



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES  
RELEVANTES DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA  
GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS RUBRO PANADERÍA EN LA CIUDAD DE  
HUARAZ, 2021

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

**AUTORA**

QUISPE HERRERA, DIANA OLGA

ORCID: 0000-0001-5300-5049

**ASESORA**

Mgr. ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2022**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Quispe Herrera, Diana Olga

ORCID: 0000-0001-5300-5049

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Huaraz, Perú

### **ASESORA**

Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería,  
Escuela Profesional de Administración, Huaraz, Perú

### **JURADO**

León Vigo, Maritza

ORCID: 0000-0002-1003-0372

Patiño Niño, Víctor Helio

ORCID: 0000-0002-4660-9490

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Leon Vigo, Maritza

ORCID: 0000-002-1003-0372

Presidenta

Patiño Niño, Víctor Helio

ORCID: 0000-0002-4660-9490

Miembro

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecida con Dios, por darme salud y bienestar, por darme la oportunidad de convertirme en ser una profesional.

A mis padres por el ánimo constante, mis mejores guías de vida, les dedico este logro obtenido, por confiar en mí.

A la docente tutor Estrada Díaz, Elida Adelia, que nos pudo transmitir sus conocimientos, por el apoyo y paciencia que nos dedicó para culminar la presente tesis, sus consejos fueron siempre útiles, gracias por sus orientaciones. A la Universidad por los recursos y herramientas que me brindó.

## **DEDICATORIA**

A Dios que ha sido mi guía, fortaleza en los momentos que caía, por siempre estar conmigo.

A mis padres Jaime y Olga que, con su amor, paciencia y dedicación, por inculcarme en mi ejemplo a seguir.

A mi familia, mi esposo Jhokimar y a la razón de mi vida Alessia, por ser mi motor y motivo para seguir adelante.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación como título: Propuesta de mejora de los factores relevantes del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de los factores relevantes del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021. La investigación fue de diseño no experimental, transversal - descriptivo. Se contó con una población muestral de 27 panaderías, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, teniendo en cuenta la técnica de la encuesta, por lo que se obtuvieron los siguientes resultados: El 74.00% son del género masculino, el 51.90% solo algunas analizan la situación de la organización, el 78.00% realizan solo algunas veces la entrega del servicio en el tiempo acordado, el 78.00% no cuentan con mucho conocimiento de los productos que ofrecen, el 86.00% solo algunas veces muestran buena imagen personal al cliente, el 85.00% casi no cuentan con adecuadas instalaciones de servicio, el 70.00% solo algunas veces disponen de horarios extras para cubrir las necesidades del cliente, el 78.00% solo algunas veces resuelven inquietudes del cliente. Las panaderías de la ciudad en Huaraz carecen de mayor conocimiento sobre el servicio al cliente para la gestión de calidad, por lo que está expuesto a obtener una baja utilidad, mala reputación por el mal servicio que estas brindan. Por tanto, se plantea la adecuación de las estrategias establecidas en este trabajo de investigación.

***Palabras clave:*** Servicio del cliente, gestión de calidad, micro y pequeñas empresas.

## ABSTRACT

The present research work as title: Proposal to improve the relevant factors of customer service for quality management in micro and small businesses in the bakery sector in the city of Huaraz, 2021. Its general objective was: To determine the main characteristics of the relevant factors of customer service for quality management in micro and small businesses in the bakery sector in the city of Huaraz, 2021. The research was non-experimental, cross-sectional - descriptive design. There was a sample population of 27 bakeries, to whom a 17-question questionnaire was applied, taking into account the survey technique, for which the following results were obtained: 74.00% are male, 51.90% only some analyze the situation of the organization, 78.00% only sometimes deliver the service in the agreed time, 78.00% do not have much knowledge of the products they offer, 86.00% only sometimes show a good personal image when customer, 85.00% almost do not have adequate service facilities, 70.00% only sometimes have extra hours to meet customer needs, 78.00% only sometimes resolve customer concerns. The city's bakeries in Huaraz lack greater knowledge about customer service for quality management, so they are exposed to low profits and a bad reputation for the poor service they provide. Therefore, the adequacy of the strategies established in this research work is proposed.

**Keyword:** Customer service, quality management, micro and small businesses.

## 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.....	4
III. Hipótesis .....	21
IV. Metodología .....	22
4.1 Diseño de la Investigación.....	22
4.2 Población y Muestra.....	23
4.3 Definición y Operacionalización de las Variables e Investigadores .....	24
4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....	26
4.5 Plan de Análisis.....	26
4.6 Matriz de Consistencia.....	27
V. Resultados.....	30
5.1 Resultados.....	30
5.2 Análisis de resultados.....	36
VI. Conclusiones.....	42
Aspectos complementarios .....	44
Referencias bibliográficas.....	52
Anexos .....	55

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.....	30
Tabla 2 Características de las micro y pequeñas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021. ....	31
Tabla 3 Características de los factores relevantes del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021. ....	32
Tabla 4 Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021. ....	34
Tabla 5 Plan de mejora a las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021. ....	35

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad de los representantes .....	72
Figura 2. Género de los representantes .....	72
Figura 3. Grado de instrucción. ....	73
Figura 4. Tiempo en el cargo. ....	73
Figura 5. Tiempo en el rubro. ....	74
Figura 6. Número de trabajadores.....	74
Figura 7. Objetivo de la empresa .....	75
Figura 8. Objetivo de la empresa .....	75
Figura 9. Desarrolla el servicio de manera fiable .....	76
Figura 10. El producto se entrega en el tiempo acordado.....	76
Figura 11. Conoce las funciones del servicio que ofrece al cliente .....	77
Figura 12. Cuenta con buena imagen.....	77
Figura 13. Cuenta con instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio. ....	78
Figura 14. Cuenta con equipos de elaboración del producto. ....	78
Figura 15. Elabora productos con el mayor cuidado. ....	79
Figura 16. Brinda un servicio personalizado al cliente.....	79
Figura 17. Dispone de horarios extras para atender las necesidades del cliente.....	80
Figura 18. Atiende al cliente con profesionalismo. ....	80
Figura 19. Analiza la situación actual de la organización.....	81
Figura 20. Plantea soluciones a los problemas identificados.....	81
Figura 21. Asigna funciones para realizar cambios planeados .....	82
Figura 22. Registra acciones de mejora .....	82

## **I. INTRODUCCIÓN**

La presente investigación se refiere a la “Propuesta de mejora de los factores relevantes del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021”, se desarrolló por la importancia que tiene, pues el rubro en estudio, presenta una serie de problemas entre los que se detalla que los diferentes gerentes o representantes cuentan con mínimos conocimientos en gestión de calidad, por ende, no se brinda un buen servicio al cliente, los empleados en muchos casos no enfatizan empatía con el cliente.

Más aún, en este contexto, resulta relevante fortalecer la gestión de calidad para salir de la crisis y adaptarse a la llamada “nueva normalidad”. A nivel de los diferentes países de América los principales impactos sobre las MYPES tienen que ver con una reducción de la demanda y por ende de sus ingresos, difícil acceso a financiamiento y procesos productivos que no están ajustados para ser operados de manera remota o automatizada. Estos impactos difieren según el sector. Por ejemplo, la disminución de la demanda en la micro y pequeñas empresas del rubro panadería es evidente.

La ciudad de Huaraz no es ajena a esta realidad, tal es así que evidenciando de acuerdo a experiencias se observa la deficiente implementación de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería afectando principalmente el bienestar de sector por lo que se considera necesidad realizar propuesta de mejora de los factores relevantes del servicio al cliente para la gestión de calidad.

En ese sentido, la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote a través de su programa de estudios de Administración ha estipulado a la gestión de calidad como la línea para las investigaciones, por lo tanto, el presente trabajo en proponer mejora de los factores relevantes del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz.

Motivo por el que surge el principal problema: ¿La propuesta de mejora de los factores relevantes del servicio al cliente para la gestión de calidad permite un excelente

funcionamiento en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021?. Para dar respuesta a la interrogante, se determinó como objetivo general: Determinar si la propuesta de mejora de los factores relevantes del servicio al cliente para la gestión de calidad permite un excelente funcionamiento en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.

Así mismo, se definieron los siguientes objetivos específicos:

Promover la confiabilidad para el logro de la calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021. Garantizar la seguridad para el logro de la calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021. Modernizar los tangibles para el logro de la calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021. Desarrollar la empatía para el logro de la calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz 2021. Fomentar la responsabilidad para el logro de la calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021. Realizar la propuesta de mejora sobre el servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.

Es así que, la presente investigación se justifica porque los resultados obtenidos y las recomendaciones contribuyen a mejorar la gestión de calidad sugiriendo a los dueños, representantes y gerentes de las micro y pequeñas empresas del rubro panadería que se encuentran en la ciudad de Huaraz, para que puedan ser implementados y de esta manera puedan asegurar futuras compras por parte de anteriores clientes, ya que es más complicado adquirir nuevos clientes que conservarlos; así también se justificará debido a su práctica, ya que permite tratar la problemática sobre la falta de herramientas administrativas que mantengan a los clientes interesados; de igual manera, se justificará de manera teórica puesto que existe información actualizada que es necesaria para desarrollar las bases teóricas de esta investigación además que el contenido de este proyecto servirá para ser comparado con investigaciones futuras que traten el tema; finalmente, este proyecto se justificará por su metodología, porque se basará en el método de investigación científica para ser desarrollado, esto permitirá

elaborar un instrumento para ser utilizado por otros investigadores.

En ese sentido, el trabajo de investigación fue de diseño no experimental - transversal - descriptivo. Se contó con una población muestral de 27 panaderías, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, teniendo en cuenta la técnica de la encuesta, por lo que se obtuvieron los siguientes resultados: El 56.00% tienen de 26 a 50 años, el 74.00% son de género masculino, el 59.00% tienen un grado de instrucción superior no universitario, el 52.00% tienen de 4 a 6 años en el cargo de la empresa, el 78.00% de los representantes desarrollan algunas veces el servicio de manera fiable, el 78.00% de los representantes de la micro y pequeñas empresas rubro panadería realizan sólo algunas veces la entrega del producto en el tiempo acordado, el 78.00% no tienen mucho conocimiento de los productos que ofrecen, el 86.00% solo algunas veces cuentan con una buena imagen personal, el 85.00% casi no cuentan con instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio, el 63.00% casi no cuentan con un completo equipo de trabajo, el 74.00% sólo algunas veces tiene el mayor cuidado para satisfacer a sus clientes, el 81.00% de los encuestados manifestaron que solo algunas veces brindan un servicio personalizado al cliente, el 70.00% sólo algunas veces los trabajadores de su empresa disponen de horarios para cubrir las necesidades del cliente, el 78.00% sólo algunas veces resuelven inquietudes. Se concluye que para la propuesta de los factores relevantes del servicio al cliente para la gestión de calidad; las Mypes tienen en cuenta al personal encargado de la atención al cliente, siempre prestando atención a los pedidos que solicitan los clientes, desde el proceso de pedido hasta la entrega del producto en el tiempo esperado, en su mayoría cuentan con un personal que presta un servicio de manera amable y atenta, buscando brindar un servicio de calidad, que no cuentan con adecuadas instalaciones para prestar un adecuado servicio, el personal tiene mucho cuidado al momento de entregar el pedido en las mejores condiciones, tal como como se especifica en las indicaciones de la orden.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

#### **Internacional**

Tovar (2019) en su tesis *Plan de capacitación a trabajadores en la atención y servicio al cliente de la panadería y pastelería “la nueva exquisita”*, presentado al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para obtener el grado de licenciado en administración, el objetivo principal fue proponer una capacitación en el área de atención y servicio al cliente para captar consumidores y así superar las ventas en la panadería y pastelería “La Nueva Exquisita”. La investigación fue mixta, donde se obtuvieron los siguientes resultados; el 60.00% de los empleados contestó que si tiene una comunicación muy efectiva, el 60.00% de los empleados contestó que si tiene una atención muy efectiva, el 40.00% de los empleados contestó que si están de acuerdo con el sueldo y que se encuentran motivados; el autor finalmente concluye que, los clientes no se encuentran satisfechos, en cuanto a la atención y servicio que reciben por parte del personal que labora en la panadería y pastelería, además, existen dificultades en la actitud, falta de comunicación, mal trato hacia en cliente, demora en la entrega de pedido.

Cazar (2015) en su tesis *Investigación del sistema de gestión de calidad enfocado al cliente en las panificadoras de la ciudad de Riobamba y diseño de un sistema caso panadería la Vienes*, presentado a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo para obtener el grado de Ingeniero de empresas, el objetivo principal fue crear una cultura de enseñanza incesante en la gestión de las organizaciones. La investigación fue cuantitativa descriptiva, donde se obtuvieron los siguientes resultados; el 45.00% piensa que el producto es excelente, como bueno lo catalogan el 52.00% de los clientes encuestados, en relación a sí los clientes recomendarían el producto a otras personas se ha obtenido que un sorprendente 90.00% por la calidad del producto; el autor finalmente concluye que, después de la investigación realizada en las diferentes panificadoras de la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo he podido determinar que solamente el 1.00% de las panaderías cuentan con un sistema de

Gestión de Calidad enfocado al cliente.

Salcedo (2017) en su tesis *Ventajas de la elaboración de un sistema de gestión para la calidad en la panadería del COMEB “La Picota” Bogotá*, presentado en la Universidad Militar Nueva Granada para obtener el grado de licenciado en gerencia de la calidad, el objetivo principal fue establecer los principales aspectos a mejorar del proceso de la panadería para diseñar un SGC que se ajuste a este proceso y ayude a superar las no conformidades encontradas. La investigación fue descriptiva no experimental, donde se obtuvieron los siguientes resultados; el principal cambio constante que debe enfrentar esta organización es la rotación del talento humano a todo nivel, al igual que el personal administrativo que influye en la gestión de recursos y el apoyo logístico para el funcionamiento de la misma; el autor finalmente concluye que, es sumamente pertinente establecer un SGC que permita estandarizar las labores realizadas en la Panadería del COMEB y optimicen los resultados de la misma, aunque existan procesos establecidos, muy pocos están documentados o estandarizados.

### **Nacional**

Acosta (2017) en su tesis *Gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de atención al cliente en las Mypes del sector industrial elaboración de productos de panadería, distrito de Manantay, año 2017*, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote para obtener el grado de licenciado en administración, el objetivo principal fue establecer las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de atención al cliente en las mypes del sector industrial rubro elaboración de productos de panadería en el distrito de Manantay, año 2017. El tipo de investigación fue cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal. Para llevar a cabo se eligió una muestra poblacional de 08 mypes, donde se obtuvieron los siguientes resultados; el 75.00% de los encuestados tienen de 51 años de edad a más, el 75.00% son del sexo masculino, el 87.50% tiene un grado de estudio nivel secundaria, el 75.00% tiene de 6 años a más en el cargo, el 75.00% de las panaderías tiene de 6 años a más en el rubro, el 75.00% de las panaderías tienen de 1 a 5 trabajadores, el 100% tiene como objetivo generar utilidades, respecto a la gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de atención al cliente el 100% de las panaderías planifican los objetivos de

la empresa; el autor finalmente concluye que, el 75.00% de los propietarios califican como buena la atención al cliente ofrecida por sus colaboradores el 100% de representantes legales de las panaderías son los mismos propietarios, el 100% de las empresas los trabajadores son familiares del propietario y finalmente el 100% de las panaderías planifican sus objetivos pero no fabrican ni manuales ni tienen organigrama.

Salvador (2017) en su tesis *Propuesta de mejora de la calidad del servicio al cliente en una empresa de pastelería & catering Lima, Perú-2017*, presentado en la Universidad Privada Norbert Wiener para obtener el grado de Ingeniero de Sistemas, el objetivo principal fue proponer la implementación de un plan de mejora de la calidad del servicio al cliente en la empresa de pastelería “Misky Tanta S.A.C “, del distrito de San Martín de Porres, Lima, Perú-2017. La investigación fue no experimental de corte transversal, con un diseño descriptivo, donde se obtuvieron los siguientes resultados; la empresa no lleva un orden sobre las funciones que cada trabajador debe realizar, así como las responsabilidades y condiciones que el puesto exige para poder desempeñar una tarea adecuadamente; el autor finalmente concluye que, el personal evidencia una falta de conocimiento sobre el proceso de servicio al cliente lo que genera que el nivel de satisfacción sea ineficiente.

Cornejo (2018) en su tesis *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*. Presentado en la universidad Católica Los Ángeles Chimbote, para obtener el grado de licenciada en administración, el objetivo principal: 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. Objetivo específico: Identificar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas. La metodología fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, se tuvo una población muestral de 11 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas. Se obtuvo los siguientes resultados. El 45.45% tienen una edad entre 31 a 50 años, el

72.73% son del sexo masculino, el 72.73% tienen un grado de instrucción de educación básica, el 63.64% llevan desempeñándose en el cargo de 7 años a más, el 47.45% llevan de 0 a 3 años en el rubro, el 81,82 tienen de 1 a 5 trabajadores, el 63.64% tienen como objetivo generar ganancias, el 90.91% aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a los clientes, el 81.82% usan la comunicación como herramienta para el servicio de calidad, 72.73% brindan una buena atención al cliente. Se concluye que, la mayoría de los encuestados son varones, objetivo principal generar ganancias, conocen el término de gestión de calidad aún teniendo dificultades al momento de aplicarlas, por lo que no se pueda brindar atención de calidad al cliente.

## **Local**

Liñan (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector industria rubro elaboración de producto de panadería del Distrito de Chimbote, Provincia Del Santa, año 2017. Caso de la panadería "D" JHONNY S.* Presentado en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote para obtener el grado de licenciado en administración, el objetivo principal: Determinar las características de gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio industria rubro elaboración de producto de panadería del Distrito de Chimbote, Provincia del Santa, años 2017. Caso de la panadería "D" JHONNY S". Objetivo específico: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector industria rubro elaboración de producto de panadería del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso panadería "D" JHONNY S". La investigación de tipo cuantitativo, descriptivo, no experimental y transversal. Población de 19 Mypes, se obtuvieron los siguientes resultados: El 42.12% tienen entre 40 a 50 años de edad, el 63.16% son del género masculino, el 63.16 tienen un grado de instrucción superior técnico, el 68.42% cumplen el rol de encargado de la empresa, el 52.63%, el 52.63% llevan de 6 años a más en el rubro, el 100% tiene como finalidad generar ganancias, llevan de 3 a 6 años en el rubro, el 100% realiza una gestión de calidad, el 100% mencionan que su servicio satisfacen a sus clientes, el 100% resuelven inquietudes del cliente, el 100% realiza capacitaciones al personal. Concluye

que, la mayoría de los encuestados son del género masculino, con una edad de menos de 40 años, grado de instrucción superior técnico, 6 años en el mercado, generar ganancias, la mayoría de los encuestados conocen el término de gestión de calidad, planifican sus objetivos, satisfacen las necesidades del cliente, la mayoría no miden la satisfacción del cliente, la gran parte de las micro y pequeñas empresas cuentan con libro de reclamaciones, cuentan con procesos establecidos para una buena atención al cliente.

Jamanca (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*, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote para obtener el grado de licenciado en administración, el objetivo principal: Describir las principales características del Modelo de Excelencia en las micro y pequeñas empresas del sector industrial - rubro panadería del distrito de Huaraz, 2016. El tipo de investigación fue descriptiva, tipo cuantitativa y un diseño transeccional, se obtuvo una muestra de 25 gerentes, donde se obtuvieron los siguientes resultados; en cuanto a los datos generales de los encuestados el 68.00% de los gerentes manifestaron tener 31 a 40 años, el 60.00% son varones y el 56.00% manifestaron tener un grado de instrucción de nivel superior no universitario, el 4.00% de los gerentes encuestados del rubro panaderías, señalaron que nunca definen los principios éticos y valores, el 36.00% de los gerentes señalaron que casi nunca se planifican las actividades y se diseñan los objetivos, el 44.00% de los gerentes señalaron que casi nunca desarrollan estrategias para entender y anticiparse a las necesidades de sus clientes; el autor finalmente concluye que, 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.

Atencia (2018) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del rubro elaboración de productos de panadería en el distrito de Huaraz, 2016*, presentado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote para obtener el grado de licenciado en administración, el objetivo principal fue describir las principales características de la gestión de calidad

bajo el enfoque de la calidad total en las micros y pequeñas empresas del rubro elaboración de productos de panadería en el distrito de Huaraz, 2016. El tipo de investigación fue descriptivo de diseño no experimental con una población de 15 panaderías, donde se obtuvieron los siguientes resultados; el 53.33% de gerentes encuestados del rubro elaboración de productos de panadería, manifiestan que a veces analizan permanentemente la situación actual de su empresa en el proceso de elaboración de panes, el 46.67% indican que a veces implementan los cambios en la empresa para solucionar problemas en el proceso de elaboración de panes, el 60.00% manifiesta que nunca miden los resultados alcanzados por sus empleados en la ejecución de sus actividades y el 66.67% manifiesta que a veces desarrollan la mejora continua en el proceso de elaboración de panes; el autor finalmente concluye que, no se da una adecuada gestión de calidad y que no aplican adecuadamente el ciclo PHVA en las panaderías, se percibe que hay deficiencias porque los gerentes no planean, no evalúan y no verifican las actividades que desarrollan dentro de su organización.

## **2.2. Bases Teóricas de Investigación**

### **Servicio al Cliente**

Las definiciones del servicio al cliente, se encaminan a la satisfacción del cliente, Aguilar (2019) indica que el servicio al cliente, es arte y ciencia de atender al cliente, buscando satisfacer sus necesidades, mediante el valor agregado, beneficio, solvencia de dudas y/o quejas de tal manera que el cliente se sienta satisfecho durante y después de la prestación de servicio.

Por su parte, Montoya y Boyero (2013) mencionan que el servicio al cliente es una serie de realizaciones o acciones que el prestador, proveedor esta dispuesto a brindar a sus clientes, buscando como proposito, que el cliente pueda experimentar un servicio de calidad, mediante la diferenciacion de la competencia. Asi mismo, mencionan que, a traves del mejoramiento de los procesos de servicio, se busca satisfacer al cliente.

### **Objetivos del Servicio al Cliente**

Gonzáles (2022) las empresas buscan nuevos clientes mientras se lleva el proceso de las ventas, con el fin de fidelizar una vez concluido, por lo que, tambien se busca conocer, entender que es lo que cliente desea satisfacer, asegurando ofrecer una excelente experiencia de compra.

Existen diversos objetivos del servicio al cliente, y estas, van a depender de las necesidades de cada empresa, tales como:

Mejorar la satisfaccion del cliente

Fidelizar al cliente

Aumentar el valor de vida del cliente

Mejorar la productividad

Aumentar las ventas

Ofrecer al cliente una experiencia positiva

## **Importancia del Servicio al Cliente**

Ortiz (2022) menciona que para satisfacer las necesidades de los clientes y/o usuarios, se tiene que tener en cuenta el servicio al cliente como un componente proactivo para ofrecer un valor mayor al producto, sea en el servicio o bien. Logrando hacer sentir al cliente el buen servicio brindado que le da la organización; teniendo en cuenta diversas facetas que ayudan a demostrar la importancia del servicio al cliente; tales como, amabilidad, personalización, rapidez y seguridad, y posteriormente el seguimiento y la eficacia.

Scarilli (2020) afirma que tener en cuenta el adecuado servicio al cliente ayudara a la empresa marcar la diferencia de su competencia, asi mismo, ayudara a la fidelización, mediante la inclinación hacia el negocio. Por otra parte, cuando se presta un pobre servicio, los clientes tienden a cambiar a la competencia; sin importar por el precio que tiene el producto u servicio, lo que mas importa al cliente es la buena calidad de servicio.

## **Dimensiones del Servicio al Cliente**

Los autores, Romero, Gaytán, y Vargas (2018) en relación a la variable servicio al cliente, se identifican como dimensiones los cinco criterios de evaluación que manejan los clientes para efectuar la valoración de la calidad del servicio, siendo definidas del siguiente modo:

### **Dimensión Confiabilidad**

Este criterio refiere a las habilidades que el trabajador o encargado de brindar el servicio posee para poder corresponder con lo que se ha prometido al cliente de modo específico como fue ofrecido en un inicio (Romero, Gaytán, y Vargas, 2018).

### **Dimensión Seguridad**

Este criterio integra a todos los conocimientos, los tratos y las habilidades que el trabajador o encargado de brindar el servicio posee para transmitir al mismo tiempo

confianza, seguridad y credibilidad al cliente (Romero, Gaytán, y Vargas, 2018).

#### Dimensión Tangible

Es el criterio en el que se contemplan los aspectos físicos que integran a la organización como las instalaciones, los equipos, los recursos humanos y los materiales necesarios para la comunicación (Romero, Gaytán, y Vargas, 2018).

#### Dimensión Empatía

Este criterio contempla la proporción del cuidado y la atención personalizada que el trabajador brinda al cliente (Romero, Gaytán, y Vargas, 2018).

#### Dimensión Responsabilidad

Es el criterio que contempla la voluntad que el trabajador posee para ayudar, solucionar inquietudes de los clientes y de brindar servicios de manera inmediata. Además de las actitudes que muestra la entidad durante el ofrecimiento de soluciones (Romero, Gaytán, y Vargas, 2018).

### **Indicadores de las Dimensiones**

#### Indicadores de la Dimensión Confiabilidad

La empresa demuestra la calidad de su servicio desde el primer cliente que ingresa a sus establecimientos, teniendo en cuenta el buen servicio y la honra de su promesa, tales como; el servicio se responde a tiempo, cuida la integridad de sus productos, el cobro acordado desde el principio del pacto, respuesta ante un cobro indebido, atención profesional por parte del personal de atención (Romero, Gaytán, y Vargas, 2018).

#### Indicadores de la Dimensión Seguridad

Contar con el conocimiento, capacidad de respuesta e higiene para brindar un buen servicio al cliente, tiene un gran impacto en el momento en que el cliente estará experimentando el servicio de la empresa, la cual determinará si el cliente quedará satisfecho (Romero, Gaytán, y Vargas, 2018).

### Indicadores de la Dimensión Tangibles

Tener un negocio con un ambiente agradable, ventilado e iluminado ayudaran a tener más clientes, desde el interior hacia el exterior de la fachada del establecimiento, contando con equipos de calidad (hornos, refrigerador), instalaciones de confort, limpieza del área de atención (Romero, Gaytán, y Vargas, 2018).

### Indicadores de la Dimensión Empatía

La empresa tiene que conocer al cliente, conocer e identificar sus necesidades a satisfacer, dar respuesta a al servicio que está adquiriendo, recibirle con una sonrisa a su llegada, ofrecer beneficios al cliente concurrente (Romero, Gaytán, y Vargas, 2018).

### Indicadores de la Dimensión Responsabilidad

Conocer las funciones de manera responsable de la empresa mejora el servicio, y mucho mejor si el personal quien interactúa directamente con el cliente se muestra de manera intrínseca para darle un valor agregado al servicio, resolviendo inquietudes, atención inmediata, brindar información del producto o servicio adquirido, trato de manera voluntaria (Romero, Gaytán, y Vargas, 2018).

## **Micro y Pequeñas Empresas**

Congreso de la República del Perú (2020) mediante la normativa a la Ley N° 30056, artículo 4 del Texto Único Ordenado de la Ley de la Micro y Pequeña Empresa, define a las MYPE como “la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios” (p. 4)

En otras palabras, esta Ley permite a las personas emprendedoras formalizar su empresa de manera regulatoria, según a la Ley establecida. Obteniendo beneficios, responsabilidad y acceso al crédito financiero, y como propósito, crecer en el sector

económico mediante la prestación de servicio y/o producto, así mismo a la aportación del crecimiento y desarrollo de la economía del país.

### **Características de la Ley MYPE 30056**

Según a lo establecido por el Gobierno del Perú a las micro y pequeñas empresas, Ley 30056 (2020) fundamentación jurídica, se encuentran establecidas por Micro Empresa y Pequeña Empresa, ubicadas según a las categorías empresariales, en función a sus ventas:

Micro empresa: Con ventas anuales hasta un monto de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). Y de (1) hasta (10) colaboradores.

Pequeña empresa: Con ventas anuales hasta 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). Y de (1) hasta (100) colaboradores.

Es importante mencionar que el establecimiento de las categorías empresariales en los negocios de país, ayudará a aportar a mejorar con la contribución económica, mediante los pagos de impuesto, pero que, como consecuencia a la Ley 30056, el empresario podrá aportar al desarrollo del país mediante; la reducción de la pobreza mediante el ofrecimiento del empleo, incentivar el emprendimiento y a la contribución del PBI del país.

### **Organización de las Micro y Pequeñas Empresas**

Las Mypes como organización se establece de dos modalidades, tales como: Persona naturales y jurídicas.

#### **Personas Naturales**

Los participantes dentro de esta organización bajo la modalidad de personas naturales, cuentan con la oportunidad de tener derechos y obligaciones. Mediante la capacidad de la toma de decisiones para contratar, realizar compromisos y efectuar pagos de impuestos afectadas, a las deudas generadas por las actividades que estás realizan. Se

dice que les llama “personas naturales” cuando realizan negocios sin haber constituido una empresa, y “empresa individual de responsabilidad limitada” cuando ya es una empresa constituida. (Proinversión, 2018).

#### Personas Jurídicas

Las personas bajo este régimen, están constituidas por una o más personas (natural – jurídico), cuentan con una empresa constituida, por lo que los involucrados bajo esta modalidad tienen la responsabilidad limitada, es decir que, pueden participar de manera libre con sus proveedores de bienes o servicios, mediante las adjudicaciones, concurso público. Dentro de esta modalidad, para esta modalidad pueden participar dentro o fuera del país en cuanto a la adquisición de un bien o servicio, de productos (bienes o servicios), asimismo, tienen facilidad para adquirir créditos financieros para la ampliación de sus servicios. (Proinversión, 2018).

### **Clasificación de las Micro y Pequeñas Empresas**

#### Industrial

Las empresas bajo esta clasificación tienen como actividad principal, la producción, transformación, procesamiento mediante la extracción de la materia prima, para finalmente obtener el producto final y ser distribuido en el mercado nacional y/o internacional. Dentro de esta clasificación podemos encontrar a las empresas en el rubro de la minería, pesca, agropecuaria, ganadería y la agricultura. (Maarquez, 2015).

#### Comercio

Son empresas que tienen como actividad ser intermediarios entre el productor – consumidor, mediante la compra y venta de productos finales. Se clasifican en: mayoristas, quienes efectúan ventas de alta escala a otras compañías; menudeo, venta de gran cantidad de productos, así como por unidades para la reventa o uso y/o consumo final; minorista, venta de productos en pocas cantidades al consumidor final. (Maarquez, 2015).

## Servicios

En esta clasificación se encuentran empresas ligadas a la actividad la prestación de servicios, pueden ser empresas con fines lucrativos. Se clasifican en: servicios públicos (energía, comunicación agua, etc.), servicios privados (contables, jurídicos, asesoría), transporte, instituciones financieras, educación, etc. (Maarquez, 2015).

## Rubro Panadería

Panadería es el negocio especializado en la producción y venta de diferentes tipos de pan, así como también de todo tipo de productos hechos en base a la harina y a los bollos de masa, una panadería puede vender entonces, además de pan, facturas, galletas y galletitas, masas finas, tortas, muffins, masa para pizzas, tartas y en algunos casos también comidas saladas (Ludeña, 2015).

Las panaderías generalmente trabajan de manera automatizada durante un horario prolongado para atender a sus clientes, siendo todos sus productos variantes del pan y otros que requieren de un horneado. De acuerdo al tipo de equipo o maquinaria empleada es que depende la capacitación de los trabajadores, los cuales van desde los hornos tradicionales hasta las máquinas de hornear industrializadas; así mismo se tiene al personal de cocina encargado de elaborar la masa y los productos finales con ayuda de la maquinaria para hornear. Es preciso mencionar que las panaderías más modernas cuentan con una gran cantidad de insumos y equipos que permiten a sus negocios el brindar una variedad de productos diferentes (Ludeña, 2015).

## **Reactivación de las MYPES afectadas por la emergencia sanitaria del COVID-19**

Según la Ley N° 5734 del Congreso de la República del Perú (2020) el Artículo 1, menciona la modificación del Decreto de Urgencia, que las micro y pequeñas empresas que se vieron afectadas por la emergencia del COVID-19 al financiamiento, contemplándose en el “Artículo 3. Creación del fondo de apoyo empresarial” tendrán al acceso de financiamiento, implementación de incentivos, esto con el fin de

salvaguardar la capacidad operativa y productiva, así mismo, para salvaguardar los niveles de empleo y a la reactivación de la economía del país mediante estas medidas ante el impacto del COVID-19.

### **Gestión de Calidad**

Sánchez (2019) menciona que la gestión de calidad es un conjunto de características, cualidades o estilo de gerencia de una empresa, cuya presencia abarca en todas las áreas de la organización, concretamente teniendo en cuenta el control y aseguramiento de la calidad; de inspeccionar el producto o servicio, y que estas se encuentren en las mejores condiciones para el cliente. Buscando como objetivo principal la satisfacción del cliente, mediante la entrega en el plazo requerido, alcanzar la mejora continua en los procesos, del servicio y/o producto.

En la actualidad vivimos en una sociedad orientada a los resultados, en la que “hacer” se considera productivo y “planificar” una forma de alargar los procesos, dentro de esto el denominado ciclo PDCA que es conocido también como PHVC debido a las siglas en español de los procesos que la conforman, las cuales son: planificar, hacer, verificar y actuar; los mismos que popularmente son definidos como el ciclo de Deming o ciclo de la mejora continua. Este se basa en un método que una vez concluido vuelve a comenzar, por lo que permite alcanzar la mejora constante en relación a la información obtenida de los resultados hallados, de este modo cada proceso, actividad y tarea organizacional es analizada seguidamente, incorporando nuevas mejoras (Grijalbo, 2017).

Por otro lado Cuatrecasas y González (2017) mencionan que el ciclo Deming o ciclo de mejora actúa como guía para llevar a cabo la mejora continua y lograr de una forma sistemática y estructurada la resolución de problemas, el ciclo Deming no es ni más ni menos que aplicar la lógica y hacer las cosas de forma ordenada y correcta, su uso no se limita exclusivamente a la implantación de la mejora continua, sino que se puede utilizar, lógicamente, en una gran variedad de situaciones y actividades.

## **Dimensiones de la Gestión de Calidad**

De acuerdo a Grijalbo (2017) el ciclo PDCA posee como dimensiones a las etapas presentadas a continuación:

### *Planificar - Plan*

Es la etapa que posibilita la selección de actividades y procesos que necesitan ser mejorados, para lo cual en función a estos se determinan objetivos que requieren ser logrados para conseguir dicho cambio, por tal motivo es indispensable plantear los procedimientos que permitan la mejora, la recopilación de información relevante en el desarrollo de conocimientos sobre los procesos, y el análisis e interpretación de la información.

### *Hacer (Implementar)*

Esta etapa es aquella que tiene como propósito lograr la mejora planificada en la etapa anterior, por ende, es requerido desarrollar todos los puntos antes formulados, conjuntamente con la documentación de las acciones llevadas a cabo. Normalmente, es necesario realizar una prueba piloto que permita probar el funcionamiento de los cambios antes de implantarlos a gran escala.

### *Controlar (Verificar)*

Es la etapa encargada de la comprobación del funcionamiento óptimo de los cambios realizados en la etapa anterior con el fin de determinar si estas modificaciones pueden ser implantadas o no a nivel de toda la organización.

### *Actuar (Act)*

Es la etapa final y previa antes de volver a reiniciar el ciclo, esta tiene por labor la modificación de los procesos o actividades según lo determinado en la etapa anterior con respecto a los resultados conseguidos y la comparación con el funcionamiento que hasta ese momento se tiene. Una vez finaliza la cuarta fase se reiniciará el ciclo para estudiar nuevas mejoras, se identificarán nuevos cuellos de botellas, perfeccionando y mejorando los procesos de la empresa (es muy probable que cuando se elimine un cuello de botella se encuentren otros), es decir siempre hay algo que mejorar.

## **Principios de Gestión de Calidad**

Da Silva (2020) menciona que la Gestión de Calidad es una herramienta que se utiliza para identificar y corregir los procesos ineficaces de la empresa, buscando la manera de mejorar el servicio y/o producto, y mantener la calidad de la misma. Por lo que existen principios de gestión de calidad ISO 9001:

**Enfoque al cliente:** Brindar la mejor experiencia al cliente mediante el producto y/o servicio brindado (Da Silva, 2020).

**Liderazgo:** Individuo con la capacidad de enseñar, orientar, monitorear, establecer indicadores que ayuden a mejorar los procesos de la empresa (Da Silva, 2020).

**Compromiso y participación del personal:** Trabajo en equipo, dirección del personal, capacitación y compromiso al personal (Da Silva, 2020).

**Enfoque en los procesos:** Aplicación correcta de los principios de la gestión de calidad en cuanto a la estandarización de la entrada, salida del servicio o producto (Da Silva, 2020).

**Mejora continua:** Procesos estandarizados, indicadores objetivos, medir la satisfacción del cliente, buscando como objetivo minimizar las fallas, eficiencia y eficacia en los procesos, solución de problemas (Da Silva, 2020).

**Toma de decisiones basadas en evidencias:** Experiencia, conocimiento e intuición para analizar los problemas y toma de decisión de solución (Da Silva, 2020).

**Gestión de relaciones:** Proveedores, empleados, sindicatos, cliente, inversionista, agencias públicas (Da Silva, 2020).

## **Marco Conceptual**

- *Gestión de Calidad:* Es un conjunto de características, cualidades o estilo de gerencia de una empresa, cuya presencia abarca en todas las áreas de la organización, concretamente teniendo en cuenta el control y aseguramiento de

la calidad; de inspeccionar el producto o servicio (Sánchez, 2020).

- *Servicio al cliente*: Es arte y ciencia de atender al cliente, buscando satisfacer sus necesidades, mediante el valor agregado, beneficio, solvencia de dudas y/o quejas de tal manera que el cliente se sienta satisfecho durante y después de la prestación de servicio (Aguilar, 2019).
- *Mype*: “La unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios” (Congreso de la República del Perú, 2020).
- *Persona natural*: Se dice que les llama “personas naturales” cuando realizan negocios sin haber constituido una empresa, y “empresa individual de responsabilidad limitada” cuando ya es una empresa constituida (ProInversión, 2018).
- *Persona jurídica*: Están constituidas por una o más personas (natural – jurídico), cuentan con una empresa constituida, por lo que los involucrados bajo esta modalidad tienen la responsabilidad limitada, es decir que, pueden participar de manera libre con sus proveedores de bienes o servicios, mediante las adjudicaciones, concurso público (ProInversión, 2018).
- *Panadería*: Es el negocio especializado en la producción y venta de diferentes tipos de pan, así como también de todo tipo de productos hechos en base a la harina y a los bollos de masa, una panadería puede vender entonces, además de pan, facturas, galletas, entre otros (Ludeña, 2011).

### **III. HIPÓTESIS**

Según Fernández y Baptista (2014) mencionan que plantear una hipótesis indican de probar y definir los fenómenos investigados, por lo que tener en cuenta la hipótesis es una opción si se acepta o si se rechaza para el planteamiento. Ahora teniendo en cuenta las investigaciones descriptivas, no tiene como propósito; predecir señalar o realizar pronósticos de que se van a llegar a obtener resultados de cantidades (p. 136). Por lo que, la siguiente investigación: Propuesta de mejora de los factores relevantes del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021, no se planteó hipótesis, por ser un trabajo descriptivo – cuantitativo.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1 Diseño de la Investigación**

No experimental – Transversal – Descriptivo de propuesta.

Según Fernández y Baptista (2014) mencionan que los “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p. 152).

Fue no experimental, ya que el trabajo de investigación se realizó basado a la realidad, sin alterar ni modificar deliberadamente variables, se observó los factores relevantes del servicio al cliente para la gestión de calidad, es decir, se observó el fenómeno tal como se encontró en su naturaleza.

Según Fernández y Baptista (2014) mencionan que el estudio transversal recopila datos en un solo momento, tiempo único. Esto, para que las variables sean descritos y analizados en el momento dado (p.154).

Fue transversal ya que la recopilación de datos para el trabajo de estudio, factores relevantes del servicio del cliente para la gestión de calidad rubro en la micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021, se recogió datos en un solo momento, espacio determinado, para luego ser procesado y analizado.

Según Fernández y Baptista (2014) mencionan que el diseño descriptivo “indagan la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variables en una población, son estudios puramente descriptivos” (p. 155).

Fue descriptivo porque se relató las principales características de las dimensiones de los factores relevantes del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.

## **4.2 Población y Muestra.**

Según los autores Fernández y Baptista (2014) mencionan que la población o universo es “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174).

La población de estudio estuvo conformada por 27 representantes de la micro y pequeñas empresas del rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021 (Fuente: Oficina de Licencias de funcionamiento, Municipalidad Provincial de Huaraz, 2018).

Según los autores Fernández y Baptista (2014) menciona que la muestra son un “subgrupo de la población en que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos” (p.175).

El estudio de investigación tuvo una población muestral de 27 micro y pequeñas empresas del rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021, (Fuente: Oficina de Licencias de funcionamiento, Municipalidad Provincial de Huaraz, 2018).

### 4.3 Definición y Operacionalización de las Variables e Investigadores

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Denominación	Indicadores	Ítems	Fuente	Medición
Servicio al cliente	Es arte y ciencia de atender al cliente, buscando satisfacer sus necesidades, mediante el valor agregado, beneficio, solvencia de dudas y/o quejas de tal manera que el cliente se sienta satisfecho durante y después de la prestación de servicio (Aguilar, 2019).	Confiabilidad	Habilidad de desarrollar el servicio prometido de manera confiable y precisa.	Fiabilidad	Desarrolla el servicio de manera fiable.	Representante de la micro y pequeña empresa rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.	Nominal
				Precisión	El producto se entrega en el tiempo acordado.		
		Seguridad	Conocimiento, cortesía de los empleados y su habilidad para transmitir seguridad, confianza y credibilidad a los clientes.	Conocimiento	Conoce las funciones del servicio que ofrece al cliente.		
				Imagen	Cuenta con buena imagen personal		
		Tangible	Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales de comunicación.	Instalaciones físicas	Cuenta con instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio.		
				Equipamiento	Cuenta con equipos de elaboración del producto		
		Empatía	Proveer cuidado y atención personalizada que se brinda a los clientes.	Cautela	Elabora productos con el mayor cuidado.		
				Atención personalizada	Brinda un servicio personalizado al cliente		

		Responsabilidad	Voluntad de ayudar, resolver inquietudes del cliente y de proveer un servicio inmediato.	Voluntad	Dispone de horarios extras para atender las necesidades del cliente.		
				Atención	Atiende a las inquietudes del cliente.		

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Denominación	Indicadores	Ítems	Fuente	Medición
Gestión de calidad	“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 objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios” (Congreso de la República del Perú, 2020, pág. 4).	Planear	Proponer los objetivos que se quiere alcanzar, conociendo la situación actual de la empresa.	Analizar la situación actual	Realiza un diagnóstico de la situación de la organización.	Representante de la micro y pequeña empresa rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.	Nominal
		Hacer	Ejecutar el plan de acción con la finalidad de dar posibles soluciones.	Implementar soluciones	Plantea soluciones a los problemas encontrados		
		Verificar	Comprobar y controlar los efectos y resultados de la ejecución del plan de acción.	Medir resultados	Designa funciones a sus trabajadores para realizar cambios planeados.		
		Actuar	Comprobar que los planes de acción den resultados esperados.	Documentar las acciones	Registran las acciones de mejora.		

#### **4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

##### **Técnicas**

Para el presente trabajo de estudio se aplicó la encuesta como técnica, a la variable servicio al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021. (Fernández y Baptista, 2014).

##### **Instrumento**

Para el siguiente trabajo de estudio se utilizó el cuestionario, esto como instrumento conformado por un conjunto de preguntas asociadas a una o más variables en estudio (Fernández y Baptista, 2014). El cuestionario estuvo conformado por 22 preguntas relacionadas a las características de los representantes (04), micro y pequeñas empresas (04), y las variables: Servicio al cliente y gestión de calidad (14).

#### **4.5 Plan de Análisis**

Los datos obtenidos mediante la respectiva aplicación de las técnicas e instrumentos de recolección, previamente mencionados a los dueños/gerentes de las micro y pequeñas empresas fueron ingresados al programa especializado SPSS v.25 para el respectivo procesamiento, presentación en tablas, y gráficos de los resultados y posteriormente el análisis y discusión, así mismo se utilizó programas informáticos; Word, Excel, Power Point, Mendeley y Turnitin.

#### 4.6 Matriz de Consistencia

Título	Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología, Técnicas e instrumentos	Plan de análisis
Propuesta de mejora de los factores relevantes del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.	¿La propuesta de mejora de los factores relevantes del servicio al cliente para la gestión de calidad permite un excelente funcionamiento en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021?	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar si la propuesta de mejora de los factores relevantes del servicio al cliente para la gestión de calidad permite un excelente funcionamiento en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Promover la confiabilidad para el logro de la calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.</li> <li>Garantizar la seguridad para el logro de la calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.</li> <li>Modernizar los tangibles para el logro de la calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.</li> <li>Desarrollar la empatía para el logro de la calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz 2021.</li> <li>Fomentar la responsabilidad para el logro de la calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.</li> <li>Realizar el plan de mejora sobre el servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.</li> </ol>	Servicio al cliente para la gestión de calidad	<p><b>Población:</b> 27 micro y pequeñas empresas del rubro panadería.</p> <p><b>Muestra:</b> 27 micro y pequeñas empresas del rubro panadería.</p>	<p><b>Tipo:</b> Cuantitativo.</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental – transversal – descriptivo de propuesta.</p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta.</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario.</p>	Los datos recolectados al programa especializado, fueron ingresados al programa SPSS v.25 para el respectivo procesamiento, la presentación en tablas y gráficos de los resultados para posteriormente elaborar el análisis y discusión

## 4.7 Principios Éticos

El presente trabajo de investigación, Propuesta de mejora de los factores relevantes del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021. No tuvo ningún problema ni impacto negativo a la sociedad, sino fue de manera positiva, para ello se tuvo en cuenta el “Código de Ética para la investigación” aplicado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote; protección de la persona, libre participación y derecho a estar informado, beneficencia y no maleficencia, cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad, justicia e integridad científica (Uladech, 2021).

*Protección a la persona*, toda la información obtenida para realizar el trabajo de investigación fue recopilada bajo la voluntad de los participantes, por ello se hizo público solo la información requerida para validar la investigación, tales como dar a conocer la situación en la que se encontraban las empresas, por lo que se respetó de principio a fin los derechos fundamentales, dignidad humana, confidencialidad y la privacidad de los involucrados de la investigación (Uladech, 2021).

*Libre participación y derecho a estar informado*, las personas que participaron en este trabajo de investigación tuvieron conocimiento del propósito de este trabajo, por lo que su participación fue de manera voluntaria y sin restricción de la libertad de expresión y/o opinión, acudiendo a la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica (Uladech, 2021).

*Beneficencia y no maleficencia*, se mantuvo en todo momento el cuidado de la vida y el bienestar de los participantes mientras se realizaba la recopilación de datos para el concretar el trabajo de investigación, esto con fines académicos, por lo no se causó ningún daño ni pérdida (Uladech, 2021).

*Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad*, se hizo uso de materiales respetuosos con el medio ambiente, de tal manera que no hubo ningún impacto negativo al medio ambiente, asimismo, se respetó la biodiversidad en todo momento, sin afectar ni alterar el orden de la naturaleza.

*Justicia*, el trabajo de investigación se realizó respetando las normas y reglamentos de la universidad, sin realizar prácticas injustas, desleales o carencia de principios. Asimismo, todo el proceso de recopilación se realizó de manera equitativa con los participantes al brindar información sobre la Mype. (Uladech, 2021).

*Integridad científica*, se mantuvo la integridad científica, ya que se tuvo en consideración la referencia de los diferentes autores para las bases de esta investigación, evitando la mala conducta como la falsificación, invención o plagio al momento de realizar el trabajo de investigación (Uladech, 2021).

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

Tabla 1

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.*

Características generales de las micro y pequeñas empresas	N	%
<b>Edad</b>		
18 a 25 años	2	7.00
26 a 50 años	15	56.00
51 a más años	10	37.00
Total	27	100
<b>Género</b>		
Femenino	7	26.00
Masculino	20	74.00
Total	27	100
<b>Grado de instrucción</b>		
Secundaria	8	30.00
Superior no universitaria	16	59.00
Superior universitaria	3	11.00
Total	27	100
<b>Tiempo que desempeña en el cargo</b>		
0 a 3 años	8	30.00
4 a 6 años	14	52.00
7 a más años	5	18.00
Total	27	100

*Nota.* Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.

Tabla 2

*Características de las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.*

Características de las Micro y Pequeñas Empresas	N	%
<b>Tiempo de permanencia en el rubro</b>		
Menos de 1 año	0	0.00
De 1 a 3 años	9	33.30
De 4 a 6 años	14	51.90
De 7 años a más	4	14.80
Total	27	100
<b>Número de trabajadores</b>		
De 1 a 5 trabajadores	19	70.40
De 6 a 10 trabajadores	5	18.50
De 11 a más trabajadores	3	11.10
Total	27	100
<b>Objetivo de la empresa</b>		
Generar utilidad	20	74.10
Subsistencia	7	25.90
Total	27	100
<b>Nivel de ingreso anual</b>		
De s/. 0,00 hasta s/. 52,000.00	27	100
De s/. 52,000.00 hasta s/. 595.000,00	0	0.00
De s/. 595,000.00 a más	0	0.00
Total	27	100

*Nota.* Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.

Tabla 3

*Características de los factores relevantes del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.*

Características de los factores relevantes del servicio al cliente	N	%
<b>Desarrollo del servicio de manera fiable</b>		
Siempre	5	19.00
Algunas veces	21	78.00
Nunca	1	3.00
Total	27	100
<b>Entrega del producto en el tiempo acordado</b>		
Siempre	4	19.00
Algunas veces	21	78.00
Nunca	2	3.00
Total	27	100
<b>Conocimiento de las funciones del servicio al cliente</b>		
Siempre	5	19.00
Algunas veces	21	78.00
Nunca	1	3.00
Total	27	100
<b>Cuenta con imagen personal</b>		
Siempre	3	11.00
Algunas veces	23	86.00
Nunca	1	3.00
Total	27	100
<b>Instalaciones adecuadas para brindar servicio al cliente</b>		
Siempre	4	15.00
Algunas veces	23	85.00
Nunca	0	0.00
Total	27	100

*Continúa...*

Tabla 3

*Características de los factores relevantes del servicio al cliente en las micro y pequeñas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.*

Características de los factores relevantes del servicio al cliente	N	%
<b>Cuenta con equipos para elaboración del producto</b>		
Siempre	10	37.00
Algunas veces	17	63.00
Nunca	0	0.00
Total	27	100
<b>Elabora productos con el mayor cuidado</b>		
Siempre	7	26.00
Algunas veces	20	74.00
Nunca	0	0.00
Total	27	100
<b>Brinda un servicio personalizado al cliente</b>		
Siempre	5	19.00
Algunas veces	22	81.00
Nunca	0	0.00
Total	27	100
<b>Dispone de horarios extras para atender las necesidades del cliente</b>		
Siempre	8	30.00
Algunas veces	19	70.00
Nunca	0	0.00
Total	27	100
<b>Atiende las inquietudes del cliente</b>		
Siempre	6	22.00
Algunas veces	21	78.00
Nunca	0	0.00
Total	27	100

*Nota.* Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.

Tabla 4

*Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.*

Gestión de Calidad	N	%
<b>Analiza la situación actual de la organización</b>		
Siempre	9	33.30
Algunas veces	14	51.90
Nunca	4	14.80
Total	27	100
<b>Plantea soluciones a los problemas identificados</b>		
Siempre	5	18.50
Algunas veces	19	70.40
Nunca	3	11.10
Total	27	100
<b>Asigna funciones para realizar cambios planeados</b>		
Siempre	5	18.50
Algunas veces	19	70.40
Nunca	3	11.10
Total	27	100
<b>Registra acciones de mejora</b>		
Siempre	5	11.00
Algunas veces	21	86.00
Nunca	1	3.00
Total	27	100

*Nota.* Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.

Tabla 5

*Propuesta de mejora a las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.*

<b>Indicadores</b>	<b>Problemas encontrados</b>	<b>Causa</b>	<b>Consecuencias</b>	<b>Acción de mejora</b>	<b>Responsable</b>
Fiabilidad	El 78.00% tienen regular conocimiento del producto que ofrecen.	Falta de capacitación sobre el producto que se ofrece.	Si el vendedor no conoce las características del producto no aplica las técnicas de venta adecuadas, no podrá vender nada.	Contratar a un profesional o persona con los amplios conocimientos para brindar una capacitación acerca del producto.	Representante
Seguridad	El 86.00% tienen regular seguridad hacia la atención al cliente.	Personal no capacitado ni idóneo para el puesto de atención al cliente.	Si no se capacita a los trabajadores se corre varios riesgos y efectos negativos, tales como la pérdida de productividad, costos de rotación, la pérdida de clientes por los errores que puedan cometer.	Contratar al Personal con experiencia, conocimientos en atención al cliente.	Representante
Tangible	El 85.00% no tienen una instalación no muy bien adecuada.	Falta de iniciativa o presupuesto para iniciar una remodelación del negocio.	Los clientes son muy exigentes y sofisticado por ello exigen que el ambiente del local tenga todas las comodidades de lo contrario optaran por irse a la competencia y sin clientes el negocio en poco tiempo quebraría.	Realizar una remodelación del ambiente de trabajo para hacerla llamativa.	Representante
Responsabilidad	El 78.00% resuelven pocas las inquietudes de los clientes.	Falta de atención hacia el cliente, falta de comunicación.	Si no se tiene protocolos para la atención al cliente, no se está atento a sus dudas y requerimientos los clientes se irán a otro lugar donde si les den la atención que ellos solicitan.	Gestionar un cuaderno de reclamos o quejas.	Representante

*Nota.* Elaboración propia.

## 5.2 Análisis de resultados

**Tabla 1. Características de las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.**

El 56.00% de los representantes tienen una edad entre 26 a 50 años, estos datos contrastan con los resultados de Acosta (2017) quien menciona que el 75.00% tienen de 51 años a más, pero sí coinciden con Cornejo (2018) mencionando que el 45.45% tienen una edad de entre 31 a 50 años, también coinciden con los hallazgos de Liñan (2018) afirmando que el 42.12% tienen entre 40 a 50 años de edad, de igual manera coinciden con el estudio de Jamanca (2018) declarando que el 68.00% tienen de 31 a 40 años de edad. Se observa que en mayor porcentaje de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, son personas adultas, que con el tiempo aprendieron a sobrellevar un negocio en el mercado, sin importar la edad para desempeñarse de manera activa, aportando a la economía de la ciudad.

El 74.00% de los encuestados son del género masculino, estos resultados obtenidos coinciden con Acosta (2017) quien afirma que el 75.00% son del sexo masculino, así también con la investigación de Cornejo (2018) afirmando que el 72.73% son del género masculino, de igual manera con Liñan (2018) detallando que el 63.16% son del sexo masculino, así mismo con la investigación Jamanca (2018) explicando que el 60.00% son varones. Esto describe que los representantes son casi en totalidad del género masculino, dedicados a las actividades del rubro panadería, quienes se vieron interesados en la actividad de la panadería, se cree en sus inicios empezaron como productores, proveedores, o vendedores, por lo que emprendieron su propio negocio gracias a la experiencia, habilidades y conocimientos que adquirieron en sus inicios como trabajadores de otra empresa.

El 59.00% de los representantes encuestados afirman contar con un grado de estudio no universitaria, estos resultados contrastan con Acosta (2017) afirmando que el 87.50% que tienen cuentan con un grado de estudio nivel secundaria, así mismo con la investigación de Cornejo (2018) mencionando que el 72.73% cuentan con un grado de educación básica, pero que si coinciden con el estudio de Liñan (2018) detallando que el 63.13% tienen un grado de estudio superior técnico, de igual manera con la investigación de Jamanca (2018) explicando que el 56.00% recibieron un grado de estudio superior no universitario. Estos

resultados evidencian que la mayoría de los representantes obtuvieron un grado de instrucción superior no universitaria, dándole ventajas en el uso de las herramientas básicas para el emprendimiento de sus actividades económicas, tanto en la parte de ventas, compras y contabilidad.

El 52.00% de los encuestados refieren que llevan de 4 a 6 años en el cargo administrativo de la organización, estos resultados contrastan con Acosta (2017) mencionando que el 75.00% de los encuestados llevan de 6 años a más, así mismo con la investigación de Cornejo (2018) refiriendo que el 63.64% llevan en la administración de 7 años a más. Esto demuestra que la mayoría llevan más de 6 años en el cargo, tomando en cuenta que la mayoría de los representantes adquirieron estudios superiores no universitario, por lo que les ayudo a permanecer en el cargo, haciendo uso de herramientas básicas de la administración en la organización.

#### **Tabla 2 características de las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.**

El 51.90% de las micro y pequeñas alegan que llevan de 4 a 6 años en el rubro panadería, estos resultados contrastan con Acosta (2017) quien menciona que el 75.00% de las micro y pequeñas empresas llevan de 6 años a más, también contrastan con los resultados de Cornejo (2018) afirmando que el 47.45% llevan de 0 a 3 años, pero si coincide con el trabajo de Liñan (2018) alegando que el 52.63% llevan de 3 a 6 años en las micro y pequeñas empresas. Esto detalla que la mayoría de las organizaciones del rubro panadería llevan más de 5 años en el mercado, por el hecho de que han podido subsistir en el tiempo, mediante la perseverancia y esfuerzo que estas personas han brindado a sus negocios, cabe resaltar que, el tiempo que llevan en sus actividades, también se debe a que han podido brindar al cliente un producto casi indispensable a la población huaracina.

El 70.40% de los representantes alegan que tienen de 1 a 5 trabajadores, estos resultados coinciden con Acosta (2017) afirmando que el 75.00% tienen de 1 a 5 trabajadores, también coincide con el estudio de Cornejo (2018) mencionando que el 81.82% cuentan de 1 a 5 trabajadores. Esto explica que la mayoría de las micro y pequeñas empresas han mantenido el número de sus trabajadores, probablemente sea porque son colaboradores con grandes habilidades para desempeñarse en sus funciones, o porque las empresas no han crecido, por

lo que no se requiere de mayor número de colaboradores.

El 74.10% de los participantes encuestados afirmaron que tienen como finalidad generar utilidades por la creación de la empresa, estos resultados coinciden con Cornejo (2018) declarando que el 81.82% tiene como propósito generar ganancias, también coincide con los hallazgos de Liñan (2018) quien comenta que el 100% tiene como objetivo generar rentabilidad. Esto demuestra que uno de los objetivos de las empresas del rubro, buscar generar utilidades por el servicio que brindan, puesto que esto ayuda a que sigan en las actividades, mediante el pago de sus gastos de ventas, gastos administrativos, entre otros.

El 100% de los participantes encuestados mencionaron que tienen un nivel de ingreso anual de s/. 0,00 hasta s/. 52,000.00. Este resultado demuestra que la micro y pequeñas empresas han tenido un nivel de ingreso dentro los parámetros correspondientes a las unidades impositivas tributarias.

**Tabla 3. Características de los factores relevantes del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.**

El 78.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas desarrollan algunas veces el servicio de manera fiable, estos resultados coinciden con Cornejo (2018) indicando que el 81.82% usan la comunicación adecuada entre la empresa y el cliente, con la finalidad de que conozca del servicio adquirido mediante la variedad de productos con las que cuenta la Mypes, teniendo en cuenta la comunicación asertiva como estrategia para generar confianza, y el cliente se sienta conforme por el servicio recibido. Podemos ver que las micro y pequeñas empresas no se muestra muy fiables, es decir, por la falta de limpieza en el área de espera, promociones de algunos productos, hacen que tengan estas dificultades, aunque no sea en su mayoría.

El 78.00% de los representantes de la micro y pequeñas empresas rubro panadería realizan sólo algunas veces la entrega del servicio en el tiempo acordado, estos resultados coinciden con Salvador (2017) en su trabajo de investigación, mencionando que los colaboradores conocen sus funciones a realizar, teniendo en cuenta que el servicio se tiene que brindar en el momento en que el cliente haga su pedido u orden de algún producto del establecimiento, así mismo, coincide con Atencia (2018) indicando que analizan el proceso de atención al

cliente mediante un control de pedido – entrega, y posteriormente mejorar el tiempo de respuesta hacia el cliente. Esto evidencia que algunas empresas del rubro panadería si tienen en cuenta el tiempo de entrega del pedido, puesto que esto, ayuda a que los clientes se sientan satisfechos por el servicio brindado.

El 78.00% de los representantes de las micro y pequeñas rubro panadería no tienen mucho conocimiento de los productos que ofrecen, el 19.00% si conocen y el 3.00% no conoce. Esto demuestra que la mayoría de los representantes no conocen lo suficientemente acerca del servicio que ofrecen, esto, debido a que lo hacen de manera empírica, por lo que se necesitaría una información sobre como prestar un buen servicio.

El 86.00% de los encuestados manifestaron que solo algunas veces cuentan con una buena imagen personal, el 11.00% manifiesta que si cuentan con buena imagen y el 3.00% no muestran buena imagen personal. Esto indica que el personal de algunas panaderías si cuentan con buena imagen, con el propósito de mostrar al cliente una carta de presentación para comunicarse y transmitir confianza al cliente.

El 85.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro panadería casi no cuentan con instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio, y el 15.00% lo hacen siempre, realizan cambio en el establecimiento. Esto explica que las micro y pequeñas empresas no tienen en cuenta con mejorar las instalaciones de sus negocios, puesto que, esto generaría un costo adicional, por lo que plantean una propuesta de mejoramiento del ambiente donde se presta el servicio de panadería.

El 63.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro panadería de la ciudad de Huaraz casi no cuentan con un completo equipo de trabajo, sean equipos tecnológicos, como refrigerador, amasadora, batidora, mesa de trabajo, horno, etc., estos resultados coinciden con Atencia (2018) mencionando que solo a veces tienen la capacidad de elaborar el producto (panes) con frecuencia, debido a que carecen de ciertos equipos de elaboración cuentan con los equipos necesarios para realizar los productos que ofrecen a sus clientes, mencionando generar una mayor demanda por la variedad de sus productos a la población huaracina. Se necesita realizar una mejora en cuanto al equipamiento, materiales u otras herramientas para mejorar la producción o ventas de los productos que se ofrecen al cliente.

El 74.00% de los representantes de la micro y pequeñas empresas rubro panadería sólo algunas veces tiene el mayor cuidado para satisfacer a sus clientes, estos resultados coinciden con Acosta (2017) indicando que los clientes se sienten satisfechos por el servicio de brinda la empresa, teniendo en cuenta que le personal tiene conocimiento sobre sus funciones, y constantemente capacitado para brindar un excelente servicio. Por otro lado, Liñan (2018) menciona que el servicio que ofrece las micro y pequeñas satisfacen las necesidades del cliente, debido a que conocen a sus clientes y pueden responder a tiempo a sus necesidades. Esto muestra que algunas organizaciones tienen en cuenta el correcto proceso de elaboración o custodia de los productos para ser vendidos al cliente, mostrando limpieza, temperatura adecuada y conservación de su sabor.

El 81.00% de los encuestados manifestaron que solo algunas veces brindan un servicio personalizado al cliente, estos resultados coinciden con la información recabada por Cornejo (2018) quien menciona que las micro y pequeñas empresas del rubro panadería brindan una atención personalizada a sus clientes. Por otro lado, contrastan con Jamanca (2018) mencionando que las micro y pequeñas empresas casi nunca brindan un servicio personalizado, ni desarrollan estrategias para hacer que el servicio se adapte a las necesidades del mercado en cuando a las variedades que ofrece el rubro de panadería. Esto demuestra que las panaderías tienen en cuenta la atención personalizada, es decir que conocen cuales son las necesidades específicas de los clientes, haciéndoles sentir especiales al brindarles el servicio.

El 70.00% de los representantes de la micro y pequeñas empresas rubro panadería sólo algunas veces, los trabajadores de su empresa disponen de horarios para cubrir las necesidades del cliente, mientras un 30.00% siempre. Se puede observar que la mayoría de las panaderías no siempre pueden contar con horas extras para que puedan sus clientes puedan ser atendidos, esto a que cuentan con un horario de atención, en especial el horario de atención al cliente.

El 78.00% de los representantes de la micro y pequeñas empresas rubro panadería sólo algunas veces, creen que en su empresa se resuelven las inquietudes del cliente, mientras un 22.00% lo hace siempre. Esto demuestra que la mayoría de las micro y empresas del rubro panadería tienen en cuenta cuales son las inquietudes del cliente, tales como, información

del producto, horarios de atención, precios, descuentos a clientes concurrentes, promoción de los productos en temporadas.

**Tabla 4. Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.**

El 51.90% de los encuestados afirmaron que solo algunas veces analizan la situación actual de la organización, estos resultados coinciden con Acosta (2017) quien menciona que el 100% conocen la situación actual de la empresa y tienen objetivos definidos, así mismo coincide con Cornejo (2018) quien explica que el 100% conocen y saben cómo alcanzar los objetivos de la organización, de igual manera con Liñan (2018) afirmando que el 100% de los encuestados planifican las actividades para una buena gestión de calidad. Esto demuestra que analizan, realizan diagnósticos para conocer en qué situación se encuentra la empresa.

El 70.40% de los representantes solo algunas veces plantean soluciones a los problemas identificados, estos resultados coinciden con Liñan (2018) que manifiesta que el 100% planifica sus actividades para realizar, dar soluciones a problemas de la gestión de calidad. Esto indica que la mayoría de las organizaciones del rubro panadería que una cierta parte si plantean soluciones a ciertos problemas que identificaron, tales, como demora en la entrega del producto, falta de conocimiento de las funciones a realizar, problemas con el proveedor, falta de capacitación para mejorar la atención y entre otros.

El 40.40% de los participantes encuestados solo algunas veces asignan funciones, estos resultados contrastan con Cornejo (2018) quien menciona que el 54.55% de los encuestados tienen dificultades para la implementación, a causa del poco interés. Esto evidencia que no todas las micro y pequeñas empresas del rubro panadería no tienen en consideración la asignación de funciones, es decir, dar alguna responsabilidad a la persona indicada para ciertas funciones, teniendo en cuenta para mejorar los procesos de las actividades de la organización.

El 86.00% de los representantes afirman que solo algunas veces registran acciones de mejora, estos resultados contrastan con Acosta (2017) quien manifiesta que el 100% de los encuestados no elaboran documentos de gestión. Esto demuestra que pocas organizaciones realizan registro para futuras mejoras en las actividades diarias.

## VI. CONCLUSIONES

La mayoría respecto a los representantes tienen edades de entre 26 a 50 años, mostrando que son jóvenes interesados en el rubro panadería, son del género masculino, (teniendo en cuenta que no hay exclusión de género, ya que hay mujeres que también representan a este tipo de negocio), con un grado de estudio no universitaria que ayudaron a la mayoría de los representantes a crear el negocio, así mismo demostrando que llevan más de 5 años en el rubro, mediante la perseverancia, capacidad para responder a las necesidades de la empresa, aunque no en su totalidad, esto, por la falta de estrategias para una buena gestión de calidad de las organizaciones mencionadas.

En cuanto a las micro y pequeñas empresas, estas llevan más de 5 años en el mercado, teniendo en cuenta que la mayoría de estas empresas han podido mantenerse en pie, debido a su capacidad de respuesta ante la demanda de productos de panadería, para ello no necesitaron un incremento de número de personal, por lo que solo cuentan de 1 a 5 trabajadores para la atención al cliente, buscando satisfacer las necesidades de los clientes con el fin de generar ganancias y seguir manteniéndose en el mercado.

En la totalidad respecto a los factores relevantes del servicio al cliente para la gestión de calidad; **(Confiabilidad)** desarrollan de manera escasa una comunicación efectiva con el cliente al momento de prestar el servicio, el tiempo de respuesta a un pedido por parte del cliente, no se realiza al tiempo acordado, esto, debido a la falta capacitación del personal, aunque cuenten con los conocimientos y experiencia, no es suficiente para brindar un buen servicio; el personal brinda un trato amable a los clientes, haciendo que estas puedan preferir el servicio de la empresa. Cuentan con personal encargado a la atención al cliente, conocen algo sobre del producto que ofrecen, buscando que el cliente se sienta en confianza al adquirir el servicio, estas cumplan sus expectativas.

**(Seguridad)** En su mayoría de la micro y pequeñas empresas cuentan con un personal que presta un servicio de manera amable y atenta, buscando brindar un servicio de calidad, algunas micro y pequeñas empresas tienen dificultades con su personal de atención, al momento de brindar información sobre el producto que se ofrece, falta de capacitación e incentivo al personal, al mismo tiempo falta de planificación sobre cómo mejorar las actividades. **(Tangibilidad)** No cuentan con adecuadas instalaciones para prestar un

adecuado servicio a la clientela huaracina, por lo que se ve reflejado el poco interés por parte de la directiva de la Mypes, buscando mejorar el servicio tanto en la infraestructura, tales como la iluminación agradable, vitrinas donde se puedan exhibir de manera presentable y llamativa, así mismo, la falta de equipos de elaboración de la variedad de productos con la que contaría las micro y pequeñas empresas del rubro panadería. **(Empatía)** El personal tiene mucho cuidado al momento de entregar el pedido en las mejores condiciones, tal como como se especifica en las indicaciones de la orden, se brindan un servicio personalizado haciendo que se satisfaga las necesidades del cliente, para finalmente crear un vínculo entre la empresa y el cliente. **(Responsabilidad)** algunas micro y pequeñas empresas cuentan con la disposición de brindar un servicio fuera de los horarios establecidos, buscando conseguir la aceptación de los clientes, así mismo, algunos establecimientos brindan información acerca del producto que ofrecen, tal como, las características y beneficios del producto; brindar respuesta rápida para resolver las consultas y/o quejas de los clientes, recibir preguntas, quejas o sugerencias de los clientes para la mejora del servicio y atención.

Se elaboró la propuesta de mejora en base a los resultados obtenidos del estudio de investigación, con el objetivo de dar a conocer las estrategias a aplicar, y así mejorar el servicio al cliente.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **RECOMENDACIONES**

Para mejorar la atención al cliente, es importante que el representante de las micro y pequeñas empresas este capacitado, para ello, es recomendable inscribirse en cursos sobre gestión de calidad, logrando adquirir nuevos conocimientos y aplicarlos de manera eficiente, tal como la planificación, ejecución, verificación y control. Así mismo, como implementar un sistema de mejora continua. De tal manera que ayudará de manera significativa al desarrollo de las actividades.

Contar con un personal motivado, capacitado y comprometido con la empresa, para ello, es importante capacitar, motivar y concederles incentivos económicos o dándoles un reconocimiento por su desempeño, desarrollando una comunicación efectiva para evitar conflictos que perjudiquen las actividades de la empresa.

Realizar encuestas, entrevistas a los clientes para mejorar la atención, esta herramienta ayudará conocer al cliente de manera imprescindible para responder a sus necesidades. Saber escuchar, comprender y responder a sus necesidades. No solo se busca satisfacer las necesidades del cliente, sino también realizar un seguimiento, especialmente a aquellos clientes que dejaron de adquirir el servicio o presentaron quejas, para también conocer sus opiniones acerca del servicio para luego realizar cambios de mejoras.

Aplicar la propuesta de mejora elaborado en base a los resultados obtenidos del estudio de investigación, propuesta de mejora de los factores relevantes del servicio al cliente en las micros y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.

## **PLAN DE MEJORA**

### **1. DATOS GENERALES:**

Nombre o razón social: Rubro de panadería en la ciudad de Huaraz.

Giro de la empresa: Servicios

Dirección: Huaraz - Perú

Nombre del gerente o representante: Dueños de las panaderías

### **2. MISIÓN**

Brindar un servicio de calidad a los clientes, mediante la variedad de productos de panadería con la que cuenta la empresa, con el fin de alcanzar la aceptación y preferencia de los clientes en la ciudad de Huaraz.

### **3. VISIÓN**

Ser una empresa preferida en el servicio de panadería en la ciudad de Huaraz, ser reconocida y preferida, asimismo contribuyendo en el desarrollo y crecimiento de la sociedad huaracina.

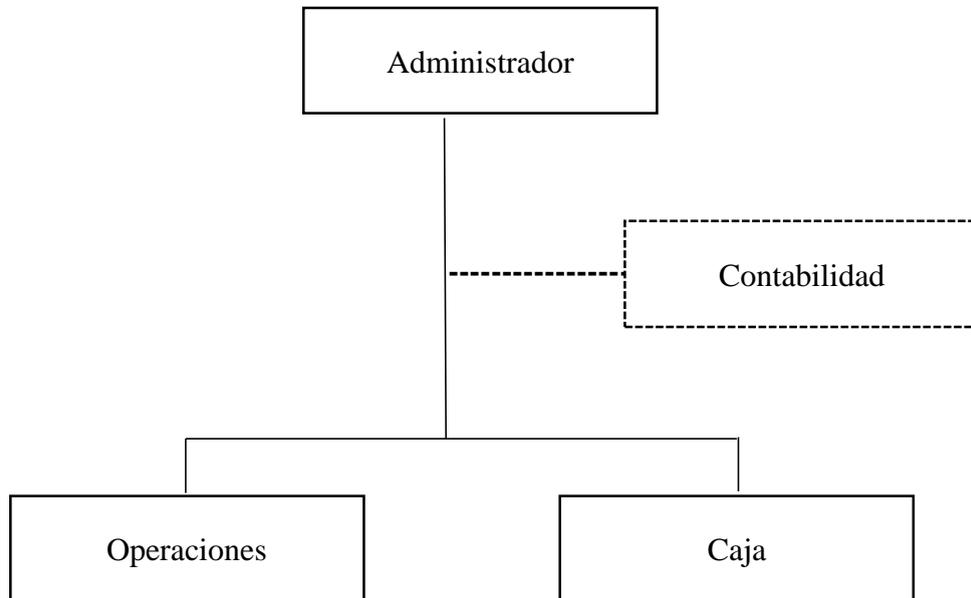
### **4. OBJETIVOS**

- Brindar un servicio de calidad a los clientes
  - Contar con un ambiente agradable, higiénico y llamativo
  - Contar con el personal capacitado e idóneo para el puesto de atención al cliente.

### **5. PRODUCTOS Y/O SERVICIOS**

Panadería es el negocio especializado en la producción y venta de diferentes tipos de pan, así como también de todo tipo de productos hechos en base a la harina y a los bollos de masa, una panadería puede vender entonces, además de pan, facturas, galletas y galletitas, masas finas, tortas, muffins, masa para pizzas, tartas y en algunos casos también comidas saladas.

## 6. ORGANIGRAMA



### 6.1 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Cargo	Administrador
Perfil	Estudios universitarios en administración Experiencia en administración del rubro de panadería, trabajo en equipo, responsabilidad y ética.
Funciones	Coordinar las actividades de sala, cocina y bar. Ofrecer, evaluar el servicio del restaurante, mejorar la satisfacción del cliente. Evaluar, capacitar al personal de atención, cocina y caja.

<b>Cargo</b>	<b>Contador</b>
<b>Perfil</b>	Estudios universitario o superior no universitario. Experiencia y conocimiento en labores contables.
<b>Funciones</b>	Elaborar informes financieros y tributarios. Analizar y evaluar presupuesto financiero Registrar ingresos y egresos.

<b>Cargo</b>	<b>Operaciones</b>
<b>Perfil</b>	Estudio nivel secundario o técnico Buena comunicación, paciencia y buen oyente.
<b>Atención</b>	Atender al cliente de manera eficiente, apoyar a resolver consultas y/o inquietudes.

<b>Cargo</b>	<b>Caja</b>
<b>Perfil</b>	Estudio nivel secundario o técnico. Conocimiento y experiencia en caja.
<b>Funciones</b>	Atención al público, cuadratura de caja, custodiar documentos de pago.

## 7. DIAGNOSTICO GENERAL

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Análisis FODA</b>	(F1) Equipos adecuados de trabajo para elaborar los productos. (F2) Elaboración del producto con el mayor cuidado.	(D1) Poco conocimiento del producto. (D2) Falta de seguridad al prestar el servicio. (D) instalaciones no tan adecuadas.

<b>Oportunidades</b>	<b>F - O</b>	<b>D - O</b>
(O1) Crecimiento en el mercado. (O2) Alta demanda de clientes.	Aprovechar los equipos adecuados para elaborar las variedades de panes con buen gusto. Captar a nuevos clientes con los productos elaborados con buen cuidado e higiene.	Realizar capacitaciones al personal encargado de la atención al cliente. Implementar un plan de acción para mejorar las instalaciones para atraer a más clientes.
<b>Amenazas</b>	<b>F - A</b>	<b>D - A</b>
(A1) La competencia del mismo rubro. (A2) Productos sustitutos	Hacer frente a la competencia con los productos bien elaborados Hacer un plan de nuevas recetas para elaborar nuevos productos para hacerlas más llamativas al cliente	Mejorar el desenvolvimiento del personal de atención al cliente a través de las capacitaciones Repotenciar mediante una reestructuración del ambiente para mejorar, ampliar la gama de productos a ofrecer.

## 8. INDICADORES DE UNA BUENA GESTIÓN

<b>Indicadores</b>	<b>Evaluación de los indicadores en la Mype</b>
Participación en el mercado	Los productos que ofrecen las empresas del rubro panadería tienen una alta demanda, ya que por tradición los productos son consumidos a diario por la población huaracina.
Satisfacción de los clientes en relación al servicio	Al existir una variedad de productos, éstos pueden cumplir con lo que el cliente desea, la preferencia y gusto por cada producto hace que las empresas puedan tener una gran demanda

	de estos productos.
Rentabilidad de la organización	La rentabilidad de la organización cubre todos los gastos para seguir operando en el mercado, ya que llevan más de 6 años en el rubro permitió obtener la capacidad y experiencia para controlar los gastos de la empresa.
Diferenciación en el mercado	Al ofrecer una variedad de productos de panes, la cuidadosa elaboración e higiene hace que las empresas puedan diferenciarse de los demás
Posicionamiento frente a la competencia	Las micro y pequeñas empresas del rubro panadería ofrecen una variedad de productos de panes, llevando más de 6 años en el mercado. Pudieron posicionarse en muchas personas como proveedores preferidos, debido a la buena atención y la calidad de sus productos.

## 9. PROBLEMAS

<b>Problema</b>	<b>Acción de mejora</b>	<b>Responsable</b>
Poco conocimiento del producto a ofrecer.	Contratar a un profesional o persona con los amplios conocimientos para brindar una capacitación acerca del producto.	Representante
Falta de seguridad hacia la atención al cliente.	Contratar al personal con experiencia, conocimientos en atención al cliente.	Representante
Instalaciones no adecuadas para brindar un buen servicio a los clientes.	Realizar una remodelación del ambiente de trabajo para hacerla llamativa.	Representante
No se resuelven las inquietudes de los clientes al recibir el servicio.	Gestionar un cuaderno de reclamos o quejas para que los clientes puedan dar a conocer sus inquietudes del servicio.	Representante

## 10. ESTABLECER SOLUCIONES

N°	Acción de mejora	Dificultades	Plazo	Impacto	Prioridad
1	Contratar a un profesional o persona con los amplios conocimientos para brindar una capacitación acerca del producto.	Poco interés o falta de presupuesto	5 días	Brindar información del producto	Conocer el producto que ofrece
2	Contratar al personal con experiencia, conocimientos en atención al cliente.	Temor de no encontrar al personal idóneo	7 días	Atención al cliente con calidad	Mejorar la atención hacia el cliente
3	Realizar una remodelación del ambiente de trabajo para hacerla llamativa.	Presupuesto o la falta de iniciativa	15 días	Buen ambiente	Crear un buen ambiente tanto para el personal y clientes
4	Gestionar un cuaderno de reclamos o quejas para que los clientes puedan dar a conocer sus inquietudes del servicio.	Falta de una buena gestión	3 días	Clientes satisfechos	Tener clientes satisfechos por el servicio brindado

## 11. RECURSOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

- g) Capital humano
- h) Económico
- i) Tecnológico
- j) Tiempo

N°	Estrategia	Capital humano	Económico	Tecnológico	Tiempo
	Realizar el			Computadora,	

1	itinerario de aprendizaje	Representante	s/. 1,200.00	internet	5 días
2	Evaluación de Curriculum Vitae para contratar al personal idóneo.	Representante	s/. 100.00	Computadora	7 días
3	Realizar un estudio técnico para la remodelación del negocio.	Representante	s/. 2,000.00	Computadora	15 días
4	Recolección de información	Representante	s/. 150.00	Computadora	3 días

## 12. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

N°	Tarea	Inicio	Fin	Enero	Febrero	Marzo
1	Realizar el itinerario de aprendizaje	01/01/23	06/01/23	■		
2	Análisis de Curriculum Vitae para contratar al personal idóneo.	07/01/23	14/01/23	■		
3	Realizar un estudio técnico para la remodelación del negocio.	16/01/23	02/02/23	■		
4	Recolección de información	03/02/23	06/02/23		■	

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta Piña , C. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de atención al cliente en las mypes del sector industrial elaboración de productos de panadería, distrito de Manantay, año 2017*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote , Pucallpa. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/6252/MICROEMPRESAS\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_ACOSTA\\_PINA\\_CESSIO\\_MANZZINI.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/6252/MICROEMPRESAS_GESTION_DE_CALIDAD_ACOSTA_PINA_CESSIO_MANZZINI.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Aguilar Morales , J. E. (2019). *El servicio al cliente*. Gestión del comportamiento organizacional consultoria . Recuperado el 07 de Julio de 2022, de [http://www.direcciondepersonal.com/servicio\\_al\\_cliente.pdf](http://www.direcciondepersonal.com/servicio_al_cliente.pdf)
- Cazar Auqui, J. (2014). *Investigación del sistema de gestión de calidad enfocado al cliente en las panificadoras de la ciudad de Riobamba y diseño de un sistema casopanadería La Vienesa*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo , Riobamba. Obtenido de <http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/8237/1/12T00988.pdf>
- Congreso de la República del Perú . (2020). *Ley que promueve la reactivación de las micro y pequeñas empresas - MYPE afectadas por la emergencia sanitaria del COVID-19*. Congreso de la República , Lima . Obtenido de [https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016\\_2021/Proyectos\\_de\\_Ley\\_y\\_de\\_Resoluciones\\_Legislativas/PL05734-20200709.pdf](https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/Proyectos_de_Ley_y_de_Resoluciones_Legislativas/PL05734-20200709.pdf)
- Cuatrecasas Arbós , L., & Gonzáles Babón , J. (2017). *Gestión integral de la calidad: Implantación, control y certificación*. (P. Editorial, Ed.)
- Da Silva , D. (19 de Diciembre de 2020). Cómo aplicar los principios de gestión de calidad ISO 9001. *Zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/principios-gestion-calidad-iso-9001/>
- Fernández Collado , C., & Baptista Lucio , P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª Edición ed.). México D.F. : Mc Graw Hill Education . Obtenido de <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Gonzáles , F. (22 de Abril de 2022). ¿Cuáles son los objetivos del servicio al cliente?

- Batiburrillo*. Obtenido de <https://www.batiburrillo.net/cuales-son-los-objetivos-del-servicio-al-cliente/>
- Grijalbo Fernández , L. (2017). *Determinación y comunicación del sistema de gestión ambiental*. (T. Formación, Ed.)
- Jamanca Asencios, S. (2018). *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*. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote , Huaraz. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/5254/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_MODELO\\_DE\\_EXCELENCIA\\_JAMANCA\\_ASENCIOS\\_SUSANA\\_MARITZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/5254/GESTION_DE_CALIDAD_MODELO_DE_EXCELENCIA_JAMANCA_ASENCIOS_SUSANA_MARITZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Liñan Lopez, F. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector rubro elaboración de producto de panadería del distrito de Chimbote, Provincia Del Santa, AÑO 2017. Caso panadería "D" JHONNY S"*. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote , Chimbote . Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/21199/CLIENTE\\_GESTION\\_LINAN\\_%20LOPEZ\\_FAVIOLA%20MILAGROS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/21199/CLIENTE_GESTION_LINAN_%20LOPEZ_FAVIOLA%20MILAGROS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ludeña Sánchez , A. (2011). *Fortalecimiento de capacidades laborales y emprendedoras para la población joven*. Lima . Obtenido de <https://www.itsup.edu.ec/library/fetch.php?data=23316&type=pdf&id=29820&db=0>
- Maarquez, L. (09 de octubre de 2015). *Clasificación de empresas por su giro*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/LeeslieMaarquez/clasificacin-de-empresas-por-su-giro>
- Montoya , C., & Boyero, M. (Enero de 2013). El CRM como herramienta para el servicio al cliente y organización. *Revista científica "Visión de futuro", Volumen 17*(número 1), Pp. 130-151. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357935480005>
- Ortiz , J. L. (14 de Marzo de 2022). Importancia del Servicio al cliente para tu negocio. *Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/importancia-servicio-cliente>
- Proinversión. (2018). *MYPE* pequeña empresa crece Guía para el desarrollo de las micro y pequeña empresa. *Agencia de la inversión privada* . Obtenido de <https://www.gob.pe/proinversion>
- Romero Zuñiga, P., Gaytán Cortés, J., & Vargas Barraza, J. (2018). *SERVICIO AL CLIENTE E INTEGRACIÓN DEL MARKETING MIX DE SERVICIOS*. Universidad de

- Guadalajara, México. Obtenido de [https://www.cucea.udg.mx/sites/default/files/documentos/adjuntos\\_pagina/servicio\\_al\\_cliente\\_e\\_integracion\\_del\\_marketing\\_mix\\_de\\_servicios.pdf](https://www.cucea.udg.mx/sites/default/files/documentos/adjuntos_pagina/servicio_al_cliente_e_integracion_del_marketing_mix_de_servicios.pdf)
- Salcedo Tole, Y. (2017). *Ventajas de la elaboración de un sistema de gestión para la calidad en la pandería del COMEB "La Picota" Bogotá*. Universidad Militar Nueva Granada , Bogotá. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16383/SalcedoToleYessicaRocio2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Salvador Tantalean, E. (2017). *Propuesta de mejora de la calidad del servicio al cliente en una empresa de pastelería & catering Lima, Perú-2017*. Universidad Norbert Wiener , Lima . Obtenido de <https://repositorio.uwiener.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/755/T%c3%8dTULO%20-%20Salvador%20Tantalean%20Evelyn%20Janet.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez López , F. (2019). *Calidad Total*. Editorial Elearning, S.L. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=BkDIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiT%02IvsmcbsAhWK2FkKHUevCHKQ6AEwA3oECAQQA#v=onepage&q&f=false>
- Scarilli, J. M. (13 de Noviembre de 2020). La importancia de un excelente servicio al cliente y las encuestas de satisfacción. *Marketingdirecto*. Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/la-importancia-de-un-excelente-servicio-al-cliente-y-las-encuestas-de-satisfaccion-juan-manuel-scarilli>
- Tovar Castillo, C. (2019). *Plan de capacitación a trabajadores en la atención y servicio al cliente de la panadería y pastelería la nueva exquisita*. Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología , Guayaquil . Obtenido de <https://docplayer.es/amp/203926233-Instituto-superior-tecnologico-bolivariano-de-tecnologia.html>
- Universidad Católica Los Ángeles Chimbote . (13 de Enero de 2021). *Código de ética para la investigación* . Obtenido de <https://web2020.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2020/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v004.pdf>

## ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades.

Cronograma de actividades																	
N°	Actividades	Año 2020				Año 2021								Año 2022			
		Tesis I				Tesis II				Tesis III				Tesis IV			
		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											
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	X					
13	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación											X					
14	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación												X				
15	Presentación de ponencia en jornadas de investigación													X	X	X	
16	Redacción de artículo científico																X

Fuente. Elaboración propia.

Anexo 2: Presupuesto.

<b>Presupuesto Desembolsable (Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o Número</b>	<b>Total (s/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
Impresiones	0.10	100	10.00
Empastado	7.00	1	7.00
Papel bond A-4 (500 hojas)	0.50	100	10.00
Lapiceros	1.00	2	2.00
<b>Servicios</b>			
Uso de Turniting	50.00	2	100.00
Sub total			129.00
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar información	5.00	3	15.00
Sub total			15.00
<b>Total, de presupuesto desembolsable</b>			<b>44.00</b>
<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 I investigación del ERP university- MOIC)	40.00	4	160.00
Publicación de artículo en repositorio I institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
<b>Recurso humano</b>			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
<b>Total, de presupuesto no desembolsable</b>			<b>652.00</b>
Total (s/.)			725.00

Fuente. Elaboración propia.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula **PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO PANADERÍA EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021**; la cual es dirigido por Quispe Herrera, Diana Olga, estudiante investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los representantes para mejorar la calidad del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro panadería, y de esta manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. Para ello, se le invita a participar en la siguiente encuesta que tomará 10 minutos.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [1211152024@uladech.pe](mailto:1211152024@uladech.pe) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: \_\_\_\_\_.

Fecha: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: \_\_\_\_\_

Firma del investigador: \_\_\_\_\_

Anexo 4: Cuadro de sondeo.



**MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUARAZ**  
**GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO Y SOCIAL**  
**SUB GERENCIA DE PROMOCION EMPRESARIAL**  
**"TRAMIFACIL"**  
**LICENCIAS EMITIDAS DE PANADERIAS**

Nº	NOMBRE Y APELLIDOS/ RAZON SOCIAL	NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL	ACTIVIDAD	DIRECCION
1	ALBORNOZ ARNAO DULA ROSSMERI		PANADERIA	PASAJE SEÑOR DE BURGOS N° 229
2	GRUPO JIMENEZ ANCASH S.A.C		ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA, LACTEOS	PROLG. SIMON BOLIVAR S/N - VILLON BAJO
3	ROMERO ALBA JUANA JULIA		PANADERIA, PASTELERIA - CAFETIN	JR. JULIAN DE MORALES N° 605 - ZONA COMERCIAL
4	ROSS GALY E.I.R.L.	CAMONES MEJIA ROSSANA MAGALY	RESTAURANTE - PANADERIA Y PASTELERIA	JR. JOSE DE SAN MARTIN N° 1010 - HUARUPAMPA
5	INVERSIONES BUSINESS WORLD S.A.C.	ROMERO SHISCO WENDY KATHERINE	VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERIA	JR. JUAN DE LA CRUZ ROMERO ARNAO N° 508 - HUARUPAMPA
6	SALAZAR EGUSQUIZA RICARDO ADRIAN		PANADERIA - PASTELERIA - CAFÉ - RESTAURANTE	AV. LUZURIAGA N° 944 - ZONA COMERCIAL
7	CACHA VALENTIN GAVINO MARCELINO		CAFETERIA PANADERIA	JRJOSEDE SAN MARTIN N° 419 ZONA COMERCIAL
8	SALAZAR EGUSQUIZA RICARDO ADRIAN		CAFETERIA PANADERIA	AVENIDA PEDRO PABLO ATUSPARIA N° 475
9	PEREZ LLALLIHUAMAN CHARLES MICHAEL		PANADERIA	PROLONGACION TORIBIO DE LUZURIAGA N° 1057

10	QUESADA LEON MARCELINO CASIANO		PANADERIA	AV ANTONIO RAYMONDI N°210
11	OROPEZA ROMERO YHON CARLOS		PANADERIA	JR ESTEBAN CASTROMONTE N° 173
12	ROMERO CORREA ALFONSO ZENOBIO		VENTA DE SUMINISTROS DE PANADERIA /VTA DE PARTES PIEZAS DE MAQUINAS DE PANADERIA Y HELADERIA	AV ANTONIO RAYMONDI N° 731-A
13	OSWALDO MAUTINO, ZAMBRANO.		ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA.	JR. JOSE OLAYA N° 168 - BARRIO JOSE OLAYA.
14	MAUTINO ZAMBRANO, OSWALDO.		PANADERIA, BAGUETERIA, PASTELERIA.	
15	MALLQUI HUAMAN, DECIDERIO GENARO.		PANADERIA, CAFETERIA.	AV. 27 DE NOVIEMBRE N° 537- HUARUPAMPA.
16	JAVIER ROMERO, YUDY GLADYS.		VENTA DE PRODUCTOS DE PANADERIA.	AV. PROLONGACION LUZURIAGA N° 941- VILLON ALTO.
17	GARCIA LEON EDIXON WILLIAM		ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA,PASTELERIA	JR. 28 DE JULIO N°759 ZONA COMERCIAL
18	TOLEDO VARGAS DOMITILA CARMEN		PANADERIA Y PASTELERIAS	JR. CABANA N° 110 - PEDREGAL BAJO
19	GRUPO INDUSTRIAL SALINAS E.I.R.L.	LUGO VALDIVIANO JUDITH NORCA	ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA, BAGUETERIA, PASTELERIA Y SIMILARES, VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	PROLONG. SIMON BOLIVAR N° 241-VILLON ALTO
20	MULTISERVICIOS V&S SRL	SALVADOR MACEDO VIOLETA EUGENIA	PANADERIA Y PASTELERIAS/VENTA DE TORTAS, PASTELES	AVENIDA FITZCARRALD N° 344 CONO ALUVIONICO OESTE
21	GRUPO INDUSTRIAL SALINAS E.I.R.L.	LUGO VALDIVIANO JUDITH NORCA	ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA, BAGUETERIA, PASTELERIA Y SIMILARES/ELABORACION DE OTROS PRODUCTOS ALINTICIOS N.C.P./ VENTA AL	PROLONGACION SIMON BOLIVAR N°241 VILLON ALTO

			POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	
22	PAFIRO F & R S.A.C.	FIGUEROA ROBLES LEONARDO RAFAEL	ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA, BAGUETERIA, PASTELERIA Y SIMILARES	AV. AGUSTIN GAMARRA 1° PISO N° 747-ZONA COMERCIAL
23	TOLEDO VARGAS DOMITILA CARMEN		PANADERIA Y PASTELERIAS	JIRON CABANA N°110 PEDREGAL BAJO
24	PAUCAR AQUINO CRISTIAN VALERIO		PANADERIA Y PASTELERIAS	AVENIDA FITZCARRALD N° 312 CONO ALUVIONICO
25	ERMITAÑO PINEDO YONI OSBALDO		PANADERIA Y PASTELERIAS	AVENIDA FRANCISCO BOLOGNESI S/N MZ-1, LT-01 ROSAS PAMPA
26	CORPORACION OH! DELIS S.A.C	LUGO VALDIVIANO ROSY MARIA	ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA, BAGUETERIA, PASTELERIA Y SIMILARES	PROLONGACION SIMON BOLIVAR N° 1856-HUARAZ
27		INVERSIONES BRISELLI S.A.C.	PANADERIA Y PASTELERIA	AV. RAYMONDI Y JUAN DE LA CXRUZ N° 510-ZONA COMERCIAL

*Fuente.* Municipalidad Provincial de Huaraz, 2021.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES E INGENIERIA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

### CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas del rubro panadería para desarrollar el trabajo de investigación titulado: PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO PANADERÍA EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021. Para obtener el grado de Bachiller en Administración, la información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos

#### **INSTRUCCIONES:**

Se presenta un conjunto de 22 ítems, los cuales miden las dimensiones del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz. Por favor marque con un aspa (X) la alternativa que considere más acertada. Se agradece de antemano el tiempo e información brindados.

<b>DATOS GENERALES DE LOS REPRESENTANTES EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS</b>	
<b>01. Rango de edad</b> a) 18 a 25 años b) 26 a 50 años c) 51 a más años	<b>04. Tiempo en el cargo</b> a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años
<b>02. Género</b> a) Femenino b) Masculino	
<b>03. Grado de instrucción</b> a) Secundaria b) Superior no universitario c) Superior universitario	

**DATOS DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS**

<p><b>5. Tiempo de permanencia en el rubro</b></p> <p>a) Menos de 1 año</p> <p>b) De 1 a 3 años</p> <p>c) De 4 a 6 años</p> <p>d) De 7 años a más</p> <p><b>6. Número de trabajadores</b></p> <p>a) De 1 a 5 trabajadores</p> <p>b) De 6 a 10 trabajadores</p> <p>c) De 11 a más trabajadores</p>	<p><b>7. Objetivo de la empresa</b></p> <p>a) Generar utilidad</p> <p>b) Subsistencia</p> <p><b>8. Nivel de ingreso anual</b></p> <p>a) De s/. 0,00 hasta s/. 52,000.00</p> <p>b) De s/ 52,000.00 hasta s/. 595,000.00</p> <p>c) De 595,000.00 a más</p>
---	--

SERVICIO AL CLIENTE				
N°	ITEMS	ESCALA		
CONFIABILIDAD		Siempre	Algunas veces	Nunca
9	¿Desarrolla el servicio de manera fiable?			
10	¿El producto se entrega en el tiempo acordado?			
SEGURIDAD				
11	¿Conoce las funciones del servicio que ofrece al cliente?			
12	¿Cuenta con buena imagen personal?			
TANGIBILIDAD				
13	¿Cuenta con instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio?			
14	¿Cuenta con equipos de elaboración del producto?			
EMPATÍA				
15	¿Elabora productos con el mayor cuidado?			
16	¿Brinda un servicio personalizado al cliente?			
RESPONSABILIDAD				
17	¿Dispone de horarios extras para atender las necesidades del cliente?			
18	¿Atiende las inquietudes del cliente?			
GESTIÓN DE CALIDAD				

No	ÍTEMS	ESCALA		
<b>PLANIFICAR</b>		Siempre	Algunas veces	Nunca
<b>19</b>	¿Realiza un diagnóstico de la situación actual de la organización?			
<b>HACER</b>				
<b>20</b>	¿Plantea soluciones a los problemas encontrados?			
<b>VERIFICAR</b>				
<b>21</b>	¿Designa funciones a sus trabajadores para realizar cambios planeados?			
<b>ACTUAR</b>				
<b>22</b>	¿Registran las acciones de mejora?			

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

**1. Datos generales:**

- 1.1. Apellidos y Nombres del informante (Experto): Gonzales Lucero Juan Roosevelt
- 1.2. Grado de instrucción académico: Magíster
- 1.3. Profesión: Administrador
- 1.4. Institución donde labora: Universidad privada San Pedro
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente
- 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario
- 1.7. Autor del instrumento: Quispe Herrera Diana Olga
- 1.8. Carrera: Administración

**2. Validación:**

Ítems correspondientes al instrumento cuestionario

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Dimensión 1: Confiabilidad</b>							
09	✓		✓		✓		
10	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 2: Seguridad</b>							
11	✓		✓		✓		
12	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 3: Tangibilidad</b>							
13	✓		✓		✓		
14	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 4: Empatía</b>							
15	✓		✓		✓		
16	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 5: Responsabilidad</b>							
17	✓		✓		✓		
18	✓		✓		✓		

  
 Mag. Juan Roosevelt Gonzales Lucero  
 CLAVE: 1182K-31274  
 DNI: 3166796

Nota: se adjunta: Matriz de operación de las variables, matriz de consistencia y cuestionario.

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### 1. Datos generales:

- 1.1. Apellidos y Nombres del informante (Experto): Osorio Espinoza Yuri Roger
- 1.2. Grado de instrucción académico: Magíster
- 1.3. Profesión: Administrador
- 1.4. Institución donde labora: UGEL Recuay
- 1.5. Cargo que desempeña: funcionario Público
- 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario
- 1.7. Autor del instrumento: Quispe Herrera Diana Olga
- 1.8. Carrera: Administración

### 2. Validación:

Ítems correspondientes al instrumento cuestionario

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable	El ítem contribuye a medir el indicador planteado	El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas				
	Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Dimensión 1: Confiabilidad</b>							
09	✓		✓		✓		
10	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 2: Seguridad</b>							
11	✓		✓		✓		
12	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 3: Tangibilidad</b>							
13	✓		✓		✓		
14	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 4: Empatía</b>							
15	✓		✓		✓		
16	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 5: Responsabilidad</b>							
17	✓		✓		✓		
18	✓		✓		✓		

  
 Firmado por:

Nota: se adjunta: Matriz de operación de las variables, matriz de consistencia y cuestionario.

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

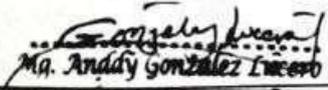
### 1. Datos generales:

- 1.1. Apellidos y Nombres del informante (Experto): Gonzales Lucero Anddy David
- 1.2. Grado de instrucción académico: Magíster
- 1.3. Profesión: Administrador
- 1.4. Institución donde labora: Universidad privada San Pedro
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente
- 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario
- 1.7. Autor del instrumento: Quispe Herrera Diana Olga
- 1.8. Carrera: Administración

### 2. Validación:

Ítems correspondientes al instrumento cuestionario

Nº de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Dimensión 1: Confiabilidad</b>							
09	✓		✓		✓		
10	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 2: Seguridad</b>							
11	✓		✓		✓		
12	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 3: Tangibilidad</b>							
13	✓		✓		✓		
14	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 4: Empatía</b>							
15	✓		✓		✓		
16	✓		✓		✓		
<b>Dimensión 5: Responsabilidad</b>							
17	✓		✓		✓		
18	✓		✓		✓		

  
 Ma. Anddy Gonzalez Lucero  
 C.I. N° 104628  
 Firma

Nota: se adjunta: Matriz de operación de las variables, matriz de consistencia y cuestionario.

Anexo 7: Hoja de tabulación

*Características de los representantes en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.*

<b>Pregunta</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Edad	18 a 25 años	II	2	7.00
	26 a 50 años	IIII-IIII-IIII	15	56.00
	51 a más años	IIII-IIII	10	37.00
	Total	IIII-IIII- IIII- IIII- IIII- II	27	100
Género	Femenino	IIII-II	7	26.00
	Masculino	IIII-IIII-IIII- IIII	20	74.00
	Total	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- II	27	100
Grado de instrucción	Secundaria	IIII-III	8	30.00
	Superior no universitario	IIII-IIII-IIII-I	16	59.00
	Superior universitario	III	3	11.00
	Total	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- II	27	100
Tiempo de permanencia en el cargo	1 a 3 años	IIII-III	8	30.00
	4 a 6 años	IIII-IIII-IIII	14	52.00
	7 años a más	IIII	5	18.00
	Total	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- II	27	100

*Características de las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.*

<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Tiempo de permanencia en el rubro	Menos de 1 año		0	0
	De 1 a 3 años	IIII- IIII	9	33.30
	De 4 a 6 años	IIII- IIII- IIII	14	51.90
	De 7 a años a más	III	4	14.80
	Total	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- II	27	100

Número de trabajadores	De 1 a 5 trabajadores	IIII- IIII- IIII- III	19	70.40
	De 6 a 10 trabajadores	IIII	5	18.50
	De 11 a más trabajadores	III	3	11.10
	Total	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- II	27	100
Objetivo de la empresa	Generar utilidad	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII	20	74.10
	Subsistencia	IIII- II	7	25.90
	Total	IIII- IIII- IIII- IIII- II	27	100
Nivel de ingreso	De s/. 0,00 hasta s/. 52,000.00	IIII- IIII- IIII- IIII- II	27	100
	Total	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- II	27	100

*Características de los factores relevantes del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.*

<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Desarrolla el servicio de manera fiable	Siempre	IIII	5	19.00
	Algunas veces	IIII- IIII- IIII- IIII- I	21	78.00
	Nunca	I	1	3.00
	Total	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- II	27	100
Entrega del producto en el tiempo acordado	Siempre	III	4	19.00
	Algunas veces	IIII- IIII- IIII- IIII- I	21	78.00
	Nunca	II	2	3.00
	Total	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- II	27	100

Conocimiento de las funciones del servicio	Siempre	IIII	5	19.00
	Algunas veces	IIII-IIII-IIII-IIII-I	21	78.00
	Nunca	I	1	3.00
	Total	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-II	27	100
Cuenta con imagen personal	Siempre	III	3	11.00
	Algunas veces	IIII-IIII-IIII-IIII-III	23	86.00
	Nunca	I	1	3.00
	Total	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-II	27	100
Instalaciones adecuadas para brindar servicio al cliente	Siempre	III	4	15.00
	Algunas veces	IIII-IIII-IIII-IIII-III	23	85.00
	Nunca		0	0.00
	Total	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-II	27	100
Cuenta con equipos para elaboración del producto	Siempre	IIII-IIII	10	37.00
	Algunas veces	IIII-IIII-IIII-IIII-II	17	63.00
	Nunca		0	0.00
	Total	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-II	27	100
Elabora productos con el mayor cuidado	Siempre	IIII-II	7	26.00
	Algunas veces	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII	20	74.00
	Nunca		0	0.00
	Total	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-IIII	27	100

		II		
Brinda un servicio personalizado al cliente	Siempre	IIII	5	19.00
	Algunas veces	IIII-IIII-IIII-IIII-II	22	81.00
	Nunca		0	0.00
	Total	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-II	27	100
Dispone de horarios extras para atender las necesidades del cliente	Siempre	IIII-III	8	30.00
	Algunas veces	IIII-IIII-IIII-IIII-III	19	70.00
	Nunca		0	0.00
	Total	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-II	27	100
Atiende las inquietudes del cliente	Siempre	IIII-I	6	22.00
	Algunas veces	IIII-IIII-IIII-IIII-I	21	78.00
	Nunca		0	0.00
	Total	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-II	27	100
Analiza la situación actual de la empresa	Siempre	IIII-III	9	33.30
	Algunas veces	IIII-IIII-III	14	51.90
	Nunca	III	4	14.80
	Total	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-II	27	100
Plantea soluciones a los problemas identificados	Siempre	IIII	5	18.50
	Algunas veces	IIII-IIII-IIII-IIII-III	19	70.40
	Nunca	III	3	11.10
	Total	IIII-IIII-IIII-IIII-IIII-II	27	100
Asigna funciones para	Siempre	IIII	5	18.50
	Algunas veces	IIII-IIII-IIII-	19	70.40

realizar cambios planeados		III		
	Nunca	III	3	11.10
	Total	IIII-IIII-IIII- IIII-IIII-II	27	100
Registra acciones de mejora	Siempre	IIII	5	11.00
	Algunas veces	IIII-IIII-IIII- IIII-I	21	86.00
	Nunca	I	1	3.00
	Total	IIII- IIII- IIII- IIII- IIII- II	27	100

Anexo 8: Figuras

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.

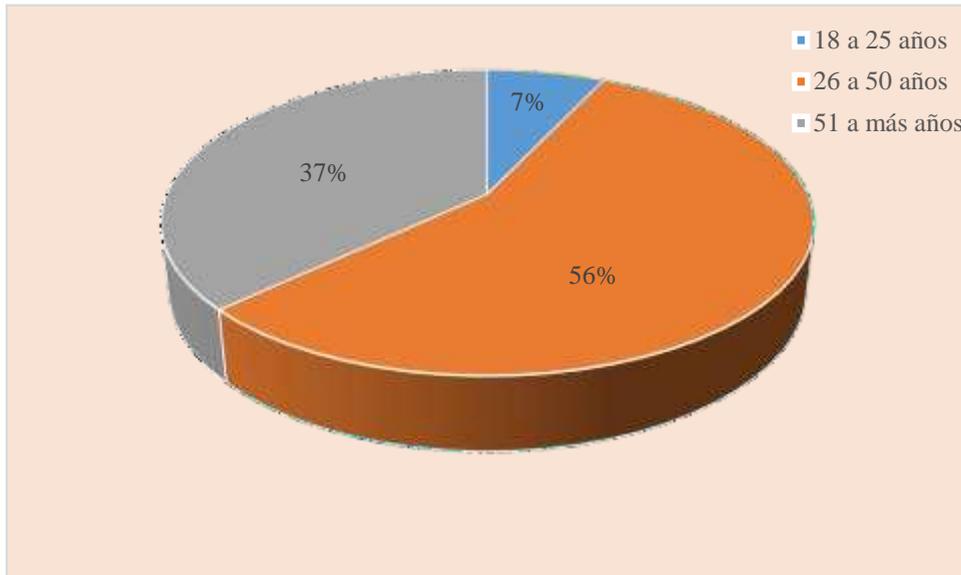


Figura 1. Edad de los representantes.

Fuente. Tabla 1

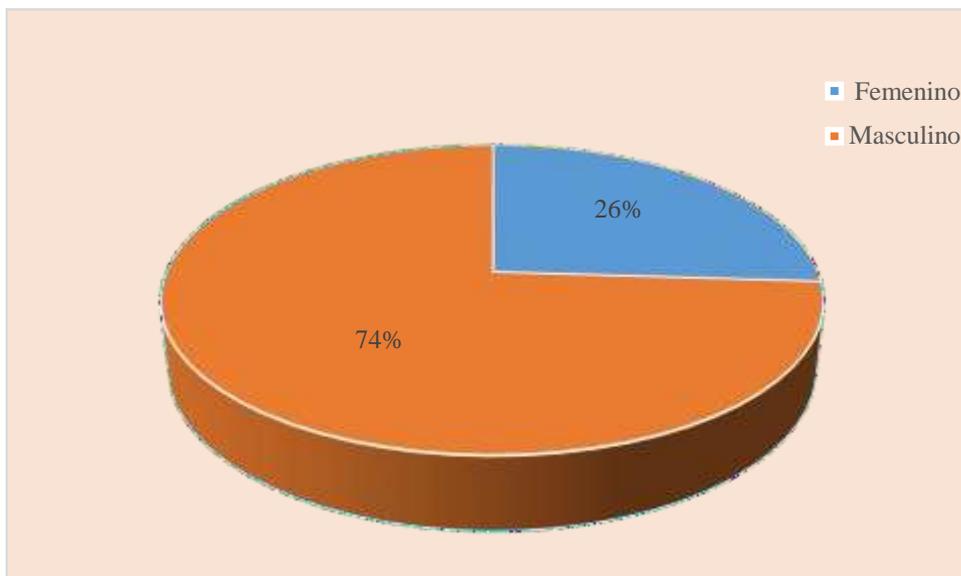


Figura 2. Género de los representantes.

Fuente. Tabla 1

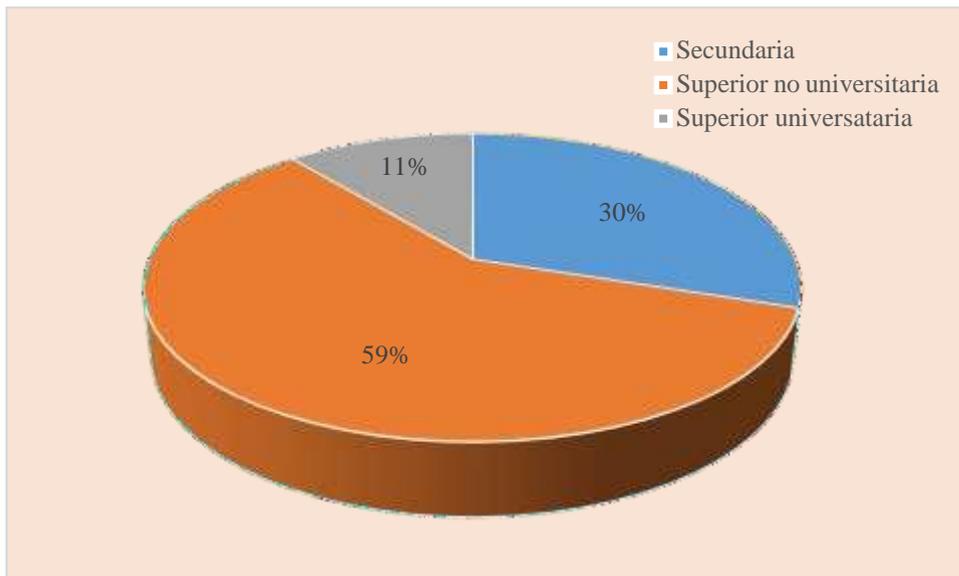


Figura 3. Grado de instrucción.

Fuente. Tabla 1

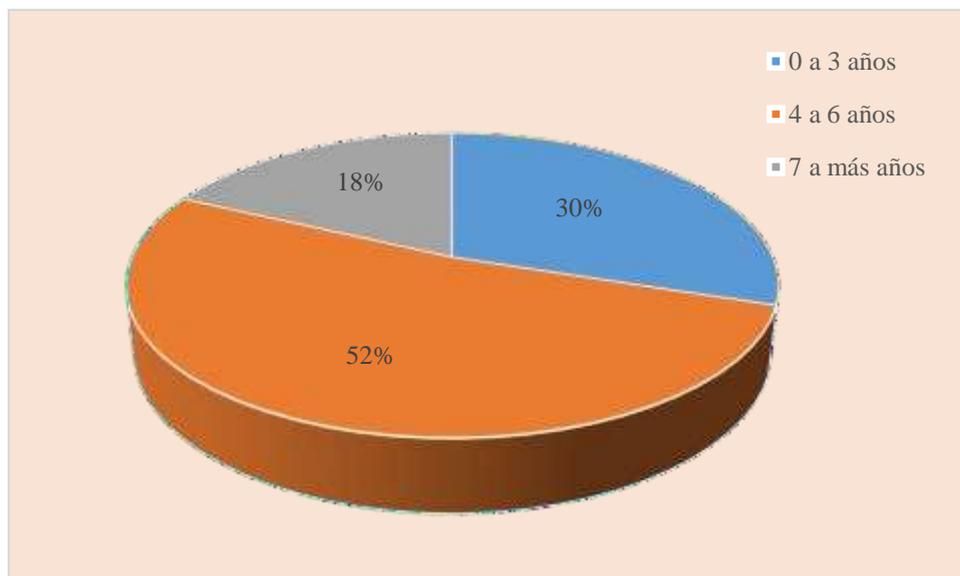


Figura 4. Tiempo en el cargo.

Fuente. Tabla 1

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.

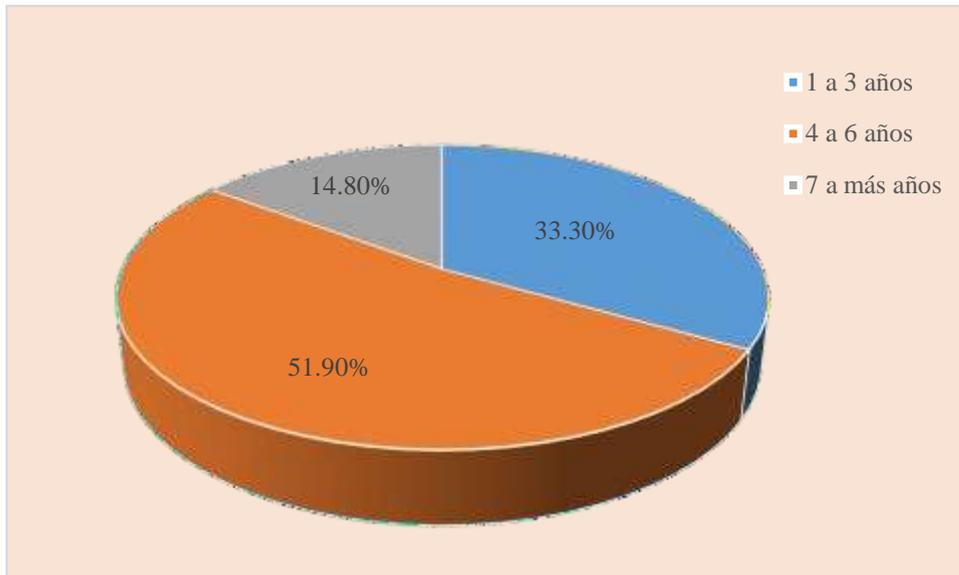


Figura 5. Tiempo en el rubro.

Fuente. Tabla 2

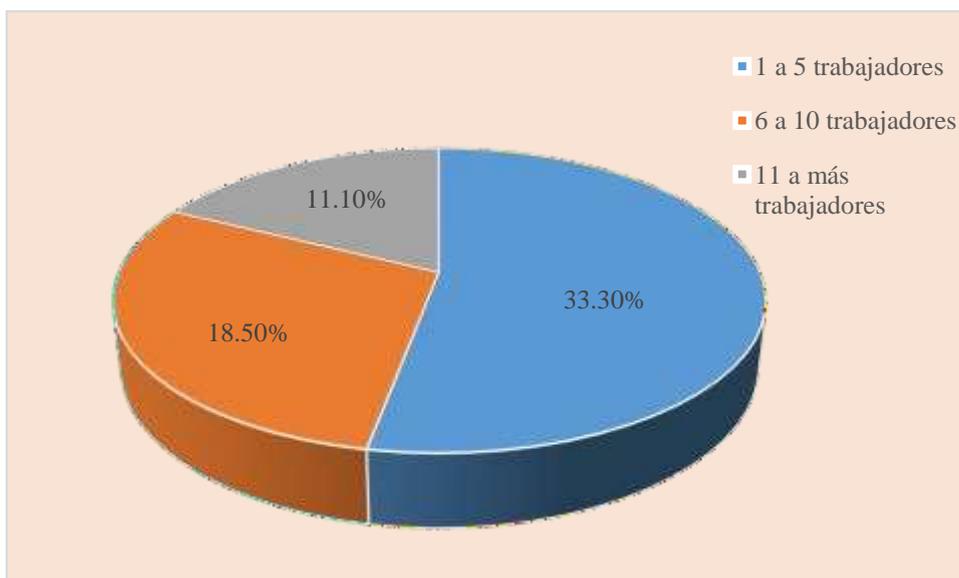


Figura 6. Número de trabajadores.

Fuente. Tabla 2

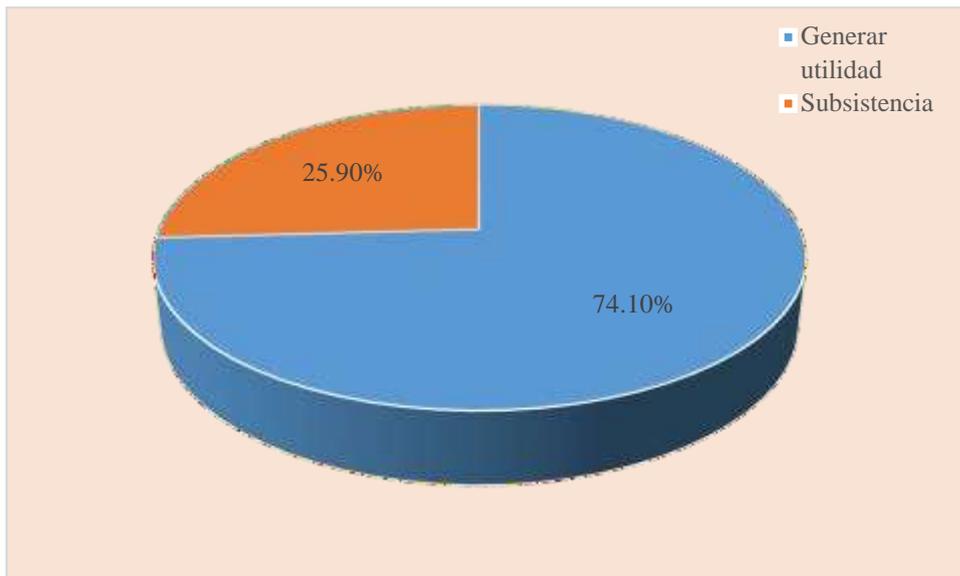


Figura 7. Objetivo de la empresa.

Fuente. Tabla 2

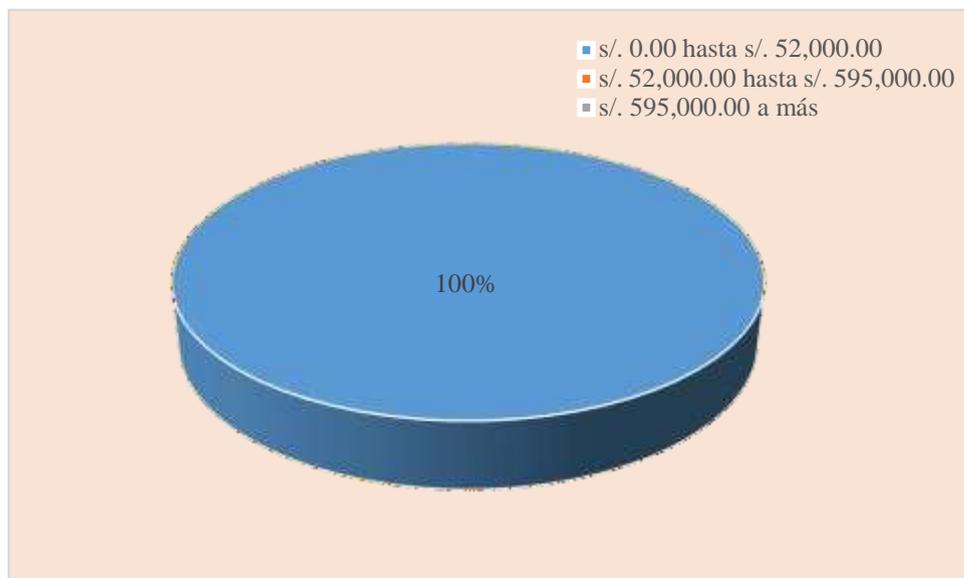


Figura 8. Objetivo de la empresa.

Fuente. Tabla 2

Tabla 3

Características de los factores relevantes del servicio al cliente de las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.

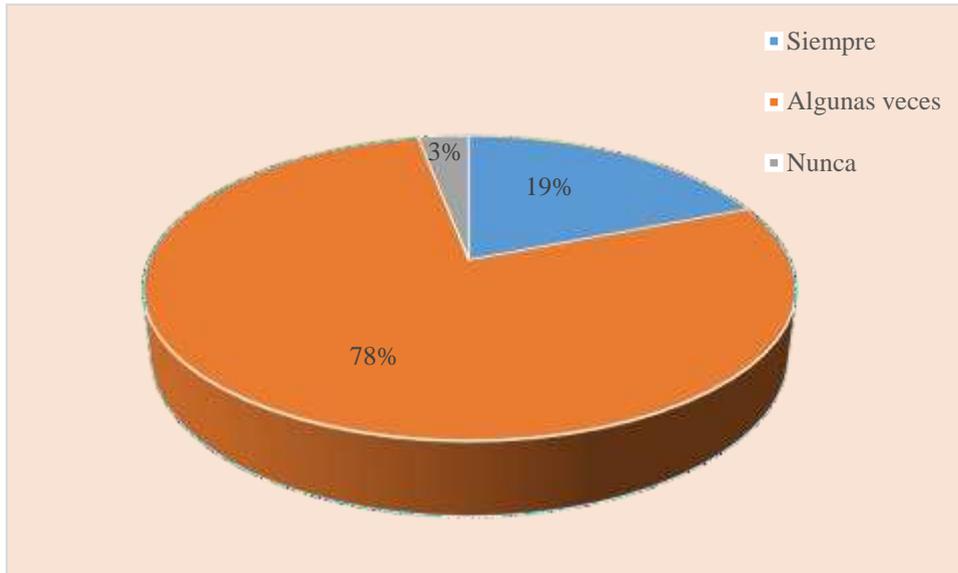


Figura 9. Desarrolla el servicio de manera fiable.

Fuente. Tabla 2

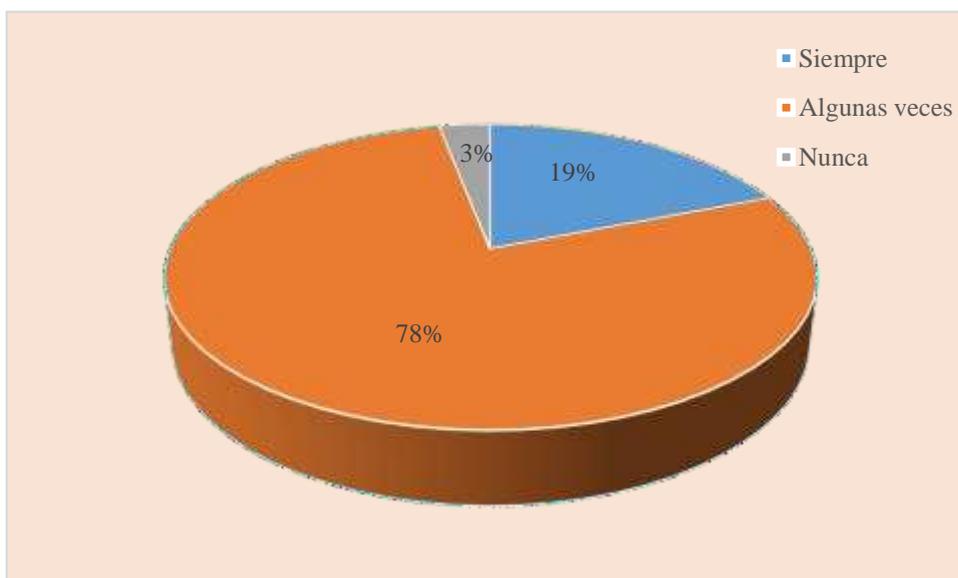
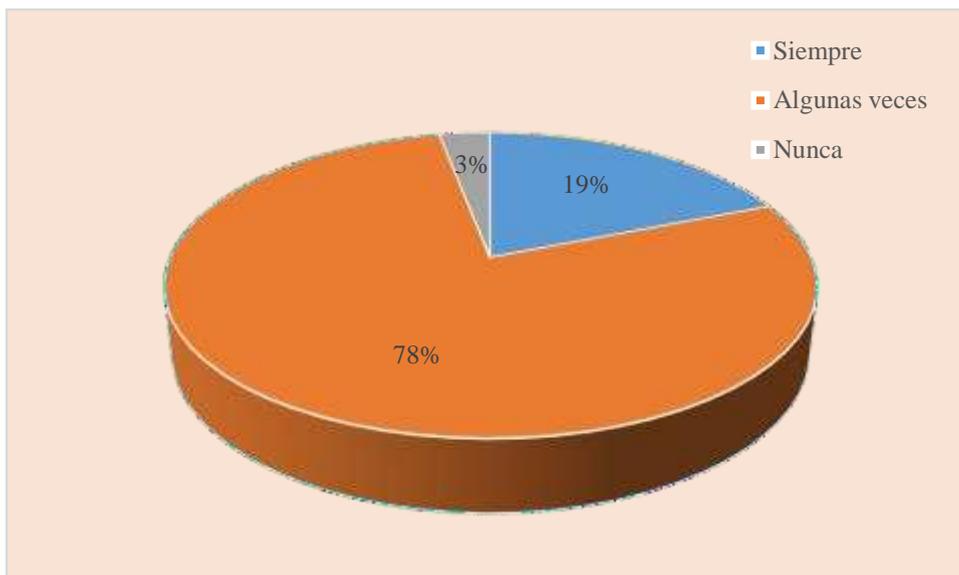


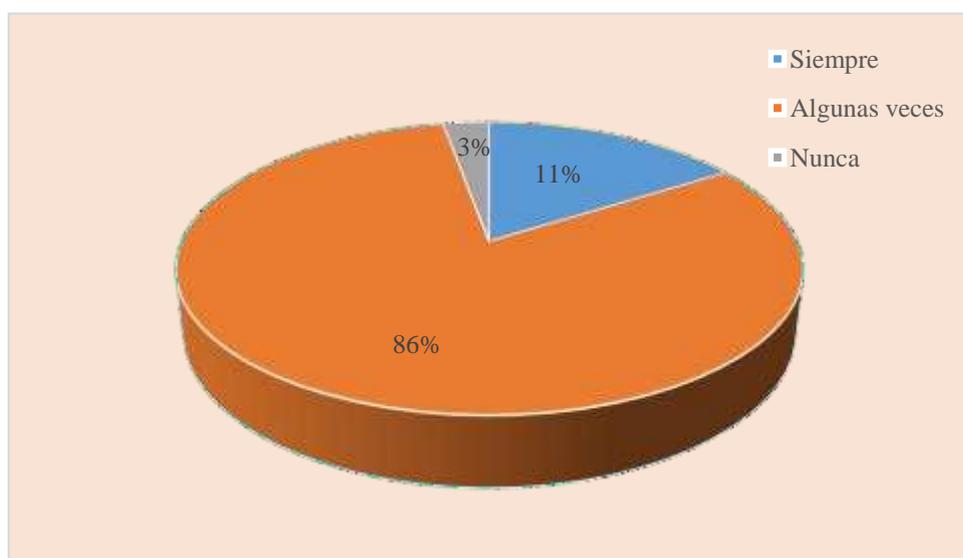
Figura 10. El producto se entrega en el tiempo acordado.

Fuente. Tabla 3



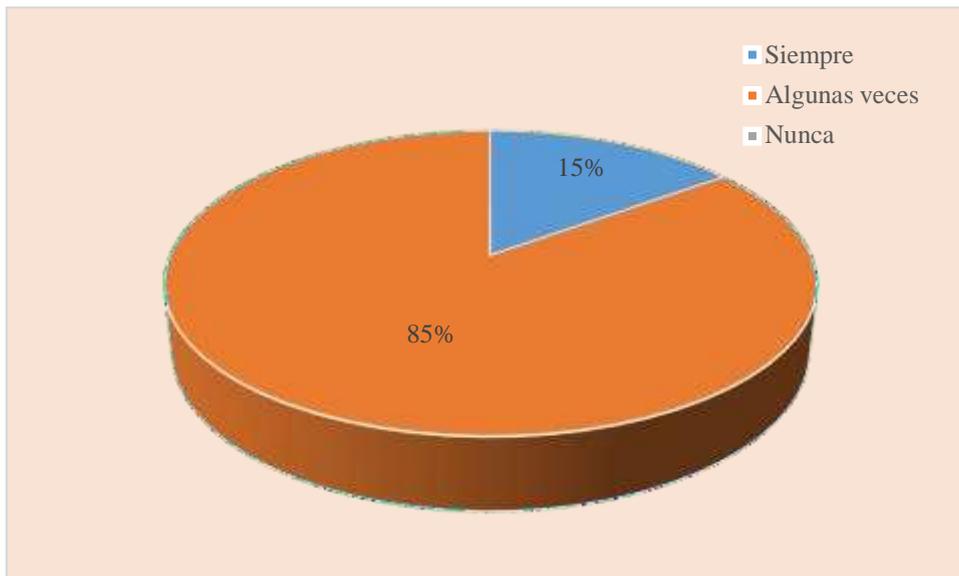
*Figura 11.* Conoce las funciones del servicio que ofrece al cliente.

Fuente. Tabla 3



*Figura 12.* Cuenta con buena imagen.

Fuente. Tabla 3



*Figura 13.* Cuenta con instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio.

Fuente. Tabla 3



*Figura 14.* Cuenta con equipos de elaboración del producto.

Fuente. Tabla 3

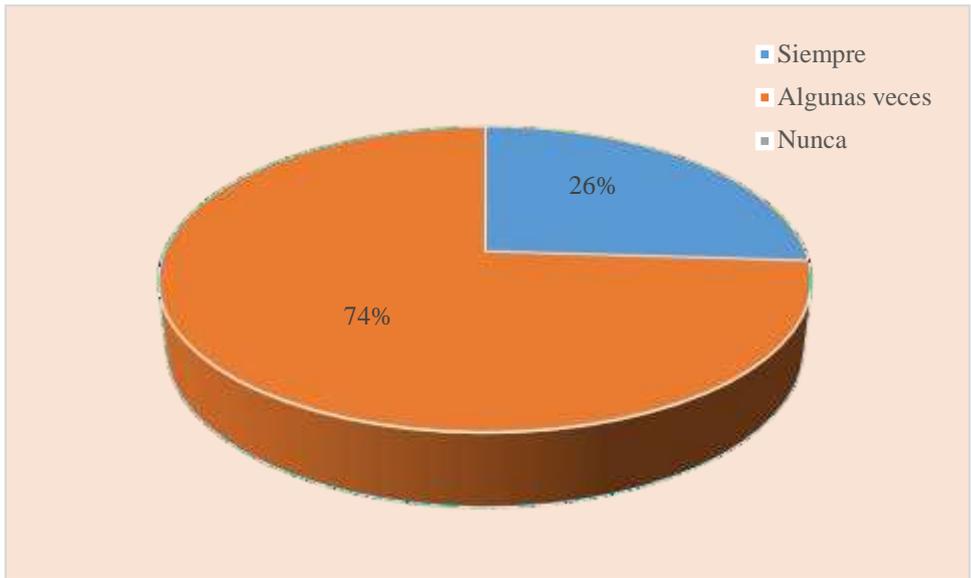


Figura 15. Elabora productos con el mayor cuidado.

Fuente. Tabla 3

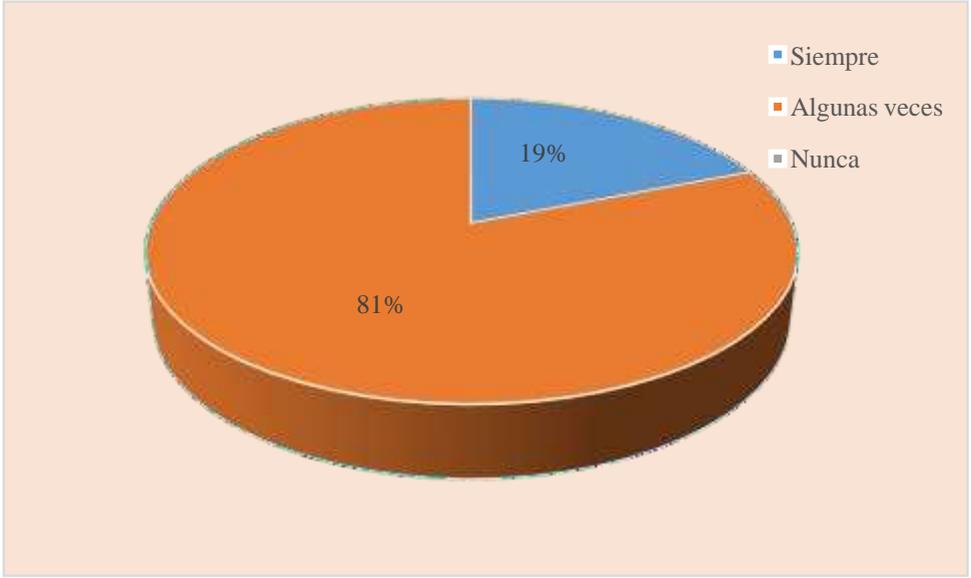


Figura 16. Brinda un servicio personalizado al cliente.

Fuente. Tabla 3

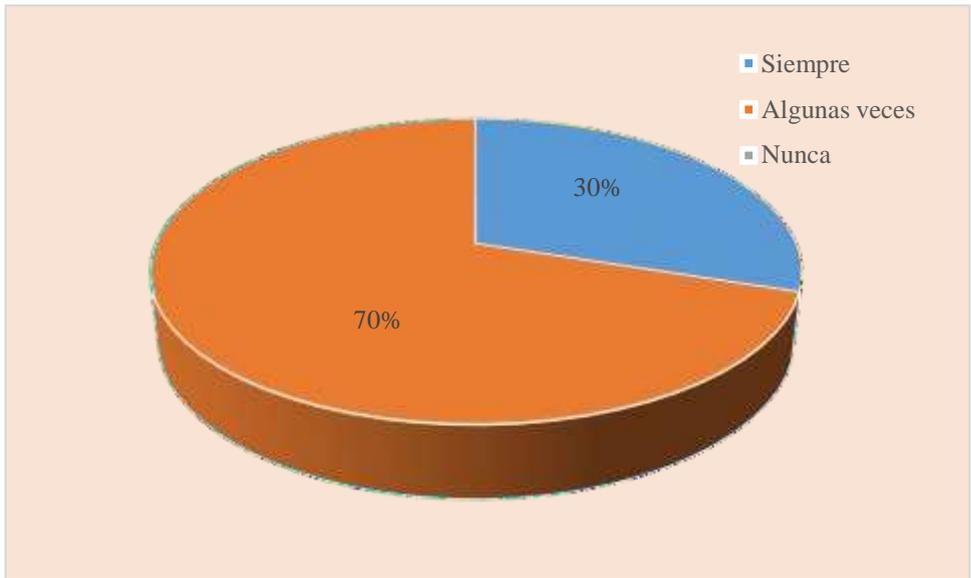


Figura 17. Dispone de horarios extras para atender las necesidades del cliente.

Fuente. Tabla 3

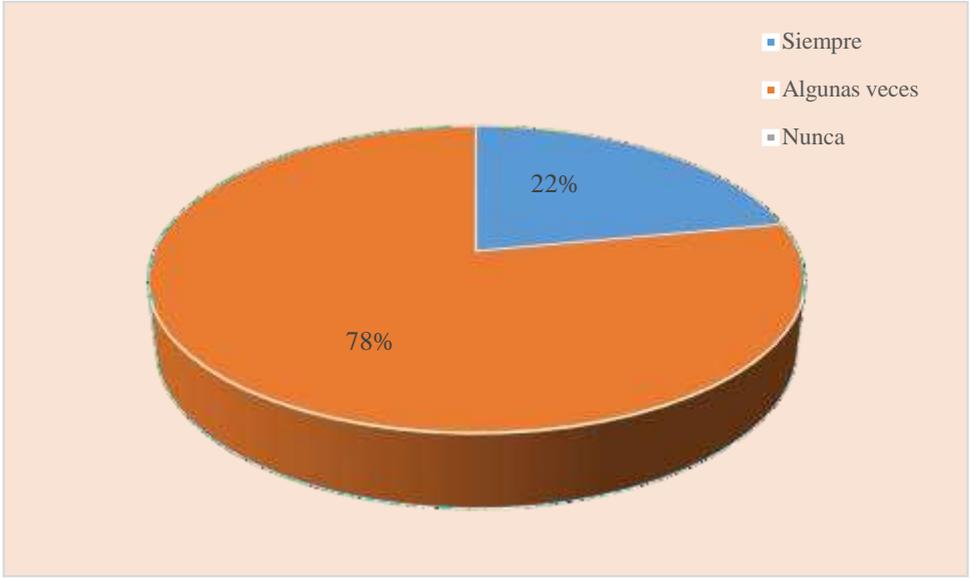


Figura 18. Atiende al cliente con profesionalismo.

Fuente. Tabla 3

Tabla 4

Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro panadería en la ciudad de Huaraz, 2021.

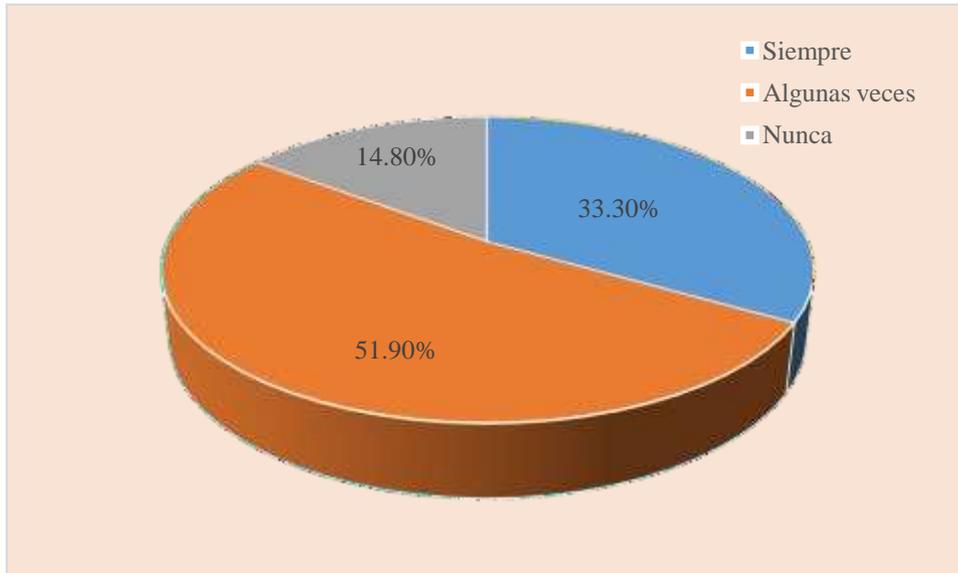


Figura 19. Analiza la situación actual de la organización.

Fuente. Tabla 4

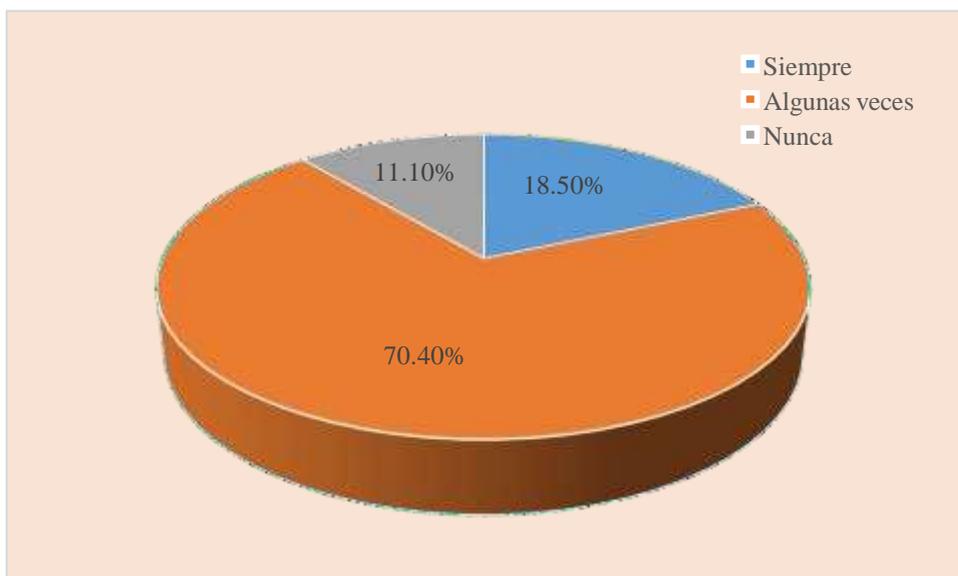


Figura 20. Plantea soluciones a los problemas identificados.

Fuente. Tabla 4

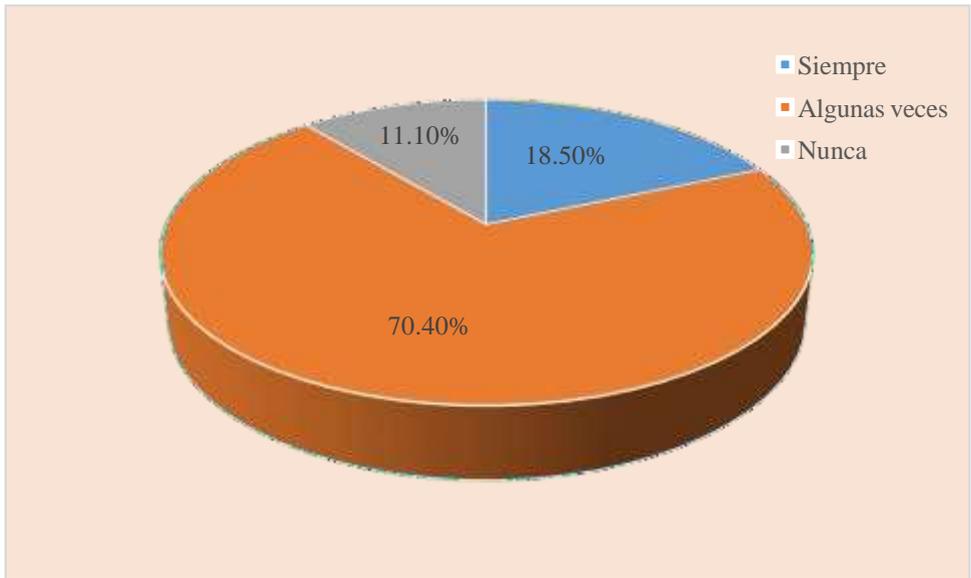


Figura 21. Asigna funciones para realizar cambios planeados.

Fuente. Tabla 4

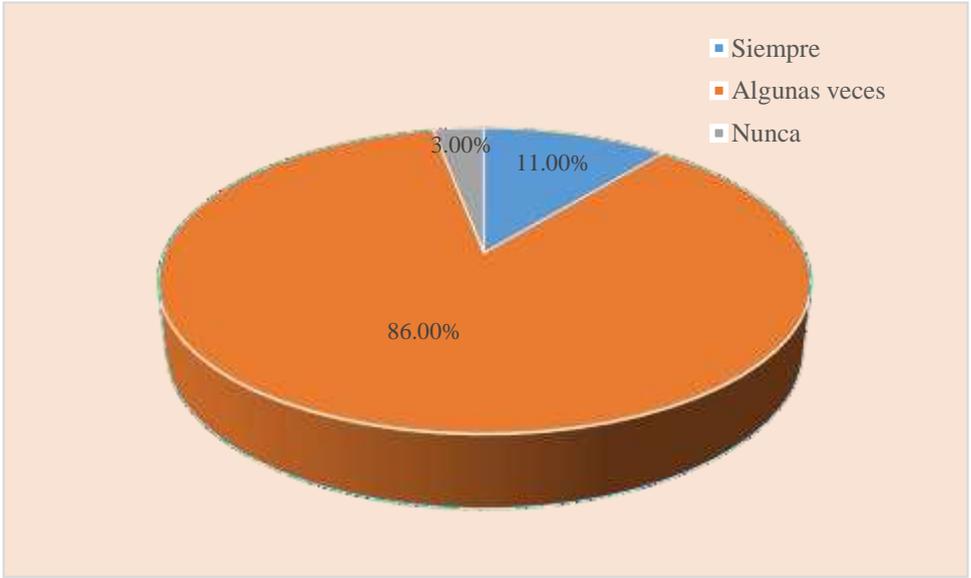


Figura 22. Registra acciones de mejora.

Fuente. Tabla 4

# PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO PANADERÍA EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

8%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

---

1

[repositorio.uladech.edu.pe](http://repositorio.uladech.edu.pe)

Fuente de Internet

4%

2

Submitted to Universidad Catolica Los

4

%

Angeles de Chimbote

Trabajo del estudiante

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo



---

Mgtr. Lic. Adm. Maritza León Vigo