



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL
CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA
MICROEMPRESA PASTELERIA MÍA TANTA E.I.R.L.
DISTRITO DE AYACUCHO, 2023**

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

AUTORA

PINCO PAREDES, REYNA ISABEL

ORCID: 0000-0002-7084-0975

ASESORA

MGTR. ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000 – 0001 – 9618 – 6177

AYACUCHO – PERÚ

2023



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0027-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **22:40** horas del día **09** de **Enero** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL Presidente
ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA Miembro
LLENQUE TUME SANTOS FELIPE Miembro
Mgr. ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA PASTELERIA MÍA TANTA E.I.R.L. DISTRITO DE AYACUCHO, 2023**

Presentada Por :
(3111181512) **PINCO PAREDES REYNA ISABEL**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **MAYORIA**, la tesis, con el calificativo de **13**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciada en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL
Presidente

ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA
Miembro

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE
Miembro

Mgr. ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA PASTELERIA MÍA TANTA E.I.R.L. DISTRITO DE AYACUCHO, 2023 Del (de la) estudiante PINCO PAREDES REYNA ISABEL, asesorado por ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 0% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 21 de Marzo del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a nuestro señor creador, por ser el inspirador y darme la fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados. A mi hijo por ser mi motor y motivo y a mi pareja por apoyarme a conseguir mis objetivos y metas ayudándome a no darme por vencida por más obstáculos que se me presenten el en camino.

A mis hermanos, por sus grandes consejos y apoyarme en esta etapa de mi carrera profesional y también estar presente en los buenos y malos momentos de mi vida.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a Dios, por haberme dado la salud y la vida para poder continuar con mis estudios, esperando que trace un camino lleno de éxito, también a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Y a mi asesora Mgtr. Elida Estrada Diaz por su apoyo incondicional, que día a día se esfuerzan para culminar mi formación profesional.

A mis padres, por su apoyo incondicional en todo momento, por su motivación constante en mi formación como estudiante de Administración.

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA	I
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
ÍNDICE GENERAL	VI
LISTA DE TABLAS	VII
LISTA DE FIGURAS	VIII
RESUMEN	IX
ABSTRACT	X
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
II. MARCO TEORICO	5
2.1. Antecedentes	5
2.2. Bases teóricas de la investigación	16
2.3. Hipótesis	28
III. METODOLOGÍA	29
3.1. Nivel, Tipo y Diseño de investigación	29
3.2. Población y muestra	30
3.3. Variables, Definición y Operacionalización	31
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	32
3.5. Método de análisis de datos	32
3.6. Aspectos éticos	33
IV. RESULTADOS	35
V. DISCUSIÓN	43
VI. CONCLUSIONES	62
VII. RECOMENDACIONES	64
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65
ANEXOS	72
Anexo 01: Matriz de consistencia	72
Anexo 02: Instrumento de recolección de información	73
Anexo 03: Validez del instrumento	74
Anexo 04: Confiabilidad del instrumento	83
Anexo 05: Formato de consentimiento informado	85
Anexo 06: Documento de aprobación	86
Anexo 07: Evidencias de ejecución	87

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Características de la atención al cliente en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L	35
Tabla 2 Características de la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L.	38
Tabla 3 Propuesta de un plan de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho	41

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Características de la atención al cliente en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L.	37
Figura 2 Características de la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L.	40

RESUMEN

En la investigación se planteó como objetivo general: establecer una propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023; tuvo un tipo de investigación cuantitativo, nivel descriptivo de propuesta y un diseño no experimental de corte transversal; se tomó una población muestral de 30 clientes fidelizados para la variable atención al cliente y 6 trabajadores para la variable gestión de calidad. A los cuales se les aplicó una encuesta a través del cuestionario con 22 preguntas en escala de Likert; obteniéndose los siguientes resultados: el 60% casi siempre se sienten seguros durante la atención brindada, el 40% casi siempre perciben profesionalismo en los trabajadores, el 60% casi siempre el personal se comunica adecuadamente, el 50% siempre se cumplen los roles y responsabilidades, el 50% siempre se planifica los objetivos de la calidad, el 50% casi siempre el personal es suficiente para la atención, el 50% siempre se planifica las operaciones de las actividades, el 66.67% siempre los productos son correctamente entregados, el 66.67% siempre se evalúa el desempeño del personal, el 66.67% siempre se evalúa el nivel de satisfacción del cliente, el 66.67% siempre se cuenta con acciones correctivas ante problemas. En conclusión, la pastelería tiene un buen servicio al cliente, pero se puede mejorar en la infraestructura, el profesionalismo de los trabajadores, asimismo la organización está haciendo un buen trabajo en la gestión de calidad y la satisfacción del cliente.

Palabras clave: atención, calidad, cliente, gestión, producto, satisfacción, servicio.

ABSTRACT

The general objective of the research was: to establish a proposal to improve customer service for quality management in the pastry micro-enterprise Mía Tanta E.I.R.L. Ayacucho district, 2023; It had a quantitative type of research, a descriptive level of proposal and a non-experimental cross-sectional design; A sample population of 30 loyal customers was taken for the customer service variable and 6 workers for the quality management variable. To whom a survey was applied through the questionnaire with 22 questions on a Likert scale; obtaining the following results: 60% almost always feel safe during the care provided, 40% almost always perceive professionalism in the workers, 60% the staff almost always communicates adequately, 50% always fulfill the roles and responsibilities , 50% always plan the quality objectives, 50% almost always have enough personnel to provide care, 50% always plan the operations of the activities, 66.67% always the products are correctly delivered, 66.67 % the performance of the staff is always evaluated, 66.67% the level of customer satisfaction is always evaluated, and 66.67% there are always corrective actions in the event of problems. In conclusion, the pastry shop has good customer service, but there is room for improvement in the infrastructure, the professionalism of the workers, and the organization is doing a good job in quality management and customer satisfaction.

Keywords: attention, quality, customer, management, product, satisfaction, service.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el mundo empresarial actual, las organizaciones se esfuerzan por desarrollarse y defenderse competitivamente, pero esto muchas veces no se logra debido a la falta de un análisis de la gestión de la calidad. Prueba de ello es que los usuarios exigen productos o servicios de calidad que satisfagan plenamente sus expectativas. Por lo tanto, las MYPES que surgieron no logran implementar estrategias basadas en la gestión de calidad para satisfacer las expectativas de los clientes y atenderlos de la mejor manera. En la actualidad la competencia abunda en diversos rubros, en este caso el tema de las pastelerías, para lo cual es fundamental tener en cuenta la diferencia de los servicios brindados, la buena atención para generar la confianza de los clientes.

A nivel mundial, en Europa, algunos de los problemas de gestión de calidad europeos más comunes son: la documentación excesiva, el exceso de documentación puede suponer una carga para los empleados y la alta dirección y afectar negativamente a la funcionalidad del producto. La falta de atención a los procesos de la cadena de suministro, muchos problemas de gestión de calidad son causados por la falta de atención a los procesos típicos de la cadena de suministro. La falta de recursos, las empresas a menudo no asignan recursos suficientes para garantizar un control de calidad adecuado del producto. El excesivo enfoque en los resultados, algunos modelos, como ISO 9001, han sido criticados por centrarse demasiado en los resultados y descuidar cómo lograr esos resultados en línea con las políticas y objetivos de la empresa. (NCS Consultoría Tecnológica, 2019)

Por otro lado, en Latinoamérica, uno de los problemas más comunes de la gestión de calidad viene a ser su estructura organizacional; pues es así que, durante un largo período de tiempo, los cambios laborales han obligado a replantear la política de las MIPYME, no como una respuesta a situaciones asimétricas, sino como una parte muy importante del cambio estructural. Esto no significa un cambio total en el diagnóstico de los problemas de las MIPYMES, sino una identificación de prioridades y áreas de acción entre las políticas nacionales y los diversos actores locales, instituciones de ciencia y tecnología, instituciones empresariales, sindicatos, etc. Por ejemplo, no hay duda de que la estructura organizacional, la formación profesional, la promoción de una cultura empresarial o un enfoque personal de los problemas de gestión de calidad de las PYME son cuestiones que seguirán existiendo y requerirán medidas. (Dini & Stumpo, 2020)

Asimismo, a nivel nacional, no existen datos ni estadísticas oficiales de las Mypes del rubro panadería y pastelería, se sabe que generan oportunidades de empleo e ingresos para familias involucradas de una u otra forma en la cadena de producción y comercialización de pan y pastelería, por lo que son negocios importantes, pero como la mayoría de Mypes, los dueños no han recibido formación empresarial y no entienden las herramientas de gestión que ofrece la gestión moderna. Los propietarios y empleados no han recibido capacitación en temas de gestión de calidad y atención al cliente y por tanto pierde la oportunidad de desarrollar un crecimiento que, de continuar, significaría una pérdida de cuota de mercado y el riesgo de perjudicar su sostenibilidad en el mercado, ya que el servicio al cliente es un aspecto importante del desarrollo empresarial. Como existe una alta rotación de funcionarios, directivos e instituciones en las unidades estructurales que reciben asistencia técnica, la SIP debe capacitar constantemente nuevo personal, lo que resulta en retrasos en las actividades de planificación. (Secretaría de Gestión Pública, 2021)

Por otro lado, Cabello (2022) indica que a nivel nacional, generalmente la mayoría de los propietarios de Mypes de la industria panadera no están preparados en gestión de calidad, y en el mundo empresarial actual, es importante que toda organización utilice herramientas de gestión de calidad y desarrollen una buena atención al cliente, ya que al no desarrollar estas dos variables limitaría su crecimiento y desarrollo. Asimismo, el estado actual de este sector de negocio no es nada alentador, carecen de estrategias tanto en la gestión de calidad y atención al cliente, donde se evidencia, la falta de empatía, los malos tratos, mala información pre y post venta. Por ello es necesario implementar modelos que ayuden a contrarrestar esta falencia para que mejoren el servicio al cliente y aporten oportunidades de crecimiento, posicionamiento y competitividad que permitan fidelizar clientes y por tanto generen más ventas, lo que aportaría más empleo, mejorando las oportunidades de los ciudadanos, especialmente las condiciones de vida de los habitantes de las zonas independientes serán más prósperas.

En cuanto, a nivel regional, en Ayacucho, al realizar una encuesta a restaurantes económicos, se evidenció que las encuestas de satisfacción de sus comensales arrojaron bajos niveles de servicio e índices altos de insatisfacción del cliente, lo que se consideraría problemático cuando los resultados no eran los esperados por los dueños. Es así, quienes subestimaron la importancia de esta herramienta, sufrieron el pronto quiebre de sus negocios, ya que no tomaron en cuenta la buena atención al cliente. (Quispe, 2019)

De igual forma, se cree que la mayoría de las micro y pequeñas empresas no brindan a sus clientes la atención que merecen. Esto es cierto no sólo para los trabajadores sino también para los superiores en las estructuras jerárquicas. Por ejemplo, se cree que las pastelerías no brindan a sus clientes la atención que merecen. Esto se debe en gran medida a que los propietarios muestran poco interés en el negocio. (Enriquez, 2022)

Por lo tanto, en la empresa de pastelería Mía Tanta el lugar donde se desarrollará el estudio de investigación, se dedican al negocio de ventas y servicios de pastelería, pero existe un desconocimiento en cuanto a la buena atención al cliente y una gestión de calidad en su establecimiento, evidenciándose la falta de capacitación al personal en la atención al cliente, asimismo su gestión es de manera empírica y no siguen ningún modelo de gestión de calidad, es por ello que se eligió la microempresa Mía Tanta, Distrito Ayacucho.

Por lo que, ante la situación problemática mencionada se plantea el siguiente problema general: ¿Cuál es la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023? Asimismo, a raíz de ello se plantean los siguientes problemas específicos: ¿Cuáles son las características de la atención al cliente en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023? ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023? ¿Cómo elaborar una propuesta de un plan de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023?

En tal sentido la investigación se justifica teóricamente, ya que, esta investigación aportó conocimientos teóricos sobre las variables atención al cliente y la gestión de calidad en las MYPES, permitiendo a futuros investigadores que trabajen en el mismo tema mejorar el contenido de sus propios estudios. Como también de manera práctica, porque permite comprender y reconocer las características de la atención al cliente y la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector pastelero, permitiendo a la microempresa de pastelería Mía Tanta potenciar su buena atención al cliente, donde sus empleados desarrollen mejor el trato, la empatía, los buenos modales, y sobre todo busquen la satisfacción del cliente cumpliendo exigencias. De igual manera metodológicamente porque permite la aplicación de técnicas estadísticas y matemáticas que agregan datos utilizando herramientas e instrumentos que se utilizaron para la recolección de datos, los cuales fueron validados por expertos en el tema de trabajos de investigación, asimismo estos instrumentos fueron verificados su confiabilidad a través del alfa de Cronbach. Finalmente, la metodología a

emplearse fue de tipo cuantitativa de nivel descriptivo de propuesta y diseño transversal- no experimental.

Por ello para poder dar respuesta al problema general se planteó el siguiente objetivo general: Establecer una propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023. Asimismo, para poder lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Identificar las características de la atención al cliente en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023. Definir las características de la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023. Elaborar una propuesta de un plan de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023.

II. MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Variable 1: Atención al cliente.

Jiménez et al. (2020) en su tesis licenciatura en la Universidad Técnica de Machala, Ecuador, titulado, *Análisis y la influencia del marketing en su atención al cliente en la microempresa Ricolombia*. Tuvo como objetivo general: Identificar los elementos que afectan la calidad del servicio de la Pastelería Ricolombia con el fin de mejorar la atención y servicio al cliente en el mercado de Machala, la metodología de la investigación fue de diseño transversal, nivel descriptivo. Asimismo, se tuvo como población y muestra a 100 consumidores y para poder recolectar información se utilizó la técnica de encuesta con un instrumento de cuestionario compuesto por 6 preguntas. Analizando la información obtenida se obtuvieron los siguientes resultados: el 85% está totalmente de acuerdo que la efectividad en sus pedidos de comida para el consumidor cumple con sus expectativas de gustos y preferencias en el consumo de producto de calidad, el 80% está totalmente de acuerdo sobre la eficiencia de los empleados en relación con sus cualidades y el servicio que brinda, el 100% está totalmente de acuerdo que no existe inconformidad por la calidad de comida que brinda, el 50% se mantiene de manera neutral sobre el que se toma la empresa para servir los productos. Concluyendo que, a empresa ofrece un servicio satisfactorio al cliente, cumpliendo con sus expectativas y necesidades en cuanto al producto final. Se encontraron los factores de calidad de servicio implementados por la empresa para proporcionar una excelente atención al cliente. Se encontró una deficiencia en la personalidad del personal que causa insatisfacción al cliente por los retrasos en la entrega del producto final.

Según Coronel (2019) en su tesis de licenciatura en la Pontificia Universidad Católica de Ecuador, Ecuador, titulada, *Mejoramiento de la calidad en la atención al cliente de una panadería: caso el Almendro*. El objetivo del proyecto es crear apoyo a los empleados en el área de ventas de panadería para mejorar la calidad del cliente. Otro problema al que se enfrenta esta empresa es la falta de personal, lo que ha provocado un mal servicio al cliente en tres sucursales. El conocimiento teórico ayuda en la organización adecuada de un proyecto, que incluye temas importantes como el servicio al cliente, la calidad y las pautas de servicio al cliente. Este estudio se basa en métodos cualitativos y cuantitativos, el tipo de

investigación realizada utilizando fuentes primarias y secundarias es descriptiva, y los métodos utilizados son encuestas y entrevistas a socios de la empresa y clientes, obteniéndose los siguientes principales resultados: el 34,1% de los clientes de la panadería El Almendro está satisfecho con la atención del personal, debido que cuando han visitado los locales las empleadas han sido amables y respetuosos con la persona que ingresa, el 50,7% de los clientes explica que a veces las empleadas responden a la información de algún producto que desconoce ya que muchas veces se encuentran ocupadas atendiendo a otras personas por lo que es un poco difícil concentrarse en dar especificaciones de algún producto, El 60,5% de los clientes encuestados indica que si se encuentran satisfechos con la atención que recibieron por el personal de la panadería El Almendro pues para algunos clientes fueron atendidos de manera adecuada y adquirieron todos los productos que necesitaban. En conclusión, los clientes no están muy satisfechos con la atención de que reciben por parte de los colaboradores, por lo que ellos recomiendan que se realicen algunos cambios ya que los productos si son de calidad.

Según Mendoza (2019) en su tesis de licenciatura en la Universidad Rafael Landívar, Guatemala, titulado, *El servicio al cliente en los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa De la Universidad Rafael Landívar*. Siendo su objetivo Determinar cómo brindan el servicio al cliente los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa. Donde se emplea la metodología en el cual se detalla que es una investigación de tipo descriptiva por un método cuantitativo, no experimental. Con una población de 345 clientes habituales diarios de los restaurantes, y la muestra fue 185, a los cuales se les aplico una encuesta a través de un cuestionario estructurado de 38 preguntas, de los cuales se obtuvieron los siguientes principales resultados: el 100% indicaron los gustos de los clientes, son: la buena atención, el buen sabor de la comida y el servicio rápido, el 82% afirmaron que el servicio actual que ofrecen en su restaurante satisface los gustos de los clientes, el 88% indicaron que el servicio actual que ofrece en el restaurante satisface las preferencias de los clientes, pues procuran cumplir con los tiempos de entrega, que se preste una buena atención y que su comida sea de calidad, el 47% señalaron que el elemento de calidad en el servicio que brindan en el restaurante es la confiabilidad, el 100% consideran importante pues es una de las principales exigencias de sus clientes y la mayoría de ellos cuentan con tiempo limitado, sin embargo coinciden en que frecuentemente y por diferentes causas surge más de algún retraso. Siendo sus principales conclusiones: Los tipos de clientes

identificados, que más frecuentan los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa, son del tipo: afirmativo (firme y seguro, sabe lo que quiere) y racional (objetivo y económico).

Variable 2: Gestión de calidad.

Valdez (2022) en su tesis de licenciatura en al Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador, titulada *Gestión de la calidad y competitividad de la Panadería y Pastelería La Unión de la ciudad de Riobamba período 2021*. Tuvo como objetivo general en determinar en cómo influye la gestión de calidad y la competencia en la panadería, el método utilizado fue una investigación de nivel descriptivo, tipo cuantitativa, diseño transversal; asimismo, la población y muestra tomada para la investigación es de 30 personas, a los cuales se les aplicó una encuesta elaborada a través de un cuestionario compuesta por los resultados dados fueron, el 50% señalaron que están completamente satisfechos, el 100% de los consumidores encuestados indicaron que tienen una buena comunicación con el vendedor de la panadería, Los consumidores encuestados mencionaron que, el 90% no han tenido algún problema con el producto elaborado, el 100% afirmaron que el personal brinda una atención adecuada, siendo un factor muy importante para el negocio, el 30% manifestaron respecto a los aspectos más importantes que los consumidores optan al comprar un producto que es la calidad. De esta manera se concluye, para seguir sobreviviendo en el mercado, las empresas necesitan aumentar el número de clientes y mejorar la competitividad de las panaderías a través de estrategias de gestión de calidad para generar mayores retornos financieros para los propietarios, empleados y consumidores.

Cortez & Marin (2022) en su tesis de licenciatura en la Universidad de Guayaquil, Ecuador, titulada, *Diseño de un sistema de gestión de calidad en base a la norma ISO 9001:2015 en la panadería Don Ruben*. Tuvo como objetivo principal de diseñar un sistema de gestión de calidad basada en dicho rubro, la metodología fue de enfoque cualitativo, cuantitativo, descriptiva, teniendo como técnica de recopilación de información a la entrevista, encuesta y análisis FODA, como población y muestra se tuvo a los 8 colaboradores de la panadería Don Rubén a los cuales se les aplico una encuesta con un cuestionario de 12 preguntas, obteniéndose los resultados principales: el 67% de los colaboradores encuestados opinan que la revisión y calibración de equipos de medición tendrán un impacto positivo en la producción, el 67% de los colaboradores encuestados consideran que mantener a disposición la información documentada que se requiera, es la

alternativa más adecuada para un fácil entendimiento en sus labores , por lo tanto, los ayudará a reforzar o comprender sus funciones, El 50% de los empleados encuestados cree que lo más importante para comprobar la eficacia del sistema de gestión son las oportunidades de desarrollo, porque es posible analizar y promover nuevas formas de tomar medidas que puedan reducir la carga de los empleados. y por lo tanto puede ser más eficiente. Concluyendo que la empresa implemente un sistema de gestión de calidad para minimizar las debilidades y maximizar las fortalezas.

Robalino (2021) en su tesis de magister en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador, titulada, *Propuesta de un sistema de gestión de calidad en la empresa de procesamiento de frutas Agropulp pura fruta del cantón Pillaro*. Tuvo como objetivo general en determinar en cómo influye la gestión de calidad y la competencia en la panadería, el método utilizado fue una investigación con nivel descriptiva, tipo cuantitativo, diseño transversal, y bibliográfico, la población y muestra tomada para la investigación fue de 12 personas de la empresa, a los cuales se les aplicó una encuesta elaborada a través de un cuestionario compuesto por 7 preguntas. Los resultados dados fueron, de la información sobre el estado de la organización se desprende que el 58% conocen los aspectos externos e internos, el 58% colaboradores conocen del accionar del liderazgo, el 50% que no conocen de los recursos necesarios para sacar adelante el sistema, el 67% no cumple sus actividades como la organización lo necesita, el 67% tienen la idea de ir hacia la mejora continua. De esta manera se concluye que se identificaron los procesos necesarios en AGROPULP para satisfacer las necesidades de los clientes y cumplir con los requisitos legales y reglamentarios. Asimismo, los resultados del estudio establecieron los lineamientos para diseñar el Sistema de Gestión de la Calidad en AGROPULP, los cuales se detallarán en el Manual de Calidad.

Antecedentes Nacionales

Variable 1: Atención al cliente.

Quispe (2021) en su tesis de licenciatura en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulado, *Caracterización de atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercial rubro panaderías, caso Panadería Virgen del Carmen-Sechura, 2020*. Su objetivo fue determinar las características del servicio al cliente para el control de calidad en pequeñas y medianas empresas del sector

comercialización, en el rubro panadería, caso Panadería Virgen del Carmen, Sechura 2020; Se utilizó un método de tipo cuantitativo a nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. Teniendo como población y muestra a 30 clientes, el dueño y 6 trabajadores, a los cuales se les aplicó una encuesta a través de un cuestionario elaborado de 20 preguntas aprobada por expertos en investigación. De acuerdo a los resultados a continuación, el 50% de los encuestados afirmó estar satisfecho de que los empleados puedan brindar un servicio adecuado, el 43% de los encuestados está de acuerdo en que se necesita un día para preparar productos horneados todos los días, pero el 36% está de acuerdo o en desacuerdo que el servicio en la panadería no es rápido. Por lo tanto, se concluye que un buen plan de acción y solicitudes de mejora en la atención al cliente, control de calidad a través de la capacitación continua permiten a la organización crear un alto nivel de exigencia y satisfacción del cliente.

Huamani (2020) en su tesis de licenciatura en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulada, *Propuesta de mejora en atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercial - rubro panaderías, caso: Panadería la Merced y Punto, Imperial, Cañete 2019*. Tuvo como objetivo general: Elaborar propuestas de mejora del servicio al cliente para el control de calidad. Asimismo, esta investigación tiene implicaciones para la industria de la panadería imperial. Para lo cual se utilizó una metodología con nivel descriptivo, tipo cuantitativo, con diseño transversal, no experimental. La población estuvo conformada por 53.000 clientes de la panadería La Merced y Punto, con una muestra de 205 clientes, a los cuales se les aplicó una encuesta a través del cuestionario compuesta por 21 preguntas, 10 preguntas para la variable gestión de calidad y 11 preguntas para la variable atención al cliente; obteniéndose los siguientes resultados: el 44% de los consumidores dice que el personal no es amigable ni eficiente. Y el 42% dijo que el apoyo no era urgente ni oportuno. Respecto al tema del control de calidad, el 60% de los empleados respondió que la panadería prioriza la calidad y sanidad de los productos, mientras que el 40% mostró una respuesta intermedia, excluyéndolo del comunicado. Por lo tanto, se concluye, que desarrollar propuestas para mejorar la calidad del servicio al cliente hablando de relaciones cálidas, empáticas y efectivas con los clientes puede generar una mayor demanda y satisfacción del cliente.

Cabello (2022) en su tesis de licenciatura en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulada, *Gestión de calidad basada en la atención al cliente en las Mypes, rubro Panadería, pastelería, distrito de independencia - Huaraz, 2022*. El objetivo general

fue determinar las características del control de calidad basado en la atención al cliente en las panaderías del distrito Independencia de Huaraz en el año 2022. La metodología se basó en un diseño no experimental, transversal y de nivel descriptivo. La población fue infinita y la muestra no probabilística, por conveniencia, este estudio incluyó tres pequeñas empresas, nueve empleados y 30 clientes. Se utilizó la técnica de la encuesta y tres instrumentos: para pequeños empresarios, empleados y clientes, obteniéndose los siguientes resultados: En el ámbito de la gestión de la calidad, el 67,0% de los pequeños empresarios que dirigen siempre han establecido lineamientos en su organización. Además, el 78,0% de los microempresarios siempre gestionan sus operaciones comerciales, buscan la mejora y se centran en su misión y visión. El 44,0% de los colaboradores analiza periódicamente los procesos para identificar desviaciones en la elaboración de productos de panadería. En cuanto a la atención al cliente, el 53,0% de los clientes admitió tener una relación positiva con el personal. También encontraron que el 52,0% de los empleados de la panadería siempre fueron amigables y orientados al servicio en sus interacciones con los clientes.

Variable 2: Gestión de calidad.

Cardenas (2022) en su tesis de licenciatura en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulada, *Gestión de Calidad y Atención al Cliente en Mypes del rubro panadería, urb. Las Flores de San Juan de Lurigancho, Lima 2022*. El objetivo general de este estudio fue identificar las características claves del control de calidad y atención al cliente en el rubro, Panadería Urbanización Las Flores de San Juan de Lurigancho, Lima 2022. Se utilizó una metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. La población y muestra estuvo compuesta por 5 panaderías, se utilizó como técnica una encuesta y como instrumento un cuestionario con 36 preguntas, llegando a obtenerse los siguientes resultados: En cuanto a la gestión de la calidad, el 80% no se fijó objetivos y el 100% no creía haber fijado políticas. El 80% no mejora continuamente sus servicios. Respecto a las herramientas de gestión de calidad, el 100% respondió que no utiliza o desconoce herramientas de gestión. Respecto al conocimiento de los tipos de clientes, se evidenció que el 100% de los encuestados dijeron que conocían los perfiles de sus clientes. En cuanto a los factores de servicio al cliente, el 80% no cuenta con procesos efectivos para su enfoque de servicio al cliente y el 60% confirma que su empresa no se esfuerza por lograr la completa satisfacción del cliente. Por lo tanto, se concluyó que las principales características del control de calidad y atención al

cliente en panaderías de la urbanización Las Flores de la región de San Juan de Lurigancho son la falta tanto de control de calidad como de atención al cliente.

Viera (2020) en su tesis de licenciatura en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulada, *Gestión de calidad y atención al cliente de la panadería David del distrito de Sullana, 2019*. Tuvo como objetivo general: Describir las características claves del control de calidad y atención al cliente de la panadería David en el distrito de Sullana, 2019; El método utilizado fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, y diseño no experimental - transversal. La variable de control de calidad tiene una población demográfica de una muestra de 10 empleados y la variable de servicio al cliente tiene una población infinita de una muestra de 68 clientes. Como técnica de recolección de información se utilizó la encuesta mediante un cuestionario elaborado por 10 preguntas cerradas para cada variable, haciendo un total de 20 preguntas de opción múltiple por separado. Los principales resultados hallados fueron: el 30% de los empleados piensa que las relaciones de liderazgo en la empresa crean confianza en los empleados, el 30% de los empleados piensa que la calidad del producto de la empresa gana la lealtad del cliente y el 50% de los empleados piensa que gana la lealtad del cliente. Él cree que los empleados abordarán las inquietudes de los clientes. El 44,12% de los clientes cree que los empleados trabajan en equipo para satisfacer las necesidades de los clientes. Conclusión: La panadería piensa en cómo establecer una Gestión de Calidad desde una perspectiva de servicio al cliente, por lo que no puede satisfacer todas las necesidades de los clientes.

Collazos (2022) en su tesis de licenciatura en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulada, *Gestión de Calidad basada en la competitividad en las Mype rubro panadería de Huaraz – Ancash 2022*. El objetivo general del presente informe de investigación fue identificar las características de la gestión de la calidad basada en la competitividad en la industria panificadora Huaraz Ancash - MYPE en el año 2022. La metodología utilizada fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño transversal, no experimental. Tuvo una población finita con 6 propietarios, 24 empleados y 30 clientes, a los cuales se les aplicó una encuesta a través de un cuestionario de 16 preguntas. Como principales resultados se tienen que, el 100% de los propietarios han cumplido con todos los requisitos que su empresa necesita, tanto desde el punto de vista de planificación, como estratégico y de evaluación, el 100% de los empleados dijo que la gestión requiere buen comportamiento y afirmó que el servicio es muy bueno para satisfacer a los clientes, además,

en promedio entre el 80% y el 90% de los clientes afirmaron que los servicios y productos de alta calidad cumplen con sus requisitos y sus expectativas. En conclusión, los principales hallazgos son los elementos aplicados del estudio, MYPE se basa en metas y estrategias de planificación para alcanzarlas, así como en la evaluación continua, la cual se relaciona directamente con el éxito del estudio, asegurando la participación de los empleados y la correcta toma de decisiones. se basa en el entrenamiento para desempeñarse, es una ventaja competitiva y se utiliza principalmente para diferenciar costos sin comprometer la calidad o el servicio brindado para satisfacer las necesidades del cliente.

Antecedentes Locales

Variable 1: Atención al cliente.

Arellano (2020) en su tesis de licenciatura en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulada, *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de motos: caso empresa Allyn Motos S.R.L. del barrio Magdalena, distrito de Ayacucho, 2020*. Objetivo general: Identificar las características de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas en el ámbito del marketing de motocicletas: El caso de Allyn Motos S.R.L., 2020, distrito de Magdalena, distrito de Ayacucho. La metodología utilizada fue con un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y un diseño transversal no experimental. La población y muestra incluyó a 384 clientes de Allyn Motos, a los cuales se les aplicó una encuesta mediante el instrumento cuestionario compuesto por 11 preguntas, se obtuvo los siguientes resultados principales: el 70.05% manifiesta que están satisfechos que perciben una comunicación oportuna al momento de ser atendido, el 80.21% afirma que están satisfechos que los trabajadores de la empresa utilizan una comunicación adecuada, el 80% manifiesta que están satisfechos que en la empresa la comunicación es de manera fluida, el 59.90% menciona que están indiferentes que el trato de los trabajadores de la empresa es de manera cortés con clientes, el 70.05% mencionan que están satisfechos que los trabajadores de la empresa son amables al momento de atender, el 59.90% manifiestan que están satisfechos porque la necesidad que tiene es comprendida por el personal de la empresa, el 59.90% mencionan que están satisfechos que la calidad de servicio que recibió de la empresa satisface sus expectativas. Se concluyó que, se identificaron las características del servicio al cliente ya que la mayoría de los encuestados coincidieron en que la empresa Allyn Motos realmente se preocupa por sus clientes. En este sentido, la comunicación aporta satisfacción

al cliente. La empatía en la atención al cliente también juega un papel muy importante en una organización, permitiendo satisfacer a los clientes sin sacrificar la calidad del servicio prestado.

Quispe (2019) en su tesis de licenciatura en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulada, *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurante eclipse, distrito de Querobamba, provincia de Sucre, región Ayacucho, 2019*, tuvo como objetivo describir de qué manera se da, la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurant Eclipse, la metodología, del presente estudio fue de tipo aplicada con enfoque cuantitativo, de un nivel descriptivo y un diseño no experimental con corte transversal, la técnica utilizada, encuesta y el instrumento, un cuestionario donde la muestra fue 384 clientes y llegó a los siguientes resultados, menos del 40% califican como regular la manera de cómo el mozo los escuchó al momento de realizar su pedido, el 47% calificaron como regular la carta del menú del restaurante, el 40% calificaron como regular el saludo que recibieron al momento de ingresar al restaurant, el 42% calificaron como regular la comida que consumieron y el 44% calificaron como muy satisfactorio el precio de las comidas que ofrece el restaurante. El estudio concluye, la mayoría de los encuestados mencionan que, si aprecian una buena atención por parte del restaurante Eclipse, a través de la forma de comunicación que se les ofrece, con una buena cortesía por parte del restaurante y los comensales están satisfechas por el producto y servicio del restaurante.

León (2020) en su tesis de licenciatura en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulada, *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro pizzerías centro histórico distrito de Ayacucho, 2019*. Tuvo como objetivo, establecer habilidades de diferenciación en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector pizzería del centro histórico de Ayacucho. También se implementan enfoques descriptivos a nivel cuantitativo y diseños no experimentales. La población estuvo compuesta por clientes de micro y pequeñas empresas del sector pizzería, con una muestra de 376 clientes, a quienes se les aplicó una encuesta mediante un cuestionario que constó de 10 preguntas, obteniéndose los principales resultados que fueron los siguientes: el 56% respondió que a veces se comunican de manera oportuna, el 65% respondió que a veces reconocen sus necesidades, el 69% respondió que casi nunca hacen uso de sus habilidades para comunicarse con el cliente, el 39% respondió que casi siempre son recibidos con un

trato amable, el 48% respondió que casi nunca el mesero está pendiente de sus pedidos, un 48% de los clientes de las pizzerías del centro histórico distrito de Ayacucho consideran que siempre satisfacen sus gustos y preferencias. En resumen, se presentan los elementos de servicio al cliente más relevantes, junto con el nivel de capacidad de respuesta y satisfacción del servicio al cliente asociado con su estrategia de servicio al cliente. Finalmente, se concluyó que las micro, pequeñas y medianas empresas del distrito de pizzerías del centro histórico de Ayacucho no tienen la capacidad suficiente para tratar directamente con los clientes y descuidan las diversas habilidades de atención al cliente.

Variable 2: Gestión de calidad

Quispe (2023) en su tesis de licenciatura Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú, titulada, *Propuesta de mejora en el control interno administrativo para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería del distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2021*. El objetivo general de este estudio es identificar propuestas para la mejora del control administrativo interno de la gestión de calidad de las pequeñas y micro empresas, rubro ferreterías en el distrito de Ayacucho del Carmen Alto en el año 2021. Además, en este estudio se utilizaron métodos de investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo de propuesta y diseño no experimental - transversal; teniendo una población de 25 dueños de ferretería del distrito de Carmen Alto y la muestra estuvo compuesta por 7 dueños de ferreterías; a los cuales se les aplicó una encuesta a través de un cuestionario formulado de 22 preguntas en escala de Likert. Los resultados obtenidos fueron que el 57.1% dijo que en ocasiones realiza evaluaciones periódicas para identificar riesgos, el 42.9% dijo que casi siempre tiene información clara sobre sus funciones en las actividades que se les asigne, el 57.1% dijo que casi siempre brindan información adecuada en la compra y venta y el 42.9% afirmó que su empresa casi siempre comunica adecuadamente lo que ofrece. La conclusión ante estos resultados es que casi siempre cuentan con controles administrativos internos adecuados y una gestión de calidad adecuada que contribuyen al crecimiento positivo de la empresa.

Enriquez (2022) en su tesis de licenciamiento en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulada, *Propuesta de mejora del desempeño laboral bajo el enfoque de la gestión de calidad en los restaurantes turísticos del barrio de Conchopata, distrito Andrés Bello Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2022*. El objetivo general de este trabajo de

investigación fue caracterizar las propuestas para mejorar el desempeño laboral bajo el enfoque de la gestión de calidad de los restaurantes turísticos de Conchopata, distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, ciudad de Ayacucho, 2022. Teniendo como metodología un diseño no experimental – transversal, nivel descriptivo. Para recolectar información se identificó una muestra de 25 representantes de la población y restaurantes turísticos y se aplicó un cuestionario de 19 ítems. Como resultado, se obtuvieron lo siguiente: El 44% rara vez menciona los logros de sus empleados. En general muy positivo, el 32% rara vez involucra a todos los empleados en grupos, el 52% a veces consideran la calidad como un objetivo a alcanzar dentro de la empresa, el 32% siempre discute los problemas que surgen dentro de la empresa se resuelven de inmediato y finalmente el 40% de los encuestados dijo que, siempre establecen estándares de calidad y tomar medidas para corregir las desviaciones observadas en los procesos realizados. En conclusión, en cuanto al desempeño laboral y control de calidad, los encuestados ignoraron varios temas importantes para el buen funcionamiento de las empresas, como consideraciones como el conocimiento disponible para los trabajadores, la falta de equilibrio y la evaluación del desempeño laboral, por lo que se concluye que no están siendo utilizados eficazmente oportunidades de aprendizaje, motivación y habilidades profesionales. Lo que necesitas para el desarrollo empresarial.

Cruz (2019) en su tesis de licenciatura en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Perú, titulada, *Gestión por procesos para la estandarización del servicio de alimentos y bebidas en la empresa de restauración “Café Fusiones” de la ciudad de Chachapoyas – 2019*. Tuvo como objetivo general: proponer un plan de gestión para la estandarización del servicio alimenticio y bebidas en la empresa, la metodología fue de tipo descriptivo propositivo, el diseño fue de gestión de proceso, teniendo como población de un total de 1000 comensales al cual se obtuvo una muestra de 68 clientes, a los cuales se les aplicó una encuesta a través de un cuestionario con 19 preguntas. Los resultados dados fueron, El 39% de los clientes encuestados prefieren a Café Fusiones por recomendación, El 68% de los clientes encuestados opina que calidad de los productos es el mismo si son clientes frecuentes o habituales, El 88% de los clientes encuestados opina que la relación calidad/precio si es adecuada, El 42% de los clientes encuestados califica a la atención en Café Fusiones como acorde, El 30% de los clientes encuestados opina que se debe mejorar en promociones, por lo tanto, se llegó a concluir que el plan de sistematización de procesos tiene la misión de brindar el buen servicio, de una lata

calidad y responsivos ya que permite que el cliente este satisfecho para la buena planificación de resultados.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Variable 1: Atención al cliente

Arenal Laza (2019) afirma cuando se habla de atención del cliente se puede definir que es un conjunto de herramientas desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a buena comunicación e identificando las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.

Satisfacer necesidades y expectativas del cliente es la finalidad de la atención al cliente mediante habilidades y técnicas. Asimismo, el servicio al cliente es esencial para promover la confianza y lealtad de nuestros clientes en nuestra empresa. Destaca la importancia de la calidad en el servicio al cliente, la empatía, el enfoque, la concentración y la resolución de problemas como elementos fundamentales del servicio al cliente. Además, implica que el servicio al cliente debe ser individualizado y ajustado a las necesidades particulares de cada cliente. (Mateos de Pablo, 2019)

Según Yzaguirre (2019), identifica la atención al cliente como uno de los aspectos diferenciadores del marketing. Como también, un buen servicio al cliente es la clave para a los clientes que consumen el producto o servicio. Esto es importante para todas las empresas porque un buen servicio atrae a más clientes.

Dimensiones de la atención al cliente.

Como afirmó Valera (2023) existe las siguientes dimensiones:

Dimensión 1: Seguridad en la atención

Según Valera (2023) mencionó que, la seguridad se le atribuye a la prevención y protección personal frente a los propios riesgos de una actividad laboral determinada. Asimismo, la seguridad es un estado en el cual los peligros y las condiciones que pueden provocar daños de tipo físico, psicológico o material son controlados para preservar la salud y el bienestar de los individuos y de la comunidad.

Indicador 1. Infraestructura de la empresa: La infraestructura para brindar servicio adecuado no tiene establecido un protocolo de atención al cliente; no atiende las sugerencias del cliente para mejorar el nivel de servicio. Además, la infraestructura en una empresa siempre tiene que ser adecuada para que los clientes se sientan satisfechos. (Corvo, 2019)

Indicador 2. Seguridad del cliente: La seguridad del cliente se refiere a salvaguardar a los clientes de cualquier daño o peligro durante sus interacciones con la empresa. Hay medidas que las empresas pueden tomar para mantener seguros a los clientes, incluida la protección de datos personales, la prevención del fraude y el acoso y la discriminación. (Zendesk, 2023)

Indicador 3. Profesionalismo: El profesionalismo es comprender el impacto de cada una de nuestras acciones individuales en las acciones y el trabajo de los demás. También, el propósito de esta actividad es darles a los participantes una forma rápida de evaluarse a sí mismos y de evaluar el profesionalismo de sus acciones. (Quispe, 2021)

Dimensión 2: Cortesía en la atención

La cortesía significa tratar a las personas que nos rodean con amabilidad y respeto. Debemos tratar a las personas con respeto para que podamos hablar con claridad y ellos nos respeten. Asimismo, ser cortés puede ayudar a evitar muchos problemas. Por ello, acciones simples como saludar a las personas, agradecerles por sus buenas acciones, disculparse por los errores y despedirse al final de la atención ayudan a brindar un servicio al cliente adecuado. Una señal de cortesía es mostrar respeto hacia los demás. La decencia es la base de la cortesía. Es una forma educada de expresarse o hablar con los demás. Enseñar el valor de la cortesía significa enseñar a los niños desde pequeños a ser agradecidos, preguntar, cuestionar y respetar a los adultos. (Tanaka, 2021)

Indicador 1. Saludo: Los saludos son una forma de mostrar respeto y dignidad hacia los demás y pueden ser una forma de iniciar una conversación o construir una relación. En pocas palabras, un saludo es una forma de comunicación utilizada para indicar su presencia y mostrar respeto y dignidad a los demás. (González, 2019)

Indicador 2. Agradecimiento: La gratitud, en concreto, es una emoción placentera como las demás, pero se diferencia del resto en que la persona agradecida es consciente de que ha sido beneficiada por la generosidad de otras personas. Asimismo, una persona tiene la fortaleza de la gratitud cuando es consciente de las cosas buenas que le suceden y nunca las da por supuestas. Como también, siempre se toma tiempo para expresar su agradecimiento. (Sotola, 2019)

Indicador 3. Disculpas: Es la acción de desplazar las actitudes o emociones negativas, como la ira y la venganza, hacia situaciones o personas perjudiciales, para dejar paso a actitudes como la compasión y la tolerancia. Esta acción demuestra arrepentimiento ante un hecho o palabra dado. (Taylor, 2020)

Indicador 4. Despedida: En la atención al cliente es tan importante saludar bien como el momento de la despedida. Se trata de dos momentos de la verdad en el viaje del cliente. Dicen que la primera impresión es muy importante, y es verdad. Pero también hay otro momento igualmente relevante, cual es: la despedida, porque establece la manera en que vamos a dejar la puerta para nuestro próximo encuentro con los clientes. (Cabrerizo, 2022)

Dimensión 3: Comunicación con el cliente

Según Álvarez & García (2020) mencionan que, la comunicación es una de las cosas más importantes; comunicación porque es la base de todas nuestras relaciones, incluida la transferencia de información del emisor al receptor a través de un canal utilizando lo que se conoce. código general. La comunicación entre los participantes de este servicio debe ser eficiente y satisfactoria para los clientes. Las expectativas y el servicio aceptables deben ir de la mano de una buena comunicación.

Indicador 1. Comunicación oportuna: La comunicación oportuna es aquella que se ejecuta en el momento apropiado y con la información correcta para que el destinatario pueda tomar una decisión encaminada. Asimismo, en un entorno empresarial, la comunicación oportuna es primordial para el éxito del proyecto y la toma de decisiones. Por ello, la comunicación oportuna permite a los gerentes de proyectos y líderes empresariales tomar decisiones informadas y oportunas, lo que puede optimizar el desempeño y la eficiencia de la organización. (Urreta, 2021)

Indicador 2. Comunicación Adecuada: Este tipo de comunicación es persuasiva y suficiente, consigue los objetivos marcados, es perfecta, une y permite crear relaciones reales entre los individuos. Por ello, no se trata sólo de comunicación, sino de comunicación efectiva. En algunas situaciones cuando se logren los resultados, se evidencian cambios positivos. (Stinga, 2023)

Indicador 3. Comunicación fluida: La comunicación fluida es uno de los elementos que se deben fomentar en los entornos empresariales y profesionales. De esta forma, los empleados de la empresa pueden coordinar sus esfuerzos y alcanzar los objetivos comerciales marcados. Por ello, en este artículo te explicaremos los tipos de comunicación empresarial que se dan en las empresas y los beneficios de mantener una comunicación fluida en este entorno. (Villanueva, 2021)

Factores de la atención al cliente.

Según Villa (2020), los factores que determinan la calidad del servicio al cliente, entre ellos están: Disponibilidad, el servicio es fácil de obtener en las ubicaciones disponibles y en el momento adecuado; comunicación, las condiciones de uso y las condiciones comerciales se describen con precisión y de una manera fácilmente comprensible para el consumidor; capacidad del empleado, el personal tiene las habilidades y el conocimiento necesario sobre los servicios y productos que ofrecen; la cortesía y la amabilidad, el personal es cortés, amable, respetuoso y atento, proyectando una buena imagen; satisfacción del cliente, los factores fundamentales de satisfacción se identifican por cuatro factores básicos y fundamentales para lograr la satisfacción del cliente, siendo estas: las variables relacionadas con el producto; las variables relacionadas con las actividades de ventas; las variables relacionadas con los servicios postventa; las vinculadas a la cultura de la empresa.

Fidelización del cliente

Se trata de conseguir la mayor calidad en la atención al cliente, ofreciendo un producto excelente y la mayor cantidad de servicios complementarios posibles. Por ello, es necesario desarrollar una forma de pensar y actuar que debe ser compartida por todos los miembros de la organización con el objetivo de alcanzar relaciones con sus clientes que sean perdurables. La fidelización es un concepto de marketing que designa la lealtad de un cliente a una marca, producto o servicio concretos, que compra o a los que recurre de forma continua

o periódica; asimismo, fidelización es un término que utilizan, básicamente, las empresas orientadas al cliente, donde la satisfacción del cliente es un valor principal. Sin embargo, las empresas orientadas al producto se esfuerzan en vender sus bienes y servicios ignorando las necesidades e intereses del cliente. (Muguirra, 2023)

Técnicas de atención básicas a clientes

Hay un dicho sobre la tipología de clientes: Los clientes son el tesoro de cualquier actividad económica, sin ellos no sería posible ninguna venta. Por ello es importante tener en cuenta las sucesivas técnicas de atención al cliente: Practicar la comunicación verbal y no verbal y el comportamiento para una buena atención al cliente; la comunicación es primordial y es una necesidad que tiene el ser humano. Por lo tanto, estas características también hay que trasladarlas a las relaciones con los clientes. Todos podemos comunicarnos empleando el lenguaje verbal o no verbal; Ser capaz de aplicar el proceso de la llamada telefónica en la atención al cliente; estudiar y aplicar de las solicitudes, quejas y reclamaciones para una atención básica. (López, 2021)

La comunicación con el cliente.

Se puede efectuar de diversas maneras, a través de distintos canales (email, redes sociales, etc.). Uno de estos canales utilizados con mucha frecuencia es el teléfono. A través del teléfono se puede realizar una buena atención al cliente mediante dos formas: La recepción de llamadas. Aquí el cliente es que llamada por diversos motivos; la emisión de llamadas, es la propia empresa la que se pone en contacto con el cliente. Asimismo, en la atención telefónica sabemos que la comunicación que se emplea es la oral, pero debemos tener en cuenta que al no estar presentes los interlocutores, los elementos no verbales que hemos estudiado no se pueden dar (los gestos, la mirada, las expresiones faciales, las posturas, etc.), por lo tanto, no podremos apoyarnos en ellos para complementar nuestro mensaje. (Arenal, 2019)

Reclamaciones y quejas.

Según Ionos (2023) conocer los documentos que se emplean en una solicitud de queja y reclamaciones. El proceso de reclamación, desde que el cliente interpone la reclamación hasta el final, pasa por una serie de fases:

Se inicia con la solicitud del cliente, el cliente debe redactar por escrito sus argumentos para presentar una reclamación. Estos escritos se dividen en tres bloques: Datos

identificativos. Se presentan datos personales del cliente, empresa y responsable; cuerpo central. Los argumentos para la reclamación se expondrán claramente; pie de documento, suele haber la firma del cliente y del responsable de la atención, aquí se hace el registro de la reclamación una vez que está hecha, lo cual implica abrir una carpeta para guardarla. Además de manera manual, se pueden utilizar aplicaciones informáticas para registrar esta labor. También la información requerida en este registro incluirá: datos del cliente, fecha, tipo de reclamación y motivo de la reclamación. De tal forma al registrarse, el cliente debe recibir una copia sellada de su reclamación como constancia. (Ionos, 2023)

Asimismo, en la atención al cliente es importante tener presente una serie de actuación para que la comunicación entre las partes sea satisfactoria. Antes de entrar de lleno, es interesante saber qué entendemos por comportamiento. Se debe tener en cuenta que el cliente es lo primero, brindar y permitir tener margen de acción para solucionar los temas, con posibilidad de contar con presupuesto y con capacidad, en definitiva, para adoptar acuerdos con el cliente. A la vez, debe ser un equipo preparado, con muchos conocimientos sobre los productos y servicios de la empresa. En el estudio, el 66.67% de las micro y pequeñas empresas, se brinda una buena atención al cliente. El 100% de las micro y pequeñas empresas, siempre dan solución a los clientes. (Ionos, 2023)

Los diez mandamientos de la atención al cliente.

El cliente representa la razón de ser de toda organización, es por ello que la debemos dedicar nuestros esfuerzos para garantizar su total satisfacción; los siguientes Mandamientos son guía para lograrlo: El cliente por encima de todo; no hay nada imposible cuando se quiere; cumplir todo lo que se prometa; solo hay una forma de satisfacer al cliente; para el cliente la empresa marca la diferencia; fallar en un punto, significa fallar en todo; un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos; el juicio sobre la calidad del servicio lo hace el cliente; por muy bueno que sea un servicio, siempre se puede mejorar; cuando se trata de satisfacer al cliente todos son un equipo (Perez, 2021).

Variable 2: Gestión de calidad

La calidad en la gestión es un tema reciente, según Rincón (2019) menciona que se pueden hacer las cosas correctamente al crear un producto o servicio. La calidad del producto reduce los costos en las Mypes y aumenta las ganancias. Asimismo, indica que la calidad se ajusta según su uso en caso de fallos, facturas incorrectas o cancelación de contratos.

Mejía et al. (2018) también afirma que estos procesos permiten una buena organización en la planificación, ejecución y control de actividades para cumplir las expectativas del cliente, asegurando un desempeño constante y gestionando los recursos (dinero y equipamiento) de la empresa. Asimismo, el ISO 9001 indica que las actividades deben estar alineadas con el rubro de la empresa y enfocadas en la satisfacción del cliente, con objetivos y metas organizadas. Como también, la infraestructura debe ser formal y sin errores que afecten la reputación de la empresa.

La gestión de la calidad es un conjunto de actividades periódicas implementadas de acuerdo con un estricto sistema de gestión y control desde la perspectiva de la calidad de la organización. También incluye establecer normas y estándares de calidad, implementar sistemas y procedimientos para el cumplimiento de estos estándares, mantener el control y seguimiento de la calidad y tomar medidas correctivas y preventivas para cumplir con los requisitos de calidad. (González & Manzanares, 2020)

Dimensiones de Gestión de calidad.

Dimensión 1: Liderazgo empresarial.

La alta dirección debe garantizar el cumplimiento legal y reglamentario de los productos y servicios ofrecidos a los clientes. Asimismo, un sistema efectivo se establece con procesos de gestión de transacciones basados en el presupuesto, los pedidos de los clientes, el correo electrónico y los requisitos legales y administrativos adecuados. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Indicador 1. Política de calidad: El sistema de gestión de calidad se enfoca en cumplir con todos los requisitos para asegurar la política de calidad. También, la política de calidad evidencia el compromiso de la alta dirección con los requisitos de la norma ISO 9001. (Betancourt, 2019)

Indicador 2. Roles y responsabilidades: Los altos directivos deben garantizar la asignación, comunicación y comprensión de las responsabilidades y autoridades pertinentes en la organización. Se puede cumplir este requisito mediante la creación de un listado de perfiles de trabajo con roles asignados o mediante la elaboración de una ficha individual por cada perfil con sus roles. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Dimensión 2: Planificación de la calidad.

Planificación anticipa el futuro, evalúa riesgos y oportunidades, y ejecuta programas para lograr metas de calidad. Asimismo, la planificación del sistema de gestión de la calidad debe tomar en cuenta los factores internos y externos que pueden impactar en la capacidad de la organización para lograr los resultados deseados. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Indicador 1. Riesgos y oportunidades: Es necesario tener un procedimiento de gestión de riesgos y oportunidades para controlar los riesgos y oportunidades según la Norma ISO 9001. Asimismo, para cumplir con este requisito, la organización debe tener en cuenta su comprensión del contexto, los procesos y las necesidades de los interesados. (Betancourt, 2019)

Indicador 2. Objetivos de la calidad: La organización ha de establecer objetivos y procesos para el sistema de gestión de calidad. Además, los objetivos de calidad deben ser coherentes con la política de calidad, medibles, tener en cuenta los requisitos aplicables, relevantes para la conformidad de productos y servicios y la satisfacción del cliente, además de estar controlados, comunicados y actualizados según sea necesario. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Dimensión 3: Apoyo organizacional.

El apoyo incluye las actividades, el entorno, la evaluación y la información escrita. El respaldo puede venir de diversas fuentes como trabajadores, proveedores, clientes y otros involucrados. También el apoyo puede tomar distintas formas, incluyendo asistencia técnica, financiera, capacitación y desarrollo de habilidades. Para así apoyar mejor la eficacia y eficiencia de la organización, mejorando la calidad para los clientes. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Indicador 1. Recursos: Para cumplir con la Norma ISO 9001, una organización debe evaluar sus capacidades y proporcionar los recursos requeridos para establecer, implementar, mantener y mejorar su sistema de gestión de calidad. (Coll, 2020)

Indicador 2. Comunicación interna: Es necesario controlar las comunicaciones del sistema de gestión de calidad para garantizar su eficacia. Asimismo, el

procedimiento de formación y comunicación puede incorporar medidas para estandarizar la comunicación. También, para mejorar la comunicación, es necesario establecer canales, responsables, contenidos, formatos y evaluar regularmente el proceso. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Dimensión 4: Plan operativo.

Es crucial implementar un sistema de gestión de calidad para mejorar la calidad de los productos y servicios de una organización. Además, para lograr una gestión de calidad efectiva, se deben tomar en cuenta la comprensión de la organización y su entorno, las necesidades de los involucrados, el alcance del sistema de calidad y la planificación y control operativo. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Indicador 1. Planificación y control operacional: La planificación debe ajustarse a las operaciones de la organización. Se debe supervisar y evaluar los cambios previstos e imprevistos, y tomar medidas para reducir cualquier impacto negativo, si es necesario. Asimismo, controlar los procesos subcontratados es imprescindible. (Betancourt, 2021)

Indicador 2. Desarrollo de los productos y servicios: Es importante que la empresa tenga un proceso de diseño y desarrollo adecuado para garantizar la entrega futura de productos y servicios. También, puede incorporarse el proceso solicitado al procedimiento de gestión del diseño y desarrollo. (Ilerna, 2020)

Dimensión 5: Evaluación de desempeño.

El análisis de desempeño se centra en cómo se evalúa el sistema, analiza los datos y descubre su condición mediante un análisis sistemático. Asimismo, la evaluación continua de la calidad y eficacia del sistema de control debe realizarse con la documentación necesaria para respaldar los resultados. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Indicador 1. Análisis y evaluación: Se pueden hacer revisiones de dirección para revisar y evaluar los datos e información, aunque es aconsejable tener reuniones mensuales de seguimiento con grupos de mejora o un grupo multidisciplinario que incluya representantes de todos los departamentos. (Betancourt, 2021)

Indicador 2. Satisfacción del cliente: La ISO 9001 no exige encuestas de satisfacción de clientes, pero si se realizan, se deben considerar los resultados para evaluar la satisfacción del cliente. Asimismo, la dirección y los responsables comerciales deben tomar decisiones sobre las encuestas de satisfacción de los clientes, incluyendo el contenido, sistema de puntuación, frecuencia y muestra representativa. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Dimensión 6: Mejora de la calidad.

Describe los principales elementos de mejora continua para una organización de la industria, donde debe mantener el sistema de comunicación y actualizar los productos y servicios si hay problemas o si los requisitos no se cumplen, para que de esa manera se logre mejoras dentro de la organización. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Indicador 1. Acciones correctivas: Las acciones para solucionar una no conformidad deben ser acordes con su causa. También, los informes de no conformidades y acciones correctivas deben contener la información documentada para demostrar las no conformidades y acciones tomadas, analizar la efectividad de las acciones correctivas y fundamentar los resultados. (Mingora, 2023)

Indicador 2. Mejora continua: Las organizaciones deben mejorar su sistema de calidad de forma constante y su efectividad. Para que de esta manera pueda mantener su certificación ISO 9001, asimismo la organización deberá realizar auditorías de gestión o renovaciones anuales, que demuestren una mejora continua del sistema de gestión de calidad. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Sistema de gestión de calidad.

El Plan de Codificación de Procesos se basa en la misión de brindar servicios de alta calidad con procesos que permitan la satisfacción del cliente, esto incluye pasos para identificar y definir procesos reales, medir y analizar procesos, asimismo, fue desarrollado en base a procesos de mejora, estandarización y formalización de procesos, planificación resultante. Collazos (2022)

Planificación y estrategia.

Los planes y estrategias de las empresas se basan en la utilización de sus principios para desarrollar, revisar y mejorar, con la finalidad de representa a las empresas y la existencia. Los objetivos expresan un deseo y alcanzar el centro en un futuro próximo.

Cortez & Marin (2023) menciona que, los planes y estrategias son esenciales para el éxito de cualquier empresa o proyecto. Para que estos programas tengan éxito, es importante que se basen en información precisa y actualizada. Asimismo, analizar y medir los resultados de los estudios es una forma importante de recopilar esta información. También, los resultados de las pruebas se analizan para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento.

Gestión de recursos.

Es una forma de que una organización es gestionar eficazmente los recursos y la cooperación externa que dispone para la realización de una actividad, en base a los planes y estrategias establecidos dentro de la empresa.

Según el autor Villa (2020) nos menciona que, la gestión de recursos busca maximizar la eficiencia. Para cualquier empresa, la gestión de recursos se enfoca en la optimización y la eficiencia, que son fundamentales. Por ello, conocer los requisitos para un proyecto exitoso permite planificar eficientemente el uso óptimo de los recursos.

Gestión de procesos.

Son actividades que es el objeto que brindan los servicios en el Centro de formación y empresas, gestionando y evaluando los procesos revisando la mejoría continua todas las actividades de la empresa de acuerdo con los planes y estrategias de las organizaciones y para la plena satisfacción de patrocinadores y empleados.

Cardenas (2022) da a conocer que, se gestionan y evalúan los procesos y cómo se revisan, a fin de asegurar la mejora continua en todas las actividades de la empresa, en consonancia con la planificación y la estrategia del centro y para satisfacer plenamente a sus usuarios y colaboradores.

Satisfacción del cliente

Esta es la efectividad de la prestación de servicios en relación con el éxito entre los usuarios de servicios educativos. Asimismo, los usuarios de los servicios educativos son quienes se benefician directamente de las actividades del centro, y los usuarios directos son los estudiantes y sus familias.

Cruz (2019) menciona que, la relación con los usuarios se entiende la percepción del cumplimiento por parte del centro, de sus fines, objetivos y valores, así como las mediciones internas que muestran los resultados del centro.

Satisfacción del personal.

Son los logros alcanzados del centro de relación que el personal integra, ya que por medio del servicio brindado se dará a conocer la eficiencia y eficacia del personal, al cual este llegará a sentirse satisfactorio por medio de las respuestas positivas de los comensales.
Cruz (2019)

Las Micro y Pequeñas empresas.

Según la ley 30056, en su artículo número 2, define a la micro y pequeña empresa, denominada Mype como unidad económica que puede ser constituida por uno mismo o como una persona jurídica, bajo cualquier forma de organización pudiendo desarrollar actividades de extracción, transformación y producción, comercialización de bienes 13 o prestación de servicios. Es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña. Empresa y del Acceso al Empleo Decente (Dec. Leg. N° 1086).

En conclusión, las micro y pequeñas empresas son unidades económicas que ofrecen un bien o servicio; así también, son gracias a estos que hay más posibilidades de empleo y esto trae como consecuencia el desarrollo de nuestro país. Aunque también cabe recalcar es que la mayoría o el gran porcentaje de estos son informales, esta es una de las desventajas, si en caso todos fueran formales habría o generaría más desarrollo al país; puesto que todos los formales pagan sus impuestos y todo lo que está reglamentado en nuestra Constitución Política del Perú; debido a lo expuesto es necesario que el gobierno se preocupe en crear estrategias o formas para que todas estas micro y pequeñas empresas informales pasen a ser formales y de esta manera también paguen sus impuestos y todo lo reglamentado en las distintas leyes de nuestro país. (El Peruano, 2021)

Marco conceptual

Cliente. Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona

u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. (Quiroa, 2019)

Comunicación empresarial. La comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos. (Thompson, 2019).

Liderazgo. Son las habilidades que sirven para motivar y agrupar a las personas en equipo, el liderazgo no solo puede influir en el equipo, también se encarga de innovar y motivar a cada integrante del equipo para así dar lo mejor de sí. Un líder es la persona encargada de guiar a otras por el camino correcto para alcanzar objetivos específicos o metas que comparten, es la persona que guía al grupo y es reconocida como orientadora. (Clavijo, 2020)

Servicio rentable. Según Enriquez (2022) menciona que, la rentabilidad es importante para la empresa, ya que está relacionada directamente a la generación interna de fondos para invertir, pagar deudas, obtener financiamiento, atraer inversores e incrementar el valor de la empresa, es decir, a la misma subsistencia de la empresa.

Enfoque al cliente. El enfoque al cliente como una estrategia y una cultura de hacer negocios que se enfoca en crear la mejor experiencia para el cliente y, al hacerlo, genera lealtad a la marca. Este enfoque Consiste en participar las necesidades del consumidor y entregar experiencias, asegurando la creación de una cultura corporativa con el objetivo de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes. (Coronel, 2019)

2.3. Hipótesis

En la siguiente investigación no se planteó hipótesis por ser del nivel descriptivo.

No en todas las investigaciones se plantean hipótesis. Las investigaciones descriptivas no formulan hipótesis, ya que su propósito es describir y medir las características relevantes de un fenómeno. De tal manera, las investigaciones descriptivas recopilan información sin buscar explicaciones ni establecer relaciones. (Hernández & Mendoza, 2018)

III. METODOLOGÍA

3.1. Nivel, Tipo y Diseño de investigación

Nivel de investigación

La investigación descriptiva busca identificar las características de un fenómeno a estudiar, como una persona, grupo, sociedad, comportamiento u objeto. Solo miden o agregan los conceptos o diferencias mencionados, sin mostrar su relación. (Hernández & Mendoza, 2018)

La presente investigación fue de nivel descriptivo porque pretendió identificar y conocer el comportamiento de las variables atención al cliente y gestión de calidad en el ámbito de estudio en la microempresa Pastelería Mía Tanta.

Tipo de investigación

La investigación cuantitativa se centra en el análisis de datos numéricos para responder a preguntas de investigación. Asimismo, menciona que, este tipo de investigación emplea recolección de datos empíricos a través de técnicas estadísticas para el análisis de datos. (Rodríguez, 2020)

Fue de tipo cuantitativo ya que se procedió a describir la realidad y trabajar con números estadísticos, presentado por medio de tablas y figuras con porcentajes.

Diseño de investigación

No experimental.

Un estudio no experimental, es semántica y empírica, donde las variables no independientes no se pueden manipular, pues el fenómeno que las implica ya ha ocurrido (Montano, 2021)

Fue un estudio no experimental porque no se manipularon las variables atención al cliente y gestión de calidad.

Transversal.

Los diseños de encuestas transversales se basan en observaciones individuales para medir una o más variables en un momento específico. Este tipo de estudio solo se limita a recopilar la información en un tiempo y lugar determinado. (Ayala, 2021)

Fue de corte transversal porque se realizó en un tiempo y lugar determinado, específicamente en el año 2023, en la región de Ayacucho.

3.2. Población y muestra

Población

Como señaló Toledo (2023) es el conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar.

La población estuvo conformada por 300 clientes fidelizados para la variable atención al cliente y 6 trabajadores para la variable gestión de calidad de la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho.

Población 1: Se utilizó una población de 300 clientes fidelizados de la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L, para la variable atención al cliente.

Población 2: Se utilizó una población de 6 trabajadores de la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L, para la variable gestión de calidad.

Muestra

Según Toledo (2023) en esta investigación se utiliza la muestra no probabilística porque es más útil para estudios exploratorios como la encuesta piloto (una encuesta que se implementa en una muestra más pequeña, en comparación con el tamaño de muestra predeterminado).

La muestra estuvo compuesta por 30 clientes fidelizados para la variable atención al cliente y 6 trabajadores para la variable gestión de calidad de la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho.

Muestra 1 (no probabilístico): Se utilizó una muestra de 30 clientes fidelizados de la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L, para la variable atención al cliente.

Muestra 2 (censal): Se utilizó una muestra de 6 trabajadores de la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L, para la variable gestión de calidad

3.3. Variables, Definición y Operacionalización

Variables	Definición Operativa	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición	Categorías o Valoración
Variable 1 Atención al cliente	Satisfacer necesidades y expectativas del cliente es la finalidad de la atención al cliente mediante habilidades y técnicas. Asimismo, el servicio al cliente es esencial para promover la seguridad y lealtad de nuestros clientes en la empresa. Destaca la importancia de la calidad en el servicio al cliente, la seguridad, la cortesía, la comunicación y la resolución de problemas como elementos fundamentales del servicio al cliente. (Mateos de Pablo, 2019)	Seguridad en la atención	<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura de la empresa - Seguridad del cliente - Profesionalismo 	Likert	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
		Cortesía en la atención	<ul style="list-style-type: none"> - Saludo - Despedida - Agradecimiento - Disculpa 		
		Comunicación con el cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Oportuna - Adecuada - Fluida 		
Variable 2 Gestión de Calidad	La gestión de la calidad es un conjunto de actividades periódicas implementadas de acuerdo con un estricto sistema de gestión y control desde la perspectiva de la calidad de la organización. Incluye el buen liderazgo, una planificación de la calidad, el apoyo organizacional, establecer un plan operativo, la evaluación de desempeño y la mejora de la calidad; estos factores con los cuales se obtendrá una mejor gestión de calidad. (Gonzalez & Manzanares, 2020)	Liderazgo empresarial	<ul style="list-style-type: none"> - Política de calidad - Roles y responsabilidades 	Likert	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
		Planificación de la calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Riesgos y oportunidades - Objetivos de la calidad 		
		Apoyo organizacional	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos - Comunicación con el personal 		
		Plan operativo	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación operacional - Desarrollo de los productos 		
		Evaluación de desempeño	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis y evaluación - Satisfacción del cliente 		
		Mejora de la calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Acciones correctivas - Mejora continua 		

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Como técnica de recolección de datos se empleó la encuesta a los 30 clientes fidelizados para la variable atención al cliente y a los 6 trabajadores para la variable gestión de calidad, ya que proporcionó información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los clientes.

Según Castro & Fitipaldo (2023) mencionan que, como técnica de investigación, una encuesta se caracteriza por un conjunto de procedimientos estandarizados que se utilizan para recopilar, procesar y analizar un conjunto de datos de una muestra que se estima que es representativa de una población o universo más grande, y para extrapolar los resultados. de los cuales Alcanzado desde el año.

Instrumento

El instrumento que se utilizó fue un cuestionario estructurado por 22 preguntas con escala de medición Likert, 10 preguntas fue para la variable Atención al cliente y 12 preguntas para la variable Gestión de calidad, el cual fue validado por expertos en el cual no encontraron observaciones y fue hallado su grado de confiabilidad a través del Alfa de Cronbach donde se obtuvo 0.96 para la variable atención al cliente y un 0.97 para la variable gestión de calidad.

Según Castro & Fitipaldo (2023) define el instrumento del cuestionario como un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis.

3.5. Método de análisis de datos

Un plan de análisis de datos es una guía para organizar y analizar datos de una encuesta y lograr objetivos establecidos previamente, respondiendo preguntas clave. (Gómez, 2019)

Para el análisis de esta investigación se realizó como primer punto una análisis descriptivo, para lo cual se recopiló información con la técnica de la encuesta a través de dos cuestionarios aplicados tanto a los clientes como a los trabajadores de la empresa Mia Tanta, para lo cual se formularon las preguntas por medio de un formulario virtual de google, que fueron enviados a los correos de los trabajadores y para los clientes se imprimió el formato elabora del cuestionario, luego se procedió a la tabulación de las respuestas obtenidas

mediante el programa de Excel, el cual también sirvió para calcular la confiabilidad del instrumento y la creación de tablas y figuras, los resultados obtenidos se trasladaron al documento de Word que contuvo el proyecto de tesis. Asimismo, se hizo uso del programa Power Point para la elaboración de las diapositivas que se presentó al momento de la sustentación; también se hizo uso del PDF para el envío del informe final de tesis, y para poder medir el porcentaje de plagio se hizo uso del Turnitin.

3.6. Aspectos éticos

En la presente investigación, los principios éticos estuvieron conforme al Reglamento de Integridad Científica de la ULADECH católica, siendo esta aprobada en conformidad por el Consejo Universitario:

Respeto y protección de los derechos de los intervinientes, la protección de las personas fue el punto principal, protegiéndose su dignidad, identidad, diversidad socio cultural, confidencialidad, privacidad, creencia y religión de los participantes. Para lo cual se les informó que todos los datos proporcionados fueron confidenciales y no se publicaron de manera pública.

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

Libre participación por propia voluntad; las personas que participaron tuvieron el derecho de estar bien informados sobre los propósitos y fines de la investigación que se desarrolló o en la que participaron; y tuvieron la libertad de elegir si participan en ella, por voluntad propia.

Beneficencia, no maleficencia, Se aseguró el bienestar de los colaboradores por la información obtenida respetando sus ideas y opiniones, no se les juzgaron, ni perjudicaron, se evitó así causar algún tipo de inconveniente.

Integridad y honestidad; Asimismo, la presente investigación fue íntegra y honesta, ya que no se usaron datos modificados por conveniencia, ni se falsificaron la

información redactada. Este principio ético nos permitió ser mejores profesionales y ser personas honestas, responsables y empáticos.

Justicia, Se antepuso la justicia y el bien común antes que el interés personal. Así como, se ejerció un juicio razonable donde no se dieron lugar a prácticas injustas. Se trató equitativamente a quienes participaron en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación, y pudieron acceder a los resultados de la investigación.

IV. RESULTADOS

Tabla 1

Características de la atención al cliente en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L

Atención al Cliente	n	%
Se siente seguro con la infraestructura de la pastelería		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	3.33
A veces	10	33.33
Casi siempre	7	23.33
Siempre	12	40.00
Total	30	100.00
Se siente seguro durante la atención brindada		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	3	10.00
A veces	7	23.33
Casi siempre	10	33.33
Siempre	10	33.33
Total	30	100.00
Percibe profesionalismo en los trabajadores		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	5	16.67
A veces	6	20.00
Casi siempre	10	33.33
Siempre	9	30.00
Total	30	100.00
Recibe un cordial saludo al ingreso al local		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	2	6.67
A veces	9	30.00
Casi siempre	9	30.00
Siempre	10	33.33
Total	30	100.00
El personal lo despide afectuosamente		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	4	13.33
A veces	9	30.00
Casi siempre	9	30.00
Siempre	8	26.67
Total	30	100.00
Recibe un agradecimiento por su consumo		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	3.33
A veces	10	33.33
Casi siempre	9	30.00
Siempre	10	33.33
Total	30	100.00

Continúa...

Tabla 1

Características de la atención al cliente en la microempresa pastelería Mia Tanta E.I.R.L.

... Concluye

Atención al Cliente	n	%
Recibe una disculpa ante un incidente		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	4	13.33
A veces	7	23.33
Casi siempre	10	33.33
Siempre	9	30.00
Total	10	100.00
Existe una comunicación oportuna al ser atendido		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	3.33
A veces	11	36.67
Casi siempre	10	33.33
Siempre	8	26.67
Total	30	100.00
El personal se comunica adecuadamente		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	4	13.33
A veces	7	23.33
Casi siempre	9	30.00
Siempre	10	33.33
Total	30	100.00
Existe una comunicación fluida durante la atención		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	3	10.00
A veces	9	30.00
Casi siempre	9	30.00
Siempre	9	30.00
Total	30	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes fidelizados de la microempresa Pastelería Mia Tanta, 2023.

Figura 1

Características de la atención al cliente en la microempresa pastelería Mia Tanta E.I.R.L.



Nota: La figura muestra los resultados de las preguntas concernientes con el objetivo específico 1: Características de la atención al cliente en la microempresa pastelería Mia Tanta E.I.R.L.

Tabla 2*Características de la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L.*

Gestión de Calidad	N	%
Se acatan las políticas de calidad		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	16.67
A veces	0	0.00
Casi siempre	2	33.33
Siempre	3	50.00
Total	6	100.00
Se cumplen los roles y responsabilidades		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	1	16.67
Casi siempre	2	33.33
Siempre	3	50.00
Total	6	100.00
Se atiende los riesgos y oportunidades		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	16.67
A veces	1	16.67
Casi siempre	1	16.67
Siempre	3	50.00
Total	6	100.00
Se planifica los objetivos de la calidad		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	1	16.67
Casi siempre	2	33.33
Siempre	3	50.00
Total	6	100.00
El personal es suficiente para la atención		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	16.67
A veces	0	0.00
Casi siempre	3	50.00
Siempre	2	33.33
Total	6	100.00
Existe una comunicación fluida entre el personal		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	16.67
A veces	1	16.67
Casi siempre	0	0.00
Siempre	4	66.67
Total	6	100.00

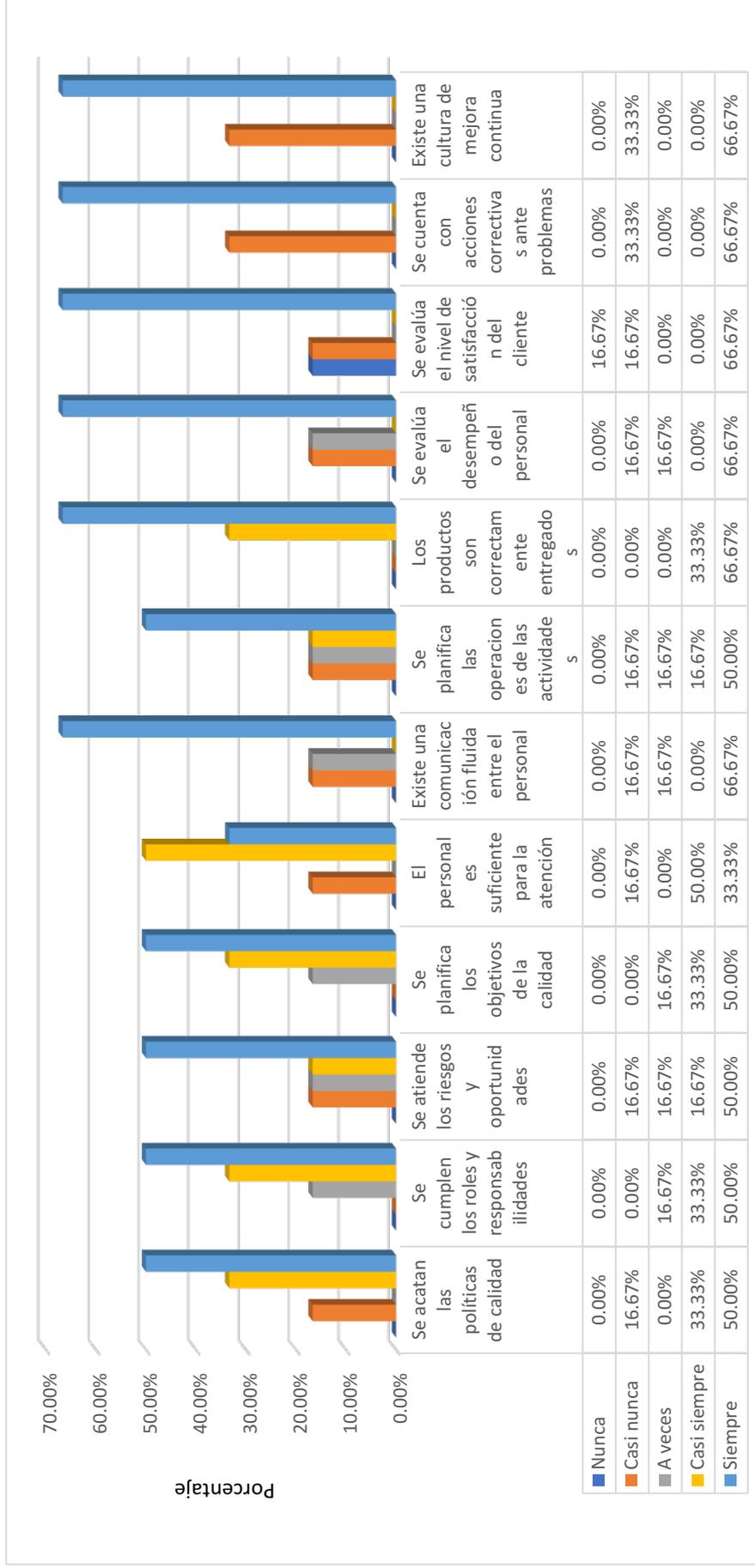
Continúa...

Tabla 2*Características de la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mia Tanta E.I.R.L.*

Gestión de Calidad	N	... Concluye %
Se planifica las operaciones de las actividades		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	16.67
A veces	1	16.67
Casi siempre	1	16.67
Siempre	3	50.00
Total	6	100.00
Los productos son correctamente entregados		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	0	0.00
Casi siempre	2	33.33
Siempre	4	66.67
Total	6	100.00
Se evalúa el desempeño del personal		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	16.67
A veces	1	16.67
Casi siempre	0	0.00
Siempre	4	66.67
Total	6	100.00
Se evalúa el nivel de satisfacción del cliente		
Nunca	1	16.67
Casi nunca	1	16.67
A veces	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	4	66.67
Total	6	100.00
Se cuenta con acciones correctivas ante problemas		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	2	33.33
A veces	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	4	66.67
Total	6	100.00
Existe una cultura de mejora continua		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	2	33.33
A veces	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	4	66.67
Total	6	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes fidelizados de la microempresa Pastelería Mia Tanta, 2023.

Figura 2
Características de la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L.



Nota: La figura muestra los resultados de las preguntas concernientes con el objetivo específico 2: Características de la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L.

Tabla 3

Propuesta de un plan de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho

VARIABLES	INDICADORES	PROBLEMAS ENCONTRADOS	CAUSA	CONSECUENCIAS	ACCIONES DE MEJORA	RESPONSABLES	PRESUPUESTO
Atención al cliente	Infraestructura de la empresa	El 33.33% indican que a veces se siente inseguro con la infraestructura de la pastelería	La falta de monitoreo y análisis de seguridad en la infraestructura.	Falta de confianza por parte de los clientes. Reducción en las ventas	Capacitar adecuadamente en temas de seguridad. Mejorar el monitoreo y análisis de seguridad regular	Gerente/ colaborador	S/. 1500.00
	Saludo	el 30% aseguran que a veces recibe un cordial saludo al ingreso al local	Ineficiencia del personal de atención	Pérdida de clientes	Contratar a personales eficientes y preparados	Gerente/ colaborador	S/. 500.00
	Despedida	el 30% afirman que a veces el personal lo despide afectuosamente	Falta de capacitación en la atención	Insatisfacción del cliente	Realizar capacitaciones constantes	Gerente/ colaborador	S/. 1000.00
	Agradecimiento	el 33.33% indican que a veces recibe un agradecimiento por su consumo	Falta de cultura organizacional	Disminución de la lealtad del cliente	Fomentar la cultura organizacional en los trabajadores	Gerente/ colaborador	S/. 400.00

Gestión de calidad	Riesgos y oportunidades	el 50% que siempre se atiende los riesgos y oportunidades	Falta de comprensión de la importancia de la gestión de riesgos y oportunidades	Pérdidas financieras	Realizar evaluaciones de riesgo periódicas	Gerente/ colaborador	S/. 500.00
	Recursos	el 50% afirman que casi siempre el personal es suficiente para la atención	Alta rotación del personal Falta de motivación	Costo de reclutamiento y entrenamiento	Motivar a través de reconocimientos y recompensas	Gerente/ colaborador	S/. 1500.00
	Comunicación con el personal	el 66.67% que siempre existe una comunicación fluida entre el personal	Falta de transparencia en la comunicación interna	Dificultad para alinear al personal en la estrategia corporativa	Mejorar la comunicación clara y efectiva dentro de la organización	Gerente/ colaborador	S/. 500.00
	Planificación operacional	el 50% que siempre se planifica las operaciones de las actividades	Confusión de la planificación estratégica con la planificación operacional	Escasa capacidad para anticipar y prevenir problemas futuros	Asignar adecuadamente las responsabilidades de los colaboradores	Gerente/ colaborador	S/. 300.00

V. DISCUSIÓN

Objetivo específico 1: Identificar las características de la atención al cliente en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023.

Se siente seguro con la infraestructura de la pastelería: El 40% indican que a veces se siente seguro con la infraestructura de la pastelería. Estos resultados contrastan con Quispe (2021) quien encontró que el 100% estar completamente de acuerdo que la empresa tiene un ambiente limpio y acogedor. Como lo indica Corvo (2019) que la infraestructura en una empresa siempre tiene que ser adecuada para que los clientes se sientan satisfechos. En tal sentido, la infraestructura de la empresa debe ser lo suficientemente flexible para adaptarse a los cambios y nuevas tendencias. Además, la infraestructura debe ser segura y confiable para garantizar la continuidad del negocio.

Se siente seguro durante la atención brindada: el 33.33% mencionan que casi siempre se siente seguro durante la atención brindada. Estos resultados coinciden con Quispe (2021) quien encontró que el 100% de los clientes manifestó estar completamente de acuerdo con la panadería al ofrecer los productos con los respectivos protocolos de seguridad. Como lo indica Zendesk (2023) que la seguridad del cliente se refiere a salvaguardar a los clientes de cualquier daño o peligro durante sus interacciones con la empresa. Por ello, la seguridad del cliente durante la atención es un aspecto esencial del servicio al cliente, ya que vienen a ser un conjunto de actividades destinadas a mejorar la experiencia del cliente, protegiendo a los clientes de cualquier daño o riesgo durante sus interacciones con la empresa. Finalmente, las empresas deben comprender la importancia de la seguridad del cliente durante el servicio, para poder generar confianza en la empresa y aumentar la satisfacción del cliente.

Percibe profesionalismo en los trabajadores: el 33.33% manifiestan que casi siempre percibe profesionalismo en los trabajadores. Estos resultados coinciden con Quispe (2021) quien encontró que el 50 % está completamente de acuerdo que el personal se encuentra calificado para brindar un adecuado servicio. Como lo indica Quispe (2021) que el profesionalismo es comprender el impacto de cada una de nuestras acciones individuales en las acciones y el trabajo de los demás. El profesionalismo del personal se refiere a la actitud de un empleado hacia el trabajo y la apariencia y es importante porque conduce a mejores estándares de la empresa y mayores tasas de éxito de los empleados. Además, el profesionalismo puede ayudarle a construir mejores relaciones con clientes y colegas.

Recibe un cordial saludo al ingreso al local: el 33.33% aseguran que siempre recibe un cordial saludo al ingreso al local. Estos resultados contrastan con Huamani (2020) quien encontró que el 44% de los clientes manifestó que el personal no atiende con amabilidad y eficiencia. Como lo indica Gonzales (2019) que los saludos son una forma de mostrar respeto y dignidad hacia los demás y pueden ser una forma de iniciar una conversación o construir una relación. El saludo cordial al inicio del servicio es un aspecto importante de la interacción con el cliente. Asimismo, un saludo amistoso puede ayudar a establecer una buena relación y crear un ambiente de confianza y respeto. Por ello, las empresas deben promover un saludo amistoso para mejorar la experiencia del cliente y fidelizarlo.

El personal lo despide afectuosamente: el 30% afirman que a veces el personal lo despide afectuosamente. Estos resultados contrastan con Cabello (2022) quien encontró que el 56.67% de los clientes siempre perciben actitud de servicio del personal. Como lo indica Cabrerizo (2022) que la despedida establece la manera en que vamos a dejar la puerta para nuestro próximo encuentro con los clientes. En tal sentido, la despedida luego del consumo es un aspecto importante en la interacción con el cliente. Una despedida cálida y amigable puede ayudar a fidelizar a los clientes y aumentar su satisfacción. Además, las despedidas también pueden ser una oportunidad para obtener comentarios valiosos de los clientes y mejorar las experiencias futuras de los mismos.

Recibe un agradecimiento por su consumo: el 33.33% indican que a veces recibe un agradecimiento por su consumo. Estos resultados contrastan con Cabello (2022) quien encontró que el 46.67% de los trabajadores siempre responden amablemente a las consultas. Como lo indica Sotola (2019) que la gratitud, en concreto, es una emoción placentera como las demás, pero se diferencia del resto en que la persona agradecida es consciente de que ha sido beneficiada por la generosidad de otras personas. Por ello, el agradecimiento luego del consumo es importante, eso acto hace sentir al cliente un ambiente de mayor confianza y a la vez siente que son tratados de una manera más personalizada y en un ambiente agradable, donde el trato que reciben es la más amena posible.

Recibe una disculpa ante un incidente: el 33.33% mencionan que casi siempre recibe una disculpa ante un incidente. Estos resultados coinciden con Collazos (2022) quien encontró que el 100% de los clientes indican que la empresa se esfuerza en brindar una buena atención al cliente. Como lo indica Tylor (2020) que es la acción de desplazar las actitudes o emociones negativas, como la ira y la venganza, hacia situaciones o personas perjudiciales, para dejar paso a actitudes como la compasión y la tolerancia. Esta acción demuestra

arrepentimiento ante un hecho o palabra dado. La disculpa ante un incidente en la atención es muy importante. Si bien es cierto todos cometemos errores y cuando somos dueños de un negocio el fracaso muchas veces está a la orden del día. Sin embargo, eso no significa que se pueda ignorar el inconveniente, especialmente si los clientes ya están molestos. Por ello, si se necesita resolver un conflicto o ayudar a controlar la situación, una disculpa en el mismo momento es necesario o una carta de disculpa postventa puede ser una buena opción.

Existe una comunicación oportuna al ser atendido: el 36.67% manifiestan que a veces existe una comunicación oportuna al ser atendido. Estos resultados contrastan con Arellano (2020) quien encontró que el 70.05% de los clientes están satisfechos y perciben una comunicación oportuna al momento de ser atendidos. Como lo indica Urreta (2021) que la comunicación oportuna es aquella que se ejecuta en el momento apropiado y con la información correcta para que el destinatario pueda tomar una decisión encaminada. En ese sentido, al comunicarse oportunamente se logra prever incidentes que puedan interferir en la atención al cliente, al comunicarlo en el momento correcto y a la brevedad posible se identifican los principales factores del problema, para que luego sean resueltos.

El personal se comunica adecuadamente: el 33.33% aseguran que siempre el personal se comunica adecuadamente. Estos resultados coinciden con Cabello (2022) quien encontró que el 56.67% de los trabajadores siempre son claros al brindar información. Como lo indica Stinga (2023) que la comunicación adecuada es persuasiva y suficiente, consigue los objetivos marcados, es perfecta, une y permite crear relaciones reales entre los individuos. Por ello, la comunicación adecuada podría mejorar las relaciones interpersonales, desarrollar la empatía, reducir los conflictos, evitar malos entendidos, reducir la necesidad de dar explicaciones y repeticiones, mejorar la capacidad de escucha, mejorar la capacidad de negociación y también aumentar la productividad y eficiencia de las tareas. Además, una comunicación clara y eficaz puede crear interacciones positivas entre las personas y promover la coordinación interpersonal y la flexibilidad.

Existe una comunicación fluida durante la atención: el 30% afirman que casi siempre existe una comunicación fluida durante la atención. Estos resultados coinciden con Arellanos (2020) quien encontró que el 80% de los clientes manifiesta que están satisfechos que en la empresa la comunicación es de manera fluida. Como lo indica Villanueva (2021) que la comunicación fluida es uno de los elementos que se deben fomentar en los entornos empresariales y profesionales. De esta forma, los empleados de la empresa pueden coordinar sus esfuerzos y alcanzar los objetivos comerciales marcados. Por ello, la comunicación

fluida es importante durante la atención, ya que de esta manera se evita interferencias en la comunicación con el cliente, los mensajes e información llegan completos y sin ruidos, permitiendo la mayor comprensión al momento de comunicarse.

Objetivo específico 2: Definir las características de la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023.

Se acatan las políticas de calidad: el 50% indican que siempre se acatan las políticas de calidad. Estos resultados contrastan con Cárdenas (2022) quien halló que el 100% indican que la panadería no establece políticas para la calidad de la bodega. Como lo menciona Betancourt (2019) que la política de calidad evidencia el compromiso de la alta dirección con los requisitos de la norma ISO 9001. En tal sentido, la política de calidad efectiva debe ser clara, concisa y fácil de entender. Debe establecer las líneas de acción en las que la organización ha decidido moverse y estar alineada con los objetivos de calidad. Además, debe mencionar el compromiso por cumplir los requisitos aplicables y por la mejora continua.

Se cumplen los roles y responsabilidades: el 50% mencionan que siempre se cumplen los roles y responsabilidades. Estos resultados coinciden con Quispe (2023) quien halló que el 42,86% indican que casi siempre miden el desempeño de su personal mediante evaluaciones. Como lo menciona Gonzalez & Manzanares (2020) que los altos directivos deben garantizar la asignación, comunicación y comprensión de las responsabilidades y autoridades pertinentes en la organización. Por ello, una definición clara de roles y responsabilidades es esencial para el éxito de cualquier organización. Es importante que los empleados comprendan de manera clara sus roles y responsabilidades para evitar malentendidos y conflictos, y para aumentar la productividad y retención de talento. La definición clara de roles y responsabilidades también puede ayudar a mejorar la eficiencia y la productividad de la organización, así como a aumentar la satisfacción del cliente.

Se atiende los riesgos y oportunidades: el 50% manifiestan que siempre se atiende los riesgos y oportunidades. Estos resultados coinciden con Quispe (2023) quien halló que el 42,9% mencionan que casi siempre planifican los riesgos y oportunidades. Como lo menciona Betancourt (2019) que es necesario tener un procedimiento de gestión de riesgos y oportunidades para controlar los riesgos y oportunidades por lo que, la organización debe tener en cuenta su comprensión del contexto, los procesos y las necesidades de los

interesados. De tal manera que, los riesgos y oportunidades son dos caras de la misma moneda en cualquier empresa. En mi opinión, es importante que las empresas identifiquen y evalúen los riesgos y oportunidades que enfrentan para poder tomar decisiones informadas y estratégicas. La identificación de riesgos y oportunidades puede ayudar a las empresas a anticipar y prevenir problemas, así como a aprovechar oportunidades para mejorar y crecer.

Se planifica los objetivos de la calidad: el 50% aseguran que siempre se planifica los objetivos de la calidad. Estos resultados contrastan con Cárdenas (2022) quien halló que el 80% no finca los objetivos de calidad. Como lo menciona Gonzalez & Manzanares (2020) que los objetivos de calidad deben ser coherentes con la política de calidad, medibles, tener en cuenta los requisitos aplicables, relevantes para la conformidad de productos y servicios y la satisfacción del cliente, además de estar controlados, comunicados y actualizados según sea necesario. Por ello, los objetivos de calidad son metas establecidas para asegurar que los productos o servicios ofrecidos por una empresa cumplan con ciertos estándares de calidad. En mi opinión personal, una política de calidad efectiva debe ser clara, concisa y fácil de entender. Debe establecer las líneas de acción en las que la organización ha decidido moverse y estar alineada con los objetivos de calidad.

El personal es suficiente para la atención: el 50% afirman que casi siempre el personal es suficiente para la atención. Estos resultados coinciden con Quispe (2023) quien halló que el 42,9% manifiestan que casi siempre cuentan con suficientes recursos de personal. Como lo menciona Coll (2020) que una organización debe evaluar sus capacidades y proporcionar los recursos requeridos para establecer, implementar, mantener y mejorar su sistema de gestión de calidad. En tal sentido, la gestión de los recursos humanos incluye la contratación, capacitación, desarrollo y retención de empleados. Es importante que las empresas tengan un enfoque proactivo para la gestión de los recursos humanos y que se aseguren de que los empleados comprendan claramente sus roles y responsabilidades. Además, es importante que las empresas fomenten la creatividad y la innovación, y que estén dispuestas a adaptarse a los cambios en el mercado y en el entorno empresarial.

Existe una comunicación fluida entre el personal: el 66.67% indican que siempre existe una comunicación fluida entre el personal. Estos resultados coinciden con Viera (2020) quien halló que el 40% siempre consideran que mantener una buena comunicación entre las distintas áreas de la empresa aumenta la productividad de esta empresa. Como lo

menciona Gonzalez & Manzanares (2020) que el procedimiento de formación y comunicación puede incorporar medidas para estandarizar la comunicación. También, para mejorar la comunicación, es necesario establecer canales, responsables, contenidos, formatos y evaluar regularmente el proceso. De tal manera que, en el ámbito laboral, una buena comunicación permite compartir información, resolver problemas, tomar decisiones y fomentar la creatividad y la innovación. Además, una comunicación clara y efectiva puede generar interacciones positivas entre las personas, facilitar la coordinación y fluidez en las relaciones humanas, y generar un ambiente de trabajo agradable.

Se planifica las operaciones de las actividades: el 50% mencionan que siempre se planifica las operaciones de las actividades. Estos resultados coinciden con Quispe (2023) quien halló que el 42,9% mencionan que casi siempre realizan evaluaciones independientes de cada actividad. Como lo menciona Betancourt (2021) que la planificación debe ajustarse a las operaciones de la organización. Se debe supervisar y evaluar los cambios previstos e imprevistos, y tomar medidas para reducir cualquier impacto negativo, si es necesario. Por ello, la planeación operativa debe facilitar la coordinación de los recursos de la organización para que sea posible alcanzar las metas y los objetivos que están contenidos en los planes estratégico y táctico de dicha empresa. Asimismo, la planeación operativa debe ser extremadamente detallada y concentrarse en los planes específicos para las actividades y procesos.

Los productos son correctamente entregados: el 66.67% manifiestan que siempre los productos son correctamente entregados. Estos resultados coinciden con Huamani (2020) quien halló que el 60% de los colaboradores manifestó que los productos son elaborados bajo estándares de calidad. Como lo menciona Ilerna (2020) que es importante que la empresa tenga un proceso de diseño y desarrollo adecuado para garantizar la entrega futura de productos y servicios. En ese sentido, el desarrollo de productos es un proceso importante para las empresas el cual les permitirá mantenerse competitivas y relevantes en el mercado. Por lo cual, es importante que las empresas comprendan la importancia del desarrollo de productos y se esfuercen por crear productos que satisfagan las necesidades de los consumidores y mejoren la eficiencia y la productividad.

Se evalúa el desempeño del personal: el 66.67% aseguran que siempre se evalúa el desempeño del personal. Estos resultados coinciden con Cabello (2022) quien halló que el

66.67% siempre monitorean el nivel de desempeño del equipo de trabajo. Como lo menciona Betancourt (2021) que se pueden hacer revisiones de dirección para revisar y evaluar los datos e información, aunque es aconsejable tener reuniones mensuales de seguimiento con grupos de mejora o un grupo multidisciplinario que incluya representantes de todos los departamentos. Por consiguiente, el análisis y evaluación del desempeño es un proceso importante para las empresas que les permite medir el logro de los objetivos operativos y estratégicos e identificar áreas que requieren intervenciones de mejora. Además, la evaluación del desempeño laboral permite medir la aptitud, competencia, habilidad y eficiencia de un colaborador respecto a la ejecución de sus tareas dentro de una empresa, en un periodo determinado. Para ello se utilizan distintas herramientas y métodos, tanto cualitativos como cuantitativos.

Se evalúa el nivel de satisfacción del cliente: el 66.67% afirman que siempre se evalúa el nivel de satisfacción del cliente. Estos resultados coinciden con Cárdenas (2022) quien halló que el 60% indica que la empresa busca la satisfacción plena del cliente. Como lo menciona Gonzalez & Manzanares (2020) que la dirección y los responsables comerciales deben tomar decisiones sobre las encuestas de satisfacción de los clientes, incluyendo el contenido, sistema de puntuación, frecuencia y muestra representativa. De modo, la satisfacción del cliente es un aspecto importante para las empresas que les permite mantenerse competitivas y relevantes en el mercado. Asimismo, la satisfacción del cliente se puede medir de varias maneras, y las empresas pueden utilizar esta información para mejorar la calidad de sus productos y servicios, y para identificar áreas que requieren intervenciones de mejora.

Se cuenta con acciones correctivas ante problemas: el 66.67% indican que siempre se cuenta con acciones correctivas ante problemas. Estos resultados coinciden con Cabello (2022) quien halló que el 66.67% siempre identifican resultados no deseables y toman acciones correctivas. Como lo menciona Mingora (2023) que las acciones para solucionar una no conformidad deben ser acordes con su causa. También, los informes de no conformidades y acciones correctivas deben contener la información documentada para demostrar las no conformidades y acciones tomadas. Por lo cual, las acciones correctivas sirven como medidas para identificar, eliminar o prevenir la recurrencia de problemas, errores o deficiencias en un proceso, producto o sistema. Asimismo, las acciones correctivas

representan una propuesta de mejora que planteas como consecuencia de haber estudiado la causa de una no conformidad detectada en la organización.

Existe una cultura de mejora continua: el 66.67% mencionan que siempre existe una cultura de mejora continua. Estos resultados coinciden con Cabello (2022) quien halló que el 78% de los microempresarios siempre dirigen el funcionamiento de sus empresas buscando siempre mejorar en orientación a su misión y visión. Como lo menciona Gonzalez & Manzanares (2020) que las organizaciones deben mejorar su sistema de calidad de forma constante y su efectividad, asimismo la organización deberá realizar auditorías de gestión o renovaciones anuales, que demuestren una mejora continua. Por ello, la mejora continua sirve para que la empresa analice, identifique y realice cambios graduales en los procesos, productos y personal. Asimismo, la mejora continua es una herramienta indispensable para medir el logro de los objetivos operativos y estratégicos e identificar áreas que requieren intervenciones de mejora.

PLAN DE MEJORA

1. Datos Generales

Razón social: Mia Tanta E.I.R.L

Representante: NIETO MUJICA Gino

Dirección: Av. Mariscal Cáceres N° 1206-1296 Ayacucho

Ruc: 10077571260

2. Misión

Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos panificados, comprometidos en conquistar la preferencia de nuestros clientes en la entrega de productos sanos, de excelente calidad, sabor y brindando el mejor servicio.

3. Visión

Posicionarnos como la mejor panadería y pastelería de la región con productos naturales de calidad y valor nutritivo.

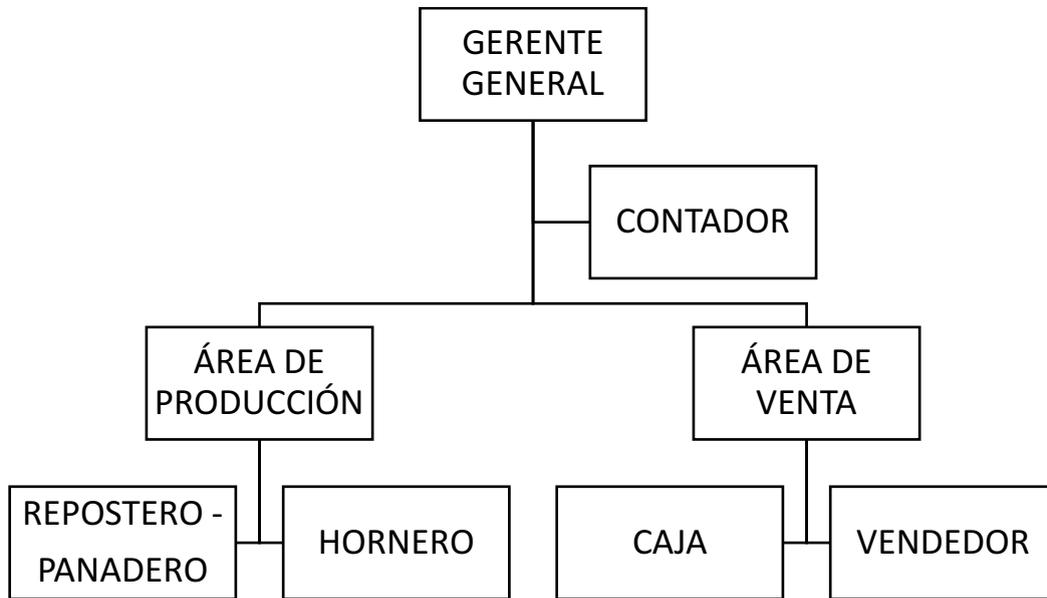
4. Objetivos

- Aumentar la base de clientes y ampliar la distribución en el mercado.
- Desarrollar continuamente nuevos productos.
- Adquirir equipos/dispositivos para facilitar procesos e incrementar la producción.
- Crear más empleos y promover el desarrollo económico de la región.
- Suministrar productos de alta calidad a precios asequibles.

5. Productos y Servicios

Empresa dedicada a la elaboración de tortas pasteles, pan pizza, pan canela, pan hamburguesa, pan ciabatta.

6. Organigrama



6.1. Descripción de las funciones

Gerencia	
Cargo	Gerente general
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Licenciado(a) en administración y otros. - Tener liderazgo y comunicación permanente con todo el personal. - Contar con habilidades financieras. - Ser activo, creativo, tener valores y trabajo en equipo. - Tener tolerancia a los trabajadores en situaciones de problemas.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Organizar y planificar las actividades de la empresa. - Contratar personal de acuerdo al cargo. - Appreciar el desempeño de los trabajadores. - Verificar el control de las asistencias. - Agendar reuniones de orientaciones al personal. - Establecer objetivos y estrategias de mejora continua. - Asegurar la atención de calidad a los clientes.

Área de Producción	
Cargo	Repostero - Panadero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Tener estudios académicos en Repostería – Panadería. - Contar con experiencia mínimo a 2 años como pastelero y panadero. - Tener creatividad en la creación de tortas pasteles. - Responsable, puntual y honrado.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar variedad de tortas y pasteles y otros derivados de harina. - Usar implementos adecuados. - Verificar la lista de insumos. - Supervisar los ingredientes requeridos y de calidad.
Cargo	Hornero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima a 1 año en área de pastelería. - Capacidad en trabajos bajo presión. - Tener capacidad de trabajo en equipo. - Compromiso basado en la calidad del producto. - Disponibilidad de trabajar en horarios rotativos durante la semana.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Hornear panes. - Hornear pasteles. - Hornear bocaditos. - Verificar la calidad del horno. - Mantenimiento de los hornos y otros.

Área de Venta	
Cargo	Caja
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia de un 1 año en el área requerido. - Disponibilidad de trabajar los 6 días de la semana. - Brindar una buena atención.

	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento en cuadro de cajas. - Responsabilidad y compromiso.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Atender llamadas de delivery. - Hacer facturaciones y cobranza. - Verificar los mensajes de las redes sociales. - Apertura de cierre de caja. - Identificación de billetes y monedas falsas. - Realizar cobros con tarjeta. - Brindar información de promociones a los clientes al momento de cancelar sus pedidos.
Cargo	Vendedor
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de 6 meses en el área requerida. - Tener estudios mínimos de secundaria completa. - Contar con disponibilidad de trabajar durante 6 días de la semana. - Trabajos bajo presión. - Tener sencillez en la atención al cliente. - No tener antecedentes policiales ni judiciales.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Atender al cliente ofreciendo la variedad de productos. - Tener conocimiento de los productos a ofrecer. - Organizar los materiales de despacho. - Mantener los productos ordenados. - Realizar la limpieza del área de despacho. - Amabilidad con los clientes. - Responder las dudas que tiene el cliente.

Área de Apoyo	
Cargo	Contador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de 1 año a más. - Estudios técnicos o universitario. - Tener conocimiento en estados financieros.

	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de adaptar al área de trabajo - Conocimiento al máximo del Excel.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Administrar los recursos financieros de la empresa. - Tener un control adecuado de los ingreso y egresos de la empresa. - Efectuar los pagos al personal y terceros. - Efectuar pagos a la SUNAT. - Apoyar al gerente en elaboración de planes estratégicos. - Realizar estudios de mercado. - Realizar estrategias de promociones. - Revisar la situación financiera de la empresa.

7. Diagnóstico general

Factores Externos		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
		O1	O2	D1	D2
		Incremento del consumo de pan		Aparición de competidores en la zona	
		Incremento de proveedores en el país		Ingreso de producto sustitutos	
		Mayor preferencia del marketing digital		Incremento de los precios en los insumos	
		Mayor acceso a importaciones de equipos		Inestabilidad económica en el país	
		Crecimiento de habitantes en la región		Incremento de la delincuencia en la región	
		Tratados de libre Comercio		Ley de protección al consumidor	
		ESTRATEGIAS FO		ESTRATEGIAS DO	
F1	Personal con experiencia requerida			Aperturar nuevas sucursales con espacios amplios.	
F2	Productos de calidad y precios accesibles			D2, D5, O1, O5	
F3	Productos higiénicamente elaborados		Promocionar constantemente por medios publicitarios y redes sociales la variedad de los productos.	Concretar una mejor alianza con los proveedores adecuados que ofrezcan mejor calidad y precio.	
F4	Innovación tecnológica		F2, F4, F6, O3, O5	D4, O2, O4	
F5	Ubicación técnica y estratégica				
F6	Variedad de producto				
		ESTRATEGIAS FA		ESTRATEGIAS DA	
A1	Promociones poco visibles			Motivación al personal con reconocimientos y bonificaciones para evitar que el reclutamiento de la competencia.	
A2	Capacidad reducida del local		Reinventarse y mantener la variedad de productos al alcance de la población, con la calidad garantizada.	D3, D6, A1	
A3	Alta rotación del personal		F2, F3, F6, A1, A2		
A4	Alto costo de producción (materia prima)				
A5	Un solo punto de ventas				
A6	Poco personal capacitado				

8. Indicadores de una buena Gestión

Indicadores	Evaluación de los indicadores dentro de la Mype
Infraestructura de la empresa	Los clientes indican que a veces se siente seguro con la infraestructura de la pastelería
Saludo	Los clientes aseguran que a veces recibe un cordial saludo al ingreso al local
Despedida	Los clientes afirman que a veces el personal lo despide afectuosamente
Agradecimiento	Los clientes indican que a veces recibe un agradecimiento por su consumo
Riesgos y oportunidades	Los trabajadores manifiestan que siempre se atiende los riesgos y oportunidades
Recursos	Los trabajadores afirman que casi siempre el personal es suficiente para la atención
Comunicación con el personal	Los trabajadores indican que siempre existe una comunicación fluida entre el personal
Planificación operacional	Los trabajadores mencionan que siempre se planifica las operaciones de las actividades

9. Problemas

Indicadores	Problema Encontrado	Causa
Infraestructura de la empresa	A veces se siente seguro con la infraestructura de la pastelería	La falta de monitoreo y análisis de seguridad en la infraestructura.
Saludo	A veces recibe un cordial saludo al ingreso al local	Ineficiencia del personal de atención
Despedida	A veces el personal lo despide afectuosamente	Falta de capacitación en la atención

Agradecimiento	A veces recibe un agradecimiento por su consumo	Falta de cultura organizacional
Riesgos y oportunidades	Siempre se atiende los riesgos y oportunidades	Falta de comprensión de la importancia de la gestión de riesgos y oportunidades
Recursos	Casi siempre el personal es suficiente para la atención	Alta rotación del personal Falta de motivación
Comunicación con el personal	Siempre existe una comunicación fluida entre el personal	Falta de transparencia en la comunicación interna
Planificación operacional	Siempre se planifica las operaciones de las actividades	Confusión de la planificación estratégica con la planificación operacional

10. Establecer soluciones

Indicadores	Problema Encontrado	Acciones De Mejora
Infraestructura de la empresa	A veces se siente seguro con la infraestructura de la pastelería	Capacitar adecuadamente en temas de seguridad. Mejorar el monitoreo y análisis de seguridad regular
Saludo	A veces recibe un cordial saludo al ingreso al local	Contratar a personales eficientes y preparados
Despedida	A veces el personal lo despide afectuosamente	Realizar capacitaciones constantes
Agradecimiento	A veces recibe un agradecimiento por su consumo	Fomentar la cultura organizacional en los trabajadores
Riesgos y oportunidades	Siempre se atiende los riesgos y oportunidades	Realizar evaluaciones de riesgo periódicas
Recursos	Casi siempre el personal es suficiente para la atención	Motivar a través de reconocimientos y recompensas

Comunicación con el personal	Siempre existe una comunicación fluida entre el personal	Mejorar la comunicación clara y efectiva dentro de la organización
Planificación operacional	Siempre se planifica las operaciones de las actividades	Asignar adecuadamente las responsabilidades de los colaboradores

11. Recursos para la implementación de las estrategias

Estrategias	Recursos Humanos	Recursos Económicos	Recursos Tecnológicos	Tiempo
Capacitar adecuadamente en temas de seguridad. Mejorar el monitoreo y análisis de seguridad regular	Gerente/ colaborador	S/. 1500.00	Computadora o Laptop	Semanal
Contratar a personales eficientes y preparados	Gerente/ colaborador	S/. 500.00	Laptop	Trimestral
Realizar capacitaciones constantes	Gerente/ colaborador	S/. 1000.00	Laptop	Quincenal
Fomentar la cultura organizacional en los trabajadores	Gerente/ colaborador	S/. 400.00	Computadora Laptop	Semanal
Realizar evaluaciones de riesgo periódicas	Gerente/ colaborador	S/. 500.00	Computadora Laptop	Mensual
Motivar a través de reconocimientos y recompensas	Gerente/ colaborador	S/. 1500.00	Computadora Laptop	Mensual
Mejorar la comunicación clara	Gerente/ colaborador	S/. 500.00	Computadora Laptop	Semanal

y efectiva dentro de la organización				
Asignar adecuadamente las responsabilidades de los colaboradores	Gerente/ colaborador	S/. 300.00	Computadora Laptop	Mensual

VI. CONCLUSIONES

Se estableció una propuesta de mejora de la atención al cliente y la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito de Ayacucho, en ese sentido la propuesta se ejecutó ya que existe la necesidad de mejorar la seguridad en la atención, la cortesía en la atención, la comunicación con el cliente, el liderazgo empresarial, la planificación de la calidad, el apoyo organizacional, el plan operativo, la evaluación de desempeño, y la mejora de la calidad.

Los clientes indicaron que a veces se sienten seguros con la infraestructura de la pastelería, casi siempre se sienten seguros durante la atención brindada, siempre percibe profesionalismo en los trabajadores, a veces reciben un cordial saludo al ingreso al local, a veces el personal lo despide afectuosamente, a veces recibe un agradecimiento por su consumo, casi siempre recibe una disculpa ante un incidente, casi siempre existe una comunicación oportuna al ser atendido, casi siempre el personal se comunica adecuadamente, y casi siempre existe una comunicación fluida durante la atención. En tal sentido se podría decir que, la pastelería tiene un buen servicio al cliente en general, pero hay algunas áreas en las que se puede mejorar. Es importante que la pastelería tome en cuenta los resultados y trabaje en mejorar la infraestructura, el profesionalismo de los trabajadores, y la consistencia en la atención al cliente. Si la pastelería puede mejorar en estas áreas, es probable que los clientes se sientan aún más seguros y bienvenidos en todo momento. Además, la pastelería debería seguir reconociendo y agradeciendo a los clientes por su consumo, ya que esto es algo que los clientes valoran.

Los trabajadores mencionaron que, siempre se acatan las políticas de calidad, siempre se cumplen los roles y responsabilidades, siempre se atiende los riesgos y oportunidades, siempre se planifica los objetivos de la calidad, casi siempre el personal es suficiente para la atención, siempre existe una comunicación fluida entre el personal, siempre se planifica las operaciones de las actividades, siempre los productos son correctamente entregados, siempre se evalúa el desempeño del personal, siempre se evalúa el nivel de satisfacción del cliente, siempre se cuenta con acciones correctivas ante problemas, siempre existe una cultura de mejora continua. Con lo encontrado se podría decir que, la organización parece estar haciendo un buen trabajo en asegurar la gestión de calidad y la satisfacción del cliente. Por ello, es importante que se sigan cumpliendo los objetivos de

calidad y que se mantenga una cultura de mejora continua para garantizar que la organización siga siendo exitosa en el futuro.

Se propuso mejorar la atención al cliente y la gestión de calidad de la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito de Ayacucho, basándose en los resultados de la investigación, lo cual permitirá mejorar la infraestructura de la empresa, mostrar una mejor cortesía en la atención, identificar y dar solución a los riesgos y oportunidades, contar con mayores recursos de personal, establecer una mejor comunicación con el personal y desarrollar una planificación operacional acorde a los objetivos organizacionales.

VII. RECOMENDACIONES

Continuar investigando y mejorando los distintos problemas de la atención al cliente y la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito de Ayacucho, para poder mejorar la seguridad en la atención, la cortesía en la atención, la comunicación con el cliente, el liderazgo empresarial, la planificación de la calidad, el apoyo organizacional, el plan operativo, la evaluación de desempeño, y la mejora de la calidad.

Mantener las instalaciones periódicamente para garantizar que estén en buenas condiciones. Asimismo, proporcionar a los clientes un ambiente limpio y confortable. Se debe asegurar que las instalaciones estén equipadas con la última tecnología, siempre a la vanguardia y no quedarse obsoletos frente a la competencia. También, se debe proporcionar formación y desarrollo profesional a los colaboradores para mejorar sus habilidades y conocimientos, ya que mientras más capacitados y preparados estén, la empresa obtiene mejores resultados en cuanto a la eficiencia y eficacia del planeamiento operacional. Se debe establecer estándares claros de conducta y ética profesional. Y por último se debe fomentar una cultura positiva y colaborativa dentro de la empresa, inculcando los valores y principios entre compañeros de trabajo.

Realizar una evaluación de riesgos y oportunidades para identificar riesgos y oportunidades específicos de la panadería. De esta manera, se pueden desarrollar planes de acción para abordar los riesgos y oportunidades identificados y se puede definir claramente la responsabilidad para su implementación. Además, es importante monitorear periódicamente el progreso y actualizar el plan de acción según sea necesario. Se pueden establecer canales de comunicación, como reuniones periódicas, boletines informativos y correo electrónico, para garantizar una comunicación clara y eficaz. Es muy importante brindar capacitación y orientación a los empleados para garantizar que comprendan los procesos y procedimientos. También es beneficioso fomentar la retroalimentación y la participación de los empleados en la toma de decisiones.

Implementar la propuesta de mejora planteada en la presente investigación, para lograr una mejora en algunas falencias dentro de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez Sánchez, A., & García Navarro, J. (2020). *Comunicación y atención al cliente - CFGS*. España: Editorial Editex. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Comunicaci%C3%B3n_y_atenci%C3%B3n_al_cliente_CFG/W5t1EAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1
- Arellano Gamarra, G. (2020). *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de motos: caso empresa Allyn Motos S.R.L. del barrio Magdalena, distrito de Ayacucho, 2020*. Repositorio Institucional. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Ayacucho. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/17458/ATENCION_AL_CLIENTE_COMUNICACION_EMPATIA_ARELLANO_GAMARRA_GINA_JAKELIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arenal Laza, C. (2019). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. UF0036. Editorial Tutor Formación. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/122303>
- Ayala, M. (2021). *Investigación transversal*. Obtenido de lifeder: <https://www.lifeder.com/investigacion-transversal/>
- Betancourt, D. (2019). *ISO 9001 y cómo hacer la política de calidad*. Obtenido de ingenioempresa: <https://www.ingenioempresa.com/politica-de-calidad-iso-9001/>
- Betancourt, D. (2021). *Planificación y control operacional (8.1) en ISO 9001*. Obtenido de ingenioempresa: <https://www.ingenioempresa.com/planificacion-control-operacional-iso-9001/>
- Cabello Montalvo, F. (2022). *Gestión de calidad basada en la atención al cliente en las Mypes, rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia, Huaraz, 2022*. Repositorio Institucional. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Huaraz. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/27159/ATENCION_AL_CLIENTE_GESTION_DE_CALIDAD_CABELLO_MONTALVO_FLOR_LUCIA.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Cabrerizo Elgueta, M. (2022). *La entrevista de ventas (III: cierre, despedida y seguimiento de la venta (Procesos de venta)*. España: Editorial Editex. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/La_entrevista_de_ventas_III_cierre_despe/7wTfEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1

- Cardenas Quispe, S. (2022). *Gestión de calidad y atención al cliente en mypes del rubro panadería, urb. Las Flores de San Juan de Lurigancho, Lima. 2022*. Universidad Católica los Angeles Chimbote, Lima. Recuperado el 2023, de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/28199/GESTION_DE_CALIDAD_CARDENAS_QUISPE_SONIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castro, J., & Fitipaldo, J. (2023). *La Encuesta como Técnica de Investigación, Validez y Confiabilidad*. Obtenido de UDE: <https://ude.edu.uy/la-encuesta-como-tecnica-de-investigacion-validez-y-confiabilidad/>
- Clavijo, C. (2020). *Competitividad empresarial: 4 estrategias para tu negocio*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/competitividad-empresarial>
- Collazos Bobadilla, H. (2022). *Gestión de calidad basada en la competitividad en las MYPE rubro panadería de Huaraz – Áncash 2022. Repositorio Institucional*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/27156/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_COLLAZOS_BOBADILLA_HEIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Coll Morales, F. (2020). *Recursos humanos (RRHH)*. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/recursos-humanos-rrhh.html>
- Coronel Miranda, M. C. (2019). *Mejoramiento de la calidad en la atención al cliente de una panadería: caso El Almendro*. Pontificia universidad catolica de ecuador, escuela de administración de empresas, Ambato. Recuperado el 2023, de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2714/1/76885.pdf>
- Cortez Orellana, A., & Marin Baquerizo, K. (2022). *Diseño de un sistema de gestión de calidad en base a la norma iso 9001:2015 en la panadería don Ruben. Repositorio Institucional*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/61172/1/BINGQ-ISCE-22P38.pdf>
- Corvo, H. (2019). *Infraestructura de una empresa: qué es y componentes*. Obtenido de lifeder: <https://www.lifeder.com/infraestructura-empresa/>
- Cruz Vela, R. (2019). *Gestión por procesos para la estandarización del servicio de alimentos y bebidas en la empresa de restauración “Café Fusiones” de la ciudad de Chachapoyas – 2019*. Facultad de ciencias económicas y administrativas, Ayacucho
- Obtenido de

- <https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/1783/Cruz%20Vela%20Robinson.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Dini, M., & Stumpo, G. (2020). *MIPYMES en América Latina Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Obtenido de cepal: <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/2c7fec3c-c404-496b-a0da-e6a14b1cee48/content>
- El Peruano. (2021). *Mypes: presente y futuro*. Obtenido de el peruano: <https://elperuano.pe/noticia/123434-mypes-presente-y-futuro>
- Enriquez Mauli, W. (2022). *Propuesta de mejora del desempeño laboral bajo el enfoque de la gestión de calidad en los restaurantes turísticos del barrio de Conchopata, distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2022*. Ayacucho. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/29674/CALIDAD_DESEMPENO_ENRIQUEZ_MAULI_WILBER.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Enriquez Mauli, W. (2022). *Propuesta de mejora del desempeño laboral bajo el enfoque de la gestión de calidad en los restaurantes turísticos del bariio de Conchopata, distrito de Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2022*. Repositorio Institucional. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Ayacucho. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/29674/CALIDAD_DESEMPENO_ENRIQUEZ_MAULI_WILBER.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- González Agüero, J. (2019). *Protocolo en la mesa y vida social*. España: Vision Libros. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Protocolo_en_la_mesa_y_vida_social/rHabDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1
- González Gaya, C., & Manzanares Cañizares, C. (2020). *Sistemas de Gestión de la Calidad ISO 9001: guía de aplicación*. UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/162883>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1 edición ed.). México: Mc Graw Hill Education. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Huamani Atocsa, E. (2020). *Propuesta de mejora en atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercial - rubro panaderías, caso: Panadería la Merced y Punto, Imperial, Cañete 2019*. Repositorio Institucional. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Cañete. Obtenido de

- https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/17128/ATENCION_AL_CLIENTE_GESTION_CALIDAD_MYPES_HUAMANI_ATOCCSA_EDITH_MARCELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ilerna. (2020). *8 fases esenciales en el desarrollo de productos y servicios*. Obtenido de Ilerna: <https://www.ilerma.es/blog/aprende-con-ilerma-online/comercio-marketing/desarrollo-de-productos-servicios/>
- Ionos. (2023). *Gestión de quejas y reclamaciones*. Obtenido de ionos: <https://www.ionos.mx/startupguide/gestion/gestion-de-quejas-y-reclamaciones/>
- Jiménez Rivera, J., Mora Sánchez, N., & Ollague Valarezo, J. (2020). *Análisis y la influencia del marketing en su atención al cliente en la microempresa Ricolombia*. Repositorio Institucional. Universidad Técnica de Machala, Ecuador. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7897654.pdf>
- León Morales, M. (2020). *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro pizzerías centro histórico distrito de Ayacucho, 2019*. Repositorio Institucional. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Ayacucho. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/26343/ATENCION_AL_CLIENTE_MICRO_EMPRESAS_LEON_MORALES_MIRIAN_AYDITH.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- López, L. F. (2021). *Pequeñas empresas, grandes impactos: Apoyando a las PYMES productivas como motor de la recuperación en ALC*. Obtenido de <https://www.latinamerica.undp.org/content/rblac/es/home/presscenter/director-s-graph-for-thought/small-businesses--big-impacts--supporting-productive-smes-as-an-.html>
- Mateos de Pablo Blanco, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. COMM002PO. Málaga, España: IC Editorial. Obtenido de https://elibro.net/es/ereader/uladech/124251?fs_q=calidad_en_el_servicio&prev=fs
- Mejía Acosta, A., Gutierrez Pulido, H., Duque Araque, D., DArmas Regnault, M., & Cannarozzo Tinoco, M. (2018). *Gestión de la Calidad Una herramienta para la sostenibilidad organizacional* (Primera ed). ISBN Electrónico: 978-980-233-724-8 Hecho. <https://doi.org/file:///D:/TESIS-thania/gestin-de-la-calidad-LIBRO.pdf>
- Mendoza Gandara, F. (2019). *El servicio al cliente en los restaurantes ubicados en la cabecera Municipal de Jutiapa*. Repositorio Institucional. Universidad Rafael

- Landivar, Jutiapa, Guatemala. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/01/01/Mendoza-Fatima.pdf>
- Mingora. (2023). *Mejora tu empresa: Acciones correctivas para solucionar problemas*. Obtenido de Mingora: <https://mingora.es/empresas/acciones-correctivas-en-una-empresa/>
- Montano, J. (2021). *Investigación no experimental*. Obtenido de lifeder: <https://www.lifeder.com/investigacion-no-experimental/>
- Muguirra, A. (2023). *Fidelización del cliente: Qué es, importancia y beneficios*. Obtenido de questionpro: <https://www.questionpro.com/blog/es/fidelizacion-del-cliente/>
- NCS Consultoría Tecnológica. (2019). *Problemas comunes en al gestión de la calidad de las empresas*. Obtenido de NCS-spain: <https://www.ncs-spain.com/gestion-calidad-empresas/>
- Perez, S. (2021). *Los 10 mandamientos de un buen servicio de atención al cliente*. Obtenido de buscoERP: <https://www.buscoerp.es/los-10-mandamientos-de-un-buen-servicio-de-atencion-al-cliente/>
- Quiroa, M. (2019). *Cliente*. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>
- Quispe Garibay, A. (2019). *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso Restaurante Eclipse, distrito de Querobamba, provincia de Sucre, región Ayacucho, 2019. Repositorio Institucional*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Ayacucho. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/15330/ATENCION_AL_CLIENTE_QUISPE_GARIBAY_ALCIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quispe Huamani, M. (2023). *Propuesta de mejora en el control interno administrativo para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería del distrito de Carmen Alto, Ayacucho, 2021. Repositorio Institucional*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Ayacucho. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/34707/CALIDAD_GESTION_QUISPE_HUAMANI_MICHAEL_MAICOL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quispe Ruiz, A. (2021). *Caracterización de atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercial rubro panaderías, caso Panadería Virgen del Carmen-Sechura, 2020. Repositorio Institucional*. Universidad Católica

- los Ángeles de Chimbote, Piura. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/31286/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_QUISPE_RUIZ_AMADA_GIULLIANA_EDITH.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rincón, M. D. (2019). *Manual para el estudiante Gestión de la calidad. INATEC (Tecnológico Nacional)*, 1–69.
- Robalino Carrasco, D. (2021). Propuesta de un sistema de gestión de calidad en la empresa de procesamiento de frutas Agropulp pura fruta del cantón Píllaro. *Repositorio Institucional*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33025/1/034%20ADE.pdf>
- Rodríguez Puerta, A. (2020). *Investigación cuantitativa: características, técnicas, ejemplos*. Obtenido de lifeder: Investigación cuantitativa: características, técnicas, ejemplos
- Secretaría de Gestión Pública. (2021). *Gestión de calidad en el Perú avances y agenda futura*. Lima: Preciso Agencia de Contenidos. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2012534/Gestio%CC%81n%20de%20Calidad.pdf.pdf?v=1626192957>
- Sotola, M. (2019). *El Agradecimiento guía práctica N° 1*. Iberlibro. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/El_Agradecimiento_gu%C3%ADa_pr%C3%A1ctica_N_1/UVfHDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1
- Stinga, C. (2023). *Comunicación asertiva, la comunicación adecuada*. Obtenido de ruizstinga: <https://www.ruizstinga.com/comunicacion-asertiva-adecuada/>
- Tanaka, Y. (2021). *El Libro De Los Valores*. Tekttime. Obtenido de Losvalores: https://www.google.com.pe/books/edition/El_Libro_De_Los_Valores/h-8qEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1
- Taylor, C. (2020). *Yo Pido Disculpas (I Say I'm Sorry)*. Estados Unidos: Gareth Stevens Publishing Lllp. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Yo_pido_disculpas_I_Say_I_m_Sorry/G0MmEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1
- Toledo, N. (2023). *Población y Muestra*. Obtenido de uaemex: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/63099/secme-26877.pdf;sequence=1>

- Urreta Okeranza, E. (2021). *Comunicación y atención al cliente en hostelería y turismo: UF0042*. Editorial Tutor Formación. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/197573>
- Valdez Morocho, M. (2022). La Gestión de la Calidad y Competitividad de la Panadería y Pastelería La Unión de la ciudad de Riobamba período 2021. *Repositorio Institucional*. Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/9373/1/Valdez%20Morocho%2c%20M.%20%282022%29%20%20Gesti%c3%b3n%20de%20la%20Calidad%20y%20Competitividad%20de%20la%20Panader%c3%ada%20y%20Pasteler%c3%ada%20La%20Uni%c3%b3n%20de%20la%20ciudad%20de%20Riobamba.pdf>
- Valera, M. (2023). *Puntos claves para mejorar la Atención al Cliente y actuar con seguridad sanitaria*. Obtenido de femxa: <https://www.cursosfemxa.es/blog/crack-atencion-cliente>
- Viera Campos, L. (2020). Gestión de calidad y atención al cliente de la panadería David del distrito de Sullana, 2019. *Repositorio Institucional*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Sullana. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/29054/GESTION_DE_CALIDAD_VIERA_CAMPOS_LUIS_FERNANDO.pdf?sequence=3&isAllowed=yv
- Villa , E. J. (2020). *Trabajo en equipo y gestión de calidad en la empresa el sembrador S.C.C en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo*. [Proyecto del trabajo de titulación para la obtención del título de ingeniería comercial, Universidad Nacional de Chimborazo], <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7235/1/TESIS%20ESTRELLA%20VILLA%202020-ING-COM.pdf>.
- Villanueva López, R. (2021). *Comunicación y Atención al Cliente en Hostelería y Turismo. HOTA0308*. Málaga: IC Editorial. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/220996>
- Zendesk. (2023). *Confianza del cliente: 4 estrategias para generarla*. Obtenido de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/como-crear-confianza-en-un-cliente/>

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

TÍTULO: Propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>Problema general: ¿Cuál es la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023?</p> <p>Problemas específicos: ¿Cuáles son las características de la atención al cliente en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023?</p> <p>¿Cuáles son las características de la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023?</p> <p>¿Cómo elaborar una propuesta de un plan de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023?</p>	<p>Objetivo general: Establecer una propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023.</p> <p>Objetivos específicos: Identificar las características de la atención al cliente en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023.</p> <p>Definir las características de la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023.</p> <p>Elaborar una propuesta de un plan de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023.</p>	<p>Esta investigación no presentará hipótesis por ser un estudio descriptivo.</p> <p>Las investigaciones descriptivas no formulan hipótesis, ya que su propósito es describir y medir las características relevantes de un fenómeno. De tal manera, las investigaciones descriptivas recopilan información sin buscar explicaciones ni establecer relaciones. (Hernández & Mendoza, 2018)</p>	<p>Variable 1: Atención al cliente</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seguridad en la atención - Cortesía en la atención - Comunicación con el cliente <p>Variable 2: Gestión de calidad</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo empresarial - Planificación de la calidad - Apoyo organizacional - Plan operativo - Evaluación de desempeño - Mejora de la calidad 	<p>Tipo: Cuantitativo.</p> <p>Nivel: Descriptivo de propuesta</p> <p>Diseño: No experimental – transversal.</p> <p>Población: P1. 300 clientes fidelizados P2. 6 trabajadores de la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L.</p> <p>Muestra: M1. 30 clientes fidelizados M2. 6 trabajadores de la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L.</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Anexo 02: Instrumento de recolección de información



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

Instrucciones: La información que brindará será útil e importante para esta investigación *Propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en la microempresa pastelería Mía Tanta E.I.R.L. distrito Ayacucho, 2023* dirigido a clientes y trabajadores de la microempresa Pastelería Mía Tanta, y será de forma confidencial, utilizándolo para fines académicos, se le pide con respeto responder de acuerdo a la escala brindada, muchas gracias por su participación.

Nunca (1)	Casi nunca (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	Alternativas
	Ítems				
VI: ATENCIÓN AL CLIENTE					
D1: Seguridad en la atención (infraestructura de la empresa, seguridad del cliente, profesionalismo)					
1	¿Se siente seguro con la infraestructura de la pastelería?				
2	¿Cómo cliente se siente seguro durante la atención brindada?				
3	¿Muestran profesionalismo los trabajadores de la pastelería?				
D2: Cortesía en la atención (saludo, despedida, agradecimiento, disculpa)					
4	¿Recibe un cordial saludo al ingreso al local?				
5	¿Al abandonar el local, el personal lo despide afectuosamente?				
6	¿Recibe un agradecimiento por su consumo?				
7	¿Ante cualquier queja, recibe una disculpa por parte del personal?				
D3: Comunicación con el cliente (oportuna, adecuada, fluida)					
8	¿Usted percibe una comunicación oportuna al momento de ser atendido?				
9	¿Usted considera que los personales de la pastelería Mía Tanta utilizan una comunicación adecuada?				
10	¿Usted considera que la pastelería Mía Tanta da una comunicación de manera fluida?				
V2: GESTIÓN DE CALIDAD					
D1: Liderazgo empresarial (política de calidad, roles y responsabilidades)					
11	¿Los trabajadores acatan la política de calidad?				
12	¿Se cumplen los roles y responsabilidades en la pastelería?				
D2: Planificación de la calidad (riesgos y oportunidades, objetivos de calidad)					
13	¿Los riesgos y oportunidades son atendidos oportunamente?				
14	¿Los objetivos de la calidad son planificados?				
D3: Apoyo organizacional (recursos, comunicación con el personal)					
15	¿El recurso del personal es suficiente para la atención?				
16	¿Existe una comunicación fluida entre el personal?				
D4: Plan operativo (planificación operacional, desarrollo de los productos)					
17	¿Las operaciones de las actividades son planificadas?				
18	¿Los productos son correctamente entregados al cliente?				
D5: Evaluación de desempeño (análisis y evaluación, satisfacción del cliente)					
19	¿Se evalúa el desempeño del personal?				
20	¿Se evalúa el nivel de satisfacción del cliente?				
D6: Mejora de la calidad (acciones correctivas, mejora continua)					
21	¿Ante problemáticas internas, cuentan con acciones correctivas?				
22	¿Existe una cultura de mejora continua?				

Anexo 03: Validez del instrumento

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Mgtr: Wilber Quispe Medina

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Pinco Paredes, Reyna Isabel, estudiante / egresado del programa académico de Taller de investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: "PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA PASTELERIA MÍA TANTA E.I.R.L. DISTRITO DE AYACUCHO, 2023" y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

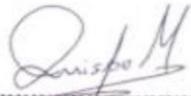
Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



DNI: 71411641

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Wilber Quispe Medina	
Nº DNI / CE: 25760824	Edad: 49 años
Teléfono / celular: 981605064	Email: wilber.quispe.medina@gmail.com
Título profesional: Licenciado en Administración	
Grado académico: Maestría <u>x</u>	Doctorado: _____
Especialidad: Educación con mención en Docencia, Currículo e Investigación	
Institución que labora: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote	
Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis	
Título: PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA PASTELERIA MÍA TANTA E.I.R.L. DISTRITO DE AYACUCHO, 2023	
Autora: PINCO PAREDES, Reyna Isabel	
Programa académico: Bachiller en administración de empresas	
 Mg. Wilber Quispe Medina LIC. EN ADMINISTRACIÓN CLAD N° 5179	 Huella digital

Ficha de Validación

Título: Propuesta de mejora en la Atención al cliente para la Gestión de calidad en la Microempresa Pastelería Mía Tanta E.I.R.L. Distrito de Ayacucho, 2023

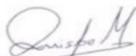
	Variable 1: Atención al cliente Dimensión 1: Seguridad en la atención	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Se siente cómodo con la infraestructura de la pastelería?	x		x		x		
2	¿Cómo cliente se siente seguro durante la atención brindada?	x		x		x		
3	¿Muestran profesionalismo los trabajadores de la pastelería?	x		x		x		
Dimensión 2: Cortesía en la atención								
4	¿Recibe un cordial saludo al ingreso al local?	x		x		x		
5	¿Al abandonar el local, el personal lo despide afectuosamente?	x		x		x		
6	¿Recibe un agradecimiento por su consumo?	x		x		x		
7	¿Ante cualquier queja, recibe una disculpa por parte del personal?	x		x		x		
Dimensión 3: Comunicación con el cliente								
8	¿Usted percibe una comunicación oportuna al momento de ser atendido?	x		x		x		
9	¿Usted considera que los personales de la pastelería Mía Tanta utilizan una comunicación adecuada?	x		x		x		
10	¿Usted considera que la pastelería Mía Tanta da una comunicación de manera fluida?	x		x		x		
Variable 2: Gestión de Calidad								
Dimensión 1: Liderazgo empresarial								
11	¿La pastelería acatan la política de calidad?	x		x		x		
12	¿Se cumplen los roles y responsabilidades en la pastelería?	x		x		x		

Dimensión 2: Planificación de la calidad								
13	¿Los riesgos y oportunidades son atendidos oportunamente?	x		x		x		
14	¿Los objetivos de la calidad son planificados?	x		x		x		
Dimensión 3: Apoyo organizacional								
15	¿El recurso del personal es suficiente para la atención?	x		x		x		
16	¿Existe una comunicación fluida entre el personal?	x		x		x		
Dimensión 4: Plan Operativo								
17	¿Las operaciones de las actividades son planificadas?	x		x		x		
18	¿Los productos son correctamente entregados al cliente?	x		x		x		
Dimensión 5: Evaluación de desempeño								
19	¿Se evalúa el desempeño del personal?	x		x		x		
20	¿se evalúa el nivel de satisfacción del cliente?	x		x		x		
Dimensión 6: Mejora de la calidad								
21	¿Ante problemáticas internas, cuentan con acciones correctivas?	x		x		x		
22	¿Existe una cultura de mejora continua?	x		x		x		

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg. Wilber Quispe Medina


Mg. Wilber Quispe Medina
LIC. EN ADMINISTRACIÓN
CLAD N° 5179



Huella digital

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Mgtr: Guisseppi I. Morales Muñoz

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Pinco Paredes, Reyna Isabel, estudiante / egresado del programa académico de Taller de investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: "PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA PASTELERIA MÍA TANTA E.I.R.L. DISTRITO DE AYACUCHO, 2023" y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



DNI: 71411641

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Guisseppi Jhonatan Morales Muñoz	
N° DNI / CE: 44330641	Edad: 36
Teléfono / celular: 942821395	Email: Gjmoralesmu8@gmail.com
<hr/>	
Título profesional: Licenciado en Administración	
Grado académico: Maestría <u>x</u>	Doctorado: _____
Especialidad: Gestión pública	
Institución que labora: Dirección Regional Agraria de Ica	
<hr/>	
Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis	
Título: PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA PASTELERIA MÍA TANTA E.I.R.L. DISTRITO DE AYACUCHO, 2023	
Autora: PINCO PAREDES, Reyna Isabel	
Programa académico: Bachiller en administración de empresas	
<hr/>	
 <p>GOBIERNO REGIONAL DE ICA DIRECCION REGIONAL AGRARIA LIC. GUISEPPI I. MORALPS MUÑOZ ANALISTA ADMINISTRATIVO CLAD N° 38521 Firma</p>	 <p>Huella digital</p>

Ficha de Validación

Título: Propuesta de mejora en la Atención al cliente para la Gestión de calidad en la Microempresa Pastelería Mía Tanta E.I.R.L. Distrito de Ayacucho, 2023

Variable 1: Atención al cliente		Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
Dimensión 1: Seguridad en la atención		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Se siente cómodo con la infraestructura de la pastelería?	x		x		x		
2	¿Cómo cliente se siente seguro durante la atención brindada?	x		x		x		
3	¿Muestran profesionalismo los trabajadores de la pastelería?	x		x		x		
Dimensión 2: Cortesía del cliente								
4	¿Recibe un cordial saludo al ingreso al local?	x		x		x		
5	¿Al abandonar el local, el personal lo despide afectuosamente?	x		x		x		
6	¿Recibe un agradecimiento por su consumo?	x		x		x		
7	¿Ante cualquier queja, recibe una disculpa por parte del personal?	x		x		x		
Dimensión 3: Comunicación con el cliente								
8	¿Usted percibe una comunicación oportuna al momento de ser atendido?	x		x		x		
9	¿Usted considera que los personales de la pastelería Mía Tanta utilizan una comunicación adecuada?	x		x		x		
10	¿Usted considera que la pastelería Mía Tanta da una comunicación de manera fluida?	x		x		x		
Variable 2: Gestión de Calidad								
Dimensión 1: Liderazgo empresarial								
11	¿La pastelería acatan la política de calidad?	x		x		x		
12	¿Se cumplen los roles y responsabilidades en la pastelería?	x		x		x		

Dimensión 2: Planificación de la calidad								
13	¿Los riesgos y oportunidades son atendidos oportunamente?	x		x		x		
14	¿Los objetivos de la calidad son planificados?	x		x		x		
Dimensión 3: Apoyo Organizacional								
15	¿El recurso del personal es suficiente para la atención?	x		x		x		
16	¿Existe una comunicación fluida entre el personal?	x		x		x		
Dimensión 4: Plan Operativo								
17	¿Las operaciones de las actividades son planificadas?	x		x		x		
18	¿Los productos son correctamente entregados al cliente?	x		x		x		
Dimensión 5: Evaluación de desempeño								
19	¿Se evalúa el desempeño del personal?	x		x		x		
20	¿se evalúa el nivel de satisfacción del cliente?	x		x		x		
Dimensión 6: Mejora de la Calidad								
21	¿Ante problemáticas internas, cuentan con acciones correctivas?	x		x		x		
22	¿Existe una cultura de mejora continua?	x		x		x		

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg. GUISEPPI JHONATAN MORALES MUÑOZ

GOBIERNO REGIONAL DE ICA
DIRECCIÓN REGIONAL AGRARIA
[Firma]
LIC. GUISEPPI J. MORALES MUÑOZ
ANALISTA ADMINISTRATIVO
/ CLAD Nº 28521
Firma



Huella digital

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Mgtr: Guido Elmer Uribe Cornelio

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Pinco Paredes, Reyna Isabel, estudiante / egresado del programa académico de Taller de investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: "PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA PASTELERIA MÍA TANTA E.I.R.L. DISTRITO DE AYACUCHO, 2023" y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



DNI: 71411641

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Guido Elmer Uribe Cornelio	
N° DNI / CE: 70117561	Edad: 42
Teléfono / celular: 912937055	Email:
<hr/>	
Título profesional: Licenciado en Administración	
Grado académico: Maestría <u>x</u>	Doctorado: _____
Especialidad: Gestión Publica	
Institución que labora: Unidad de Gestión Educativa Local de Aija	
<hr/>	
Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis	
Título: PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA PASTELERIA MÍA TANTA E.I.R.L. DISTRITO DE AYACUCHO, 2023	
Autora: PINCO PAREDES, Reyna Isabel	
Programa académico: Bachiller en administración de empresas	
<hr/>	
 Mg. Guido Elmer Uribe Cornelio CLAD N° 12504	
Firma	Huella digital

Ficha de Validación

Título: Propuesta de mejora en la Atención al cliente para la Gestión de calidad en la Microempresa Pastelería Mía Tanta E.I.R.L. Distrito de Ayacucho, 2023

	Variable 1: Atención al cliente Dimensión 1: Seguridad en la atención	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Se siente cómodo con la infraestructura de la pastelería?	x		x		x		
2	¿Cómo cliente se siente seguro durante la atención brindada?	x		x		x		
3	¿Muestran profesionalismo los trabajadores de la pastelería?	x		x		x		
Dimensión 2: Cortesía del cliente								
4	¿Recibe un cordial saludo al ingreso al local?	x		x		x		
5	¿Al abandonar el local, el personal lo despide afectuosamente?	x		x		x		
6	¿Recibe un agradecimiento por su consumo?	x		x		x		
7	¿Ante cualquier queja, recibe una disculpa por parte del personal?	x		x		x		
Dimensión 3: Comunicación con el cliente								
8	¿Usted percibe una comunicación oportuna al momento de ser atendido?	x		x		x		
9	¿Usted considera que los personales de la pastelería Mía Tanta utilizan una comunicación adecuada?	x		x		x		
10	¿Usted considera que la pastelería Mía Tanta da una comunicación de manera fluida?	x		x		x		
Variable 2: Gestión de Calidad								
Dimensión 1: Liderazgo empresarial								
11	¿La pastelería acatan la política de calidad?	x		x		x		
12	¿Se cumplen los roles y responsabilidades en la pastelería?	x		x		x		

Dimensión 2: Planificación de la calidad								
13	¿Los riesgos y oportunidades son atendidos oportunamente?	x		x		x		
14	¿Los objetivos de la calidad son planificados?	x		x		x		
Dimensión 3: Apoyo organizacional								
15	¿El recurso del personal es suficiente para la atención?	x		x		x		
16	¿Existe una comunicación fluida entre el personal?	x		x		x		
Dimensión 4: Plan Operativo								
17	¿Las operaciones de las actividades son planificadas?	x		x		x		
18	¿Los productos son correctamente entregados al cliente?	x		x		x		
Dimensión 5: Evaluación de desempeño								
19	¿Se evalúa el desempeño del personal?	x		x		x		
20	¿se evalúa el nivel de satisfacción del cliente?	x		x		x		
Dimensión 6: Mejora de la calidad								
21	¿Ante problemáticas internas, cuentan con acciones correctivas?	x		x		x		
22	¿Existe una cultura de mejora continua?	x		x		x		

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg. Guido Elmer Uribe Cornelio



Mg. Guido Elmer Uribe Cornelio
GLAD N° 12504

Firma



Huella digital

Anexo 04: Confiabilidad del instrumento

PRUEBA PILOTO ALFA DE CRONBACH

V1. ATENCIÓN AL CLIENTE	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	SUMA
Sujeto 1	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	43
Sujeto 2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	24
Sujeto 3	3	4	2	2	2	3	2	3	2	3	26
Sujeto 4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
Sujeto 5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Sujeto 6	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	37
Sujeto 7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Sujeto 8	5	4	3	4	5	5	5	2	4	4	41
Sujeto 9	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	37
Sujeto 10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Sujeto 11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Sujeto 12	5	5	3	5	3	4	3	3	3	3	37
Sujeto 13	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	26
Sujeto 14	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	27
Sujeto 15	3	5	4	5	3	4	4	3	3	3	37
Sujeto 16	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	44
Sujeto 17	3	3	2	3	4	3	4	3	2	3	30
Sujeto 18	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	27
Sujeto 19	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
Sujeto 20	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	43
Sujeto 21	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
Sujeto 22	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
Sujeto 23	5	3	4	4	4	4	3	4	3	3	37
Sujeto 24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Sujeto 25	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
Sujeto 26	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	44
Sujeto 27	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	36
Sujeto 28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Sujeto 29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Sujeto 30	2	3	3	4	2	5	2	5	4	2	32
VARIANZA	0.87	0.96	1.11	0.89	1.01	0.80	1.03	0.74	1.07	0.96	

Σ (símbolo sumatoria)	
α (Alfa) =	0.95501402
K (Número de Items) =	10
Vi (Varianza de cada Items) =	9.42888889
Vt (Varianza Total) =	67.1155556

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

La confiabilidad del instrumento es ALTA en cuanto a la variable ATENCIÓN AL CLIENTE, obteniéndose un 0.96

V2. GESTIÓN DE CALIDAD	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	ítem 11	ítem 12	SUMA
Sujeto 1	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	55
Sujeto 2	2	4	3	4	4	3	4	4	3	1	2	2	36
Sujeto 3	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	57
Sujeto 4	4	3	2	3	2	2	2	4	2	2	2	2	30
Sujeto 5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Sujeto 6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
VARIANZA	1.14	0.56	1.33	0.56	1.00	1.47	1.33	0.22	1.47	2.81	2.00	2.00	

Σ (símbolo sumatoria)	
α (Alfa) =	0.97
K (Número de Items) =	12
Vi (Varianza de cada Items) =	15.8888889
Vt (Varianza Total) =	144.888889

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

La confiabilidad del instrumento es ALTA en cuanto a la variable GESTIÓN DE CALIDAD, obteniéndose un 0.97

Anexo 05: Formato de consentimiento informado



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA PASTELERIA MÍA TANTA E.I.R.L. DISTRITO AYACUCHO, 2023 y es dirigido por Reyna Isabel Pinco Paredes investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es:

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 20 minutos de su tiempo.

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

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

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

Nombre: _____

Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

Anexo 06: Documento de aprobación



VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
COORDINACIÓN DE GESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”

Chimbote 23 de noviembre 2023

CARTA N° 0093-2023-2023-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA

Señor/a:

Lic. Nieto Mujica Gino

Pastelería Mia tanta E.I.R.L - AYACUCHO

Presente:

A través del presente, reciba el cordial saludo en nombre del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, a la vez solicito su autorización formal para llevar a cabo una investigación titulada PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA PASTELERÍA MÍA TANTA E.I.R.L. DISTRITO DE AYACUCHO, 2023 que involucra la recolección de información/datos en Clientes y a los trabajadores, a cargo del investigador Reyna Isabel Pinco Paredes , con DNI N° 71411641, cuyo asesor es el/la docente ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA.

La investigación se llevará a cabo siguiendo altos estándares éticos y de confidencialidad, y todos los datos recopilados serán utilizados únicamente para los fines de la investigación.

Es propicia la oportunidad, para reiterarle las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente.



Dr. Willy Valle Salvatierra
Coordinador de Gestión de Investigación

Anexo 07: Evidencias de ejecución

DECLARACIÓN JURADA

Yo, PINCO PAREDES, Reyna Isabel, identificado (a) con DNI 71411641, con domicilio Jr. Proceres Mz I lote 17 las Américas, Distrito San Juan Bautista, Provincia Huamanga, Departamento Ayacucho,

DECLARO BAJO JURAMENTO,

En mi condición de (estudiante/bachiller) PINCO PAREDES, Reyna Isabel con código de estudiante 3111181512 de la Escuela Profesional de Administración Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2023-2:

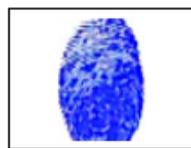
Que los datos consignados en la tesis. PROPUESTA DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA MICROEMPRESA PASTELERIA MÍA TANTA E.I.R.L. DISTRITO DE AYACUCHO, 2023

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad

Ayacucho, 10 de diciembre del 2023



Firma del estudiante/bachiller
DNI: 71411641



Huella digital