



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE EN ATENCIÓN  
AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA- RUBRO  
ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA DEL  
DISTRITO DE CHIMBOTE, 2018

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

**AUTOR**

PORTALES CAMPOS, YOMIRA MARIVI

ORCID: 0000-0003-3002-847X

**ASESOR**

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

**CHIMBOTE- PERÚ**

**2021**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Portales Campos, Yomira Marivi

ORCID: 0000-0003-3002-847X

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Chimbote, Perú

### **ASESOR**

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,  
Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

### **JURADO**

Rosillo De Purizaca María Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

# HOJA DE FIRMA DE JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Rosillo De Purizaca, María Del Pilar

**Presidente**

Salinas Gamboa, José German

**Miembro**

Mino Asencio, María Isabel

**Miembro**

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

**Asesor**

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en cada momento y por brindarme una vida llena de aprendizajes y experiencias.

A mis padres Miguel y Janet por brindarme su apoyo incondicional en cada paso de mi carrera profesional y principalmente por inculcarme valores y por darme una excelente educación.

A usted Dr.- Reinerio Zacarías Centurión Medina por el apoyo y dedicación hacia mi persona, y haber compartido sus conocimientos en la realización en esta investigación.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado a Dios ya que gracias a él he logrado concluir mi carrera porque me ilumino con sabiduría para esforzarme cada día más.

A mi esposo Junior y mi hijo Mathiu, por su inmenso amor y principalmente ser mi fuente de motivación para crecer en el ámbito profesional.

A mis padres porque siempre estuvieron a mi lado apoyándome a cumplir mis objetivos y brindándome consejos para hacer de mí una mejor persona.

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2018. Se utilizó el diseño no experimental – transversal, se utilizó una población muestra de 19 micro y pequeñas empresas, se aplicó un cuestionario de 23 preguntas a través de la técnica encuesta obteniendo los siguientes resultados: Respecto a los representantes: el 63.15% de los representantes tienen de 31 a 50 años, el 57.89% son de género masculino, el 47.37 tiene como grado de instrucción superior universitaria. Respecto a las características de micro y pequeñas empresas: el 52.63% tienen de 4 a 6 años, el 63.16% tienen de 1 a 5 trabajadores y el 63.16% son personas no familiares. Respecto a las características de gestión de calidad: el 78.95% desconoce el término gestión de calidad, el 89.47% conoce el término atención al cliente, el 100% considera que la atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese a su empresa. La investigación concluye que la mayoría de los representantes desconocen el término gestión de calidad y esto indica que solo están dirigiendo sus empresas a base de la experiencia y no tienen conocimiento de cómo la gestión de calidad influye en el crecimiento de las micro y pequeñas empresas, sector industria, rubro elaboración de productos de panadería, distrito de Chimbote, 2018.

**Palabras clave:** Atención al cliente, gestión, calidad y micro y pequeñas empresas.

## **ABSTRACT**

The general objective of the research was: To determine the characteristics of quality management under the focus on Customer Service and improvement plan in micro and small companies in the industrial sector - production of Bakery products of the Chimbote district, 2018. It was used the non-experimental design - cross-sectional, a sample population of 19 micro and small companies was used, a questionnaire of 23 questions was applied through the survey technique obtaining the following results: Regarding the representatives: 63.15% of the representatives have From 31 to 50 years old, 57.89% are male, 47.37 have a higher degree of university instruction. Regarding the characteristics of micro and small companies: 52.63% have 4 to 6 years, 63.16% have 1 to 5 workers and 63.16% are non-family members. Regarding the characteristics of quality management: 78.95% do not know the term quality management, 89.47% know the term customer service, 100% consider that customer service is essential for the customer to return to their company. The research concludes that most of the representatives are unaware of the term quality management and this indicates that they are only running their companies based on experience and have no knowledge of how quality management influences the growth of micro and small companies, industry sector, bakery product manufacturing category, Chimbote district, 2018.

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

## CONTENIDO

1. Título de la Tesis .....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Hoja de Firma de Jurado Evaluador y Asesor .....	iii
4. Agradecimiento y/o Dedicatoria.....	iv
5. Resumen y Abstract.....	vi
6. Contenido .....	viii
7. Índice de gráficos, tablas y figuras .....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de Literatura.....	11
III. Hipótesis .....	42
IV. Metodología .....	43
4.1. Diseño de la Investigación .....	43
4.2. Población y muestra .....	44
4.3. Definición y Operacionalización de la Variable .....	45
4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	49
4.5. Plan de Análisis.....	49
4.6. Matriz de Consistencia.....	50
4.7. Principios Éticos.....	51
V. Resultados.....	52
5.1. Resultados .....	52
5.2. Análisis de los Resultados.....	58
VI. Conclusiones .....	75
Aspectos complementarios.....	77
Referencias Bibliográficas .....	78
Anexos.....	87



## INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2018. .....	62
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2018. .....	63
Tabla 3. Características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2018. ....	64 - 66
Tabla 4. Plan de mejora propuesto en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2018.....	67

## **Figuras**

Figura 1. Edad del representante. ....	109
Figura 2. Genero del representante. ....	109
Figura 3. Grado de instrucción. ....	110
Figura 4. Cargo que desempeña. ....	110
Figura 5. Tiempo que desempeña el cargo. ....	111
Figura 6. Años de permanencia en el rubro. ....	111
Figura 7. Número de trabajadores. ....	112
Figura 8. Personas que trabajan en su empresa. ....	112
Figura 9. Objeto de creación. ....	113
Figura 10. Conoce el término gestión de calidad. ....	113
Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad. ....	114
Figura 12. Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad. ....	114
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal. ....	115
Figura 14. Gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio. ....	115
Figura 15. Gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas.....	116
Figura 16. Conoce el termino atención al cliente.....	116
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en su servicio a sus clientes.....	117
Figura 18. Atención al cliente es fundamental para que regresen a su empresa.....	117
Figura 19. Herramientas para un servicio de calidad.....	118
Figura 20. Factores para la calidad del servicio.....	118
Figura 21. La atención que brinda a sus clientes.....	119
Figura 22. Brindan una mala atención al cliente.....	119
Figura 23. Resultados brindando una buena atención al cliente.....	120

## **I. INTRODUCCIÓN**

Las Mypes son consideradas una de las economías más grandes, ya que han abierto nuevos mercados que constituyen una base empresarial más importante. Es así que la Mype es responsable de la generación de empleos importantes a nivel de todo el mundo y son un factor clave para la reducción de la pobreza y fomenta el desarrollo. Según EFE (2018) nos dice que este tipo de negocios representa más del 90% del total de empresas, las cuales generan entre el 60% y 70% del empleo, y son las responsables del 50% del Producto Bruto Interno (PBI) a nivel mundial. Asimismo, la Organización de Naciones Unidas (ONU) nos informa que la Mype generan posibilidades económicas y estas pueden ser las respuestas a las necesidades de la sociedad.

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) nos dice que actualmente la Mype en el Perú forma parte vital para la economía y desarrollo de nuestro país por que aportan un 40% al PBI y con un 80% de la propuesta laboral. Pero el desarrollo de dichas empresas se encuentra estancadas porque atraviesan por problemas de informalidad, esto les impide a que tengan un crecimiento o desarrollo.

La Sociedad Nacional de Industrias (SNI) nos indica que la elaboración de productos de panadería ha crecido en un 4.1% referente al año 2018 ya que se generó nuevos productos, hubo una mayor inversión y sobre todo hubo una gran aceptación por las personas porque consideran el pan como un producto básico en la alimentación. Según lo informado por RPP noticias (2017) nos informa que en el Perú encontramos aproximadamente alrededor de 10 mil panaderías – pastelerías donde el 43% se

encuentran en Lima, 7% en Arequipa, 5% en la Libertad y Piura cada uno, 4.5% en Callao, 4.4% en Lambayeque, 4% en Junín, 3% en Cusco y Ancash cada uno.

Sercotec (2013) nos dice que en Chile existen más de 1,5 millones de micro y pequeñas empresas, que representan un total de 95,5% de las empresas formales y aportan con el 49,3% del empleo, pero la fuente principal de financiamiento provienen de las instituciones bancarias; a su vez nos dice que Mypes alcanzan a 803 mil unidades productivas al año y donde también se estima que existen más de 710 mil microempresas informales; por ello es que las Mypes se caracterizan por su gran variedad, es importante destacar que en Chile existe una red de impulso que su principal objetivo es apoyar a los micro y pequeños emprendedores en sus ideas de negocio.

Existen 12, 349 micro y pequeñas empresas que entregan una atención al cliente agradable con productos de calidad, el número de clientes por los cuales se compiten se encuentran en aumento, ya que existe alto poder de negociación sobre los consumidores y sobre todo en la competencia de ganar clientes para así poder fidelizarlos. Asimismo, en Chile gran demanda de las empresas están dirigidas en el rubro de productos de panadería, que crecen y aumentan anualmente el 2% en sus ventas, este rubro cuenta con una gran variedad de distintos productos y empresas que lo proveen, donde los clientes son quienes eligen los productos que quieren adquirir teniendo en cuenta sus preferencias y hábitos. (Fechipan, 2014)

Confecamaras (2016) nos informa que en Colombia existen 2,5 millones de Mypes, donde alrededor del 67% son generadoras de empleo y aportan el 28% del producto interno bruto (PIB). Las micro y pequeñas empresas son fundamentales para el

sistema productivo en Colombia ya que en el país hay registradas el 94,7% como micro empresas y el 4,9% como pequeñas y medianas empresas. El país presenta ventajas en la actividad empresarial, en un entorno donde permite el desarrollo de emprendimientos y la mayor innovación, la cual se puede decir que existe una gran formalización y productividad.

Según un censo en Colombia informaron que en Bogotá hay 6,974 que toman en cuenta al cliente ya que los consideran importante para generar ganancias y obtener mayor rentabilidad en la aceptación de los productos y servicios que ofrecen a diario, es por ello, que implementan técnicas para atraer y captar clientes. En dicho país existen panaderías donde es considerada la ciudad con mayores puestos y Cali le sigue con un promedio de 2,165, asimismo en Medellín existen 1,532, en Barranquilla 565 y en Bucaramanga hay 466 que se dedican al rubro de panadería que generan empleos, podemos decir entonces que es un negocio muy rentable que facilita el emprendimiento (Adepan, 2018).

Manzoni (2017) nos dice que en Argentina existen 856, 300 empresas, donde el 83% son micro y empresas, las cuales son generadoras del empleo en el país, ofreciendo mayores puestos de trabajo. Algunas Mypes también presentan o tienen grandes dificultades al momento de acceder a un crédito. Asimismo, nos dice que las Mypes se encuentran frente a diferentes decisiones que impactan en el crecimiento, es decir que tienen una respuesta rápida a los cambios, acceso a nuevos mercados, eficacia en sus ventas y su posicionamiento en un entorno cada vez más competitivo.

En Argentina existen más de 7 mil micro y pequeñas empresas que aplican la atención al cliente como técnica para fidelizar a sus clientes porque consideran que brindándoles una buena atención desde el momento que ingresan y salen de sus empresas hace que el cliente se sienta seguro y cómodo al momento de adquirir sus productos. Asimismo, señala que en el país existe una panadería cada 1100 habitantes y que tiene un crecimiento del 2% anual. Estas Mypes analizan su entorno y lo que el cliente demanda para que puedan llegar a los resultados esperados; es así que se caracterizan por su alta distribución en el país y asimismo se centran en la presencia que tenga su negocio, la adecuada atención y por ofrecer productos de calidad. (El Liberal, 2012)

Vargas (2014) nos informa que en Bolivia es indudable el surgimiento de las micro y pequeñas empresas (MYPES), se registraron 36, 252 las cuales ha generado una importante contribución en el empleo y permiten mejorar la distribución de ingresos y actúa como un generador de nuevos emprendimientos. Anualmente se hacen una evaluación de estas Mypes y sobre su economía, se proponen políticas adecuadas para seguir mejorando ya que estas poseen una alta capacidad de absorción en el empleo.

En Bolivia existe un 93% de micro y pequeñas empresas que aplican la atención al cliente, ya sea en el trato directo que tienen con sus consumidores y a su vez ofreciéndoles productos de calidad es decir llevando una gestión adecuada y/o ordenada de sus productos para que sean adquiridos y aceptados efectivamente por los clientes. Asimismo, las panaderías de dicho país consideran que producen alimentos de primera necesidad y que está sujeto a precios controlados y adecuados. La clave en el negocio de

las mypes es conseguir un alto volumen de ventas, la cual depende de los clientes, por ello es que los negocios ofrecen un producto de calidad y fijan un precio que el consumidor se encuentra dispuesto a pagar. (Galarza, 2014)

Según el gerente de Corporación Financiera de Desarrollo (CODIFE, 2012) nos dice que el Perú es uno de los países considerados con un alto índice de emprendimiento, pero su vez presentan diversos problemas y obstáculos que les impiden crecer y permanecer en el mercado. De igual forma Tello (2014) nos informa que la Mype representan el 99.4% de empresarios a nivel nacional, las cuales generan el 63.4% del empleo y contribuyen a generar su crecimiento y desarrollo.

El economista Llontop (2018) nos informa que existe en Lambayeque alrededor de 58 mil micro y pequeñas empresas, las cuales siguen manteniendo un crecimiento significativo del 3% en los últimos años donde el 97% están dedicadas a la venta por menor. Es así que representa un crecimiento de 51,123 Mypes donde la tasa de crecimiento se encuentra afectada y está enfrentando los diferentes ingresos y cambios de la economía, pero resaltando el crecimiento del empleo que estas generan. Por ello es que la economía Lambayecana espera tener un crecimiento del 3.08% de los cambios en el sector comercio y servicios.

Según Calvo (2018) nos dice que en Arequipa el 90% de las micro y pequeñas empresas sostienen la economía de la región ya que en ellas se encuentran laborando un aproximado de 270 mil personas, la cual estos emprendedores es decir dueños de las mypes hacen un esfuerzo para salir adelante y sobre todo sostener la economía de la región. Asimismo, señala que el 40% de estas mypes no se encuentran formalizadas,

pero el gobierno dio un apoyo a los emprendedores, lanzando un programa llamado Tu empresa la cual ayudara a impulsar en la formalización, porque si estas empresas se formalizan obtienen ventajas ya sea accediendo a créditos y a capacitaciones.

El magister Llenque (2016) nos informa que según la Sunat en la región Ancash existen alrededor de 39,206 microempresas, pero solo el 58% se encuentran situadas en la provincia del Santa, el 40% en el distrito de Chimbote, el 10 % en el distrito de Nuevo Chimbote y el 8% en los distintos distritos de la provincia.

El presidente de la cámara de comercio Villareal (2018) nos dice que las mypes en nuestra provincia solo el 20% de ellas se encuentra formalizada y el 80% son informales, donde concluyó que las mypes formales pueden tener mayor aceptación en el mercado local, es por ello que la meta que se trazan los encargados de la provincia es hacer que la mayoría de las mypes se formalicen y estén informados acerca de los beneficios que les trae.

El negocio de producir y vender pan en el Perú genera alrededor de 6,000 millones al año, esta industria genera 200 mil empleos en el país, es por ello que las empresas panificadoras facturan más que hace unos años y se sabe que en el país existen más de 300 variedades de pan, las cuales se consumen a diario. (Daly y Pantoja, 2010)

En el distrito de Chimbote, donde se desarrolló la presente investigación se enfoca principalmente en las mypes que están dedicadas en aplicar adecuadamente la atención al cliente, rubro elaboración de productos de panadería, la cual se encontró un crecimiento positivo por parte de los empresarios ya que estos negocios se encuentran constante cambio y existe la competencia de captar y fidelizar al cliente para así obtener



rentabilidad. Todo ello ha llevado a que empresarios obtén por nuevas estrategias para atender al cliente, lograr su satisfacción y puedan fidelizarlos a su empresa; por lo mencionado nos induce a plantear la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2018?

Para poder dar solución a este problema se planteó el siguiente objetivo general:

Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2018. Para dar cumplimiento al objetivo general se planteó cuatro objetivos específicos que son los siguientes:

- Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria– rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2018.
- Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2018.
- Delimitar las principales características de una gestión de calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas

empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2018.

- Proponer un plan de mejora a la investigación de gestión de calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del Sector industria – rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2018.

La presente investigación se justifica porque da conocer las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas quienes serán objeto de estudio con el fin de detectar los errores que atraviesan y no les permiten desarrollarse o posicionarse en el mercado, para guiarlos hacia una atención de calidad a sus clientes y explicarles las técnicas adecuadas que les conducirá a tener una mejor rentabilidad. Asimismo, sirve como material informativo a los posibles emprendedores quienes al informarse de como la atención al cliente influye significativamente en el éxito o fracaso de una Mype podrán comprender la importancia de brindar una adecuada atención de calidad y los incentivara a profundizar el tema con el fin de utilizar a su beneficio esta técnica administrativa que es vital para el buen desarrollo de una Mype. También porque nos permite conocer las características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, porque al proponer un plan de mejora a las Mypes estaremos colaborando con su crecimiento y posicionamiento en el mercado, lo cual incrementa la economía en la localidad. También porque nos ayuda a elaborar y proponer un plan de mejora de una gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas. Además se justifica, por contener información de gran utilidad en el ámbito de los negocios y en nuestra carrera profesional, y para los estudiantes que

hagan lectura de este trabajo de investigación puedan tener conocimiento de cómo gestionar y aplicar la atención al cliente; asimismo sirve como futuras investigaciones sobre el empleo de una gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas y en otros tipos de estudios similares en la ciudad, región y país.

La investigación es de diseño no experimental – transversal – descriptivo, fue no experimental porque no se manipulo deliberadamente a la variable gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente solo se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones. Fue transversal porque el estudio de investigación gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería, del distrito de Chimbote, 2018 se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente al año 2018. Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2018.

Para el recojo de información se utilizó una muestra de 19 micro y pequeñas empresas de una población de 23. A quienes se les aplico un cuestionario 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo lo siguientes resultados: El 63.15% de los representantes tienen de 31 a 50 años de edad, el 57.89% son de género masculino, el 47.37% tiene como grado de instrucción superior universitaria, el 78.95% de los representantes son dueños, el 78.95% desconoce el termino gestión de calidad, el 89.47% conoce el termino atención al cliente, el 100% considera que la atención al

cliente es fundamental para que el cliente regrese a su empresa, el 100% indica que la atención que brindan al cliente es buena y el 52.63% nos dicen que los resultados brindando una atención ha cliente es que obtuvieron cliente satisfechos.

En la investigación llegó a la conclusión que la totalidad conoce atención al cliente como técnica moderna de gestión de calidad, la mayoría indican que las dificultades que tienen sus trabajadores para aplicar gestión de calidad es por el desconocimiento del puesto y el factor para brindar calidad en el servicio es la entrega de sus productos.

## II. REVISION DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### Internacional

Naranjo (2014) en su tesis *Plan de marketing estratégico y atención al cliente para la panadería y pastelería “D’ Melany” de la ciudad de Santo Domingo, 2014*. Tuvo como objetivo general: Diseñar un Plan de Marketing Estratégico para mejorar la atención al cliente en la Panadería y Pastelería “D’ Melany”, a través de estrategias y tácticas de venta0s que permitan la vinculación, aceptación y fidelización de los clientes. La metodología utilizada fue: por el paradigma cuali-cuantitativo con tendencia predominante cualitativa, puesto que los criterios y opiniones de las personas son expresados en cuanto al tema de la problemática sujeta a análisis, y cuantitativo puesto que se utilizará estadística descriptiva y matemática, aplicando algunos modelos de estas ciencias, permitiendo tabular e interpretar en forma numérica los datos obtenidos. Obteniendo como principales resultados: Los resultados de la entrevista determinan que la Panadería y Pastelería “D’ Melany”, el 60% no cuenta con políticas de atención al cliente necesarias para brindar un buen servicio a los consumidores, la gestión comercial y administrativa está presentando inconvenientes por su mal direccionamiento, la panadería y pastelería (52%) no cuenta con programas de capacitación en técnicas de ventas y atención al cliente para el personal de ventas, no existe publicidad ni promociones para atraer más clientes y por ende son reducidas las ventas, pero el 64% que los productos que brindan son de buena y excelente calidad. Llegando a la conclusión: El servicio

al cliente al tener tres pilares fundamentales como: la eficacia, la oportunidad y la atención, todo aquello se puede ver reflejado, desde la perspectiva del cliente al recibir un producto o servicio, en este punto espera que se hagan las cosas como él espera, y como la empresa se lo ha prometido por lo tanto es totalmente factible y eficiente realizar estrategias y tácticas para el éxito de la Panadería y Pastelería “D’ Melany; Mediante la aplicación de varios métodos y modalidades de investigación se ha logrado obtener información real del negocio, opiniones del entorno interno y externo, para luego analizar e interpretar datos y verificar aspectos positivos y negativos, con lo cual se ha propuesto soluciones efectivas.

Guerra (2015) en su tesis *Evaluación de la calidad de la atención al cliente en las empresas lácteas de la ciudad de San Juan de Pasto, departamento de Nariño*. Tuvo como objetivo general: Evaluar la calidad de la atención al cliente en los puntos de venta directa de las empresas lácteas en la ciudad de San Juan de Pasto. La metodología utilizada fue: a través del cuestionario del modelo servqual. Obteniendo como principales resultados: El 68% que base de la escala de Likert los clientes están satisfechos, sin embargo, se encontró un índice de calidad de servicio, lo que significa que las percepciones de los clientes se encuentran por debajo de las expectativas, asimismo el 50% encuentran deficiencias de la atención al cliente por parte de los empleados y el 68% consideran que debe de existir estrategias para mejorar la calidad de servicio. Llegando a la conclusión: De acuerdo a los resultados obtenidos a través del método de evaluación los puntos de venta directa de las empresas lácteas, que fueron objeto de estudio, poseen una baja calidad en lo que respecta a la atención

al cliente, los clientes consideran un promedio general bajo en la satisfacción obtenido en los productos adquiridos.

Luna (2015) en su tesis *Diseño de un sistema de gestión de calidad fundamentado en la norma Iso 9001:2008 para la empresa paneles eléctricos Panelec S.A.* Tuvo como objetivo general: Diseñar un sistema de gestión de calidad fundamentado en la Norma ISO 9001-2008 para la empresa paneles eléctricos Panelec S.A. Se planteó los siguientes objetivos específicos: Levantar la información de los procesos y procedimientos de todas las áreas de la empresa. Analizar cada uno de los procesos y procedimientos levantados. Estandarizar procesos operativos y administrativos. Crear el manual de calidad. La metodología utilizada fue de diseño analítico y diagnóstico, haciendo un análisis a los problemas encontrados en los diferentes departamentos y áreas de productivas de la empresa paneles eléctricos Panelec S.A. Los problemas han sido analizados en base a la Norma ISO 9001-2008, obteniéndose los siguientes resultados: No se evidencia que la política de calidad es comunicada y entendida dentro de la organización. No existe un plan de calibración y/o verificación de los equipos. No se evidencia el nombramiento del representante de la alta dirección. No se encuentran definidas las responsabilidades, frecuencias y métodos para la realización de las inspecciones de productos o servicios antes de ser entregados al cliente. Incumplimiento de procedimiento de control de documentos: uso de documentos desactualizados, manual de calidad, procedimiento de acciones preventivas, procedimientos de acciones correctivas. Llegando a la conclusión

que: No se ha demostrado la conformidad con los requisitos de la norma auditada y dicha documentación. No proporciona estructura suficiente para apoyar la implantación y mantenimiento del sistema de gestión. La organización no ha demostrado el establecimiento y seguimiento de adecuados objetivos y metas clave, de desempeño a través del proceso de auditoría. No se ha demostrado la total conformidad del sistema de gestión con los requisitos de la norma auditada ya que se han encontrado no conformidades mayores y menores.

### **Nacional**

Casazola (2018) en su tesis *Gestión de Calidad en atención al cliente, en las mype del sector industria-rubro panificadoras del Distrito de Cayma ,2018*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria-rubro panificadoras del distrito de Cayma, 2018. La metodología utilizada fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo, con un diseño no experimental, de corte transversal. Obteniendo como principales resultados: El 50% tienen de 31 a 50 años de edad, el 80% son de género masculino, el 60% tienen como grado de instrucción superior universitaria, el 50% de las mypes tienen de 6 a 10 trabajadores, el 60% aplica gestión de calidad en su empresa, el 50% consideran que brindando una buena atención al cliente obtuvieron un aumento de ventas. Llegando a la conclusión: La mayoría son de género masculino, tiene un grado de superior universitaria, si se está aplicando una gestión de calidad en la empresa y como resultados obtuvieron el aumento de sus ventas y un buen posicionamiento.



Acosta (2017) en su tesis *Gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de atención al cliente en las mypes del sector industrial, rubro elaboración de productos de panadería, distrito de Manantay, año 2017*. Tuvo como objetivo general: Establecer las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de atención al cliente en las mypes del sector industrial rubro elaboración de productos de panadería en el distrito de Manantay, año 2017. La metodología utilizada fue: tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal. Obteniendo como principales resultados: Respecto a los microempresarios: El 75% de los encuestados tienen de 51 años de edad a más, el 75% tiene de 6 años a más en el cargo. Respecto a mypes: El 75% de las panaderías tiene de 6 años a más en el rubro, el 75% de las panaderías tienen de 1 a 5 trabajadores. Respecto a la gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de atención al cliente: El 100% de las panaderías planifican los objetivos de la empresa, el 75% de los propietarios califican como buena la atención al cliente ofrecida por sus colaboradores el 100% de representantes legales de las panaderías son los mismos propietarios , el 100% de las empresas los trabajadores son familiares del propietario y finalmente el 100% de las panaderías planifican sus objetivos pero no fabrican ni manuales ni tienen organigrama. Llegando a la conclusión: Las panaderías (100%) en su totalidad planifican sus objetivos, no elaboran ni manuales ni tienen organigrama (100%), la mayoría se capacitan en la elaboración de panes y pasteles (87.5%), evalúa a sus trabajadores midiéndoles el rendimiento (87.5%), la totalidad comparan sus resultados con otras panaderías (100%), recopilan información de sus clientes (100%), se comprenden las necesidades de sus clientes, estas panaderías (100%)

consideran que sus clientes prefieren su negocio por la buena calidad y el sabor de sus productos, y que están satisfechos con sus productos (100%), la atención brindada en estas panaderías (75%) es buena, ofrecen promociones para retener a sus clientes (37.5%) y en estas panaderías (75%) la retroalimentación de las opiniones de sus clientes les permite ganar más clientes.

### **Local**

Castro (2016) en su tesis *Gestión de Calidad en el proceso de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro elaboración de productos de panadería, casco urbano, distrito de Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en el proceso de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería, casco urbano, Distrito de Chimbote, 2016. La metodología fue de diseño no experimental – transversal y la técnica fue la encuesta. Obteniendo como principales resultados: El 66,7% tienen de 51 a más años de edad, el 91.7% son de género masculino, el 66,7% tienen como grado superior universitaria, el 75.00% crearon su empresa para subsistir, el 66,7 no conocen el término gestión de calidad, el 100% consideran como técnica de medición de rendimiento la observación, el 83.5% tienen trabajando en su empresa a personas no familiares. Llegando a la conclusión que: La totalidad de los representantes son dueños de las empresas. La mayoría absoluta son varones, desempeñan el cargo más de 7 años. La mayoría tiene de 51 a más años y tienen estudios superior universitario. La totalidad de las micro y pequeñas empresas implementan la observación como

técnica para medir el rendimiento del personal, cuentan con personal que desempeña sus labores según sus expectativas, consideran que para ser más eficiente y puedan lograr un posicionamiento en el mercado deben elegir un buen personal.

Cosmopolis (2014) en su tesis *Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector producción en el rubro panaderías en el distrito de Chimbote, 2013*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de las MYPES del Sector Producción, Rubro Panaderías del Distrito de Chimbote, 2013. La metodología utilizada fue: tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental/ transversal. Obteniendo como principales resultados. El 50 % de los representantes legales de las Mypes tienen de entre 31 a 50 años, el 80% de los representantes legales de las Mypes son varones, el 80% de los representantes legales de las Mypes son a su vez los dueños del negocio, el 50% de los encuestados manifiesta solo tener secundaria completa, el 80% de los empresas tienen más de 6 años, el 60%, tienen entre 1 y 5 trabajadores, mientras que el 40%, el 90% de los representantes legales, de las Mypes no han sido capacitados para realizar las actividades que desarrollan, el 90% de trabajadores, de las Mypes no han sido capacitados formalmente para realizar las actividades que desarrollan, el 80%, de las Mypes considera a la capacitación como un gasto, el 60%, de los encuestados está dispuesto a brindar capacitación a sus trabajadores, el 60%, de los representantes legales reconoce que tiene problemas con las finanzas de la empresa, el 50% de los encuestados considera finalmente que les gustaría implantar un programa de capacitación para

sus colaboradores en diversos temas. Llegando a la conclusión: La mayor parte de las micro y pequeñas empresas del rubro panaderías en la ciudad de Chimbote 2013, no ha capacitado debidamente a sus colaboradores en las actividades que realizan. Gran parte de las micro y pequeñas empresas del rubro panaderías en la ciudad de Chimbote 2013, están siendo gestionadas por gerentes con una edad de entre 31 a 50 años, son hombres y en su mayoría son los dueños del negocio. La mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro panaderías en la ciudad de Chimbote 2013, pertenecen sector Comercio, tienen un promedio de más de 6 años en el mercado, con un promedio de 5 colaboradores y que a su vez son permanentes y tienen como objetivo principal maximizar ganancias.

Kano (2017). En su tesis *Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro panaderías, en el distrito de nuevo Chimbote – 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar el nivel de gestión de calidad a través de la atención al cliente y el nivel de competitividad del micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, Nuevo Chimbote, año 2016. La metodología utilizada fue: de diseño no experimental - transaccional. Obteniendo como principales resultados: respecto al nivel de Gestión en atención al cliente, se comprueba que el 43% está muy satisfecho, seguido de un 40% de satisfecho, así mismo el nivel de competitividad, demuestra que la panadería “B” considera un 53%; es decir aplica estrategias y técnicas de promoción, publicidad y ventas, seguido de un 48 % de la panadería “C”. En cuanto a la relación del nivel de la gestión y la competitividad, se debe manifestar que hay relación tal es así que

58% manifiestan una buena atención, seguido de un 65% en donde manifiesta que cumplen con presentar la calidad del producto, así mismo un 47% demuestra fidelización a su establecimiento comercial, estos criterios se encuentran en un nivel de muy satisfecho. Llegando a la conclusión: de los resultados se desprende que la gran mayoría de los clientes encuestados manifestaron su satisfacción en cuanto a la Gestión en atención al cliente, de los 60 encuestados, un 43 % manifiesta que están Muy satisfecho, seguido del 40 % (24) clientes manifiesta un nivel de satisfacción. Con respecto al nivel de competitividad las cinco panaderías demuestran una competitividad favorable en sus productos, la atención y el servicio, de tal manera que es competitiva, está capacitada para generar sistemáticamente alguna clase de ventaja que sea aprovechable comercialmente en comparación con el resto de empresas con las que compite en el mercado, así mismo los clientes demuestran fidelización a las panaderías concurrentes. La relación entre la gestión de la calidad bajo el enfoque de la atención al cliente y la competitividad de las micro y pequeñas empresas concluimos que sí se relaciona significativamente, esto se ha comprobado mediante el análisis estadístico en el cumplimiento de sus metas y en el desarrollo de sus procesos esto relacionado a su planeación en el logro de los objetivos.

Valderrama (2016) en su tesis *Gestión de Calidad en la mejora continua de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de gestión de

calidad en la mejora continua de las Micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. La investigación tuvo como metodología de diseño no experimental – transversal – descriptivo y la técnica utilizada fue la encuesta. Obteniendo como principales resultados: El 41,7 % tiene cierto conocimiento. El 41,7 % conoce la técnica de Benchmarking. El 41,7 % del personal tiene poca iniciativa en la implementación de gestión de calidad. El 58,3 % conoce como técnica la observación para medir el rendimiento del personal. El 100 % opinan, que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 91,7 % opino que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización. El 83,3 % implementa nuevo proceso de mejora en su empresa. El 50 % a veces innova su maquinaria o equipo de producción. El 41,7 % siempre capacita a su recurso humano en el uso de su maquinaria. El 50 % siempre capacita a su personal en la elaboración de sus productos. El 66,7 % considera importante establecer medidas de prevención en las actividades que se realizan. Llegando a la conclusión que: los representantes no conocen el término gestión de calidad, pero lo aplican empíricamente en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.

Alayo (2017). En su tesis *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las

MYPES del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017. La metodología utilizada fue: de diseño No experimental, transversal, descriptivo. Obteniendo como principales resultados: El 62,5% tienen entre 31 a 50 años, el 68,8% son mujeres, el 75% se desempeñan como dueños, el 43,8% de las MYPES tienen más de 7 años en el rubro, el 68,8% tienen de 1 a 5 trabajadores, 68,8% se creó para generar ganancias, el 75% no aplican la gestión de calidad, el 50% utilizan atención al cliente como técnica moderna de gestión de calidad, el 37,5% de las dificultades que tienen para implantar la gestión de calidad es la poca iniciativa, el 75% utilizan la observación como técnica para medir el rendimiento de su personal, el 100% conocen el término atención al cliente, el 62,5% consideran regular la atención que brindan a sus clientes, el 50% consideran que es fundamental la atención al cliente para que este regrese a su establecimiento. Llegando a la conclusión que: El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio respondieron que no están aplicando una gestión de calidad en su negocio, el 50% usan en su negocio la técnica moderna de gestión de calidad de atención al cliente el 50% respondieron que a veces creen que la atención al clientes es fundamental para que este regrese al establecimiento, el 62,5% si creen que la empresa es eficiente cuando atiende y dan solución a los reclamos de los clientes y el 75% si creen que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.

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

### **Conceptos de las Micro y Pequeñas empresas**

Para hablar de las micro y pequeñas empresas (Mype) debemos tener en cuenta lo siguiente, según la Ley N° 28015 afirma que: “Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción de bienes o prestación de servicios”. Es por ello que la Mype puede ser constituida por cualquier tipo de persona que se rige a la ley porque al formar una micro y pequeña empresa nos ayudara a ser nuevos emprendedores, formar nuestro propio negocio y sobre salir en el ámbito laboral

Jaramillo (2016) afirma que “Las micro y pequeñas empresas han sido actores importantes en la generación de empleos de los países, y proveedores de bienes y servicios básicos, a su vez que determinan el asesoramiento financiero tanto interno y externo” (p. 25). Estas unidades económicas ayudan al emprendedor a crear y desarrollar nuevos productos o servicios en el mercado competitivo, ya que les brinda nuevas oportunidades de trabajo la cual les genera ingresos efectivos tanto para su Mype como para sus ingresos propios.

### **Características de las Micro y Pequeñas empresas**

Toda micro y pequeña empresa debe de reunir o contar con las diferentes características para su buen funcionamiento en el mercado competitivo, donde se menciona lo siguiente:



**a.** El número total de trabajadores: La microempresa abarca a uno hasta diez trabajadores. La pequeña empresa abarca de uno hasta cincuenta trabajadores.

**b.** En cuanto a lo referido a los niveles de ventas anuales: La microempresa son aquellas cuyos montos no exceden las 150 UIT. Mientras que la pequeña empresa es aquella cuyo monto comienza a partir del monto máximo señalado para las microempresas hasta un máximo de 850 UIT. (Centty, 2011, p.44)

Por lo anteriormente mencionado nos especifica el total de trabajadores que debe de tener cada Mype las cuales no deben de excederse y tener en cuenta la ganancia que aproximadamente obtienen; es así como se puede visualizar la estadística de las Mypes en general y deben de tomar en cuenta dichas características para obtener mejores resultados.

### **Importancia de las Micro y Pequeñas empresas en el Perú**

Para que las Mypes se desarrollen adecuadamente, se llega la siguiente importancia:

Se muestra el desarrollo y la creatividad de los empresarios para reflejar el aprovechamiento constante de nuevas oportunidades de negocio. Realizan un trabajo adecuado en las redes sociales y familiares en base a conocimientos previos facilitando su rápido desarrollo en el mercado. Cuenta con capacidades para adaptarse a cambios del mercado. (Alberti, Villena y Peluffo, 2015).

Es importante porque nos permite obtener nuevas oportunidades de negocio y así poder manejar nuestra creatividad, aplicando las técnicas adecuadas y tener en cuenta los diferentes cambios y aceptación que existe en la sociedad.

Asimismo, hablar de Mype abarca enfocar aspectos importantes que ayuda a la mejora de todo país, es por ello que se menciona lo siguiente:

Es indudable que las Mypes abarcan varios aspectos importantes de la economía de nuestro país, entre los más importantes cabe mencionar su contribución a la generación de empleo, si bien es cierto muchas veces no lo generan en condiciones adecuadas de realización personal, contribuyen de forma creciente en aliviar el alto índice de desempleo que sufre nuestro país.

(Sánchez, 2014, p. 4)

Es así como hoy en día las mypes son la mejor fuente para generar empleo y evita que un país tenga perdidas decrecientes en la economía, ya que contribuye al desarrollo de las empresas, su formalización y su bienestar social.

### **Concepto de Emprendedor**

Hoy en día para el emprendimiento se está llevando hacia adentro en las organizaciones y existen muchos empleados con actitud emprendedora.

El tema de ser emprendedor es llevar la iniciativa y tomar una decisión para hacer algo nuevo, se lleva en las venas, es adictivo, una vez que lo probaste queda gustando y se trata de una actitud de vida que, para tu próximo trabajo, aunque no seas independiente, te la vas a llevar. (Silva, 2017, p.95).

Por lo tanto, emprender es iniciar algo nuevo y diferente así se presenten situaciones difíciles, el emprendedor tiene que tomar el riesgo y salir adelante para ejercer efectivamente el trabajo o el negocio que se empieza.

### **Definición de Gestión**

Cabe mencionar que la gestión en una empresa se toma en cuenta con la finalidad de resolver diferentes situaciones que se presentan. Marcelino y Ramírez (2014) afirman que: “Según algunos autores, es el conjunto de actividades que de manera coordinada dirigen y controlan los sistemas de una compañía. Se asegura que gestión es un conjunto de actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización” (p.91). Es por ello que las empresas para que tengan una buena administración en lo productos o servicios que ofrecen deben de llevar una buena gestión, la cual es importante porque el objetivo principal es aumentar el desarrollo óptimo de toda Mype y conseguir que se cumplan todas las metas pactadas por la empresa.

Alfaro, S. (2014) afirma que la gestión “Busca que las empresas tengan estructuras con una mayor capacidad de adaptación al entorno cambiante, mayor flexibilidad, más capacidad de aprender y crear valor, con una mayor orientación hacia el logro de los objetivos” (p.26). Tener una buena gestión ayuda a las micro y pequeñas empresas a conducir y administrar su negocio, ya sea concentrándose en el valor agregado que se necesita para el cliente, donde también se persigue continuamente el mejoramiento de las diferentes áreas de toda empresa. Lo que

busca toda empresa es enfocarse todos los esfuerzos para maximizar el valor que busca el cada cliente.

### **Sistemas de Gestión**

La gestión en la organización busca mejorar las necesidades que tiene el cliente, como plantear, controlar y mejorar todos los aspectos que de alguna u otra manera afectan en el producto o servicio que se le ofrece al consumidor.

Un sistema de gestión puede ser considerado como la manera o estrategia en que una organización desarrolla gestión empresarial en todo lo relacionado con los productos y servicios. Consta de la estructura organizacional, los sistemas, los procesos, y los recursos necesarios para alcanzar los objetivos de calidad, cumpliendo los requisitos del cliente. Los modernos sistemas de gestión, se preocupan primordialmente de la manera como se hacen las cosas, es decir dejan registros que demuestran lo que hicieron y llegaron hasta lo planeado. (Gonzales y Arciniegas, 2016, p.32)

Por lo mencionado se puede decir que el sistema de gestión es una serie de procesos que tiene como objetivo cumplir los estándares de calidad al momento de ofrecer el producto o servicio de garantía. Asimismo, incentiva a la organización promover la mejora continua, además fomenta participación y eleva la motivación en los trabajadores y esto los lleva a trabajar eficientemente y cumplir con lo que el cliente espera y necesita.

## **Definición de Calidad**

Actualmente las empresas miden la calidad dependiendo de la aceptación que tiene el producto o servicio que se ofrece, donde el cliente es el principal jurado y podrá evaluar de las diferentes cualidades que presentan porque ellos son los que lo adquieren. Cortés (2017) afirma que “El termino calidad es ampliamente utilizado, sin embargo, la definición de calidad es complicada. El hecho fundamental es que, la calidad se mide en base a la satisfacción de las necesidades expresadas o no por el cliente” (p.10).

Benzaquen (2014) afirma que “La calidad es definida según el cliente y sus necesidades, por la cual, la dirección debe destinar recursos y esfuerzos de la investigación estadística para el mejoramiento continuo y las herramientas necesarias para mejorar la calidad en los procesos de compra”. En el mundo globalizado la competencia de las empresas es uno de los más grandes retos, es por ello que toda organización debe de ofrecer una buena calidad en sus productos o servicios para conseguir un mayor rendimiento y sobre todo cumplir con las necesidades del cliente. Tener en cuenta la calidad es un factor importante para la empresa porque produce la satisfacción en los clientes y empleados.

## **Calidad de servicio**

Según Cuatrecasas (2012) “La calidad puede definirse como el conjunto de características que posee un producto o servicio obtenidos en un sistema

productivo, así como a capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario” (p.575).

Aceña (2017) nos permite señalar que la Norma ISO 9000, establece que los sistemas de calidad, como aquella herramienta que permite a cualquier organización o empresa, planear, ejecutar y controlar actividades necesarias para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción. (p. 215).

### **Evolución de los Sistemas de Calidad**

Se definen distintos niveles en el sistema de calidad para que exista un excelente funcionamiento en las organizaciones:

Integración: Desempeño, prevención de los riesgos laborales y la gestión de calidad.

Calidad Total o Excelencia: Prevención, planificación y clientes internos.

Etapa Humanística: Modificar la forma de actuar y pensar de los trabajadores.

Calidad Integral: Involucrar a todos los departamentos con el producto y su sistema.

Calidad de Procesos Productivos: Aplicar diferentes técnicas de control durante la fabricación.

Inspección del Producto: Control de calidad del producto o servicio elaborado. (Cortes. J, 2017, p. 25)

La calidad es entendida como el control de calidad del producto o servicio en todo el proceso de producción, donde también entra influir el buen funcionamiento de las diferentes tareas en la organización y la atención que se le da al cliente.

### **Calidad del Servicio en el Proceso de Venta**

Hablar de la calidad de servicio se enfoca principalmente en el cliente ya que está relacionado con el producto que se brinda para satisfacer sus necesidades.

Cuando se habla diariamente de la calidad en ventas o en el proceso de ventas, realmente se está hablando de la gestión de la calidad en el servicio al cliente en el proceso de venta. Este es un concepto que debe quedar claro ya que se trata de calidad en el servicio al cliente también llamado servicio de atención al cliente. (Cortes, 2017, p. 198).

Entonces la calidad del servicio en el proceso de venta es hablar del servicio que se brinda al cliente, es así como estos aspectos motivan al cliente a fidelizarse con la empresa. También proporciona diferentes ventajas competitivas ya que va a permitir a las organizaciones diferenciarse ante sus competidores y poder sobresalir en el mercado.

## **La Gestión de Calidad**

Hoy en día se busca asegurar una buena calidad, servicio y satisfacción en el producto o servicio es decir que ayude a garantizar lo que se ofrece y se desea vender.

La gestión de calidad es una alternativa para la supervivencia de la empresa e indispensable para su crecimiento, a través de ella se busca la mejora de los recursos disponibles, la reducción de fallos y costes que ello conlleva, y satisfacer de la propia empresa y sus trabajadores por el trabajo bien ejecutado y lo que es más importante aún, la satisfacción obtenida por el cliente y se convierta en un proceso de mejora constante. (Mateos. D, 2012, p. 119)

El aplicar una buena gestión de calidad ayuda al control y la mejora de la empresa, ya que muestran los resultados de lo elaborado por las empresas para que puedan mejorar sus procesos, y es una gran herramienta que se debe de utilizar para planificar, coordinar y ejecutar lo que la empresa necesita, también es importante que los mismos trabajadores conozcan el desarrollo de los diferentes sistemas.

## **Principios de la Gestión de Calidad**

La Gestión de Calidad es el resultado que obtienen las empresas para que puedan mejorar sus procesos, es por ello que se debe de tener en cuenta los siguientes principios para que se fomente la mejora continua en la empresa. Balague y Saarti (2014) afirman que:



Principio 1 – Enfoque al cliente: Una organización está orientada al cliente cuando promueve el contacto directo con los clientes, recopila información sobre sus expectativas y determina la calidad requerida por ellos.

Principio 2 – Liderazgo: Se refleja en el compromiso de la dirección y su participación activa en el establecimiento de buenos canales de comunicación y proporcionar los recursos adecuados para que el personal se desarrolle adecuadamente.

Principio 3 – Participación del Personal: El personal debe de disponer de los conocimientos necesarios para ser utilizados en beneficio a los objetivos de la empresa.

Principio 4 – Mejora continua: Debe de ser un objetivo, lo que exige un seguimiento periódico de los resultados en busca de innovación.

Principio 5 – Toma de Decisiones: Debe basarse en los datos y análisis de toda la información, tomar decisiones ayuda a mejorar en los procesos de manera razonada y eficaz. (p. 27)

Por lo tanto, el contribuir con los principios es clave para el éxito de todo tipo de organización, facilita el cambio y son capaces de tener claramente su misión, identificar y mejorar los procesos para aumentar la confianza adecuada el producto o servicio que va a satisfacción en los clientes.

### **Las Normas ISO 9001:**

Estas normas son reconocidas internacionalmente la cual se aplica para un sistema de gestión de calidad y lo puede aplicar cualquier tipo de organización. Terry (2014) afirma que “Las normas ISO 9001 requieren una documentación de todos los procesos de negocio y que la compañía actué según dichos procesos, es requisito fundamental para cualquier sistema de calidad y es lo que define su estrategia” (p. 14). Las normas ayudan a las organizaciones controlar, mejorar su rendimiento y lo más importante conducirles hacia la eficiencia y lograr la excelencia de su producto.

Duran (2015) afirma que “Es aquella norma que acota el procedimiento concreto por el cual una empresa u organización realiza sus modelos de calidad, temporalización de entrega y categorías de servicio. Son revisadas periódicamente para la optimización de productos y servicios obteniendo mayor garantía” (p. 9). Si las empresas llegan a cumplir dichas normas ayuda a obtener la confianza de los clientes, ya que les sirve de respaldo para brindar una buena calidad y genera así la fidelización de los clientes.

### **Atención al Cliente**

Las empresas para tener éxito deben de brindar una atención al cliente adecuado para poder comunicarse directamente con ellos. Arenal (2017) afirma que “Es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades. Herramienta eficaz para interactuar con los clientes para asegurar el uso correcto de un producto o

servicio” (p.8). Escuchar y brindar una atención adecuada en caso que el cliente manifieste algún reclamo o sugerencia, hace que el cliente se sienta importante, pero en caso de las empresas que no satisfacen aquellas necesidades que les plantean los clientes el futuro será reducido porque el cliente es base esencial para que toda organización tenga éxito.

Es muy importante en la atención al cliente tener presente las expresiones faciales porque pueden producirse de uno mismo sin darnos cuenta por lo que es de gran importancia controlarlas. También debemos de observar las expresiones de nuestros clientes ya que nos puede ayudar a atenderlos mejor. Estos y otros muchos gestos que hacemos involuntariamente, por lo que es importante darnos cuenta de nuestra postura que estemos manteniendo cuando tengamos que atender al cliente. (Díaz. F, 2014, p.41)

El cliente es el observador en la organización por ello que se debe brindar un buen trato empezando desde un saludo y terminando en una despedida, les genera felicidad y confianza, es por ello que debemos de prestar la atención adecuada, con el debido respeto y amabilidad cuando tengamos al cliente frente a nosotros.

### **Control de los Procesos de Atención al Cliente.**

Para ofrecer un buen control de procesos se debe de tener en cuenta lo siguiente:

Que servicios se van a ofrecer: A través de encuestas y estudios de mercado se establecen las preferencias de los clientes en cuanto a los servicios que requieren. Qué nivel de servicios se tiene que ofrecer: Una vez que se saben

los servicios que se van a ofrecer, determinar la calidad de los mismos. Ver cuál es la mejor forma de ofrecer dichos servicios. (Villanueva, 2015, p.161)

Se debe de llevar un control sobre la atención a clientes, porque es importante cuidar al cliente, pero también cuidar al personal y la calidad interna dentro de una organización para que el servicio pueda ofrecerse efectivamente. Asimismo, se caracteriza porque existe una serie de actividades que permite responder satisfactoriamente a las necesidades de los clientes ya que es un aspecto clave para la calidad en el servicio brindado.

### **Fases en el Proceso de Atención al Cliente**

Las empresas deben de tomar en cuenta cuales son las fases en el proceso de atención al cliente y cuáles son los pasos que deben de seguir cada una de ellas. López, Pérez y Pérez (2014) afirman que:

Realización de pedidos – Los pedidos pueden llegar a las empresas por varias vías: teléfono, e-mail, directamente a través de un vendedor o del propio cliente.

Solicitud de información – Es lo principal en las empresas, pero en la práctica muy pocas logran alcanzarlo ya que, a pesar de crear internamente esta fase muestra deficiencias o dificultades.

Gestión de reclamaciones y/o quejas – El modelo de gestión que se elija debe servir, en principio, para todo tipo de reclamaciones que puedan realizarse.

Servicios de Posventa – El servicio al cliente debe brindarse en todo momento, no solo durante el proceso de venta, sino también después de haberse materializado la venta del producto. (p. 169).

Es necesario seguir las fases para ofrecer un buen servicio y beneficios objetivos para que el cliente pueda disfrutar el producto de manera positiva y esto nos ayuda a mantenernos en contacto con los clientes y agrandar así la relación con ellos. Tener clara estas fases del proceso nos ayudara para ver qué puntos debemos de tener controlados al momento de desarrollar un servicio y poder brindar así la máxima calidad.

### **Elementos de la Atención al Cliente**

La atención al cliente es una herramienta muy importante para desarrollar el marketing porque nos facilita conocer a nuestra clientela y sus necesidades, para ello se debe de tener en cuenta los siguientes elementos. Tarodo (2014) afirma que:

Entorno – Es aquel que está formado por todos los elementos físicos y elementos accesorios para su puesta en funcionamiento.

Organización – Es aquella que está formada por todos los elementos inmateriales o intangibles que utilizaremos para despachar y satisfacer a los clientes.

Empleados – Son aquellas personas que forman parte de la empresa y que son muy necesarias para relacionarse con los clientes. (p.168)

Por ello debemos de aplicar estos elementos para lograr un impacto en el cliente, porque vamos a basarnos en impulsar el valor del servicio al cliente y su satisfacción. Toda empresa debe enfocarse en las necesidades del consumidor porque son las primeras herramientas para mejorar y analizar lo debemos de mejorar como organización.

### **Tipología de Clientes**

Cada cliente compra y/o adquiere un producto o servicio basándose a su pensar, sentir o razonar, es así como la personalidad influye en el momento de la compra.

Tarodo (2015) menciona lo siguiente:

Cliente dificultoso: Este cliente se caracteriza principalmente por ser exigente, ya que nunca queda satisfecho con su compra. Además, piensa que siempre tiene la razón, no lo pueden contradecir y en algunas ocasiones suele tratar de dominar. Para poder tratar y entender a este tipo de cliente, debemos de manejar las cosas con calma y paciencia; asimismo ofrecerle un mejor servicio de calidad.

Cliente complaciente: Este cliente se caracteriza por ser amable, cortés y empático. Para tratar con este tipo de cliente debemos mostrarnos amables y amigables, pero teniendo en cuenta, que si el dialogo se prolonga demasiado se debe de interrumpir cortésmente.

Cliente retraído: Este cliente suele caracterizarse por ser tímido, inseguro o indeciso. Normalmente tiene problemas para decidir su compra, asimismo

es fácil de convencerlos, pero si el producto o servicio brindado no llega a satisfacerlo puede que no vuelva a regresar.

Cliente inquieto: Este cliente se caracteriza por ser impaciente, suele tener mucha prisa, es por ello, que a estos clientes se debe de brindar una atención rápida para evitar que ocurran problemas dentro de la empresa. (p. 162)

Conocer a cada uno de los clientes que ingresan a la empresa es fundamental para lograr una adecuada comunicación, solo el objetivo de llegar a concretar su compra.

### **Cliente Interno y Cliente Externo**

Los clientes internos y externos cumplen diversas funciones, pero ambos son parte fundamental para la viabilidad de la empresa. Tarodo (2015) afirma que “El cliente interno es aquel empleado de la empresa que necesita un bien, un producto o servicio de la misma empresa. El cliente externo es aquella persona que compra bienes, productos o servicios a una empresa” (p. 164). Todos empleados son nuestros clientes internos y forman parte de nuestra organización y los clientes externos son esenciales para el éxito del negocio porque nos proporcionan ingresos a través de las compras que efectúan y que la empresa necesita para obtener rentabilidad.

## **La Preventa y la Venta**

En las empresas no existen límites al momento de iniciar una preventa o al vender un producto o servicio porque todo viene relacionado con la disponibilidad de los productos y la información que se le brinda al cliente.

La preventa se caracteriza por la definición de política de servicio. Este es el momento en el cual la organización debe de plantearse la política de servicio al cliente que va a ofrecer; esto es, si va a ofrecer o no cada uno de los siguientes conceptos: formación dentro del servicio, horario de atención al cliente, coste de cada uno de los conceptos del servicio, la validez y el periodo de garantía. La venta, está ubicada en asegurar la disponibilidad de los productos y servicios, proporcionar al cliente información del estado, y la logística de los mismos. Asimismo, la organización debe de poner los medios adecuados para garantizar la fidelidad del cliente. (Cortes. J, 2017, p.204)

Por lo anteriormente mencionado podemos decir que el servicio de preventa es dar a conocer al cliente que servicio o producto es el que se le brindara, asimismo ofreciéndole un valor agregado y lo más importante la calidad que tiene el servicio. Y la venta es cuando el comprador encontró sus expectativas en el producto o servicio y decide adquirirlo, por lo tanto, sigue con el proceso de pago pactado la cual genera ingresos para la empresa u organización.



## **Satisfacción del Cliente**

Las empresas deben de investigar la satisfacción de los clientes, el preguntar si su producto o servicio ha alcanzado y superado con sus expectativas. Mateos (2012) afirma que es: “Un requisito indispensable para ganarse un lugar en su mente, ya que este momento puede determinar hacia donde se dispone adquirir un producto o servicio determinado. El objetivo de mantener satisfecho a cada cliente ha traspasado las fronteras, ya que si no existiera dicha unidad el pensamiento de mejorar no existiría” (p.48). Es importante tener satisfechos a los clientes para que puedan regresar, así mismo ayuda a saber si el consumidor realizara otro tipo de compra o si existe algún tipo de elemento que lo hizo diferente a su competencia, ayuda también a la retención del cliente y lo más importante es que ayuda a la recomendación que generan los clientes de boca a boca hacia otros.

## **Fidelización de Clientes**

Tener a los clientes fidelizados que nos brinda su lealtad es uno de los puntos más importantes para las empresas. Blanco, Lobato y Lobato (2013) describió que “Es el proceso por el cual la empresa mantiene un sistema de relaciones a largo plazo con los clientes más rentables de la empresa, con el fin de obtener una alta participación en sus compras” (p.197). Para lograr su éxito necesitan a los clientes es por ello que el mantener una relación constante los llevara a fidelizarlos, porque harán que aumente el prestigio de la empresa a base de sus opiniones difunden su satisfacción y recomienda a la organización.

El fidelizarnos con los clientes con ayuda a conseguir una relación estable y duradera, siempre y cuando tengas en cuenta el captar, convencer y conservar al cliente. Ongallo (2012) afirma que:

La fidelización va a marcar las políticas de crecimiento, financieras y humanas de la empresa de venta directa. Pero para que el cliente repita, antes debe de probar nuestro producto y experimentar una satisfacción, es así que debemos de darle una oportunidad de que nos exprese su opinión mediante mecanismos adecuados para recabar información y todos saldremos ganando.

La lealtad del cliente es pieza clave y esencial para el rendimiento de la empresa es por ello que se debe de ofrecer un producto de calidad e innovador que ayude a cumplir las expectativas que el cliente espera, ya que hoy en día es complicado para las organizaciones conseguir clientes fieles.

## **Marco Conceptual**

### **Historia de las panaderías en el Perú**

La historia del pan viene de muchos años atrás cuando el hombre por primera vez descubre los cereales y aprende a mezclarlos con agua. En el Perú, se preparaba el pan moliendo el maíz en un batan, mezclándolo con agua y cocinándolo encima de las piedras calientes. El Perú, cuenta con muchas variedades de pan como el pan pachanga, pan de ajo y huacatay, el pan chapla, entre otros, en distintas partes del mundo se puede degustar muchas de las variedades que se venden por todos los sitios del Perú que se pueda visitar ya que existen muchas

panaderías locales con gran acogida por partes de las personas y clientes potenciales.

### **Gestión de Calidad**

Es un conjunto de diferentes métodos que busca la mejora continua ya sea aplicando los requisitos obligatorios que el cliente exige para obtener la calidad total y principalmente la seguridad de los consumidores.

### **Eficiencia**

Es la que mide la cantidad de recurso que se utiliza para lograr los objetivos propuestos por toda organización, es por ello que se deben de utilizar mínimos recursos para que se desarrollen de manera eficaz y eliminar todo lo que no les genera valor agregado para lograr así la eficiencia.

### **Satisfacción**

Es cubrir las necesidades de las personas. Las empresas deben de enfocarse en satisfacer las necesidades que el cliente espera ya que si se ofrece lo esperado por el cliente se logra un mejor rendimiento en la organización.

### **Atención al Cliente en el Perú**

Hoy en día nos encontramos en un mundo de constante cambio, el cual aparecen empresas que tratan de ser mejores que otras, ofreciéndoles productos de calidad y sobre todo enfocándose en el cliente, en el Perú aplican la atención al cliente de manera efectiva porque consideran importante el buen trato y la amabilidad, para

que así se brinde un excelente servicio y logran la fidelización de sus consumidores.

### **III. HIPÓTESIS**

En el presente trabajo de investigación titulado Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2018; no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

## IV. METODOLOGIA

### 4.1. Diseño de la Investigación

La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo

Fue no experimental porque no se manipulo deliberadamente a la variable Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente, solo se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Fue transversal porque el estudio de investigación la Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2018 se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente el año 2018.

Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2018.

**M** → **O**

#### **Dónde:**

**M** = Muestra conformada por Mypes a encuestar

**O** = Observación de las variables: Gestión de calidad en Atención al Cliente.

#### **4.2. Población y muestra**

Se utilizó una población de 23 micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2018.

Se utilizó una muestra de 19 micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2018.

Porque solo participaron las micro y pequeñas empresas que brindaron información para el desarrollo del trabajo de investigación.

### 4.3. Definición y Operacionalización de la Variable

Aspecto complementario	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes de la micro y pequeñas empresas	Principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas de distintas edades, diferentes géneros, distintos grados de instrucción, con cargos diferentes y asumen un cargo el cual llevan un tiempo desempeñándolo	Edad	<b>a)</b> De 18 a 30 años <b>b)</b> De 31 a 50 años <b>c)</b> De 51 años a más	Razón
			Género	<b>a)</b> Masculino <b>b)</b> Femenino	Nominal
			Grado de Instrucción	<b>a)</b> Sin instrucción <b>b)</b> Educación básica <b>c)</b> Superior no universitaria <b>d)</b> Superior universitaria	Nominal
			Cargo que desempeña	<b>a)</b> Dueño <b>b)</b> Administrador	Nominal
			Tiempo que desempeña el cargo	<b>a)</b> 0 a 3 años <b>b)</b> 4 a 6 años <b>c)</b> 7 años a más	Razón

<b>Aspecto complementario</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Micro y pequeñas empresas	Principales características de las micro y pequeñas empresas	Una micro y pequeña empresa en su desarrollo tiene un tiempo de permanencia en el mercado, en donde laborará con un número de trabajadores, las cuales pueden ser familiares o no familiares, para lograr llegar a su objetivo trazado.	Permanencia de la empresa en el rubro	<b>a)</b> 0 a 3 años <b>b)</b> 4 a 6 años <b>c)</b> 7 años a más	Razón
			Número de trabajadores	<b>a)</b> 1 a 5 trabajadores <b>b)</b> 6 a 10 trabajadores <b>c)</b> 11 a más trabajadores	Razón
			Personas que trabajan en la empresa	<b>a)</b> Familiares <b>b)</b> Personas no familiares	Nominal
			Objeto de creación	<b>a)</b> Generar ganancias <b>b)</b> Subsistencia	Nominal



Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad en atención al cliente	La gestión de calidad en atención al cliente es un aspecto fundamental que se considera en las empresas, ya que hoy en día el cliente es lo más importante dentro de ella, porque brindando una buena atención permite mantener a los clientes fidelizados y esto ayuda a obtener la mayor rentabilidad.	La gestión de calidad se relaciona con la aplicación de técnicas administrativas, solo con el fin de afrontar las dificultades en su implementación, asimismo se puede utilizar técnicas para mejorar el desempeño de los trabajadores, siendo la gestión de calidad la que contribuye al rendimiento de la empresa y nos ayuda a alcanzar objetivos y metas.	Conoce gestión de calidad	-Si -No -Tengo cierto conocimiento	Nominal
			Técnicas modernas de gestión de calidad	-Benchmarking -Atención al cliente -Empowerment -Las 5 s -Outsourcing -Otros -Ninguno	Nominal
			Dificultades de los trabajadores para la implementación de gestión de calidad.	-Poca iniciativa -Aprendizaje lento -No se adapta a los cambios -Desconocimiento del puesto -Otros	Nominal
			Técnicas para medir el desempeño del personal	-La observación -La evaluación -Escala de puntuaciones -Evaluación 360° -Otros	Nominal
			Gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio	-Si -No	Nominal
			Gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas	-Si -No -A veces	Nominal

			Conoce atención al cliente	-Si -No -Tengo cierto conocimiento	Nominal
			Aplica gestión de calidad en el servicio brindado	-Si -No -A veces	Nominal
		conocer el termino al atención al cliente, permite ver la aplicación de calidad en el servicio brindado y ello será fundamental para que el cliente regrese a la empresa, por ello se debe de usar herramientas y factores para evitar brindar una mala atención y lograr resultados efectivos.	Atención al cliente es fundamental para que regrese al establecimiento	-Si -No	Nominal
			Herramientas para un servicio de calidad	-Comunicación -Confianza -Retroalimentación -Ninguno	Nominal
			Factores para la calidad del servicio	-Atención personalizada -Rapidez en la entrega de los productos -Las instalaciones -Ninguna	Nominal
			Atención que brinda a los clientes	-Buena -Regular -Malo	Nominal
			Considera que se está dando una mala atención al cliente	-No tiene suficiente personal -Por una mala organización de los trabajadores -Si brindan una buena atención al cliente	Nominal
			Resultados que logra brindando una atención al cliente	-Clientes satisfechos -Fidelización de los clientes -Posicionamiento de la empresa -Incremento en las ventas	Nominal

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

Se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario estructurado con 23 preguntas, 5 preguntas relacionadas a los representantes de las micro y pequeñas empresas, 4 sobre las micro y pequeñas empresas y 14 sobre la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente.

#### **4.5. Plan de Análisis**

Después de aplicar un cuestionario a través de la técnica de la encuesta se utilizó el programa Excel para el procesamiento de la elaboración de las tablas y figuras estadísticas, también se utilizó el programa Microsoft Word para la redacción del trabajo de investigación, asimismo se utilizó el programa PDF para la presentación final de la investigación, a la vez se utilizó el programa anti plagio turnitin para medir el porcentaje de similitud del trabajo de investigación con otros estudios, finalmente se utilizó el programa power point para la elaboración de la ponencia de la investigación y lograr la sustentación final.

#### 4.6. Matriz de Consistencia

ENUNCIADO	OBJETIVOS	VARIABLE	METODOLOGÍA			
			POBLACIÓN Y MUESTRA	METODO	TECNICAS E INSTRUMENTOS	PLAN DE ANALISIS
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora del sector Industria – rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2018?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> -Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2018.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> -Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector Industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2018 -Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2018 -Determinar las características de una gestión de calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2018. -Proponer un plan de mejora a la investigación de gestión de calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2018.</p>	<p>Gestión de calidad bajo el enfoque en Atención al Cliente.</p>	<p><b>Población:</b> Está conformada por 23 micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2018</p> <p><b>Muestra:</b> Consta el 19 de las micro y pequeñas empresas, porque solo participaron las micro y pequeñas empresas que brindaron información para el desarrollo del trabajo de investigación.</p>	<p><b>Tipo:</b> Descriptivo</p> <p><b>Nivel:</b> Cuantitativa</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental – transversal</p>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario estructurado con 23 preguntas</p>	<p>-Microsoft Word</p> <p>-Microsoft Excel</p> <p>-Power Point</p> <p>-PDF</p> <p>-Turnitin</p>

#### **4.7. Principios Éticos**

Protección a las personas se brinda información solo de las personas encuestadas, mas no información personal de los encuestados ya que no estamos autorizados a darla con respeto a su privacidad y porque no se busca vulnerar sus derechos. En la presente investigación se hace hincapié a los principios éticos aprobado por el Consejo Universitario con Resolución N°0973-2019-CU-ULADECH, siendo estos principios éticos de: confidencialidad, confiabilidad y respeto a la persona humana, porque estos principios son los que más resaltan para llevar una investigación correcta.

Confidencialidad:

La información presentada en esta tesis ha sido elaborada bajo la consulta de diferentes autores, libros virtuales que representan seguridad en la información elaborada.

Confiabilidad:

La información presentada en este trabajo de investigación, está elaborada con absoluta confiabilidad, donde se presentan las bibliografías y autores que nos garantizan la fiabilidad que tiene la investigación para llevar así el buen funcionamiento de los resultados.

Respeto a la persona humana:

El presente trabajo de investigación ha sido elaborado respetando a la persona humana y sin dañar confianza.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

**Tabla 1.**

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector Industria – rubro elaboración de productos de Panadería, del distrito de Chimbote, 2018.*

<b>Datos Generales</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Edad del representante</b>		
De 18 a 30 años	5	26.32
De 31 a 50 años	12	63.15
51 a más años	2	10.53
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Genero del representante</b>		
Masculino	11	57.89
Femenino	8	42.11
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	0	0.00
Educación básica	2	10.53
Superior no universitaria	8	42.10
Superior universitaria	9	47.37
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Cargo que desempeña</b>		
Dueño	15	78.95
Administrador	4	21.05
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Tiempo en el cargo</b>		
0 a 3 años	5	26.32
4 a 6 años	10	52.63
7 a más años	4	21.05
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>

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

**Tabla 2.**

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector Industria – rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2018.*

<b>De la empresa</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Años de permanencia en el rubro</b>		
0 a 3 años	5	26.32
4 a 6 años	10	52.63
7 a más años	4	21.05
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Número de trabajadores</b>		
1 a 5 trabajadores	12	63.16
6 a 10 trabajadores	5	26.32
11 a más trabajadores	2	10.52
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Personas que trabajan en su empresa</b>		
Familiares	7	36.84
Personas no familiares	12	63.16
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Objeto de creación</b>		
Generar ganancia <sup>2</sup>	15	78.95
Subsistencia	4	21.05
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector Industria – rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2018

**Tabla 3.**

*Características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector Industria – rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2018*

<b>Gestión de calidad en atención al cliente</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Conoce el termino gestión de calidad</b>		
Si	1	5.26
No	15	78.95
Tengo cierto conocimiento	3	15.79
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Técnicas modernas de la gestión de calidad</b>		
Benchmarking	0	0.00
Atención al cliente	19	100.00
Empowerment	0	0.00
Las 5 s	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Ninguno	0	0.00
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad</b>		
Poca iniciativa	0	0.00
Aprendizaje lento	3	15.79
No se adapta a los cambios	0	0.00
Desconocimiento del puesto	16	84.21
Otros	0	0.00
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Técnicas para medir el rendimiento del personal</b>		
La observación	11	57.89
La evaluación	8	42.11
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>

Continúa...



**Tabla 3.**

*Características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector Industria – rubro elaboración de Productos de panadería de distrito de Chimbote, 2018.*

<b>Gestión de calidad en atención al cliente</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio		
Si	4	21.05
No	15	78.94
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas		
Si	4	21.05
No	15	78.94
A veces	0	0.00
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
Conoce el termino atención al cliente		
Si	17	89.47
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	2	10.53
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
Aplica la gestión de calidad en su servicio a sus clientes		
Si	2	10.52
No	17	89.48
A veces	0	0.00
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
Atención al cliente es fundamental para que regresen a la empresa		
Si	19	100.00
No	0	0.00
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
Herramientas para un servicio de calidad		
Comunicación	6	31.58
Confianza	13	68.42
Retroalimentación	0	0.00
Ninguno	0	0.00
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>

Continúa...

**Tabla 3.**

*Características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector Industria – rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2018.*

Concluye...

<b>Gestión de calidad en atención al cliente</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Factores para la calidad del servicio</b>		
Atención personalizada	5	26.32
Rapidez en la entrega de los productos	14	73.68
Las instalaciones	0	0.00
Ninguna	0	0.00
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>La atención que brinda a los clientes</b>		
Buena	19	100.00
Regular	0	0.00
Malo	0	0.00
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Brindan una mala atención al cliente</b>		
No tiene suficiente personal	0	0.00
Por la mala organización de los trabajadores	0	0.00
Si brindan una buena atención al cliente	19	100.00
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Resultados brindando una buena atención al cliente</b>		
Clientes satisfechos	10	52.63
Fidelización de los clientes	7	36.84
Posicionamiento de la empresa	2	10.53
Incremento en las ventas	0	0.00
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector Industria – rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2018.

**Tabla 4.***Resumen del plan de mejora*

<b>Problemas encontrados (RESULTADOS)</b>	<b>Causa</b>	<b>Solución – Aplicación de mejora</b>	<b>Responsable</b>
Desconocimiento sobre gestión de calidad (78.95%)	Los representantes no están capacitados en los conocimientos básicos empresariales	Capacitar en los temas empresariales porque servirá para manejar adecuadamente el desarrollo de las micro y pequeñas empresas, ya que es necesario continuar día a día con las labores e iniciar un compromiso para mantener el sistema y lograr una mejora continua.	Administrador
Dificultad del personal para implementar la gestión de calidad (84.21%)	Desconocimiento del puesto.	Evaluar los conocimientos del personal en el proceso de selección ya que, con ello, se podrá ver si está calificado para el puesto. Orientar al personal constantemente para ejecute correctamente su labor.	Administrador
Gestión de calidad no mejora el rendimiento del negocio (78.94%)	Bajo conocimiento acerca de los beneficios que se pueden obtener mediante la gestión de calidad	Concientizar y evaluar los beneficios que obtienen aplicando la gestión de calidad para lograr la mejora y el rendimiento dentro de las empresas; ya que implementando pautas y algunos cambios lograremos grandes resultados.	Administrador y jefe de ventas
No aplican gestión de calidad en sus servicio a los clientes (89.48%)	Falta de compromiso por parte del personal	Construir una visión sobre la importancia que tiene la gestión de calidad en las Mypes y que permita a la empresa crear y desarrollar nuevas ideas para lograr mayor satisfacción en los clientes, solo con el fin de brindar un mejor servicio.	Administrador

Solo utilizan la observación como técnica a para medir el rendimiento del personal (57.89%)	La falta de tiempo por parte de los administradores	Implementar diferentes sistemas de evaluación (simulación, formulación de preguntas o nuevas entrevistas) ya que mediante este procedimiento, la empresa podrá saber si los trabajadores llegaron a cumplir las metas trazadas	Administrador y jefe de ventas
---	---	--	--------------------------------

## 5.2. Análisis de los Resultados

**Tabla 1. Características de los representantes**

Edad del representante: El 63.15 % de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, estos resultados coinciden con la investigación Cosmopolis (2014) donde indica que el 50% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, también coincide con Casazola (2018) cual informa que el 50% tienen de 31 a 50 años de edad. Pero contrasta con la investigación de Acosta (2017) la cual indica que el 75% de los encuestados tienen de 51 de edad a más, asimismo contrasta con Castro (2016) donde indica que el 66.7% tienen de 51 a más años de edad. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas están dirigidos por personas mayores de edad, ya que ellos se encuentran más aptos para tomar decisiones porque se basan a sus experiencias obtenidas con el pasar del tiempo.

Genero del representante: El 57.89% de los representantes son de género masculino, estos resultados coinciden con la investigación de Cosmopolis

(2014) cual indica que el 80.00% son de género masculino, también coincide con Casazola (2018) indica que el 80% son de género masculino, asimismo coincide con Castro (2016) donde indica que el 91.7% son de género masculino. Este demuestra que la mayoría de los representantes de las mypes están dirigidos por personas del sexo masculino porque ellos solo se centran en su trabajo, le dedican más tiempo y suelen esforzarse un poco más.

Grado de instrucción: El 47.37% de los representantes cuentan con un grado de instrucción universitaria, estos resultados coinciden con la investigación de Casazola (2018) donde indica que el 60% tiene como grado de instrucción superior universitaria, asimismo coincide con Castro (2016) donde informa que el 66,7% tiene como grado de instrucción universitaria. Pero contrasta con Cosmopolis (2014) donde indica que el 50.00% de los encuestados manifiesta solo tener secundaria completa. Estos resultados demuestran que las mypes se encuentran dirigidas por personas con un grado académico superior ya que son personas profesionales y con mejores ideas.

Cargo que desempeña: El 78.95% de los representantes son dueños, estos resultados coinciden con Cosmopolis (2014) donde informa que el 80.00% de los representantes de las mypes son dueños del negocio, asimismo coincide con Acosta (2017) donde informa que el 100.00% de los representantes son los mismos propietarios. Estos resultados demuestran que las mismas personas que decidieron iniciar el negocio y ser propietarios siguen con dicho cargo y evalúan el buen funcionamiento de su empresa.

Tiempo que desempeña el cargo: El 52.63% de los representantes tienen de 4 a 6 años en su puesto laboral. Pero contrasta con la investigación de Acosta (2017) donde indica que el 75.00% tienen de 6 a más en el cargo. Estos resultados difieren porque que en las mypes encuestadas demuestran que los dueños de las empresas tienen mayor experiencia en el cargo y esto les ayuda porque se encuentran informados de todo lo que sucede en su entorno y sobre todo en su empresa.

**Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas.**

Años de permanencia en el rubro: El 52.63% de las micro y pequeñas empresas tienen de 4 a 6 años en el rubro. Contrasta con Acosta (2017) donde indica que el 75.00% tienen de 6 a más en el rubro. Estos resultados demuestran que la mayoría de empresas tienen gran aceptación por el mercado, por ello que siguen desarrollándose en su rubro y mejorando para que puedan sobre salir ante su competencia.

Número de trabajadores: El 63.16% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, estos resultados coinciden con la investigación de Acosta (2017) donde indica que el 75.00% de las panaderías tienen de 1 a 5 trabajadores, también coincide con Cosmopolis (2014) cual informa que el 60.00% tienen entre 1 a 5 trabajadores en su empresa. Pero contrasta con la investigación de Casazola (2018) donde indica que el 50% de las mypes tienen de 6 a 10 trabajadores. Estos resultados demuestran que los dueños no requieren de muchos trabajadores para laboral dentro de su empresa ya que evitan generar

un gasto al contratar más personal y a su vez aumentan sus ingresos o ganancias.

Personas que trabajan: El 63.16% de los trabajadores de las mypes son personas no familiares, estos resultados coinciden con la investigación de Castro (2018) cual informa que el 83.5% tienen trabajando en su empresa a personas no familiares. Pero contrasta con Acosta (2017) cual informa que el 100.00% de las empresas los trabajadores son familiares del propietario. Estos resultados son diferidos ya que en las mypes encuestadas demuestran que las empresas llevan un parámetro de jerarquía para que no pueda existir la preferencia y este presenten en todo momento el respeto, enfocarse en el compromiso de salir adelante.

Objetivo de creación: El 78.95% de las mypes fueron creadas con la finalidad de generar ganancia. Pero contrasta con la investigación de Castro (2016) donde indica que el 75% de las mypes fueron creadas para subsistir. Estos resultados demuestran que mypes hoy en día son creadas solo por la necesidad económica que atraviesan las familias porque su única manera de generar ganancias es iniciando un negocio propio.

### **Tabla 3. Características de gestión de calidad en atención al cliente**

Conoce gestión de calidad: El 78.95% de los representantes no conocen el termino gestión de calidad, estos resultados contrastan con la investigación de Casazola (2018) donde indica que el 60% si conocen el termino gestión de calidad. Estos resultados demuestran que la mayoría de los representantes no

tienen conocimiento de desarrollar su empresa aplicando una buena gestión de calidad.

Técnicas modernas de la gestión de calidad: El 100.00% de los representantes conoce Atención al cliente como técnica administrativa. Estos resultados demuestran que los representantes tienen conocimiento de cómo atender o tratar al cliente adecuadamente para que mediante ello pueda captar su fidelización.

Dificultades para implementar la gestión de calidad: El 84.21 % de los representantes indican que los trabajadores desconocen el puesto y el 15.79% consideran el aprendizaje lento. Estos resultados demuestran que los trabajadores no desean aprender nuevas técnicas y no se encuentran dispuestos a adaptarse a los diferentes cambios para que desarrollen su trabajo adecuadamente.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: El 57.89% de los representantes utilizan la observación como método de medición a su personal, estos resultados coinciden con la investigación con Castro (2016) donde indica que el 100 % consideran como técnica de medición de rendimiento la observación. Estos resultados demuestran que los representantes observan detalladamente el desenvolvimiento del personal para ver si se encuentran desarrollando efectivamente sus labores de trabajo.

La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio: El 78.94% de los representantes responden que no ante esta pregunta. Estos resultados demuestran que no tienen conocimiento que el aplicar una gestión de calidad en



el negocio ayuda al buen y adecuado funcionamiento del negocio, mediante ello seguir crecimiento y lograr obtener mejores ingresos económicos.

La gestión de calidad ayuda a alcanzar objetivos y metas: El 78.94% de los representantes dicen que no ante esta interrogante. Estos resultados demuestran los representantes no tienen conocimiento de la importancia de aplicar la gestión de calidad en su empresa y puedan desarrollarse o encaminarse adecuadamente.

Conoce el termino atención al cliente: El 89.47% de los representantes indican que si conocen el termino atención al cliente y el 10.53% indican que no conocen dicho termino. Estos resultados demuestran que uno como dueño del negocio debe de estar seguro que la atención que brinda es la adecuada para tener en claro si el producto o servicio que ofrece esta al gusto del cliente.

Aplica la gestión de calidad en su servicio a sus clientes: El 89.48% de los representantes dicen que no ante esta pregunta. Estos resultados demuestran que los representantes no están enfocados en evaluar y saber qué es lo que realmente desean los clientes cuando acuden a su negocio, de tal forma puedan medir el grado de satisfacción que tienen.

Atención al cliente es fundamental para que regresen a la empresa: El 100.00% de los representantes responden que si ante esta interrogante. Estos resultados demuestran que las empresas logran su éxito porque resuelven los problemas, brindan un buen trato y sobre satisfacen las necesidades de sus clientes ya que su principal objetivo es conocer lo que desean sus consumidores.

Herramientas para un servicio de calidad: El 68.42% de los representantes consideran la confianza como herramienta para el servicio de calidad y el 31.58% consideran la comunicación como herramienta para un servicio de calidad. Estos resultados demuestran que una pieza clave para toda empresa es captar al cliente y por ello se debe de brindar productos que inspiren confianza y de buena calidad, asimismo que se encuentren orientados a la satisfacción de sus necesidades.

Factores para la calidad del servicio: El 73.68% de los representantes indican que la rapidez en la entrega de los productos es el factor principal y el 26.32 indican que el factor es la atención personalizada. Estos resultados demuestran que si el cliente desea adquirir algún producto de nuestra empresa debemos entregarles con la mayor rapidez posible para evitar la espera y así como también hacer la entrega con término de amabilidad y seguridad.

La atención que brinda a los clientes: El 100.00% de los representantes indican que brindan una buena atención, estos resultados coinciden con la investigación de Acosta (2017) donde informa que el 75.00% de los propietarios califican como buena la atención que brindan, asimismo coincide con Kano (2017) donde informa que el 58% de los representantes manifiestan que brindan una buena atención. Estos resultados demuestran que actualmente los representantes tienen en claro que los clientes son cada vez más exigentes ya que no solo buscan precio y calidad, sino también una buena atención, comodidad y sobre todo un trato personalizado.

Brindan una mala atención al cliente: El 100.00% de los representantes indican que si brindan una buena atención. Estos resultados demuestran que la mayoría de las mypes se enfocan en dar un trato adecuado al cliente ya que forman parte importante del crecimiento de la organización.

Resultados brindando una buena atención al cliente: El 52.63% de los representantes indican que lograron tener clientes satisfechos. Estos resultados contrastan con la investigación de Casazola (2018) donde indica que el 50% consideran que sus resultados brindando una buena atención al cliente fue el aumento de sus ventas. Estos resultados demuestran que, para llegar la fidelización de los clientes, principalmente debemos satisfacerlos, tratándolos de la mejor manera posible y ofreciéndoles productos de alta calidad ya que ellos son el motor y razón de existir de toda empresa.

## **Plan de mejora**

### **1. Datos Generales:**

- **Nombre o razón social:** Mypes de elaboración de productos de panadería
- **Giro de la empresa:** Industria, producción y servicio
- **Dirección:** Chimbote – Perú
- **Nombre del representante:** Dueños productos de panadería
- **Historia:**

La historia del pan viene de muchos años atrás cuando el hombre por primera vez descubre los cereales y aprende a mezclarlos con agua. En el Perú, se preparaba el pan moliendo el maíz en un batan, mezclándolo con agua y cocinándolo encima de las piedras calientes. El Perú, cuenta con muchas variedades de pan como el

pan pachanga, pan de ajo y huacatay, el pan chapla, entre otros, en distintas partes del mundo se puede degustar muchas de las variedades que se venden por todos los sitios del Perú que se pueda visitar ya que existen muchas panaderías locales con gran acogida por partes de las personas y clientes potenciales. Estas mypes abastecen a la población por la gran aceptación por las personas y clientes potenciales al momento de adquirir sus productos ya que consideran una empresa innovadora.

## **2. Misión:**

Ser las principales empresas que elaboran y comercializan productos de panadería con estándares de alta calidad, que satisfagan las necesidades de los clientes, garantizando los productos que se ofrecen, promoviendo responsabilidad social y contribuyendo al desarrollo.

## **3. Visión**

Ser empresas competitivas, innovadoras y líderes en los productos de panadería y pastelería a nivel nacional e internacional.

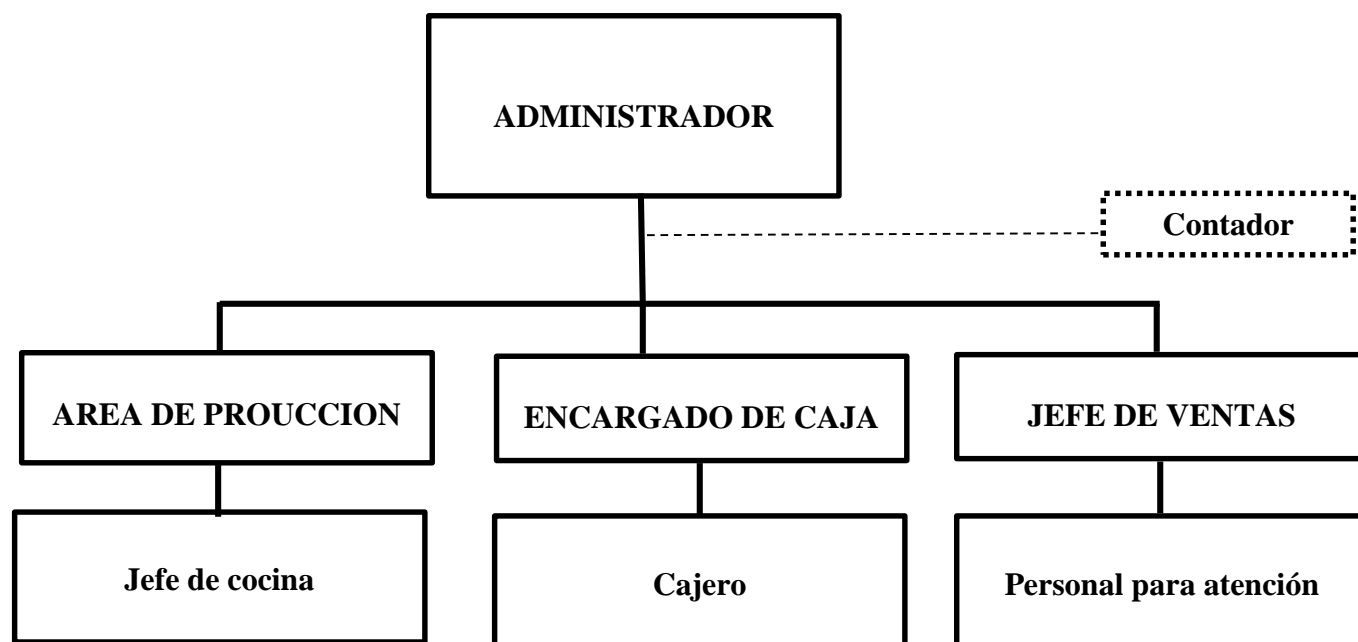
## **4. Objetivos**

- Ser una de las mejores panaderías por enfocarse en la suavidad y calidad de los productos.
- Ofrecer la mejor atención al cliente de forma muy atenta y confiable.
- Destacados por la entrega puntual y la satisfacción al cliente.

## **5. Productos y/o servicios**

- Elaboración y venta de productos de panadería

## 6. Organigrama



### 6.1. Descripción de Funciones

<b>Cargo</b>	<b>ADMINISTRADOR</b>
<b>Perfil</b>	Licenciado en administración de empresas, o a fines. *Con experiencia y conocimiento del rubro indicado
<b>Funciones</b>	Planificar, organizar, dirigir y controlar el crecimiento de la empresa

<b>Cargo</b>	<b>CONTADOR</b>
<b>Perfil</b>	Estudios universitarios o técnicos en contabilidad *Experiencia laboral contables
<b>Funciones</b>	Llevar la situación financiera y económica de la empresa.

<b>Cargo</b>	<b>JEFE DE COCINA</b>
<b>Perfil</b>	Estudios técnicos de cocina con experiencia *Experiencia laboral en panadería

<b>Funciones</b>	Supervisar la elaboración de preparaciones afines a la panadería, verificando que se apliquen las técnicas conformes a los productos a elaborar, cuidando la calidad de los mismos
------------------	--

<b>Cargo</b>	<b>ENCARGADO DE CAJA</b>
<b>Perfil</b>	Estudios técnicos en área bancaria o empresarial. *Experiencia en cajas
<b>Funciones</b>	Apertura y cierre de caja, proceso de cobro y facturar

<b>Cargo</b>	<b>VENTAS</b>
<b>Perfil</b>	Contar con experiencia mínima de 1 año en jefatura de ventas
<b>Funciones</b>	Contratar y formar al personal de ventas y atención. Establecer metas y objetivos semanales al personal. Desarrollar estrategias innovadoras para cumplir las metas trazadas.

## 6.2.Diagnostico empresarial:

	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>MATRIZ FODA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ubicación de los negocios con gran afluencia de clientes.</li> <li>-Liderazgo en el mercado.</li> <li>-Cuenta con estrategias de publicidad.</li> <li>-Clientes buscan productos y servicios de calidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Competencia en el sector.</li> <li>-Clientes exigentes en altos estándares de calidad en los productos y servicios.</li> <li>-Productos parecidos, pero a un menor costo.</li> </ul>
<b>Fortalezas</b>	<b>F - O</b>	<b>F - A</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Productos de excelente calidad.</li> <li>- Años de experiencia</li> <li>- Ofrece diversidad de productos.</li> <li>-La empresa ha generado oportunidades de empleo.</li> <li>-Evaluar el rendimiento del personal constantemente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Potenciar la diferenciación de los productos y decoraciones</li> <li>-Reforzar los conocimientos adquiridos por los años de experiencia con cursos y capacitaciones en gestión de calidad.</li> <li>- Resaltar la ventaja de la panadería frente a la competencia.</li> <li>- Innovación de productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Otorgar un valor agregado al producto para diferenciarlo de la competencia.</li> <li>-Hacer ofertas, motivación para aumentar la cartera de los clientes.</li> <li>-Buscar nuevos productos para un mejor servicio.</li> <li>-Publicidad agresiva mediante redes sociales o volantes.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>D - O</b>	<b>D - A</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-No realiza capacitación constante a su personal.</li> <li>-Falta de conocimientos empresariales</li> <li>-Desconocen el uso de herramientas para satisfacer a sus clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Invertir en capacitaciones intensivas en temas de ámbito empresarial.</li> <li>-Realizar procesos de selección en el personal</li> <li>-Plantear nuevas oportunidades de reformulación de productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Investigar minuciosamente a los proveedores para ofrecer productos de calidad al mejor precio y con el mejor servicio</li> <li>-Implementar a los trabajadores en capacitación.</li> <li>- Brindar un trato personalizado y adecuado a los clientes.</li> </ul>

## 7. Indicadores de Gestión

<b>Indicadores</b>	<b>Evaluación de indicadores dentro de las micro y pequeñas empresas</b>
Conoce el termino gestión de calidad	No conocen el termino gestión de calidad dentro de su empresa
Dificultad del personal para implementar la gestión de calidad	La dificultad que tienen para implementar la gestión de calidad es por desconocimiento del puesto
Gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio	Los representantes indican que no mejora el rendimiento en el negocio la gestión de calidad
Aplica gestión de calidad en su servicio a los clientes	No aplican la gestión de calidad en sus servicios brindados
Técnicas para medir el rendimiento del personal	Solo utilizan la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal

## 8. Problemas

<b>Indicadores</b>	<b>Problema</b>	<b>Surgimiento del problema</b>
Conoce el termino gestión de calidad	Desconocimiento del termino gestión de calidad	Esto surge porque no aplican dicho termino para el desarrollo efectivo dentro de la organización.
Dificultad del personal para implementar la gestión de calidad	Desconocimiento del puesto	Surge porque el personal no recibe capacitaciones constantes de como ejecutar su labor dentro de la organización.
Gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio	No consideran que mejora el rendimiento del negocio	Esto surge porque no tienen claramente los beneficios que se obtienen aplicando la gestión de calidad.
Aplica gestión de calidad en su servicio a los clientes	No aplican la gestión de calidad al brindar su servicio	Surge por la falta de prioridad que se da a dicho termino.
Técnicas para medir el rendimiento del personal	Solo utilizan una técnica para medir el rendimiento	Esto surge por la falta de tiempo de aplicar otras técnicas de medición.



## 9. Establecer soluciones

### 9.1. Establecer acciones

<b>Indicadores</b>	<b>Problema</b>	<b>Acción de mejora</b>
Conoce el termino gestión de calidad	Desconocimiento del termino	Capacitar en los temas empresariales ya que esto servirá para manejar adecuadamente el desarrollo de la micro y pequeña empresa.
Dificultad del personal para implementar la gestión de calidad	Desconocimiento del puesto	Evaluar los conocimientos del personal en el proceso de selección ya que, con ello, se podrá ver si está calificado para el puesto. Orientar al personal constantemente para ejecute correctamente su labor.
Gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio	No mejora el rendimiento	Concientizar y evaluar los beneficios que obtienen aplicando la gestión de calidad para lograr la mejora y el rendimiento dentro de las empresas
Aplica gestión de calidad en su servicio a los clientes	No lo aplican	Construir una visión sobre la importancia que tiene la gestión de calidad en las Mypes para lograr mayor satisfacción en los clientes, solo con el fin de brindar un mejor servicio.
Técnicas para medir el rendimiento del personal	La observación	Implementar diferentes sistemas de evaluación en los trabajadores para saber si llegaron a cumplir las metas trazadas

## 9.2. Estrategias que se desean implementar

Nº	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Capacitar en los temas empresariales ya que esto servirá para manejar adecuadamente el desarrollo de la micro y pequeña empresa.	La baja adquisición económica de invertir en capacitaciones empresariales	6 meses	Permitirá al representantes y trabajadores a adquirir conocimientos importantes para el buen funcionamiento de la empresa.	Centrarse en los temas fundamentales para el buen desarrollo de la empresa.
2	Evaluar los conocimientos del personal en el proceso de selección ya que, con ello, se podrá ver si está calificado para el puesto. Orientar al personal constantemente para ejecute correctamente su labor.	La falta de supervisión y control a los trabajadores	7 días	Se ejecutara una mejor evaluación al momento de contratar un nuevo personal y logre cumplir los requisitos del puesto	Evaluar minuciosamente y correctamente los CV de los nuevos postulantes al momento de realizar la selección del personal.
3	Concientizar y evaluar los beneficios que obtienen aplicando la gestión de calidad para lograr la mejora y el rendimiento dentro de las empresas	El bajo conocimiento acerca de los beneficios que pueden obtener	3 días	El personal estará más motivado en trabajar para lograr el resultados efectivos en el rendimiento y crecimiento de la empresa.	Involucrar al personal en los objetivos de la empresa.
4	Construir una visión sobre la importancia que tiene la gestión de calidad en las Mypes para lograr mayor satisfacción en los clientes, solo con el fin de brindar un mejor servicio.	Falta de compromiso del personal de la empresa	3 días	El personal estará más centrado en la importancia de brindar una atención adecuada para lograr la satisfacción los clientes	Realizar charlas motivacionales para el personal y enfocarlos en ofrecer mejores servicios.
5	Implementar diferentes sistemas de evaluación en los trabajadores para saber si llegaron a cumplir las metas trazadas	La falta de tiempo para aplicar otros sistemas de evaluación	7 días	Todo el personal será evaluado constantemente y se va a esforzar para dar resultados positivos en la empresa	Cumplimiento de sus metas diarias.

### 9.3. Recursos para la implementación de estrategias

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Centrarse en los temas fundamentales para el buen desarrollo de la empresa.	Administrador	s/150.00 mensual	Internet Computadora Impresora	6 meses
2	Evaluar minuciosamente y correctamente los CV de los nuevos postulantes al momento de realizar la selección del personal.	Administrador	s/25.00	Internet Computadora	7 días
3	Involucrar al personal en los objetivos de la empresa.	Administrador y jefe de ventas	s/50.00	Computadora Impresora	3 días
4	Realizar charlas motivacionales para el personal y enfocarlos en ofrecer mejores servicios.	Administrador	s/80.00	Proyector Equipo de sonido Impresora	3 días
5	Cumplimiento de sus metas diarias.	Administrador y jefe de ventas	s/100.00	Internet Proyector Impresora	7 días

## 10. Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Enero	Diciembre
	Centrarse en los temas fundamentales para el buen desarrollo de la empresa.	01/01/2021	01/07/2021	■	
	Evaluar minuciosamente y correctamente los CV de los nuevos postulantes al momento de realizar la selección del personal.	02/07/2021	09/07/2021		■
	Involucrar al personal en los objetivos de la empresa.	10/07/2021	13/07/2021		■
	Realizar charlas motivacionales para el personal y enfocarlos en ofrecer mejores servicios.	24/08/2021	27/08/2021		■
	Cumplimiento de sus metas diarias.	16/10/2021	23/10/2021		■

## VI. CONCLUSIONES

### Conclusiones

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años de edad, son de género masculino, desempeñan su cargo como dueños, tienen de 4 a 6 años en su cargo. Y la minoría tiene como grado de instrucción superior universitaria.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas, tienen de 4 a 6 años de permanencia en el rubro, cuentan de 1 a 5 trabajadores en su empresa, sus trabajadores son personas no familiares y su objeto de creación fue por generar ganancia.

La totalidad de los representantes conocen atención al cliente como técnica moderna de la gestión de calidad, brindar una atención de calidad es fundamental para que regresen a la empresa y la atención que brindan es buena.

La mayoría de los representantes desconocen el termino gestión de calidad, las dificultades que tienen sus trabajadores para implementar la gestión de calidad es porque desconocen el puesto, utilizan la observación para medir el rendimiento del personal, la gestión de calidad no mejora el rendimiento de su negocio, la gestión de calidad no les ayuda a alcanzar los objetivos y metas, no aplican la gestión de calidad en su servicio, conocen el termino atención al cliente, la herramienta para un servicio de calidad es la confianza, el factor para brindar calidad en el servicio es la rapidez, si brindan una buena atención al cliente y los resultados obtenidos fue tener clientes satisfechos.

Se elaboró un plan de mejora de acuerdo a los resultados obtenidos, la cual consiste en capacitar en los temas empresariales ya que esto servirá para manejar adecuadamente el desarrollo de la micro y pequeña empresa. Evaluar los conocimientos del personal en el proceso de selección ya que, con ello, se podrá ver si está calificado para el puesto. Orientar al personal constantemente para ejecute correctamente su labor. Concientizar y evaluar los beneficios que obtienen aplicando la gestión de calidad para lograr la mejora y el rendimiento dentro de las empresas. Construir una visión sobre la importancia que tiene la gestión de calidad en las Mypes para lograr mayor satisfacción en los clientes, solo con el fin de brindar un mejor servicio. Implementar diferentes sistemas de evaluación en los trabajadores para saber si llegaron a cumplir las metas trazadas.

### **Aspectos complementarios**

Ejecutar una capacitación intensiva acerca de los términos empresarial, principalmente en el término gestión de calidad y los beneficios que se obtienen aplicándolo, y vaya enfocado hacia los representantes y trabajadores.

Realizar una inducción a los trabajadores nuevos antes de ingresar a su centro de trabajo porque esto les ayudara a que estén preparados e ingresen teniendo un conocimiento de las labores que tienen que realizar y las desarrollen efectivamente.

Ejercer la organización de los trabajadores al momento de atender a un cliente y a partir de allí poder entender sus inquietudes y brindar el mejor trato posible, porque lo más probable es que atendéndolos con amabilidad se sentirán suficientemente agradecidos y esto servirá de gran apoyo para la micro y pequeña empresa.

Aplicar una buena atención al cliente y que no solo se tenga presente en el momento de la compra, sino que también deben de tener un contacto o relación con el cliente porque esto servirá a que los haga diferente a la competencia.

Finalmente implementar el plan de mejora elaborada en base a todos los resultados obtenidos con la finalidad de alcanzar un mayor conocimiento y mejorar continuamente.

## Referencias Bibliográficas

- Aceña M. (2017). *Gestión de costes y calidad del servicio de transporte por carretera: UF0922*. Recuperado de: <https://www.amazon.es/transporte-carretera-Certificados-profesionalidad-mercanc%C3%ADas/dp/8468166855>
- Acosta (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de atención al cliente en las mypes del sector industrial elaboración de productos de panadería, distrito de Manantay, año 2017*. (Tesis Pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú
- Adepan (2018). *Panadería y pastelería, otro oficio en potencia*. Recuperado de: <https://www.dinero.com/empresas/articulo/estudios-panaderia-pasteleria-colombia/204392>
- Alayo (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017*. (Tesis Pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú
- Arenal, L. (2017). *Gestión de la atención al cliente / consumidor*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5190124&query=atenci%C3%B3n+al+cliente>
- Asep (2015). *Asociación de emprendedores del Perú*. Recuperado de: <http://asep.pe/mypes-aportan-el-40-del-pbi/>



Balagué, N. y Saarti, J. (2014). *Gestión de la calidad*. Recuperado de:  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3221821&query=gestion+de+calidad>

Blanco, G., Lobato, G. y Lobato, V. F. (2013). *Comunicación y atención al cliente*.  
Recuperado de:  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3217294&query=atenci%C3%B3n+al+cliente&ppg=1>

Calvo, R. (2018). *El 90% de la economía de Arequipa la sostienen las Mypes*.  
Recuperado de: <https://elbuho.pe/2018/05/el-90-de-la-economia-de-arequipa-la-sostienen-las-mypes/>

Casazola (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente, en las Mype del sector industria-rubro panificadoras del distrito de Cayma ,2018. tesis para optar el título profesional de licenciada en administración*. (Tesis Pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú

Castro (2018). *Gestión de calidad en el proceso de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro elaboración de productos de panadería, casco urbano, distrito de Chimbote, 2016*. (Tesis Pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú

Centty, V. D. B. (2014). *La inversión en recursos humanos y la competitividad de las micro y pequeñas empresas*. Recuperado de:  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3201636&query=Las+micro+y+peque%C3%B1as+empresas>

Confecamaras (2016). *Mipymes generan mayor empleo en Colombia*. Recuperado de:  
<https://www.dinero.com/edicion-impres/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395>

Corporación Financiera de Desarrollo (CODIFE, 2012). *Situación actual de las entidades de desarrollo para la pequeña y micro empresa*. Recuperado de:  
[https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1305/ECO\\_015.pdf;jsessionid=33F9FCE47AFB180B7AB74605D7034747?sequence=1](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1305/ECO_015.pdf;jsessionid=33F9FCE47AFB180B7AB74605D7034747?sequence=1)

Cortés, J. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (iso 9001:2015)*. Recuperado de:  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5349794&query=gestion+de+calidad>

Cosmopolis (2014). *Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector producción en el rubro panaderías en el distrito de Chimbote, 2013*. (Tesis Pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú

Cuatrecasas L. (2012). *Gestión de la calidad total*. Recuperado de:  
<https://www.bajalibros.com/PE/Gestion-de-la-calidad-total-Lluis-Cuatrecasas-Arbos-eBook-1483095?frstPGI3R=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8=>

Daly, A. y Pantoja, P. (2010). *Negocio de las mypes facturan alrededor de 7.000 anuales*. Recuperado de: <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/negocio-del-pan-en-peru-factura-alrededor-de-us6000m-anuales>

Díaz, F. M. (2014). *Manual. Atención básica al cliente (mf1329\_1). certificados de profesionalidad. actividades auxiliares de comercio (comt0211)*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=4422016&query=atencion%2Bal%2Bcliente%2Bdefinicion>

Durán, P. (2015). *Gestión de la calidad de productos editoriales*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5214364&query=gestion+de+calidad>

EFE (2018). *La ONU considera que las pymes son la espina dorsal de la economía*. Recuperado de: <https://www.20minutos.es/noticia/3382959/0/pymes-microempresas-onu-economia-empleo/>

El Liberal noticia (2012). *Mypes en atención al cliente un crecimiento potencial*. Recuperado de: [https://www.elliberal.com.ar/noticia/512171/para-indec-actividad-economica-cayo-septiembre-21porciento-interanual?utm\\_campaign=ScrollInfinitoDesktop&utm\\_medium=scroll&utm\\_source=nota](https://www.elliberal.com.ar/noticia/512171/para-indec-actividad-economica-cayo-septiembre-21porciento-interanual?utm_campaign=ScrollInfinitoDesktop&utm_medium=scroll&utm_source=nota)

El peruano (2013). *Ley Mype N°30056*. Recuperado de: <http://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>

Fechipan (2014). *Protección de los derechos de los consumidores*. Recuperado de: <https://www.camara.cl/pdf.aspx?prmID=18731&prmTIPO=DOCUMENTOCOMISION>

Galarza, C (2014). *Oportunidades en el sector de panadería y pastelería*. Recuperado de: <http://www.catering.com.co/gestion-horeca/control-y-costos/que-oportunidades-hay-en-el-sector-de-panaderia-y-pasteleria/>

González, O., & Arciniegas, J. (2016). *Sistemas de gestión de calidad: teoría y práctica bajo la norma iso 2015*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=1&docID=4870575&tm=1541195836759>

Guerra (2015). *Evaluación de la calidad de la atención al cliente en las empresas lácteas de la ciudad de San Juan de Pasto departamento de Nariño*. (Tesis de Pregrado). Facultad de ciencias económicas y administrativas. Universidad de Nariño.

Jaramillo, L. (2016). *La capacitación profesional basada en competencias que se desempeñan en las micro, pequeñas y medianas empresas*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5214221&query=Las+micro+y+peque%C3%B1as+empresas>

Kano (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro panaderías, en el distrito de nuevo Chimbote – 2016*. (Tesis Pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú

Ley N°28015 (2013). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

- Llenque, F. (2016). *Día nacional de las micro y pequeñas empresas*. Recuperado de:  
<https://radiorsd.pe/opinion/la-columna-del-dia-dia-nacional-de-las-micro-y-pequenas-empresas>
- Llontop, J. (2018). *Mypes de Lambayeque mantienen expectativa de crecimiento*. Recuperado de: <https://rpp.pe/peru/lambayeque/mypes-de-lambayeque-mantienen-expectativa-de-crecimiento-este-2018-noticia-1103109>
- López, G., Pérez, F. & Pérez, H. (2014). *Comunicación y atención al cliente: grado superior*. Recuperado de:  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3212252&query=atenci%C3%B3n+al+cliente>
- Luna, G. (2015). *Diseño de un sistema de gestión de calidad fundamentado en la norma ISO 9001:2008 para la Empresa Paneles Eléctricos Panelec S.A.* Recuperado de:  
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/17242>
- Manzoni, C. (2017). *Las Mypes son las grandes empleadoras*. Recuperado de:  
<https://www.lanacion.com.ar/1985790-el-mapa-empresarial-de-un-pais-donde-las-pymes-son-las-grandes-empleadoras>
- Marcelino, A. & Ramírez, H. (2014). *Administración de la calidad: nuevas perspectivas*. Recuperado de:  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3227569&query=gestion+de+calidad>

Mateos, D. (2012). *Atención básica al cliente*. Recuperado de:  
[https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=125  
&docID=3211515&tm=1511335653338](https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=125&docID=3211515&tm=1511335653338)

Mendoza (2015). *Perú existen panaderías y pastelerías en un 43%*. Recuperado de:  
<https://andina.pe/agencia/noticia.aspx?id=237413>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2013). *Las Mypes en Perú. Su importancia y propuesta tributaria*. Recuperado de:  
<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5433/4665>

Naranjo (2014). *Plan de marketing estratégico y atención al cliente para la panadería y pastelería "D' Melany" de la ciudad de santo domingo, 2014*. (Tesis Pregrado).  
Facultad de dirección de empresas. Universidad regional autónoma de los Andes  
Uniandes.

Nolasco, M. (2014). *Caracterización de la formalización y competitividad de las Mypes*.  
Recuperado de: <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo-ciencias-contables/article/view/1219>

Norma ISO 9001, (2015). *Las CINCO ventajas de utilizar la Norma ISO 9001:2015*.  
Recuperado de: <http://www.grupoalbe.com/cinco-ventajas-de-utilizar-la-norma-iso-90012015/>

RPP noticias (2017). *Lima concentra el 43% de las panaderías en el Perú*. Recuperado de: <https://rpp.pe/economia/negocios/lima-concentra-el-43-de-las-panaderias-en-el-peru-noticia-187295>

Sercotec (2013). *Situación de la Micro y Pequeña Empresa en Chile*. Recuperado de: [http://www.mipymes.cl/2014/sercotec\\_chile-presento-la-situacion-de-la-micro-y-pequena-empresa-en-chile/](http://www.mipymes.cl/2014/sercotec_chile-presento-la-situacion-de-la-micro-y-pequena-empresa-en-chile/)

Tarodo, P. (2015). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3229607&query=atenci%C3%B3n+al+cliente>

Terry G. (2014). *Como medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=HGy1eJxZVJkC&oi=fnd&pg=PA14&dq=ISO+9001&ots=6eH4OU-Nik&sig=UPZvoGusGvgC3falZrO69i3rTZY#v=onepage&q=ISO%209001&f=false>

Valderrama (2016). *Gestión de calidad en la mejora continua de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panadería, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*. (Tesis Pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú

Vargas, R (2014). *Micro y Pequeñas empresas en Bolivia*. Recuperado de: [http://anda.ine.gob.bo/ANDA4\\_2/index.php/catalog/276/study-description](http://anda.ine.gob.bo/ANDA4_2/index.php/catalog/276/study-description)

Villanueva, L. R. (2015). *Comunicación y atención al cliente en hostelería y turismo*.

Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3211162&query=atencion+al+cliente>

Villarreal, O. (2018). *El 80% de Mypes funcionan en el mercado local*. Recuperado de:

<http://www.chimbotenlinea.com/economia/02/05/2019/chimbote-80-de-mypes-que-funcionan-en-mercado-local-lo-hace-desde-la>



## Anexos

### Anexo 1

### CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

<b>Cronograma de actividades</b>																			
<b>N o</b>	<b>Actividades</b>	<b>Año 2018</b>				<b>Año 2019</b>								<b>Año 2021</b>					
		<b>Semestre II</b>				<b>Semestre I</b>				<b>Semestre II</b>				<b>Semestre I</b>				<b>Semestre II</b>	
																		<b>Taller de Titulación</b>	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Elaboración del proyecto	X																	
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X																
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X															
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X														
5	Mejora del marco teórico y metodológico				X	X	X	X											
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información								X										
7	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información								X										
8	Recolección de datos									X									
9	Presentación de resultados																		
10	Análisis e Interpretación de los resultados										X								
11	Redacción del informe preliminar											X							
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación											X							
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación												X						
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación													X					
15	Redacción de artículo científico														X				
16	Mejoramiento del informe															X			
17	Revisión del jurado															X			
18	Pre-Banca																	X	
19	Elaboración del artículo científico y ponencia																	X	
20	Sustentación final																	X	

Anexo 2

**PRESUPUESTO**

<b>Presupuesto desembolsable (Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% numero</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
• Impresiones	0.30	49	14.70
• Fotocopias	0.10	147	14.70
• Empastado	1.00	25	60.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	0.05	196	9.80
• Lapiceros	1.00	03	3.00
• Folder manila	1.50	03	4.50
<b>Servicios</b>			
• Uso de turnitin	50.00	02	100.00
• Taller de titulación	1,700.00	01	1,700.00
<b>Sub Total</b>			<b>1,906.70</b>
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información	2.60	15	39.00
<b>Sub Total</b>			<b>39.00</b>
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			<b>1,945.70</b>
<b>Presupuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% numero</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
• Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital –LAD)	30.00	04	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	02	70.00
• Soporte informático (Modulo de Investigación de ERP University – MOIC)	40.00	04	160.00
<b>Sub Total</b>			<b>350.00</b>
<b>Recurso Humano</b>			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	04	252.00
<b>Sub Total</b>			<b>252.00</b>
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			<b>602.00</b>

Financiamiento: Autofinanciado por el investigador

**Anexo 3**

**Cuadro de sondeo**

N°	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
01	Pastelería Fina “Ottone”	Jr. Elías Aguirre N° 502
02	Pastelería “Tortas Nely”	Jr. Bolívar N° 242 – Progreso
03	Panadería “ Trapecio”	Urb. El Trapecio Mz G Lt. 10 – II Etapa
04	Panadería y Pastelería “Tayabamba”	Jr. Alfonso Ugarte N° 601
05	Panadería “ El Pacifico”	Jr. Manuel Ruiz N° 344
06	Pastelería “Flores”	Av. José Balta Mz. A Lt. 14
07	Panadería y Pastelería “ San Miguel”	Jr. Leoncio Prado N° 524
08	Pastelería “ Tonny’s”	Av. José Gálvez N° 325
09	Tortas y Decoraciones “ Gladys”	Jr. Progreso Mz. N1 Lt. 23A
10	Panadería y Pastelería “ Dulcería Rosmery”	Jr. Bolívar N° 214 Pj. Progreso
11	Pastelería y Panadería “ Dayner”	Jr. Victoria N° 275 Pj. Progreso
12	Pastelería y Tortas “D’ Amanda”	Jr. Elías Aguirre N° 691
13	Panadería y Pastelería “ La Villa”	Av. José Pardo N ° 688
14	Panadería “Rebachinni”	Jr. Alfonso Ugarte N° 301
15	Panadería y Pastelería “ Antonella”	Av. Camino Real Mz.24 Lt. 18 – Miraflores Alto
16	Panadería y Pastelería “ Valera”	Jr. San Martin Mz. O Lt.7A – Miraflores Alto
17	Panadería “ D’Mery”	Av. Camino Real Mz. C Lt.1 – La Victoria
18	Panadería “ ACAF”	Av. Camino Real Mz H Lt.03- Antenor Orrego
19	Panadería y Pastelería “ Don Lolo”	Jr. Leoncio Prado N° 505
20	Panadería “ Kairos”	Calles los Pinos N° 200 – Urb. La Caleta
21	Panadería “Productos Campaña Navideña”	Jr. Elías Aguirre N° 341
22	Panadería “ Inversiones Gonbar S.A.C”	Jr. Alfonso Ugarte N° 653
23	Panadería “Fabricam E.I.R.L”	Pj. Miraflores Alto Mz. E Lt. 18

## Anexo 4

### Cuestionario



---

## UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

### FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: GESTION DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE EN ATENCION AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA – RUBRO ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2018. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

#### I.GENERALIDADES

##### 1.1. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

###### 1. Edad

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

- a) Sin instrucción
- b) Educación básica
- c) Superior no universitaria
- d) Superior universitaria

###### 2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

###### 4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

###### 3. Grado de instrucción

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

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

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

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

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

**7. Número de Trabajadores**

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

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

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

**9. Objetivo de creación**

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

**2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD**

**2.1. GESTIÓN DE CALIDAD**

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

- a) Si
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento.

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

- a) Benchmarking
- b) Atención al cliente

- c) Empowerment
- d) La 5 s
- e) Outsourcing
- f) otros
- g) Ninguno

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

- a) Poca iniciativa
- b) Aprendizaje lento
- c) No se adapta a los cambios
- d) Desconocimiento del puesto
- e) Otros

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

- a) La observación
- b) La evaluación
- c) Escala de puntuaciones
- d) Evaluación de 360°
- e) Otros

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

- a) Si
- b) No

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

- a) Si
- b) No
- c) A veces

**2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE**

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

- a) Si
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento.

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

- a) Si
- b) No
- c) A veces

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

- a) Si
- b) No

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

- a) Comunicación
- b) Confianza
- c) Retroalimentación
- d) Ninguno

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

- a) Atención personalizada
- b) Rapidez en la entrega de los productos

- c) Las instalaciones
- d) Ninguna

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

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

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

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

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

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

## **GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE EN ATENCION AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA- RUBRO ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE -2018**

### ***Estimado señor (a)***

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar la incidencia de la Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote -2018. Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos que deseen participar.

### ***Participación***

Para ello, se está pidiendo su participación en el estudio, si usted acepta, quiere decir que el investigador le ha indicado a usted de forma verbal, así como escrita lo siguiente: los pasos a seguir, riesgos, beneficios, confidencialidad y preguntas resueltas. Propósito del estudio El propósito del estudio es investigar de la Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote – 2018.

### ***Propósito del estudio***

El propósito del estudio es investigar de la Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote – 2018.

### ***¿En qué consistirá su participación?***

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si utiliza o no la Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector industria –rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote – 2018

### ***Riesgos, incomodidades y costos de su participación***

Con respecto a los riesgos, estos ya han sido estudiados y su empresa no pasará por riesgos identificados, por lo que se ha planteado que usted ni su empresa no tendrá mayor riesgo que la población general. El estudio no tendrá costo para usted. En todo momento se evaluará si usted se encuentra en posición de poder hacer uso de la palabra, su negativa a no participar en el estudio, será respetada.

### ***Beneficios***

Se ha planteado en los participantes, recomendaciones y un plan de mejora sobre la Gestión de Calidad en atención al cliente para su micro o pequeña empresa.

### ***Confidencialidad de la información***

Toda información que usted nos proporcione será confidencial, los nombres y apellidos de cada participante quedará a custodia del investigador, por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

### ***Problemas o preguntas***

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con la investigadora principal de Chimbote, Perú estudiante Portales Campos Yomira Marivi al celular 993657711, o al correo: mariviportales@hotmail.com. Y si tienes dudas acerca de tus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la Escuela profesional de Administración, Telf: 350190, E-mail: [escuela\\_administracion@uladech.edu.pe](mailto:escuela_administracion@uladech.edu.pe).

### ***Consentimiento / Participación voluntaria***

Por lo expuesto comprendo que seré parte de un estudio de investigación. Sé que mis respuestas a las preguntas serán utilizadas para fines de investigación y no se me identificará. También se me informó que, si participo o no, mi negativa a responder no afectará negativamente a la empresa. Comprendo que el resultado de la investigación será presentado a la comunidad científica para su mejor comprensión.

### ***Declaración del participante***

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con esto no renuncio a mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

Gladys Cervantes Pimentel

Nombre participante

Dr. Reinerio Z. Centurión Medina  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
CLAD. 02106

Nombre del DTI



Firma participante



Firma del DTI

25/09/2018

Fecha

5:00 pm

Hora

## Anexo 5

### Hoja de tabulación

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector

Industria – rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2018.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
<b>Edad del representate</b>	18 a 30 años	IIII	5	26.32
	31 a 50 años	IIIIIIIIII	12	63.15
	51 a más años	II	2	10.53
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Genero del representate</b>	Masculino	IIIIIIIIII	11	57.89
	femenino	IIIIIIII	8	42.11
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Grado de instrucción</b>	Sin instrucción		0	0.00
	Educación básica	II	2	10.53
	Superior no universitaria	IIIIIIII	8	42.10
	Superior universitaria	IIIIIIII	9	47.37
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Cargo que desempeña</b>	Dueño	IIIIIIIIIIII	15	78.95
	Administrador	IIII	4	21.05
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Tiempo que desempeña el cargo</b>	0 a 3 años	IIII	5	26.32
	4 a 6 años	IIIIIIIIII	10	52.63
	7 a más años	IIII	4	21.05
	<b>total</b>	<b>IIIIIIIIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>



Características de las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Chimbote, 2018.

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
<b>Años de permanencia en el rubro</b>	0 a 3 años	IIII	5	26.32
	4 a 6 años	IIIIIIII	10	52.63
	7 a más años	III	4	21.05
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Número de trabajadores</b>	1 a 5 trabajadores	IIIIIIIIII	12	63.16
	6 a 10 trabajadores	IIII	5	26.32
	11 a más trabajadores	II	2	10.52
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Personas que trabajan</b>	Familiares	IIIIII	7	36.84
	Personas no familiares	IIIIIIIIII	12	63.16
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Objeto de creación</b>	Generar ganancias	IIIIIIIIIIII	15	78.95
	subsistencia	III	4	21.05
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>

Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro elaboración de productos de panaderías del distrito de Chimbote, 2018.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
<b>Conoce gestión de calidad</b>	Si	I	1	5.26
	No	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	15	78.95
	Tengo cierto conocimiento	III	3	15.79
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIIIIIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Técnicas modernas de gestión de calidad</b>	Benchmarking		0	
	Atención al cliente	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	19	100.00
	Empowerment		0	0.00
	Las 5 c		0	0.00
	Outsourcing		0	0.00
	Otros		0	0.00
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIIIIIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad</b>	Poca iniciativa		0	0.00
	Aprendizaje lento	III	3	15.79
	No se adapta a los cambios		0	00.00
	Desconocimiento del puesto	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	16	84.21
	Otros		0	00.00
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIIIIIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Técnicas para medir el rendimiento del personal</b>	La observación	IIIIIIIIII	10	52.63
	La evaluación	IIIIIIII	8	42.11
	Escala de puntuación		0	00.00
	Evaluación 360°		0	00.00
	Otros	I	1	5.26
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIIIIIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio</b>	Si	III	4	21.05
	No	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	15	78.94
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIIIIIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>

Continua....

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
<b>La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas</b>	Si	III	4	21.05
	No	IIIIIIIIII	15	78.94
	A veces		0	100.00
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Conoce el termino atención al cliente</b>	Si	IIIIIIIIII	17	89.47
	No		0	0.00
	Tengo cierto conocimiento	II	2	10.53
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Aplica la gestión de calidad en su servicio a sus clientes</b>	Si	II	2	10.52
	No	IIIIIIIIII	17	89.47
	A veces		0	0.00
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Atención al cliente es fundamental para que regresen a su empresa</b>	Si	IIIIIIIIII	19	100.00
	No		0	0.00
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Herramientas para un servicio de calidad</b>	Comunicación	IIII	6	31.58
	Confianza	IIIIIIIIII	13	68.42
	Retroalimentación		0	0.00
	Ninguno		0	0.00
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Factores para la calidad del servicio</b>	Atención personalizada	IIII	5	26.32
	Rapidez en la entrada de los productos	IIIIIIIIII	14	73.68
	Las instalaciones		0	00.00
	Ninguno		0	00.00
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>

Continua...

Concluye...

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
<b>La atención que brinda a los clientes</b>	Buena	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	19	100.00
	Regular		0	0.00
	Malo		0	0.00
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIIIIIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Brindan una mala atención al cliente</b>	No tienen suficiente personal		0	0.00
	Por la mala organización de los trabajadores		0	0.00
	Si brindan una buena atención al cliente	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	19	100.00
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIIIIIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>
<b>Resultados brindando una buena atención al cliente</b>	Cientes satisfechos	IIIIIIII	10	52.63
	Fidelización de los cliente	IIIIII	7	36.84
	Posicionamiento de la empresa	II	2	10.53
	Incremento de sus ventas			
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIIIIIIIIIIIIIII</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>

Tabla 1.

Respecto a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector Industria – rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2018.



Figura 1: Edad

Fuente: Tabla 1

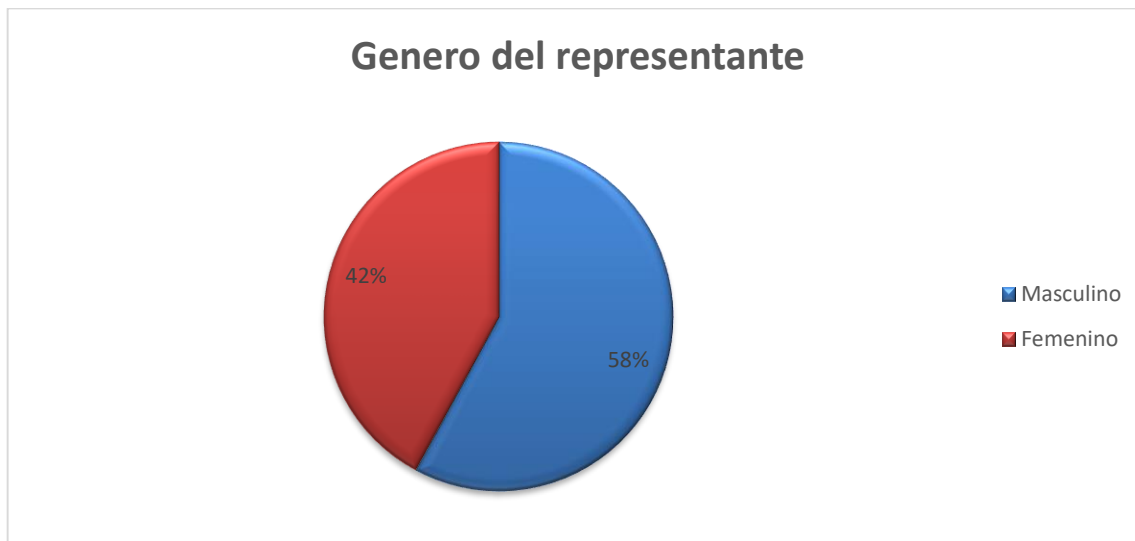
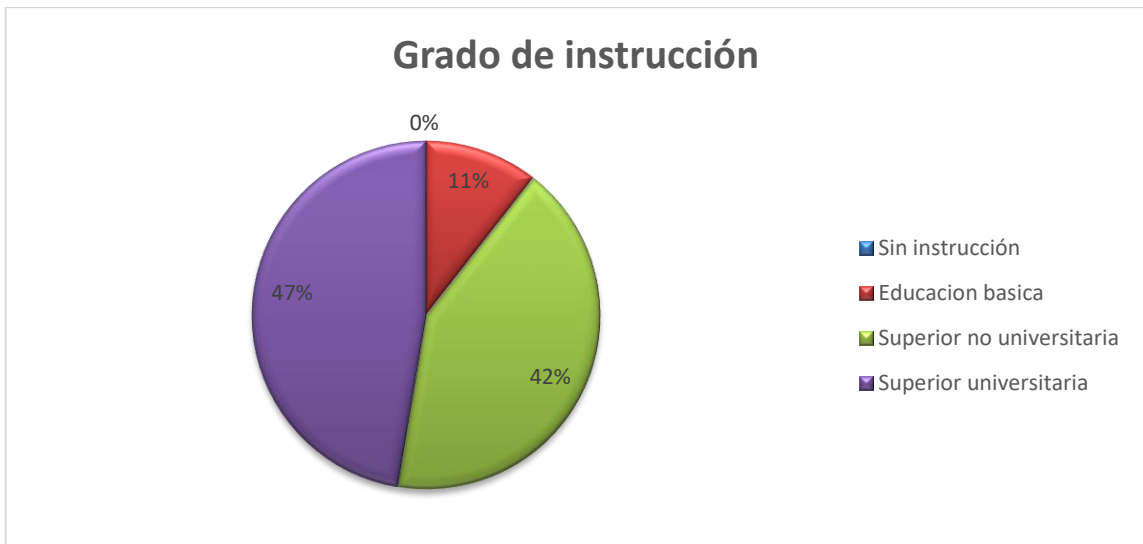


Figura 2: Genero

Fuente: Tabla 1



**Figura 3:** Grado de instrucción  
**Fuente:** Tabla 1



**Figura 4:** Cargo que desempeña  
**Fuente:** Tabla 1



**Figura 5:** Tiempo que desempeña el cargo

**Fuente:** Tabla 1

**Tabla 2.**

Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas sector Industria – rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2018.



**Figura 6:** Años de permanencia en el rubro

**Fuente:** Tabla 2



**Figura 7:** Número de trabajadores  
**Fuente:** Tabla 2



**Figura 8:** Personas que trabajan  
**Fuente:** Tabla 2

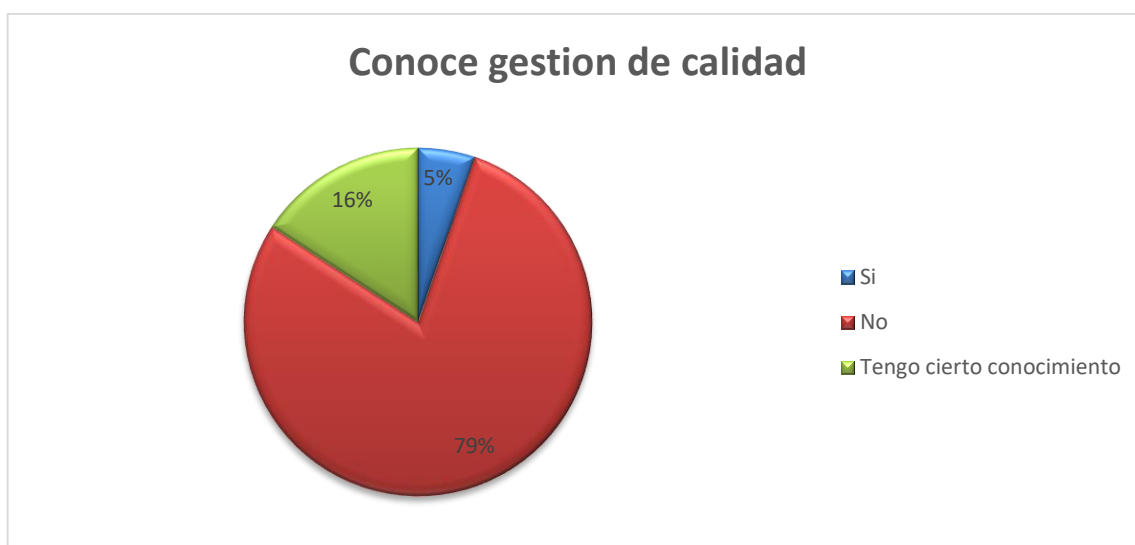




**Figura 9:** Objeto de creación  
**Fuente:** Tabla 2

**Tabla 3.**

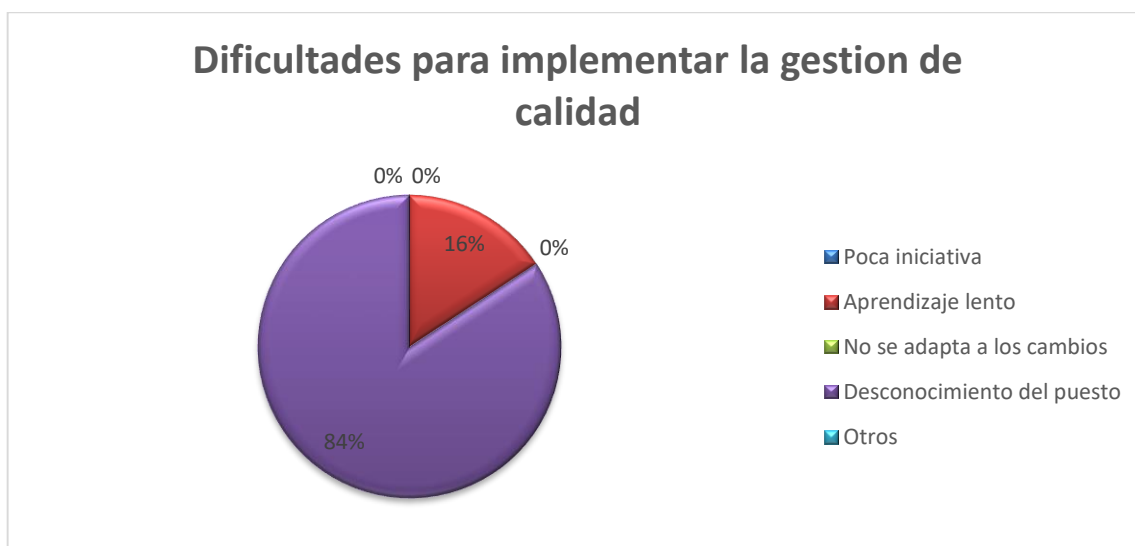
Respecto a las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector Industria – rubro elaboración de productos de Panadería del distrito de Chimbote, 2018.



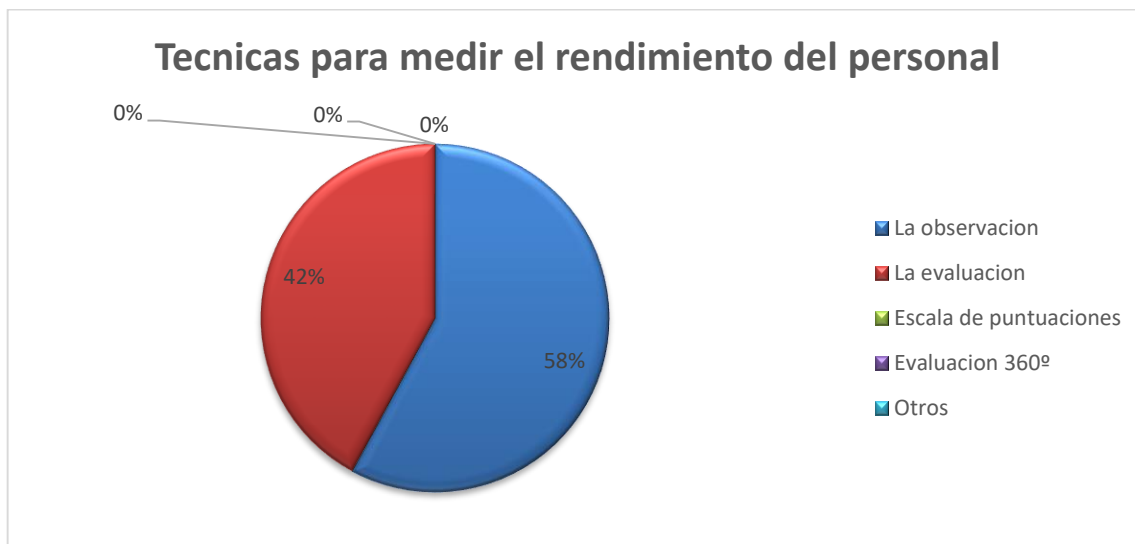
**Figura 10:** Conoce gestión de calidad  
**Fuente:** Tabla 3



**Figura 11:** Técnicas modernas de gestión de calidad  
**Fuente:** Tabla 3



**Figura 12:** Dificultades para implementar la gestión de calidad  
**Fuente:** Tabla 3



**Figura 13:** Técnicas para medir el rendimiento del personal

**Fuente:** Tabla 3



**Figura 14:** La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio

**Fuente:** Tabla 3



**Figura 15:** La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas  
**Fuente:** Tabla 3



**Figura 16:** Conoce atención al cliente  
**Fuente:** Tabla 3



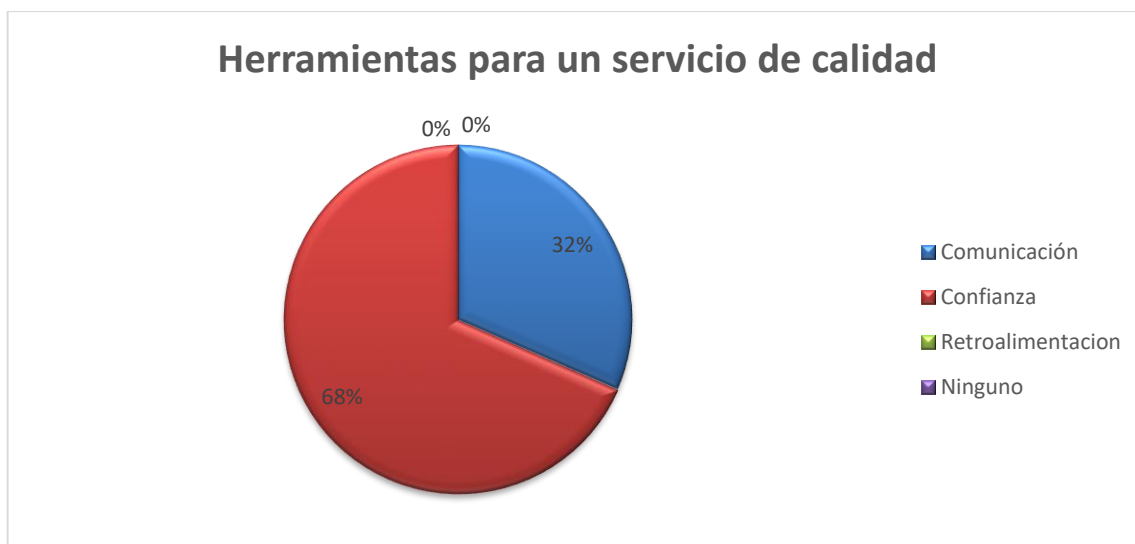
**Figura 17:** Aplica la gestión de calidad en su servicio a los clientes

**Fuente:** Tabla 3

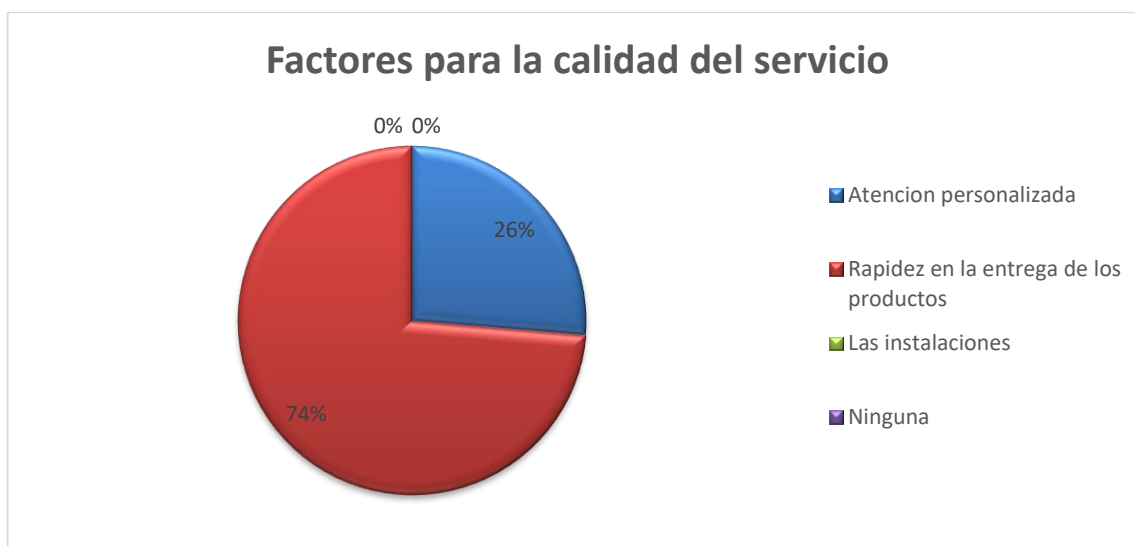


**Figura 18:** Atención al cliente es fundamental para que regresen a la empresa

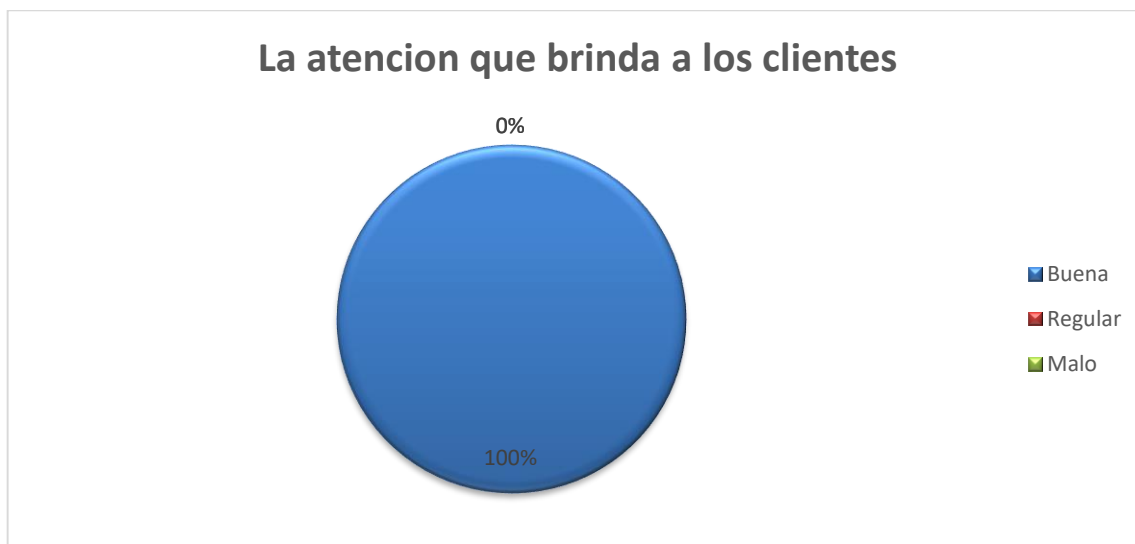
**Fuente:** Tabla 3



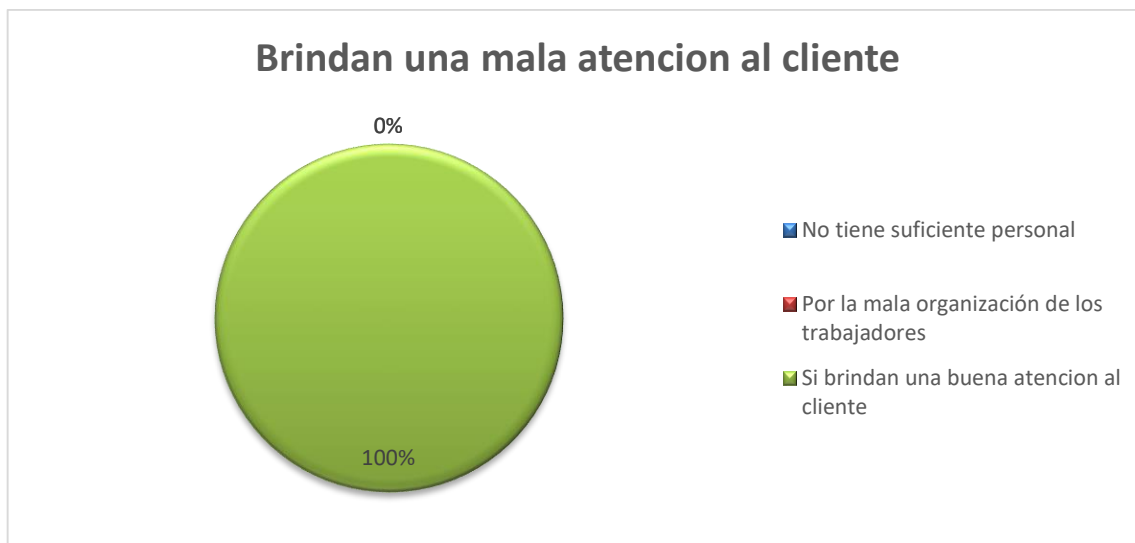
**Figura 19:** Herramientas para un servicio de calidad  
**Fuente:** Tabla 3



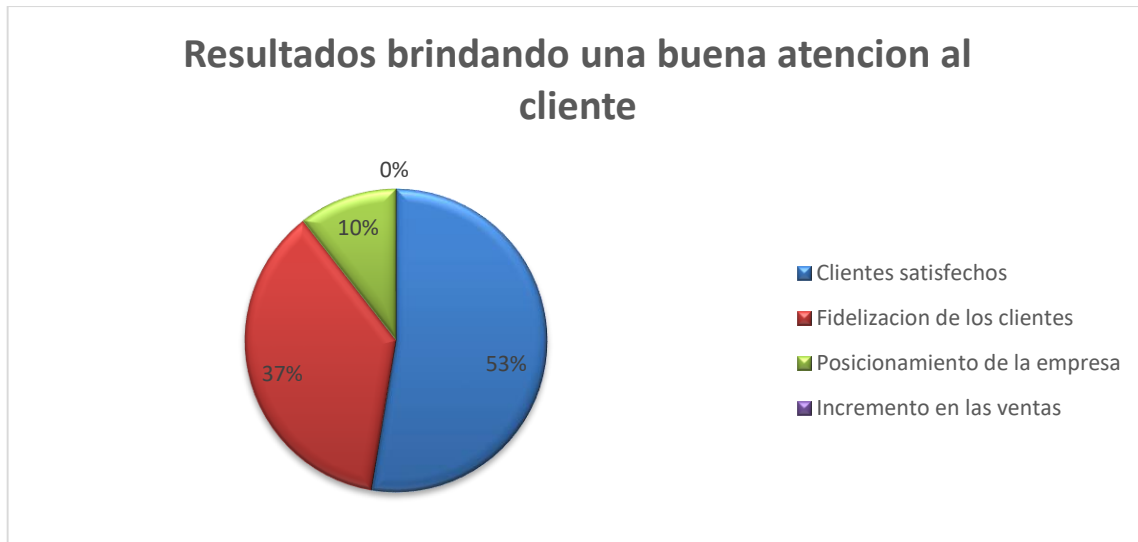
**Figura 20:** Factores para la calidad del servicio  
**Fuente:** Tabla 3



**Figura 21:** La atención que brinda a los clientes  
**Fuente:** Tabla 3



**Figura 22:** Brindan una mala atención al cliente  
**Fuente:** Tabla 3



**Figura 23:** Resultados brindando una buena atención al cliente

**Fuente:** Tabla 3

turnitin
YOMIRA MARIVI PORTALES CAMPOS | TALCOCUR-2021-02-A-YPortalesC-Informe-Turnitin
?

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA- RUBRO ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2018

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

**AUTOR**  
PORTALES CAMPOS, YOMIRA MARIVI  
ORCID: 0000-0003-3002-847X

Resumen de coincidencias ×

6 %

---

1

Entregado a Universida... Trabajo del estudiante

6 % >

Página: 1 de 58
Número de palabras: 12433
Versión solo texto del informe
Alta resolución Activado