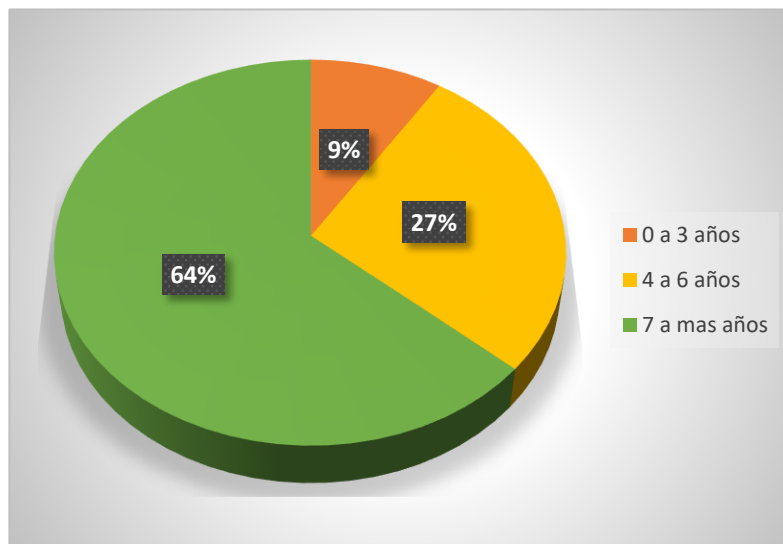
**Figura 3.** Grado de instrucción

**Fuente.** Tabla 1



**Figura 4.** Cargo de desempeña

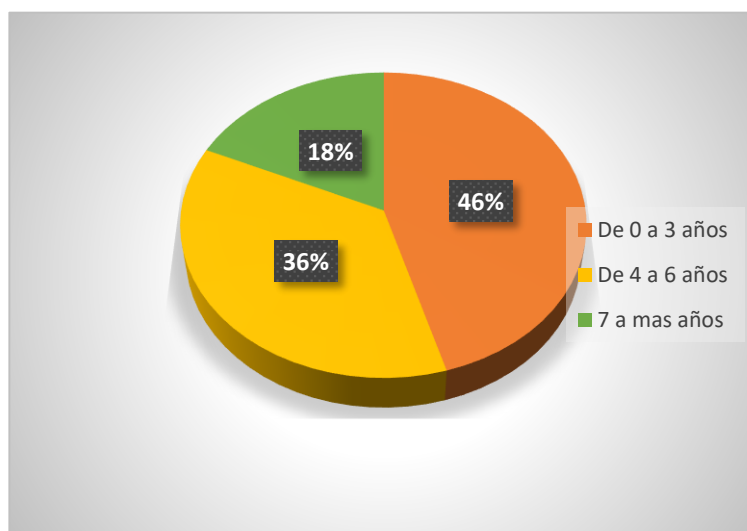
**Fuente.** Tabla 1



**Figura 5.** Tiempo que desempeña

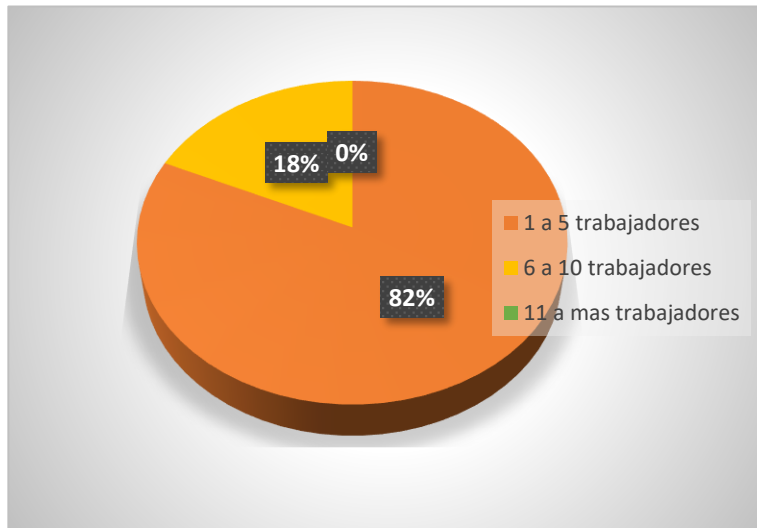
**Fuente.** Tabla 1

**Características de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de Panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, Año 2018.**



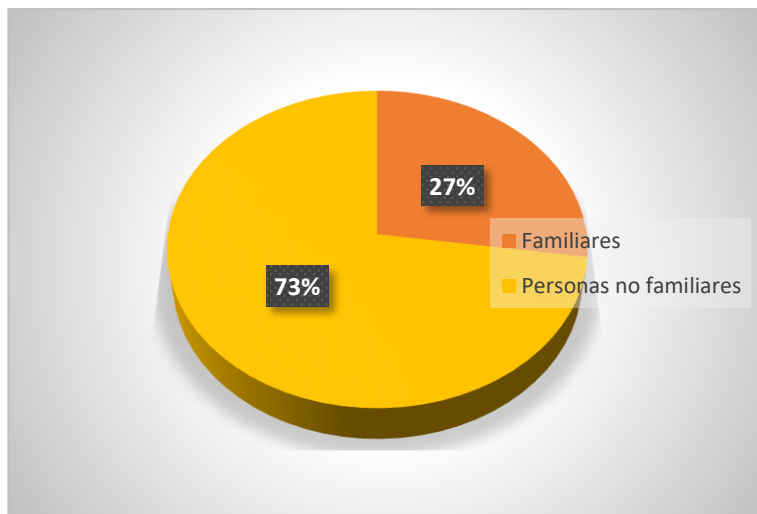
**Figura 6.** Tiempo de permanencia

**Fuente.** Tabla 2



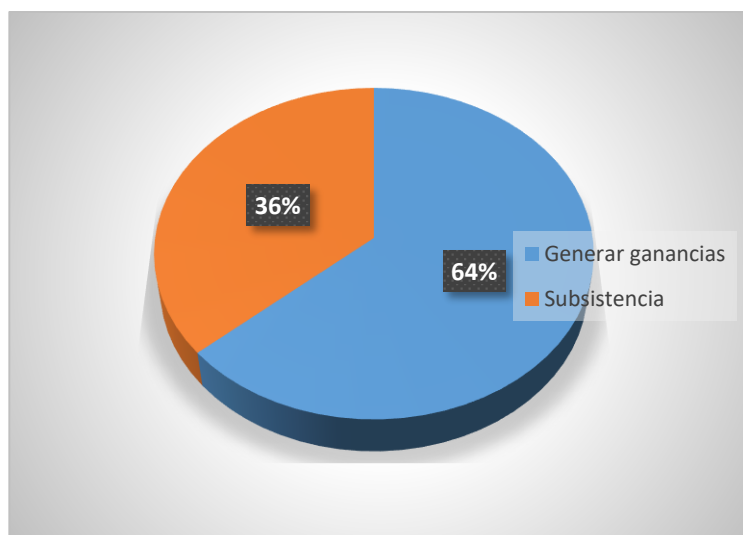
**Figura 7.** Número de trabajadores de las micro y pequeñas empresas.

**Fuente.** Tabla 2



**Figura 8.** Las personas que trabajan en la empresa

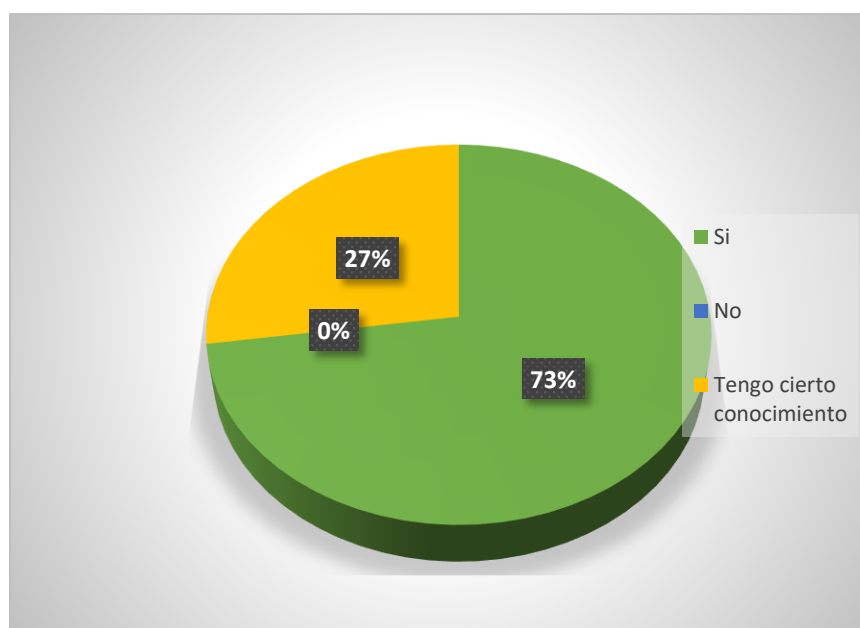
**Fuente.** Tabla 2



**Figura 9.** Objetivo de la creación de empresa

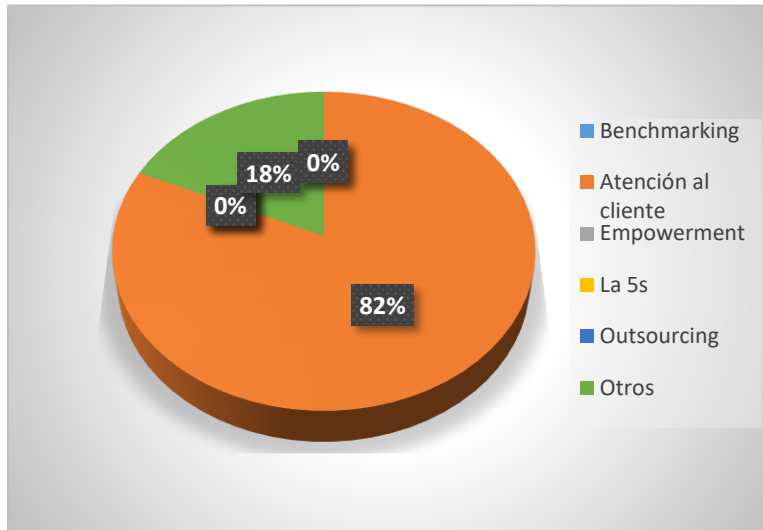
**Fuente.** Tabla 2

**Características de la gestión de calidad con el uso de la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de Panadería en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.**



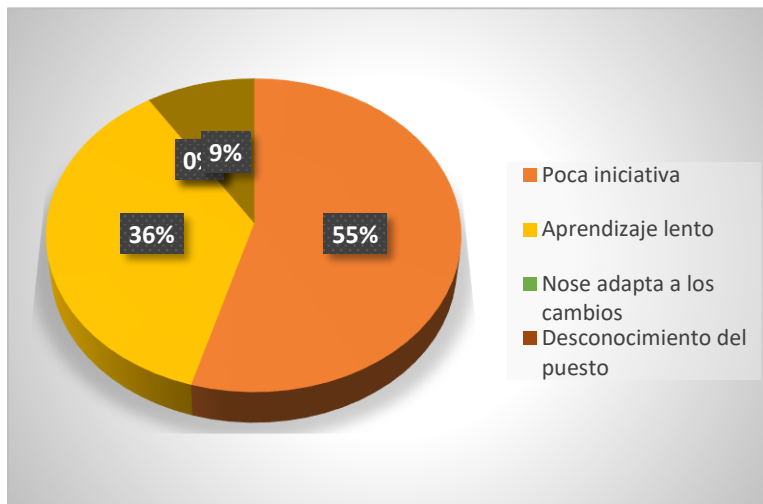
**Figura 10.** Noción del término gestión de calidad

**Fuente.** Tabla 3



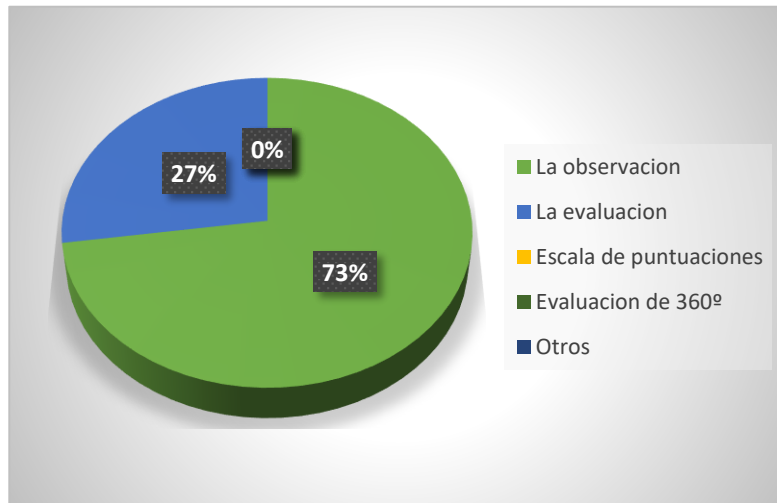
**Figura 11.** Técnicas modernas de la gestión de calidad

**Fuente.** Tabla 3



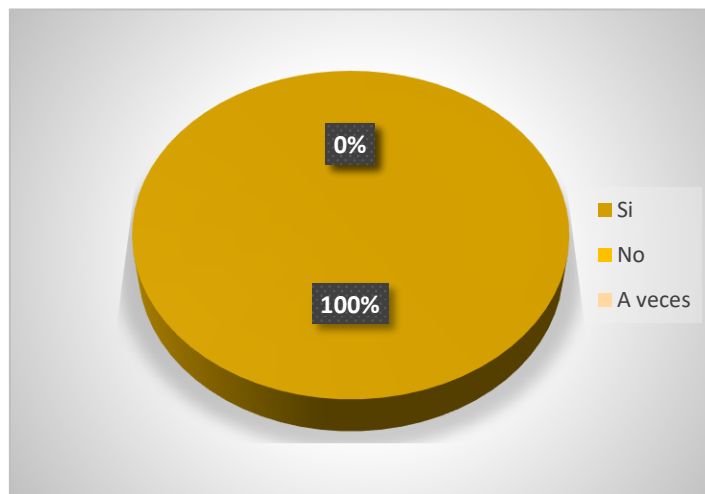
**Figura 12.** Dificultades que tienen los trabajadores para implementar la gestión de calidad

**Fuente.** Tabla 3



**Figura 13.** Conocimiento de técnicas para medir el rendimiento del personal

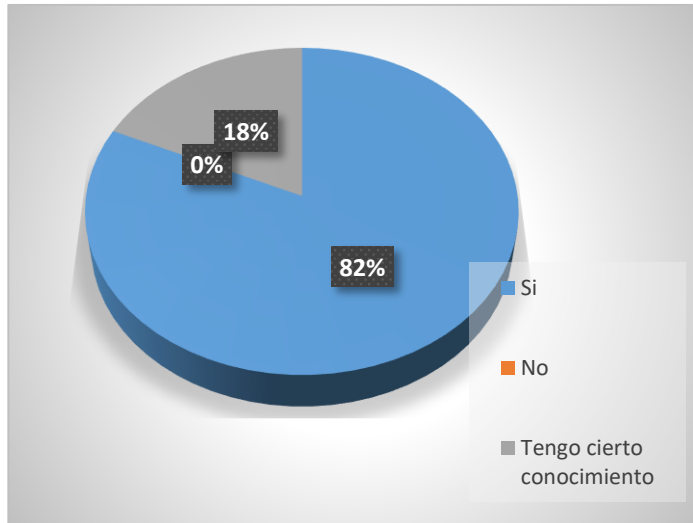
**Fuente.** Tabla 3



**Figura 14.** Contribución de la gestión de calidad a un mejor rendimiento.

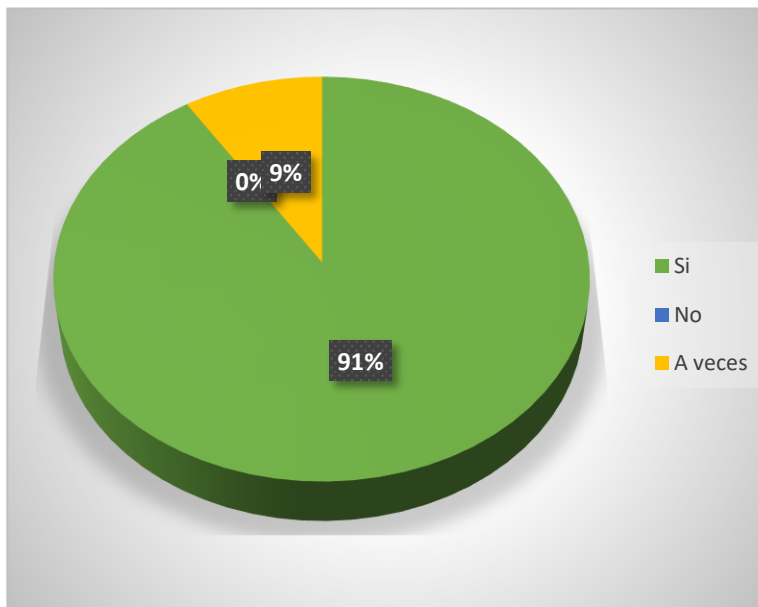
**Fuente.** Tabla 3





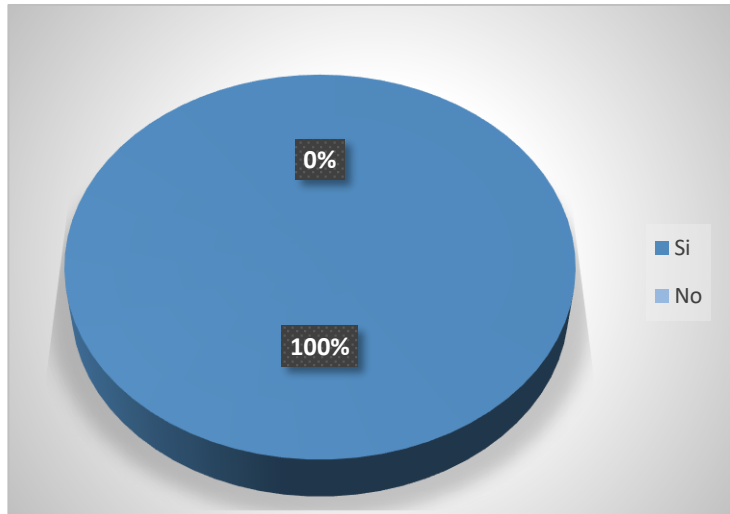
**Figura 15.** La gestión de calidad ayudando a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa.

**Fuente.** Tabla 3



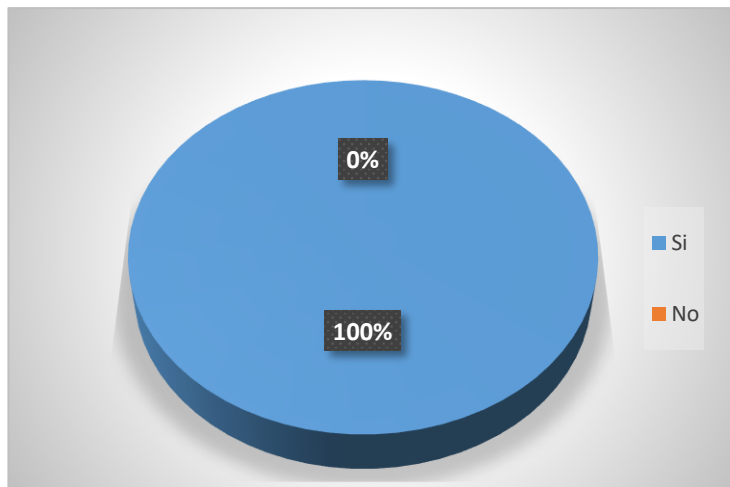
**Figura 16.** Conocimiento del termino atención al cliente.

**Fuente.** Tabla 3



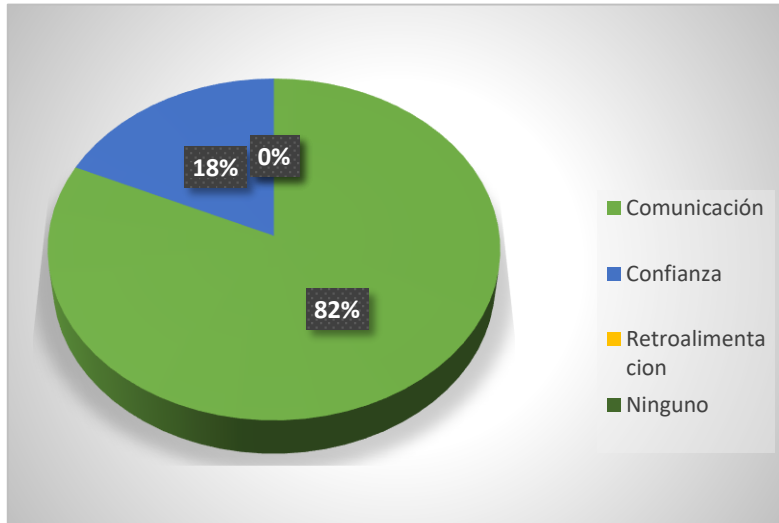
**Figura 17.** Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes.

**Fuente.** Tabla 3



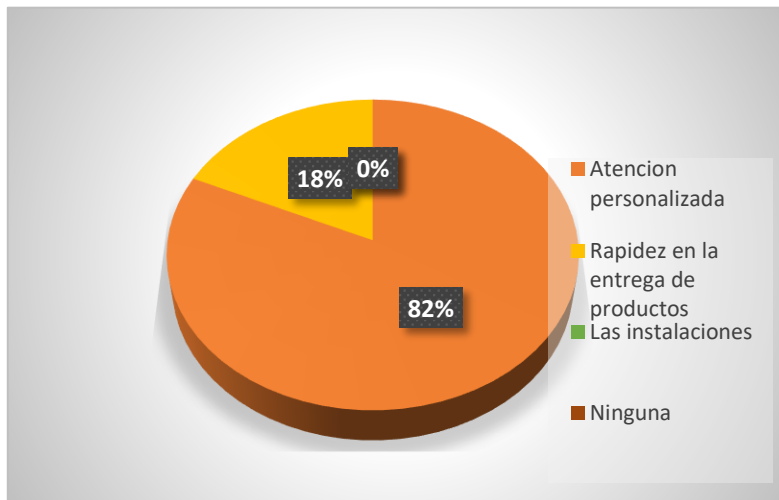
**Figura 18.** La atención al cliente fundamental en que el cliente regrese al establecimiento

**Fuente.** Tabla 3



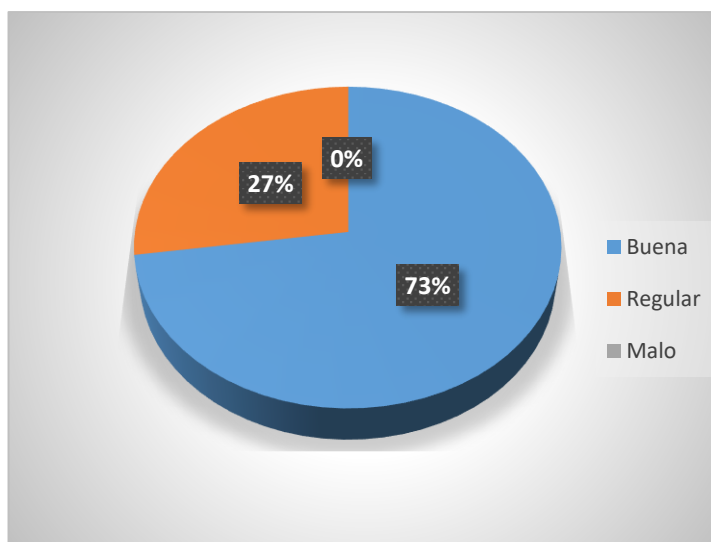
**Figura 19.** Herramientas para un servicio de calidad.

**Fuente.** Tabla 3



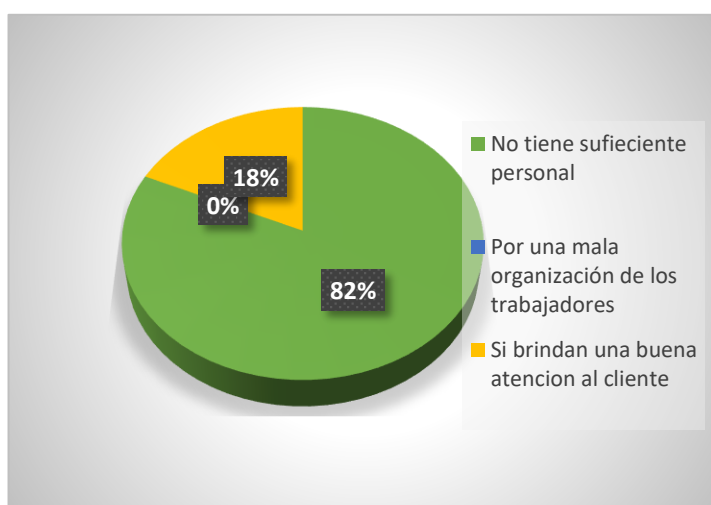
**Figura 20.** Factores que se utilizan para una mejor atención al cliente.

**Fuente.** Tabla 3



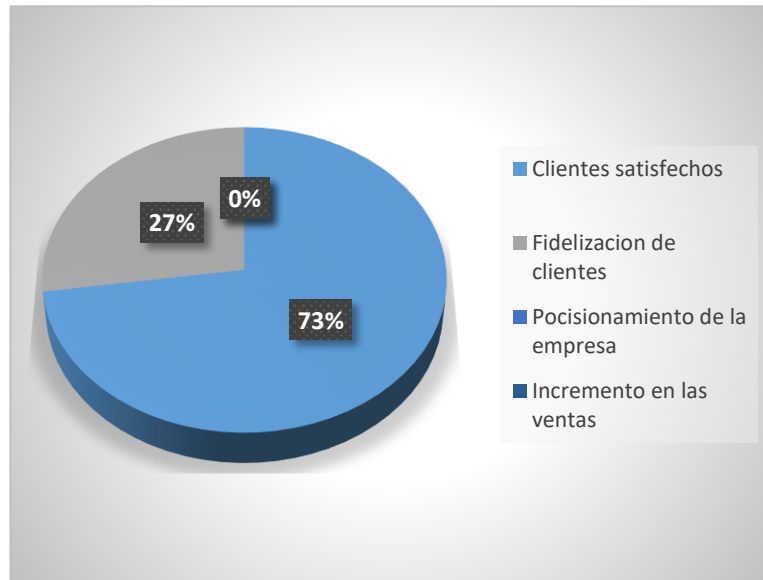
**Figura 21.** La atención brindada

**Fuente.** Tabla 3



**Figura 22.** Una mala atención

**Fuente.** Tabla 3



**Figura 23.** Resultados de una buen atención

**Fuente.** Tabla 3