



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN LA ATENCIÓN  
AL CLIENTE EN LAS MYPES, RUBRO PANADERÍA-  
PASTELERÍA, DISTRITO DE INDEPENDENCIA-**

**HUARAZ, 2022**

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

**AUTORA**

**CABELLO MONTALVO, FLOR LUCÍA**

**ORCID: 0000-0002-3227-7333**

**ASESORA**

**PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ**

**ORCID: 0000-0001-8823-2655**

**HUARAZ – PERÚ**

**2022**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Cabello Montalvo, Flor Lucía

ORCID: 0000-0002-3227-7333

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, estudiante de pregrado, Huaraz, Perú

### **ASESORA**

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería,  
Escuela profesional de Administración, Piura, Perú

### **JURADO**

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID 0000 0003 2177 5676

Salinas Gamboa, José Germán

ORCID 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID 0000-0003-1132-2243

## **HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen  
ORCID 0000 0003 2177 5676  
**Presidente**

Dr. Salinas Gamboa, José Germán  
ORCID 0000-0002-8491-0751  
**Miembro**

Dra. Mino Asencio, María Isabel  
ORCID 0000-0003-1132-2243  
**Miembro**

Dra. Palacios de Briceño, Mercedes Reneé  
ORCID: 0000-0001-8823-2655  
**Asesora**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por su bendición y la fuerza que me brinda día a día para seguir adelante, enfrentar los obstáculos y lograr alcanzar mis metas.

A mis padres Juan y Teófila quienes con su guía y apoyo incondicional permitieron la culminación de mi formación profesional a mis hermanos Rubén, Jhon, Washinton por sus apoyos y palabras de ánimo en cada momento.

A mis amigos y amigas por su amistad, y apoyo constante en todo momento.

Y a todas las personas que me apoyaron en este camino para alcanzar mis metas.

## **DEDICATORIA**

Con todo mi amor y cariño a mis papás que siempre confiaron en mí desde un inicio, y me brindaron su apoyo incondicional. Asimismo, quiero dedicárselo a mis hermanos por su apoyo incondicional y a mis profesores por su buena enseñanza y los buenos consejos.

A Elio, por su apoyo incondicional durante este largo caminar por sus palabras de aliento para superar cada obstáculo que se presentó y a mi Samantha por ser mi fortaleza.

## RESUMEN

La investigación titulada: Gestión de calidad basada en la atención al cliente en las Mypes, rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia-Huaraz, 2022, tuvo por objetivo general determinar las características de la gestión de calidad basada en la atención al cliente en las Mypes rubro panadería-pastelería de distrito Independencia, Huaraz, 2022. La metodología siguió el diseño: no experimental, transversal y descriptiva. La población fue infinita y la muestra no probabilística, que tomó a tres microempresas, nueve trabajadores y 30 clientes a conveniencia de la investigación. Se utilizó la técnica de encuesta y tres instrumentos: para el microempresario, trabajador y clientes, obteniendo como resultados: en gestión de calidad que siempre el 67,0% de los microempresarios bajo el liderazgo establecen las pautas a seguir en sus organizaciones; también que siempre el 78,0% de los microempresarios dirigen el funcionamiento de sus empresas buscando la mejora y orientados en su misión y visión. El 44,0% de los trabajadores tienen la orientación a analizar siempre sus procesos para identificar desviaciones en la producción de los productos de panificación. Respecto a atención al cliente el 53,0% de los clientes reconocen que existe un vínculo de comunicación positivo con los trabajadores. Asimismo, identifican que siempre el 52,0% del personal de las panaderías es cordial en su trato con el cliente y se percibe actitud de servicio. Como conclusión, se identificó a un microempresario orientado a la gestión de calidad y clientes atendidos en atención a sus necesidades y aspiraciones.

**Palabras clave:** atención al cliente, gestión de calidad, panadería, pastelería.

## ABSTRACT

The general objective of the research entitled: Quality management based on customer service in Mypes, bakery-pastry shop, district of Independencia-Huaraz, 2022, was to determine the characteristics of quality management based on customer service in the bakery-pastry shop Mypes of the district of Independencia, Huaraz, 2022. The methodology followed a non-experimental, transversal and descriptive design. The population was infinite and the sample was non-probabilistic, taking three microenterprises, nine workers and 30 clients for the convenience of the research. The survey technique and three instruments were used: for the microentrepreneur, worker and clients, obtaining as results: in quality management that always 67.0% of the microentrepreneurs under leadership establish the guidelines to be followed in their organizations; also that always 78.0% of the microentrepreneurs direct the operation of their companies seeking improvement and oriented in their mission and vision. 44.0% of the workers are oriented to always analyze their processes to identify deviations in the production of bakery products. Regarding customer service, 53.0% of the clients recognize that there is a positive communication link with the workers. Likewise, 52.0% of the bakery personnel are always cordial in their dealings with the customer and a service attitude is perceived. As a conclusion, a microentrepreneur oriented to quality management and customers attended to their needs and aspirations was identified.

**Key words:** customer service, quality management, bakery, pastry shop.

## CONTENIDO

TÍTULO DE LA TESIS.....	i
EQUIPO DE TRABAJO .....	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO .....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA .....	10
III. HIPÓTESIS .....	28
IV. METODOLOGÍA.....	29
4.1. Diseño de la investigación .....	29
4.2. Población y muestra .....	30
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores .....	32
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	34
4.5. Plan de análisis.....	35
4.6. Matriz de consistencia.....	36
4.7. Principios éticos .....	37
V. RESULTADOS .....	39
5.1. Resultados .....	39
5.2. Análisis de resultados.....	57



5.2.1. Variable Gestión de calidad.....	57
5.2.2. Variable Atención al cliente .....	58
VI. CONCLUSIONES .....	61
Referencias.....	63
Anexos .....	69
Anexo 1: Instrumento de recolección de datos: dirigido a los propietarios.....	70
Anexo 2: Instrumento de recolección de datos: dirigido a los trabajadores .....	71
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos: dirigido a los clientes.....	72
Anexo 4: Matriz indicador preguntas .....	73
Anexo 5: Consentimiento informado.....	75
Anexo 6: Validación de instrumento .....	78
Anexo 7: Reporte turnitin .....	82
Anexo 8: Constancia de no adeudo.....	83

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Definición y operacionalización de las variables e indicadores .....	32
<b>Tabla 2</b> Matriz de consistencia .....	36
<b>Tabla 3</b> Dimensión Liderazgo (Microempresario).....	39
<b>Tabla 4</b> Dimensión Mejora continua (Microempresario) .....	40
<b>Tabla 5</b> Dimensión Enfoque en procesos (Microempresario) .....	41
<b>Tabla 6</b> Dimensión Toma de decisiones (Microempresario).....	42
<b>Tabla 7</b> Dimensión Liderazgo (Trabajador) .....	43
<b>Tabla 8</b> Dimensión Mejora continua (Trabajador) .....	44
<b>Tabla 9</b> Dimensión Enfoque en procesos (Trabajador) .....	45
<b>Tabla 10</b> Dimensión Toma de decisiones (Trabajador).....	46
<b>Tabla 11</b> Dimensión Accesibilidad.....	47
<b>Tabla 12</b> Dimensión Capacidad de respuesta .....	48
<b>Tabla 13</b> Dimensión Comprensión al cliente.....	49
<b>Tabla 14</b> Dimensión Comunicación.....	50
<b>Tabla 15</b> Dimensión Cortesía.....	51
<b>Tabla 16</b> Dimensión Credibilidad.....	52
<b>Tabla 17</b> Dimensión Elementos tangibles.....	53
<b>Tabla 18</b> Dimensión Fiabilidad.....	54
<b>Tabla 19</b> Dimensión Profesionalidad.....	55
<b>Tabla 20</b> Dimensión Seguridad.....	56

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Dimensión: Liderazgo .....	39
<b>Figura 2</b> Dimensión: Mejora continua .....	40
<b>Figura 3</b> Dimensión: Enfoque en procesos .....	41
<b>Figura 4</b> Dimensión: Toma de decisiones .....	42
<b>Figura 5</b> Dimensión: Liderazgo .....	43
<b>Figura 6</b> Dimensión: Mejora continua .....	44
<b>Figura 7</b> Dimensión: Enfoque en procesos .....	45
<b>Figura 8</b> Dimensión: Toma de decisiones .....	46
<b>Figura 9</b> Dimensión: Accesibilidad .....	47
<b>Figura 10</b> Dimensión: Capacidad de respuesta.....	48
<b>Figura 11</b> Dimensión Comprensión al cliente .....	49
<b>Figura 12</b> Dimensión Comunicación .....	50
<b>Figura 13</b> Dimensión: Cortesía.....	51
<b>Figura 14</b> Dimensión: Credibilidad .....	52
<b>Figura 15</b> Dimensión Elementos tangibles .....	53
<b>Figura 16</b> Dimensión Fiabilidad .....	54
<b>Figura 17</b> Dimensión Profesionalidad .....	55
<b>Figura 18</b> Dimensión Seguridad .....	56

## I. INTRODUCCIÓN

En términos de la gestión de las microempresas, las economías mundiales siempre han mirado a los aspectos fundamentales de la calidad para la funcionalidad y competitividad de éstas por su importante aporte a la propia economía y el empleo sostenible. Así, en el aspecto internacional, en Europa, países integrantes de la comunidad europea (España, Reino Unido, Francia, Inglaterra, e Italia) se incentivó el uso tecnologías de vanguardia para administrar mejor los recursos clave con la finalidad que las microempresas se internacionalicen y así cumplir con objetivo de dinamizar los negocios y la economía.

En el ámbito nacional, la micro y pequeñas empresas están motivadas por una cultura de emprendimiento que ha asumido que la capacitación es el mecanismo para que los recursos humanos alcancen un mejor desempeño. En otro contexto de aparición, en una combinación de emprendedurismo de respuesta a la necesidad de generación de autoempleo, de respuesta a oportunidades de negocio, a la falta de capacidad de las empresas de generar empleo digno y bien remunerado, es que en la década de los 60 hacia adelante surgen en el país las empresas familiares en forma de micro y pequeñas empresas (Mypes) en sus inicios generalmente informales, que con el pasar del tiempo, se han constituido en el sector con más relevancia de la economía peruana en lo que concierne a la lucha contra la pobreza y la generación de empleo; así generan más del 85% del empleo en el sector privado, y contribuyen con un 24% del producto bruto interno (PBI) del país, (INEI, 2019).

Si las microempresas no se consolidaran, serán absorbidas por la competencia y desaparecerán, esto traería consigo desempleo y los niveles de pobreza aumentarían. Dada la importancia de las Mypes, la rectoría de la ULADECH, a través de los alumnos de la carrera profesional de administración, hicieron posible que se investigue y se contribuya con la problemática de estas empresas, para lo cual se ha establecido una línea de investigación oficial, orientada a la gestión de calidad, esta investigación pretendió contribuir con la mejora de la gestión de la calidad mediante el empleo de atención al cliente.

Como elemento central, el pan en el Perú es considerado como un alimento esencial, compone parte de la canasta básica familiar, por esta razón un cambio en el precio es muy sensible para la economía familiar.

Sobre las Mypes del rubro panaderías - pastelerías, no existen datos ni estadísticas oficiales, se sabe que generan empleo y oportunidades de ingreso a familias que de alguna u otra forma participan en la cadena de producción y comercialización del pan y los pasteles, por esta razón son empresas importantes sin embargo, igual que la mayoría de Mypes, los propietarios no tienen formación empresarial y desconocen de las herramientas de gestión que la administración moderna provee, los propietarios y trabajadores no reciben capacitación en temas de gestión de calidad y la atención al cliente no es de la mejor, y debido a esto, se pierden oportunidades de crecimiento de desarrollo, que de continuar significaría perder participación en el mercado y con el riesgo de comprometer su permanencia en el mercado, porque la atención al cliente es un aspecto importante para desarrollo empresarial.

La calidad de atención al cliente es una de las mejores herramientas que la administración moderna tiene para desarrollar a las organizaciones, ya que los clientes son considerados como lo más valioso que una empresa tiene, se realizan enormes esfuerzos por conseguir clientes, y una vez que se los consigue, hay que retenerlos, hay que fidelizarlos; se tiene el convencimiento, que cuesta más conseguir un cliente, que retenerlos, una de las maneras de retenerlos, es brindarles calidad en la atención, servirlos con calidad, para lo cual se tiene que gestionar la calidad, ya que de esto depende la permanencia y el desarrollo de la empresa. Esta gestión de calidad, basada en la atención al cliente está ausente en la mayoría de Mypes en el distrito de Independencia.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2021) dio a conocer que, en el primer trimestre de 2021, el número de empresas activas registradas en el Directorio Central de Empresas y Establecimientos ascendió a 2 millones 838 mil 494 empresas. El mayor número de altas se presentó en las actividades de comercio al por menor (29,5%); seguido de las actividades de comercio al por mayor (15,4%); otros servicios, que incluyen las actividades de servicios personales, salud humana, inmobiliarias, administración pública, artísticas, de esparcimiento y recreativas, enseñanza, financieras y de seguros (11,5%); servicios prestados a empresas (8,7%); industrias manufactureras, transporte y almacenamiento, y actividades de servicio de comidas y bebidas (7,0% cada una). Pi Pantoja de la Asociación peruana de empresarios de panadería (Aspan) mencionó que *“Las ventas de pan no han decaído, aunque sí las de pastelería”*

En el año 2020, por pandemia Covid-19 el Gobierno del Perú decretó el aislamiento de las personas en sus casas sin salir, salvo para comprar alimentos (pan)

de primera necesidad. A nivel nacional de las 15,300 panaderías, pastelerías, bodegas, sólo han abierto sus puertas 11,000 aproximadamente. Ellos sí han apostado por el riesgo de producir y vender pan diariamente, tanto para los dueños, trabajadores y clientes y costean los gastos extras, como taxis, protocolo de seguridad de salud sin incrementar los precios finales.

El comité de molinos de la Sociedad Nacional de Industrias y los panaderos, se comprometió a no subir el precio de la harina y del pan respectivamente. Las ventas en las 11,000 panaderías subieron en 50 % en los rubros de pan, embutidos y bodega, por el contrario, se redujeron en 50 % en los rubros postres, pasteles, sándwiches, cafés. La conclusión ha sido que trabajando a la mitad se vendía como cualquier día, pero con menos personal.

Por lo general, la mayoría de propietarios de Mypes del rubro panaderías - pastelerías, no tienen formación en gestión de la calidad y en el mundo empresarial actual, toda organización que no hace la práctica de las herramientas de gestión de calidad como la atención al cliente, limita su crecimiento y desarrollo por lo que es importante investigar el estado actual de la variable investigada en este sector empresarial, a fin de proponer mejoras en la atención al cliente y propiciar oportunidades de crecimiento, de mejora en el posicionamiento y de competitividad que le permitirá tener clientes fidelizados y por lo tanto mayores ventas, ingresos y esto traerá consigo, mayores oportunidades de trabajo para la población, que redundará en la prosperidad de la condición de vida de la población del distrito de Independencia en particular.

A nivel local, en el distrito de Independencia de la provincia de Huaraz, el consumo del pan es una costumbre familiar, como ciudad serrana, el trigo abunda en

la zona y los precios son cómodos, comparados con las ciudades costeñas. Antes, las familias sembraban trigo para su propio consumo, cada familia disponía de su propio horno en el cual se preparaba pan en épocas festivas y en fechas especiales. Paralelamente, existían panaderías y pastelerías tradicionales que preparaban de manera artesanal panes, bizcochos y pasteles de gran variedad, es muy conocido el “pan de piso”, propio de Huaraz; aunque a la fecha se está perdiendo la costumbre de preparar pan en las familias por la introducción del pan industrial hecho con harina de trigo industrial; sin embargo, todavía se conserva la tradición de fabricar pan con harina artesanal, que tiene un sabor diferente y que goza de la preferencia del público.

Con el crecimiento de la población en Huaraz, capital de la Región Ancash, centro comercial y financiero de la zona sierra de Ancash y en la cual existen muchas universidades e institutos de educación pública y privada, han motivado que muchas familias interesadas en el desarrollo profesional de sus hijos migren generando crecimiento poblacional que se ha visto acompañado con el crecimiento también de las Mypes del rubro panaderías - pastelerías, generando que muchas empresas han aumentado su producción, creando sucursales y hasta aparecido otras panaderías - pastelerías, y el sector está aún en crecimiento y con bastante dinamismo.

En el distrito de Independencia, las empresas del rubro en estudio no se encuentran organizadas, por lo cual de manera conjunta no pueden articular actividades de capacitación y formación para sus integrantes, los temas de gestión de la calidad muy necesarios a utilizar en sus respectivas empresas no son tratados, el desconocimiento en profundidad de estas herramientas de gestión limitan su competitividad, lo cual constituye un problema a superar, no se puede competir con éxito si no se dominan o al menos manejan instrumentos de gestión indispensables



para alcanzar el éxito empresarial, de continuarse con esta situación no se tendrán las mismas oportunidades de crecimiento que las empresas de otras dimensiones, del mismo rubro, lo cual los coloca en posición de desventaja, por lo que se debe investigar la realidad respecto a la gestión de calidad con el uso de atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del rubro de panaderías - pastelerías en el distrito investigado.

A partir de la problemática descrita se planteó el problema de investigación, el cual se formula mediante la pregunta: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad basada en la atención al cliente en las Mypes rubro panadería-pastelería distrito de Independencia-Huaraz, 2022? y como problemas específicos: (a).-¿Cuáles son los principios de la gestión de calidad en las Mypes rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia-Huaraz, 2022?; (b).- ¿Cuáles son las dimensiones de la atención al cliente en las Mypes rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia-Huaraz, 2022?. Para atender las problemáticas se formuló el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad basada en la atención al cliente en las Mypes rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia-Huaraz, 2022 y como objetivos específicos: (a).-Describir los principios de la gestión de calidad en las Mypes rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia-Huaraz, 2022; (b).- Identificar las dimensiones de la atención al cliente en las Mypes rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia-Huaraz , 2022.

Esta investigación se justificó recayó en la importancia de conocer si se está llevando a cabo y de modo correspondiente la gestión de calidad mediante la atención al cliente bajo las 10 dimensiones establecidas por Valerie, Zeithaml, Parasuraman y Berry en las Mypes del rubro panadería-pastelería del distrito de Independencia de la provincia de Huaraz en el año 2022.

Además, permitió generar conciencia en los representantes de las micro y pequeñas empresas panaderas-pasteleras sobre la importancia de una atención al cliente de calidad y que cumpla con las características fundamentales, sirviéndoles así para su mejora en este sentido y con lo cual conseguirán adquirir mayores beneficios pues el cliente es la razón principal de toda empresa, todo este proceso dependerá no sólo de la decisión del gerente sino también del compromiso que tienen los trabajadores para reflejar una imagen que satisfaga a los clientes, asimismo como resultado de la investigación se contribuirá al mejoramiento de los elementos relacionados con la atención al cliente de las panaderías-pastelerías.

En el aspecto metodológico, la investigación fue de tipo cuantitativa porque estuvo enfocada en la cuantificación de los datos recopilados por el instrumento; como diseño fue de nivel descriptivo, no experimental y transversal. (Neill & Cortez, 2018)

En la investigación se empleó como técnica de recopilación de datos la encuesta y el instrumento utilizado fue un cuestionario estructurado que se aplicó a la muestra seleccionada por muestreo no probabilístico. Las preguntas formuladas, respondieron a las necesidades de caracterización de las variables y a alcanzar los objetivos planteados. Los datos recopilados se representaron en tablas y figuras que facilitaron su interpretación.

Como resultados de la investigación, en gestión de calidad, se determinó que siempre el 67,0% de los microempresarios ejercen el liderazgo y establecen las pautas a seguir en sus organizaciones; también que siempre el 78,0% de los microempresarios dirigen el funcionamiento de sus empresas buscando siempre mejorar orientados en su misión y visión. Los resultados contrastan con la investigación de Jamanca (2018) en que los microempresarios no conocen los modelos de excelencia de gestión y eso

limita alcanzar el liderazgo del mercado. Se identificó también que siempre el 67,0% de los microempresarios tienen la práctica de verificar el desarrollo de sus operaciones de producción con el análisis y control de calidad de sus productos elaborados. Este resultado permite sostener la calidad en el tiempo en beneficio de sus clientes, resultado que guarda semejanza con la investigación de Gavilán (2020) que comprueba que el análisis de los procesos permite la identificación de debilidades y amenazas de mayor impacto. En relación a los trabajadores, se halló que casi siempre el 44,0% de los trabajadores se sienten empoderados para liderar en su zona de trabajo. También se determinó que casi siempre el 41,0% los trabajadores practican la filosofía de la mejora continua en el desarrollo de sus funciones y que el 44,0% de los trabajadores tienen la orientación a analizar siempre sus procesos para identificar posibles desviaciones en el proceso de producción de sus productos, al respecto, este resultado guarda semejanza con la investigación de Ramirez (2019) que identifica un mayor control oportuno sobre los productos elaborados para cumplir con las aspiraciones y necesidades de los clientes, por otro lado, contrasta con Cabanillas (2018) que identificó el poco interés de los trabajadores por participar de las buenas prácticas de gestión. En atención al cliente, los resultados recogieron las percepciones de los clientes a las preguntas formuladas en los instrumentos, identificándose que siempre el 57,0% de los clientes gozaron de la accesibilidad que proporcionan las panaderías a sus ambientes los cuales permiten el tránsito con seguridad y se logra visualizar sus productos. También se determinó que siempre el 63,0% de los clientes obtuvieron la capacidad de respuesta oportuna de parte de los trabajadores de las panaderías encuestadas, resultado que guarda semejanza con las conclusiones de Guerrero (2020)

en el sentido que una característica relevante en la gestión de una empresa son: la capacidad de servicio, rendimiento y prestaciones al cliente.

Como conclusiones de la investigación, los microempresarios gestionan sus empresas orientadas a la mejora continua, enfocado en los procesos tanto de producción como atención al cliente, toma de decisiones y todos soportados con un liderazgo que permite la marcha y motivación del equipo de trabajo. Asimismo, están orientados a la calidad de atención que se brinda a sus clientes apoyados en sus trabajadores, quienes mantienen un desempeño adecuado según las expectativas.

Por otra parte, también se concluye que los clientes mantienen la percepción que la microempresa cuenta con las condiciones para atender a su clientela. Tienen la actitud de servicio que prevalece en el personal el cual es motivado por la gerencia de estas microempresas. Los clientes sugieren que se debe mejorar en aspectos de seguridad, comprensión de las necesidades del cliente y aspectos de presentación de los ambientes de la panadería respecto a la modernidad de sus instalaciones.

Como conclusión final, las microempresas en estudio son dirigidas bajo el expertiz de sus propietarios quienes con un sentido profundo de servicio al cliente gerencian sus empresas y con una implementación administrativa todavía incipiente que puede ser objeto de mejora.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

#### 2.1.1. Variable: Gestión de calidad

Gavilán (2020) en su investigación “*Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad para el Club Deportivo Escuela de Futbol Diego Pizarro de la ciudad de Palmira – Valle del Cauca*”. Se planteo el siguiente problema ¿Cómo se logra diseñar de un sistema de gestión de calidad para el Club Deportivo Escuela de Futbol Diego Pizarro? Tuvo como objetivo general Diseñar un sistema de gestión de calidad para el Club Deportivo Escuela de Futbol Diego Pizarro de la ciudad de Palmira- Valle del Cauca. Para alcanzar los objetivos realizo método de entrevista y encuestas con preguntas estructurados. Llegó a la conclusión que el diagnóstico realizado al Club Deportivo Escuela de Futbol Diego Pizarro permitió identificar las debilidades y amenazas de mayor impacto, lo que conllevó a diseñar un sistema de gestión de calidad en el Club Deportivo Escuela de Futbol Diego Pizarro, que facilite la eficacia y la eficiencia del Club, contribuyendo al establecimiento de la política, objetivos, programas, planes de capacitaciones, controles y revisiones continua, simplificando los procesos, por consecuencia, reduciendo costos, aumentando las oportunidades y fortalezas del mismo.

Carrera (2019) en su investigación “*Modelo de gestión de calidad para el área de auditoria en el pago de comisiones y donaciones a clientes de Edibosco*”. Tuvo el siguiente problema, ¿De qué manera la falta de un modelo de gestión de calidad en el departamento de auditoria influye en el nivel de recaudación de ventas de Edibosco? Se propuso como objetivo general diseñar un modelo de calidad para el área de auditoria en el pago de comisiones y donaciones a clientes de Edibosco. La

metodología empleada es tuvo un enfoque cualitativo cuantitativo. En conclusión, se fortaleció la propuesta para los procesos de cálculo en el pago de las comisiones y entrega de donaciones que maneja Editorial Don Bosco y presenta una serie de inconvenientes así afectando seriamente la satisfacción de los clientes.

González et al., (2019) en su investigación “*Gestión de la calidad en la Panadería Isabel ubicada en el municipio de la Trinidad, departamento de Estelí, en el primer semestre del año 2019*”. Se plantearon la siguiente pregunta ¿La Panadería Isabel cuenta con un sistema de gestión de calidad? Se plantearon como objetivo general Evaluar la gestión de la calidad en la panadería Isabel ubicada en el municipio de la Trinidad, departamento de Estelí, en el primer semestre del año 2019. La investigación desarrollada fue de tipo descriptivo y llegaron a la conclusión con la investigación realizada lograron constatar que la empresa cuenta con un sistema de calidad que carece de elementos técnicos empleado de una forma empírica y así poder determinar el rendimiento empresarial con el que cuenta en la actualidad.

Guerrero (2020) en su investigación “*Gestión de la calidad y fidelización del cliente en las Mypes, rubro de panaderías y pastelerías Lambayeque, año 2020*”. El objetivo general fue determinar las Características de la Gestión de la Calidad y Fidelización del cliente en las Mypes, rubro de panaderías y pastelerías en Lambayeque, año 2020. El tipo de investigación: cuantitativo nivel de investigación: descriptivo diseño: no experimental, corte transversal población: trabajadores finita muestra trabajadores (31) técnica: encuesta instrumento: cuestionario. Llegó a la conclusión con respecto al control de la calidad las características relevantes que las Mypes aplican son: rendimiento, capacidad de servicio, conformidad, prestaciones. El rendimiento garantiza que los productos tengan buena textura y sabor exquisito; la

capacidad de servicio asegura que la atención al cliente sea personalizada; conformidad garantiza que los productos ofrecidos son del agrado de los clientes y prestaciones permite que en la panadería existan productos para todos los gustos, siendo este su valor agregado.

Ramirez (2019) en su investigación “*Caracterización de la gestión de calidad y marketing mix en las Mypes del sector comercio, rubro tienda de panadería y pastelería en el distrito de tumbes año -2019*”. El objetivo general fue determinar la caracterización de Gestión de calidad y Marketing Mix de las Mypes del sector comercio, rubro tienda de panadería y pastelería del Distrito de Tumbes 2019. La investigación fue de tipo: descriptivo nivel de investigación: cuantitativa, diseño de investigación: no experimental. Se concluyó que se precisa que dichos negocios si mantiene en un mayor control de los productos elaborados, y mantienen una planificación para complacer las necesidades del cliente.

Cabanillas (2018) en su investigación “*Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, rubro panadería, distrito de Satipo, año 2017*”. Se planteó como objetivo: Determinar el nivel de implementación de un plan de gestión de calidad y su impacto en atención al cliente, en las Mypes del sector comercial, rubro panaderías, distrito de Satipo, año 2017. Para la investigación del trabajo utilizó el diseño no experimental - Transversal - descriptivo – correlacional. La principal conclusión es que las Mypes del sector comercial, rubro panaderías no tienen interés pleno en la implementación de un plan de gestión de calidad.

Atencia (2018) en su investigación “*Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del rubro elaboración de productos de panadería en el distrito de Huaraz, 2016*”. Se planteó

describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micros y pequeñas empresas del rubro elaboración de productos de panadería en el distrito de Huaraz, 2016. La investigación fue de tipo descriptivo y el diseño fue no experimental, la población fue de 15 panaderías. Concluyó que las panaderías no aplican una adecuada gestión de calidad y que no aplican adecuadamente el ciclo PHVA, a menudo se observa que hay deficiencias porque los gerentes no planean, ni evalúan y tampoco verifican las actividades que se desarrollan en la empresa.

Jamanca (2018) en su investigación “*Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo de excelencia en las micro y pequeñas empresas del sector industrial - rubro panaderías del distrito de Huaraz, 2016*”. Se propuso describir las principales características del modelo de excelencia en las micro y pequeñas empresas del sector industrial - rubro panadería del distrito de Huaraz, 2016. El diseño de la investigación fue no experimental y el tipo descriptivo, la población fueron 25 panaderías. Concluyó que la mayoría de las panaderías no implementan de manera adecuada la gestión de calidad bajo el modelo de excelencia y por ello no llegaron ser líderes en el mercado y la falta de experiencia no les facilita identificar sus áreas de mejora.

Torres (2018) en su investigación: “*Caracterización de la gestión de calidad bajo la norma sanitaria para la elaboración de productos de panificación en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Huaraz, 2015*”. Se propuso describir las características de la gestión de calidad bajo la norma sanitaria para la elaboración de productos de panificación en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura – rubro elaboración de productos de panadería del Distrito de Huaraz, 2015. El diseño de la



investigación fue de tipo descriptivo de nivel cuantitativo y la población fue de 17 gerentes de las pastelerías. Se concluyó que: Al exponer el resultado que la mayor parte de las panaderías no cumplen con las normas de sanidad en el proceso de elaboración de los panes, pero han completado una gestión de calidad poniendo en práctica el uso único del ambiente para la panificación, almacenamiento adecuado de agua potable, uso adecuado de los equipos en el trabajo y la adecuada rotación del inventario.

### **2.1.2. Variable: atención al cliente**

Roca (2021) en su investigación *“Plan estratégico de servicio y atención al cliente en el comercio informal minorista de calzados en el pasaje Ortega y calle Mariano Graneros de la ciudad de La Paz, Bolivia”*. Se planteó el siguiente problema ¿Cuáles son los procesos de Servicio y Atención al cliente que causan insatisfacción del comprador de calzados en El Comercio Informal Minorista del Pasaje Ortega y Calle Mariano Graneros? Tuvo como objetivo general determinar las características de los actuales procesos de Servicio y Atención al cliente que inciden en la deficiente satisfacción del comprador de calzados en El Comercio Informal Minorista del Pasaje Ortega y Calle Mariano Graneros. El nivel de investigación fue de carácter cuantitativa – descriptiva. Llegó a la conclusión logrando determinar la calidad del Servicio y Atención en El Pasaje Ortega y Calle Mariano Graneros, lo cual se muestra que la calidad es baja, en el trato no son amables, corteses, falta sensibilidad y empatía para ayudar y garantizar buenas experiencias a los clientes, los elementos que componen todo el servicio son poco adecuadas y están en buenas condiciones (expectativas - percepciones).

Medina (2018) en su investigación “*Mejoramiento de la atención al cliente de Colombia Pizza*”. Tuvo como objetivo general Contribuir en el mejoramiento del servicio y atención al cliente en “Colombia Pizza”, poniendo en práctica los diferentes métodos y actividades para lograr la calidad del servicio. Llegó a la conclusión que el buen manejo de la comunicación dentro de las organizaciones es primordial debido a que esto permite mover a las personas a ser cada día mejores, en este caso dentro de Colombia Pizza, a esforzarse por dar el mejor trato a los clientes y sentirse motivados para hacerlo.

Gavilanes (2020) en su investigación “*Propuesta de un sistema de gestión de calidad para mejorar el servicio al cliente en la empresa Industria Valdez Castro S.A.*” tuvo el siguiente problema ¿Cómo lograra que la propuesta de un sistema de gestión de calidad mejore el servicio en la empresa Industria Valdez Castro S.A. su objetivo general fue proponer un sistema de gestión de calidad para mejorar el servicio al cliente en la empresa Industria Valdez Castro S.A. Llegó a la conclusión la calidad de la satisfacción del cliente se la midió mediante una encuesta realizada a los clientes tomando en consideración las variables de la metodología SERVQUAL fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles la encuesta dio como resultado que las dos quintas partes de los clientes están satisfechos en la atención que se les da.

Charca & Flores (2021) en su investigación “*Atención al cliente y fidelización en entidades microfinancieras en el distrito de Miraflores – Arequipa, 2021*”. Tuvo como objetivo determinar la relación entre la atención al cliente y la fidelización de los clientes de entidades microfinancieras del distrito de Miraflores – Arequipa 2021, la metodología usada fue tipo básica y díselo correlacional no experimental

cuantitativa. Concluyó que existe una relación entre la atención al cliente y la fidelización. El estudio de investigación determinó que el coeficiente de correlación Rho Spearman es de 0,601” lo que significa que existe una correlación positiva moderada. Por lo tanto, se debe ofrecer un valor agregado a los clientes, como programas de beneficios estructurados que formen parte de un programa de la fidelización, lo cual lleve a convertirse en un cliente potencial.

Huamani (2020) en su investigación *“Propuesta de mejora en atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercial – rubro panaderías, caso: panadería la Merced y Punto, Imperial, Cañete 2019”*. Su objetivo general fue elaborar una propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas Empresas, del Sector Comercial - Rubro Panaderías, Caso: Panadería La Merced y Punto–Imperial, Cañete 2019. El tipo de la investigación fue cuantitativo, el nivel de la investigación fue descriptivo y el diseño de la investigación fue transversal – No experimental. Llegó a la conclusión que la panadería no satisface plenamente las expectativas de los clientes respecto al servicio, por ello elaborar una propuesta de mejora orientada en atención al cliente para un servicio de calidad a través de charlas y/o capacitaciones de esta manera brindar un trato cordial, empático y eficiente con el cliente; asimismo permitirá mejorar el clima laboral para generar confianza entre el personal y el empleador; con el fin de generar mayor demanda y satisfacción de los clientes.

Sanchez (2019) en su investigación la *“Calidad de servicio y su relación con la atención al cliente en la empresa américa móvil, Huancayo, 2018”*. Se planteó como objetivo general determinar la relación entre la calidad de servicio y la atención al cliente en la empresa América Móvil, CAC Huancayo, 2018. La investigación fue

de tipo aplicada y de nivel explicativo, el diseño fue no experimental, tipo transversal, correlacional causal. Llegó a la conclusión que el nivel de Calidad de servicio se midió con cinco dimensiones: Elementos tangibles, fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía reflejando un nivel moderado en cada una de las mencionadas.

Vidal (2020) en su investigación *“Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano, distrito Chimbote, año 2019”*. Se planteó como objetivo general determinar las características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de la calidad y plan de mejora de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, Casco Urbano, distrito Chimbote, año 2019. Se utilizó el diseño de investigación, No Experimental - Transversal - Descriptivo de propuesta. La mayoría de los representantes expresan que no conocen el termino gestión de calidad, expresan que el personal presenta poca iniciativa en la gestión de calidad, manifiestan que miden el rendimiento o desempeño del colaborador con la técnica de la observación, manifiesta que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento de las organizaciones, expresan conocer el termino atención al cliente, expresan que siempre aplican gestión de calidad en la atención que brindan, consideran que el servicio al cliente es primordial para que regrese al negocio, aplican la comunicación como herramienta de servicio al cliente, expresan que el factor más importante en el servicio al cliente es la atención personalizada, manifiestan que brindan un buen servicio al cliente, manifiestan que no tienen dificultades para brindar una buena atención al cliente, manifiestan que el beneficio que lograron con un buen servicio contar con clientes más satisfechos.

Ramírez (2019) en su investigación “*Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante del distrito de Huari, 2019*”. Se propuso como objetivo general determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huari, 2019. El diseño de la investigación fue, no experimental–transversal – descriptivo. Llegó a la conclusión que solamente las dos quintas partes de la población presentantes equipos e inmuebles modernos en sus restaurante, mientras las siete décimas partes afirmaron que los servicios que ofrecen son fiables; solamente la mitad de los dueños interactuaron con clientes sobre los servicios que ofrecen los restaurantes, las siete décimas partes están atentos problemas del cliente y las dos quintas partes practican las políticas empresariales cumpliendo con lo establecido; las dos quintas partes pocas veces planifican los objetivos de sus empresa y las cuatro quintas partes de los dueños o representantes de los restaurantes supervisa el ofrecimiento de un mejor potaje; las tres quintas partes frecuentemente controlan la calidad de servicio y las cuatro quintas partes frecuentemente brinda un valor agregado a sus clientes.

Rosas (2019) en su investigación “*Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019*”. Como objetivo general se propuso determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. Aplico como método el diseño no experimental –

transversal y el nivel de investigación fue descriptiva. Y concluyo que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, los personales siempre están disponibles para escuchar las dudas y reclamos de los clientes, no es frecuente la capacitación en los personales para una buena atención al cliente, los personales son comprensivos y amables con los clientes, así mismo el cliente capta toda la información brindada por parte del personal. Por otra parte, no cuentan con un tiempo establecido para atender al cliente, determinan que es importante la buena atención para el retorno del cliente al establecimiento, no cuentan con un buzón de sugerencias para los clientes, los personales no brindan una atención personalizada y el establecimiento, equipos y herramientas son atractivos y agradables para los clientes.

## **2.2. Bases teóricas de la investigación**

### **2.2.1 Gestión de calidad**

#### **Definición**

Está definida como una serie de actividades que una empresa debe seguir y que involucran tanto su estructura como su organización considerando sus responsabilidades, procedimientos, operaciones y los recursos imprescindibles para su funcionalidad adecuada. (Flores, 2020).

#### **Teoría de la gestión de calidad**

El concepto de calidad aparece en importante bibliografía, consideramos importante, citar a:

- **Edwards Deming:** que define que la calidad no es otra cosa más que una serie

de cuestionamiento hacia una mejora continua, (Benzaquén, 2019, p.112). Las propuestas de Deming son aplicables a toda empresa que busca diferenciar sus productos analizando sus procesos continuamente.

- **Dr. J. Juran:** para el autor, calidad es la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente, (Benzaquén, 2019, p.112). Es un enfoque contemporáneo porque el cliente evoluciona constantemente, y lo que hoy satisface no necesariamente lo sea mañana, lo que es aplicable a muchos contextos empresariales.
- **Kaoru Ishikawa:** define a la calidad como: Desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor, (Benzaquén, 2019, p.112). Las situaciones o contextos son cambiantes y siempre el cliente busca economía, a su vez, por maximizar las ganancias las empresas buscan economizar en sus costos de producción, pero no se debe sacrificar calidad por precio.
- **Rafael Picolo,** fue el Director General de Hewlett Packard y define la calidad, no como un concepto aislado, ni que se logra de un día para otro, descansa en fuertes valores que se presentan en el medio ambiente, así como en otros que se adquieren con esfuerzos y disciplina (Benzaquén, 2019, p.112). La sentencia de Picolo hace reflexionar que la calidad no es un golpe de suerte o azar. Se debe preparar todos los componentes de la organización para hacer calidad.

Con lo anterior se puede concluir que la calidad se define como un proceso de mejoramiento continuo, en donde todas las áreas de la empresa participan activamente

en el desarrollo de productos y servicios, que satisfagan las necesidades del cliente, logrando con ello mayor productividad. (Benzaquén, 2019, p.115)

Agregar el concepto de gestión de calidad

### **Principios de gestión de calidad.**

Son los elementos que guían la gestión de una organización de manera sistemática y visible. (Velasco, 2017)

Citamos la conceptualización de los ocho principios según Velasco (2017):

#### **Principio 1: organización enfocada al cliente.**

Las empresas deben realizar estas acciones:

- Comprender el alcance completo de las necesidades y expectativas de los clientes para los productos, condiciones de entrega, precio, seguridad del funcionamiento, etc.
- Asegurar un equilibrio entre las necesidades y expectativas de los clientes.
- Medición de la satisfacción de los clientes y actuar sobre los resultados.
- Gestionar las relaciones con los clientes.

#### **Principio 2: liderazgo**

En la aplicación se realizan estas acciones:

- Ser proactivo y dirigir con el ejemplo.
- Entender y responder a los cambios del entorno exterior.
- Establecer una clara visión del futuro de la organización.
- Crear confianza y eliminar temores.
- Enseñar, formar y preparar al personal.
- Implementar estrategias para el logro de los objetivos y metas.



**Principio 3: participación del personal**

En la aplicación se realizan estas acciones:

- Búsqueda activa de oportunidades de mejoras.
- Compartir libremente conocimientos y experiencias en equipos y grupos.
- Ser innovador y creativo en el seguimiento de los objetivos de la organización.
- Ser entusiasta y estar orgulloso de formar parte de la organización.

**Principio 4: enfoque en procesos**

En la aplicación se realizan estas acciones:

- Definir el proceso para lograr el resultado deseado.
- Evaluar los posibles riesgos, consecuencias e impactos de los procesos en los clientes, proveedores y otras partes interesadas.
- Tener en cuenta en el diseño de procesos los pasos, actividades, etapas, medidas de control, necesidades de formación, equipos, métodos, información, materiales y otros recursos para lograr el resultado deseado.

**Principio 5: enfoque del sistema hacia la gestión**

En la aplicación se realiza estas acciones:

- Definir el sistema identificado o desarrollando aquellos procesos que afectan a un objetivo concreto.
- Estructurar el sistema para alcanzar el objetivo de la forma más eficaz.
- Mejorar continuamente el sistema a través de la medición y la evaluación.

**Principio 6: mejora continua**

En la aplicación se realiza estas acciones:

- Hacer que la mejora continua de productos, procesos y sistemas sea un objetivo para todos los trabajadores de la organización.
- Dotar a todos los miembros de la organización de una formación apropiada sobre los métodos y herramientas de mejora continua.
- Determinar medidas y objetivos para orientar y seguir las mejoras.

#### **Principio 7: enfoque objetivo hacia la toma de decisiones**

En la aplicación se realiza estas acciones:

- Asegurar que los datos y la información son suficientemente precisos, fiables y accesibles.
- Analizar los datos y la información empleando métodos válidos.

#### **Principio 8: relación mutuamente beneficiosa con el proveedor.**

En la aplicación se realiza estas acciones:

- Crear comunicaciones claras y abiertas.
- Iniciar el desarrollo conjunto y la mejora de los productos y procesos.
- Determinar conjuntamente un entendimiento claro de las necesidades del cliente.

### **Dimensiones de la gestión de calidad**

#### **Liderazgo**

El liderazgo, consiste en guiar, acompañar y entrenar a una persona o a un grupo, con el propósito de alcanzar metas o desarrollar habilidades específicas, (Benzaquén, 2018). Los líderes establecen unidad de propósito y dirección a la organización y deberían crear y mantener un ambiente interno positivo para logro de los resultados.

### **Mejora continua**

Se relaciona a la mejora continua como filosofía de trabajo, de productos, de servicios, procesos y sistemas sea un objetivo para todos los trabajadores de la organización, dotando a todos los miembros de la organización de una formación apropiada sobre los métodos y herramientas de mejora. (Velasco, 2017, p.185).

### **Enfoque en procesos**

Se entiende como (...) “un conjunto de actividades interrelacionadas y de recursos que transforman unos productos y/o una información (elementos de entrada o inputs) en otros productos y/o información (elementos de salida u outputs)”, (Velasco, 2017, p.188).

Así tenemos un proceso industrial.

### **Toma de decisiones**

Las decisiones se basan en el análisis de datos y en la información. Se tiene que asegurar que las fuentes sean fiables y accesibles. (Velasco, 2017, p.186).

#### **2.1.2. Variable: Atención al cliente**

Es una estrategia que optan las empresas para garantizar la satisfacción de sus clientes. Con los objetivos planteados se conforman equipos propios de una organización para identificar y analizar las necesidades y perspectivas de los clientes, quienes a su vez representan objetivos muy sensibles para los intereses de la empresa, pues en la práctica no todas las organizaciones se adecuan a sus clientes, es aquí donde la calidad de atención al cliente es de gran importancia porque de esto dependerá la organización y su imagen (Huacani y Ramírez 2017).

Para Camacho et al. (2018), la atención al cliente es una determinante para la viabilidad y éxito de los planes comerciales de las empresas.

### **Dimensiones de atención al cliente**

Una atención eficaz al cliente brinda los medios, los recursos y las actitudes necesarias para crear una empresa más centrada en el cliente. (Pat, 2017)

En las últimas décadas, se desarrollaron distintos modelos de calidad de atención al cliente y entre ellos citamos las dos corrientes: a) modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993) y el modelo SERVPERF de Cronin y Taylor de 1992. Para nuestra investigación nos enfocaremos en el primer modelo que plantean las 10 dimensiones de la calidad de servicio en atención al cliente, Camacho et al. (2018), estas son:

- **Accesibilidad:** Dimensión definida como la facilidad de contactar. Este concepto ha venido evolucionando y se entiende por accesibilidad a una extensa cantidad de medidas presentes en la elaboración de las estrategias políticas o sociales, de este modo la accesibilidad puede ser universal o integral, (Vela, 2020).
- **Capacidad de respuesta:** Es la evaluación previa de la disponibilidad para cumplir en los tiempos esperados la acción que esperan los clientes. Es proveerlos de un servicio rápido, (Vela, 2020).
- **Cortesía:** Definida como la atención, consideración, respeto y amabilidad de una persona. La cortesía puede ser verbal y mediante gestos y su dimensionamiento está en función de la actitud, (Brodersen, 2020).
- **Credibilidad:** Esta dada por los valores de veracidad, creencia, honestidad del servicio que se presta. Para este fin una estrategia de atención al cliente considera

la responsabilidad de cumplir con las expectativas del cliente dentro de los plazos establecidos, (Vela, 2020).

- **Comunicación:** Es mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje apropiado que puedan comprender y escuchar. La definición de comunicación, puede estar dada como un proceso por el cual una persona realiza el cambio de información con otra persona a través de un mensaje, y donde esta última le dará una respuesta, será una opinión, actividad o conducta. Es decir, la comunicación es una forma de establecer contacto con los demás mediante pensamientos, ideas, hechos y conductas, buscando una respuesta o reacción al comunicado que se envía (Vela, 2020).
- **Comprensión del cliente:** Está dado por el interés de conocimiento de las necesidades de los clientes: conocer al mismo y saber sus preferencias para brindarle ofertas que le interesen y lo mantengan. Si los costos de un producto o servicio que estima el cliente son muy elevados, existirá la posibilidad de que este no aprecie el costo de lo recibido en relación a su necesidad. Esto es un problema claro de “valorización” en la mente del cliente, que debe ser indagado y resuelto en el proceso de venta. Por tal razón, cuando un cliente dice que un producto o servicio en específico tiene un costo elevado, lo que quiere decir en verdad, de manera indirecta, es: no lo valoro lo suficiente como para pagar lo que cuesta, (Vela, 2020).
- **Elementos tangibles:** Es lo material como el aspecto físico, subestructuras físicas, la infraestructura, equipos, materiales, personal. Se definen también como los elementos referidos a lo material de la organización como por ejemplo los equipos, instalaciones y la presentación de los colaboradores. Si estos aspectos tangibles están

ordenados adecuadamente los clientes procederán a ordenar sus primeros pedidos, (Vela, 2020).

- **Fiabilidad:** Es la responsabilidad de cumplir con las expectativas de los clientes, que respalda la habilidad para ofrecer un servicio fiable. También, es la capacidad de ofrecer un servicio con seguridad y educación (Vela, 2020).
- **Profesionalidad:** Representa evidencia de capacidad, conocimiento y destrezas requeridas para prestar un servicio. Señalan que esta es inseparable al colaborador en cuanto realiza los servicios adecuados de un empleo. En atención al cliente, se mide por impecabilidad y disposición de la acción de servicio (Vela, 2020).
- **Seguridad:** Es el conocimiento, habilidad y atención de los colaboradores para inspirar en el cliente convicción, certidumbre, credibilidad y confianza, y pueda generarse un ambiente que favorezca la dación del servicio o compra del bien, (Vela, 2020).

### **Herramientas de medición de satisfacción al cliente: Modelo SERVQUAL**

El modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993) se sustenta en que la “(...) calidad del servicio es la discrepancia entre la percepción del consumidor del servicio ofertado por una empresa en particular y sus expectativas respecto a las empresas que ofertan esos servicios”. En ese sentido, el fin es conocer la percepción del cliente respecto a la calidad de atención que recibe en el rubro de micro y pequeñas de panadería-pastelería del distrito de Independencia de la ciudad de Huaraz, a su vez el modelo permitirá conocer los atributos de valor que sirven de juicio para valorar el nivel de atención al cliente Camacho et al. (2018).

### **III. HIPÓTESIS**

La investigación de título: “Gestión de calidad basada en la atención al cliente en las Mypes, rubro panadería- pastelería, distrito de Independencia-Huaraz, 2022”, no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

Las investigaciones de tipo descriptiva enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática (Sánchez, 2019).

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1. Diseño de la investigación

El tipo de investigación del presente trabajo fue cuantitativo. Según Hernández, et al., (2014) el tipo de investigación fue cuantitativo ya que presento procesos de formas secuenciales y probatorias. Cada fase antepone al siguiente por lo cual no podríamos evadir los pasos, se determinan las variables y se utilizó métodos estadísticos para extraer nuestras conclusiones (p. 4).

#### **Nivel de investigación**

Este trabajo de investigación fue de nivel descriptivo. Según Hernández et al., (2014). “las investigaciones de nivel descriptivo detallan situaciones y eventos, es decir, como es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (p 155).

#### **Diseño de investigación**

La investigación fue de diseño no experimental, transversal y descriptivo. No experimental porque el estudio se realizó sin manipular deliberadamente las variables. comercialización para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas. Transversal, porque se recolectaron los datos en un solo momento, en un tiempo único. Descriptivo, porque solo se describió la variable sin relacionarla con ninguna otra (Hernández et al., 2014).



## **4.2. Población y muestra**

### **El universo.**

El universo estuvo conformado por todas las microempresas del sector comercio, rubro panadería – pastelería, ubicados en el distrito de Independencia de la provincia de Huaraz, constituidas por 44 micro y pequeñas empresas según los registros de la Municipalidad distrital de Independencia.

Según Sánchez (2019) compone la totalidad de unidades que comparten características comunes.

### **Población.**

La población para la investigación estuvo compuesta por todas las microempresas del sector comercio, rubro panadería – pastelería, ubicados en el distrito de Independencia, Huaraz, constituidas por 44 micro y pequeñas empresas según los registros de la Municipalidad Distrital de Independencia de la ciudad de Huaraz.

Según Sánchez (2019) compone la totalidad de unidades que comparten características comunes.

Para variable gestión de la calidad la población fue de 3 propietarios y 9 trabajadores para la variable atención al cliente la población fue 30 clientes por método por conveniencia. Para Cruz, Gonzales y Olivares (2014) “Una muestra es siempre un grupo más pequeño o un subconjunto dentro de una población” (p.107).

**Muestra.**

La muestra fue no probabilística a conveniencia de la investigación, compuesta por 3 propietarios de las micro y pequeñas empresas del rubro panadería – pastelería, y 9 trabajadores (3 de cada microempresa de la muestra) y 30 clientes seleccionados. Para el investigador le resulta más fácil examinar a todos los sujetos, por la proximidad geográfica, porque la población de este estudio es pequeña y a fin de tener informes certeros sobre el tema de estudio. Como sustento citamos a Hernández, et al. (2014) que afirma: “en las muestras todas las unidades, casos o elementos de la población tiene al inicio la misma posibilidad de ser escogidos para conformar la muestra” y para Cruz et al. (2014): “una muestra es siempre un grupo más pequeño o un subconjunto dentro de una población”.

### 4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

**Tabla 1**

*Definición y operacionalización de las variables e indicadores*

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Operacionalización de la variable	Indicadores	Items	Fuente	Escala
Gestión de calidad	Representa una serie de actividades que una empresa debe seguir, involucra tanto su estructura como su organización considerando sus responsabilidades, procedimientos, operaciones y los recursos imprescindibles para su funcionalidad adecuada. (Flores, 2020).	Principios de gestión de calidad	La dimensión principios de gestión de calidad se medirán con sus indicadores liderazgo, mejora continua, enfoque en procesos y toma de decisiones. Con la técnica de encuesta y el instrumento el cuestionario.	Liderazgo	1. ¿Se desempeña con iniciativa?	Propietario / trabajador	Likert
					2. ¿Comprende la visión de la organización?		
					3. ¿Está comprometido al logro de los objetivos y metas		
				Mejora continua	4. ¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?		
					5. ¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?		
					6. ¿Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa?		
				Enfoque en procesos	7. ¿Registra data a diario provenientes de los procesos?		
					8. ¿Sigue los sistemas de monitoreo para la calidad?		
					9. ¿Se compromete en calidad de resultados?		
				Toma de decisiones	10. ¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva?		
					11. ¿Cumple con el nivel de desempeño esperado?		
					12. ¿Participa en las capacitaciones?		

*Nota:* elaboración propia

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Operacionalización de la variable	Indicadores	Items	Fuente	Escala
Atención al cliente	Es un proceso que es realizado en general por personas que laboran en una organización para que satisfagan en su totalidad las necesidades y perspectivas de los clientes Huarcani y Ramírez (2017)	Dimensiones de atención al cliente	Las dimensiones de atención al cliente se medirán con sus indicadores capacidad de respuesta, comprensión de cliente, comunicación, cortesía, credibilidad, elementos tangibles, fiabilidad, profesionalidad y seguridad. Con la técnica de encuesta y el instrumento el cuestionario.	Accesibilidad	1. ¿Encuentra usted el producto que busca en la panadería?	clientes	Likert
				Capacidad de respuesta	2. ¿Los trabajadores le brindan una atención rápida?		
					3. ¿La atención al cliente es efectiva?		
					Comprensión del cliente		
				Comunicación	5. ¿Los productos cuentan con una etiqueta con el nombre y el precio visible para los clientes?		
					6. ¿Los trabajadores informan sobre los insumos que tiene cada producto si se lo requieren?		
				Cortesía	7. ¿El trabajador atiende con cortesía y amabilidad a los clientes?		
					8. ¿Los trabajadores responden amablemente a las dudas de los clientes?		
				Credibilidad	9. ¿El personal es transparente en su información?		
					10. ¿El personal de la empresa le inspira honestidad a los clientes?		
				Elementos tangibles	11. ¿Las instalaciones permiten una atención adecuada?		
					12. ¿Los equipos se encuentran en estado óptimo?		
				Fiabilidad	13. ¿Cumple con las normas de sanidad para la elaboración de sus productos?		
					14. ¿Su establecimiento está debidamente ordenado y limpio para la elaboración de los productos y la venta de ellos?		
				Profesionalidad	15. ¿Los trabajadores tienen las habilidades y capacidades para la elaboración de los productos?		
					16. ¿Los trabajadores atienden a los clientes bajo un protocolo establecido?		
				Seguridad	17. ¿Se siente seguro por el trato brindado en la panadería?		
					18. ¿Los empleados trabajan de forma segura y con estándares de calidad para la elaboración de los productos?		

Nota: elaboración propia

#### **4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

##### **Técnica**

Para la recolección de información se empleó como técnica la encuesta, que consistió en aplicar el cuestionario de preguntas a los microempresarios, trabajadores y clientes que participaron en la investigación de las panaderías – pastelerías del distrito de Independencia de la ciudad de Huaraz y obtener información para su análisis.

##### **Instrumento.**

Se diseñaron tres instrumentos para propietario, trabajador y cliente, el instrumento aplicado fue el cuestionario de preguntas que nos permitió obtener la información necesaria de las variables destinadas a lograr los objetivos de investigación y como tipo de respuesta se utilizó la escala de Likert:

Los instrumentos fueron tres:

Variable: Gestión de calidad

- Instrumento de 12 preguntas dirigidas a los microempresarios de las Mypes del rubro en estudio seleccionadas como muestra.
- Instrumento de 12 preguntas dirigidas a los trabajadores de las Mypes del rubro en estudio seleccionadas como muestra.

Variable: Atención al cliente

- Instrumento de 18 preguntas dirigidas a los clientes de las Mypes del rubro en estudio seleccionadas como muestra.

Dichos instrumentos fueron validados por expertos con el fin de determinar su confiabilidad. Afirma Bernal (2016) que los instrumentos ayudan a normalizar la medida de surtido de información.

#### **4.5 Plan de análisis**

Para ejecutar el análisis se utilizó los siguientes programas informáticos: Microsoft Excel para realizar la tabulación de la información obtenida con el cuestionario como instrumento, también para la elaboración de tablas y figuras. Asimismo, se utilizó el programa Microsoft Word para la redacción del trabajo de investigación. PDF para la presentación final del trabajo de investigación. Microsoft Power Point para la presentación en diapositivas y uso en la ponencia del trabajo de investigación. Turnitin para la verificar el nivel de similitud y prevenir el plagio y el programa. Mendeley para la recepción de todos los documentos y gestionar las referencias bibliográficas.

## 4.6 Matriz de consistencia

**Tabla 2**

*Matriz de consistencia*

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema general</p> <p>¿Cuáles son las características de la gestión de calidad basada en la atención al cliente en las Mypes rubro panadería-pastelería distrito de Independencia-Huaraz, 2022?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad basada en la atención al cliente en las Mypes rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia-Huaraz, 2022.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>La investigación no planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva</p>	<p>Gestión de calidad.</p>	<p>Tipo: Cuantitativa Nivel: Descriptivo Diseño: Transversal, no experimental, descriptiva.</p> <p>Población y muestra: Población: 44 Mypes del rubro panadería-pastelería de Independencia, Huaraz.</p> <p>Muestra: 3 Mypes, 9 trabajadores y 30 clientes.</p>
<p>Problemas específicos</p> <p>1. ¿Cuáles son los principios de la gestión de calidad en las Mypes rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia-Huaraz, 2022?</p> <p>2. ¿Cuáles son las dimensiones de la atención al cliente en las Mypes rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia-Huaraz, 2022?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>1. Describir los principios de la gestión de calidad en las Mypes rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia-Huaraz, 2022.</p> <p>2. Identificar las dimensiones de la atención al cliente en las Mypes rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia-Huaraz, 2022.</p>	<p>Hipótesis específicas</p> <p>La investigación no planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.</p>	<p>Atención al cliente</p>	<p>Técnicas e instrumentos de recolección de datos: Encuestas. Cuestionarios</p> <p>Métodos de análisis de investigación: Estadístico descriptivo</p>

*Nota:* elaboración propia

#### 4.7 Principios éticos

ULADECH (2021), el código de ética versión 004 aprobado por acuerdo de consejo universitario, propone los siguientes lineamientos:

**Beneficencia no maleficencia.** - Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios. (ULADECH, 2021, p.3)

**Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.** - Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios. (ULADECH, 2021, p.3)

**Integridad científica.** - La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados. (ULADECH, 2021, p.3)



**Justicia.** - El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. (ULADECH, 2021, p.3)

**Libre participación y derecho a estar informado.** - Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia.

En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consientan el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto. (ULADECH, 2021, p.3)

**Protección a las personas.** - La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo con el riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En las investigaciones en las que se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no sólo implica que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino también involucra el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular, si se encuentran en situación de vulnerabilidad. (ULADECH, 2021, p.3)

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

#### Variable: Gestión de calidad

**5.1.1.1. Objetivo:** Describir los principios de la gestión de calidad en las Mypes rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia-Huaraz, 2022.

**Tabla 3**

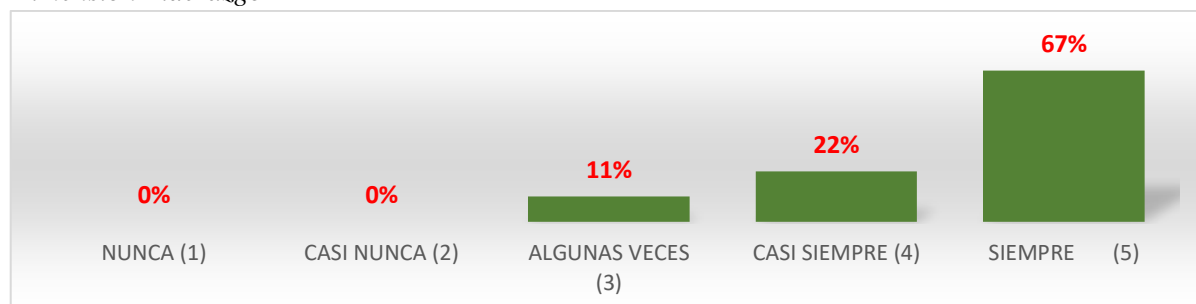
*Dimensión Liderazgo*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Es proactivo y dirige con el ejemplo?	0	0.00	0	0.00	1	33.33	0	0.00	2	66.67	3	100,0
¿Establece una clara visión del futuro de la organización?	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	33.33	2	66.67	3	100,0
¿Implementar estrategias para el logro de objetivos y metas?	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	33.33	2	66.67	3	100,0

*Nota:* Encuesta realizado a los propietarios  
Elaboración propia

**Figura 1**

*Dimensión Liderazgo*



*Nota:* cuestionario aplicado a los propietarios  
Elaboración propia

#### Interpretación

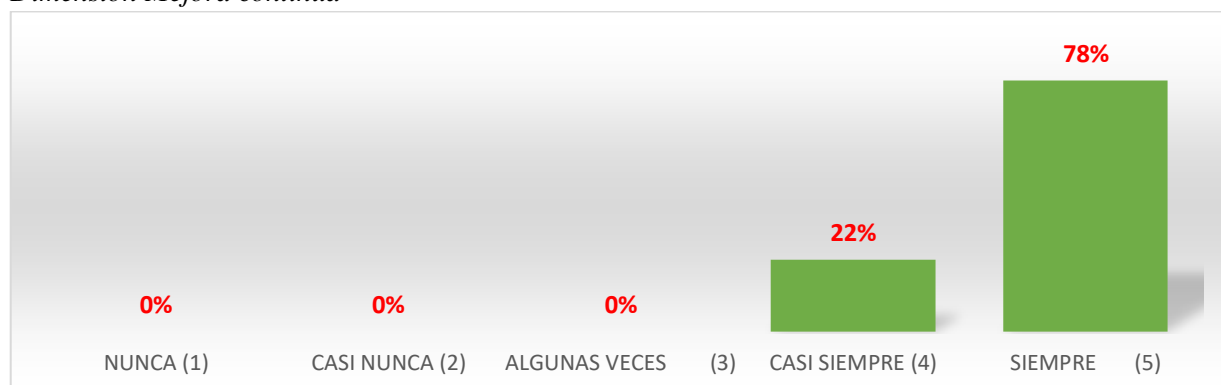
En la tabla 3 y figura 1 relacionada a la dimensión *Liderazgo de la variable Gestión de calidad*, se halla que siempre (67,0%) los microempresarios ejercen liderazgo y establecen las pautas a seguir en sus organizaciones.

**Tabla 4***Dimensión Mejora continua*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	33.33	2	66.67	3	100,0
¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	100.00	3	100,0
¿Planifica en alineamiento a la misión y visión de la empresa?	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	33.33	2	66.67	3	100,0

*Nota:* Encuesta realizado a los propietarios

Elaboración propia

**Figura 2***Dimensión Mejora continua*

*Nota:* cuestionario aplicado a los propietarios

Elaboración propia

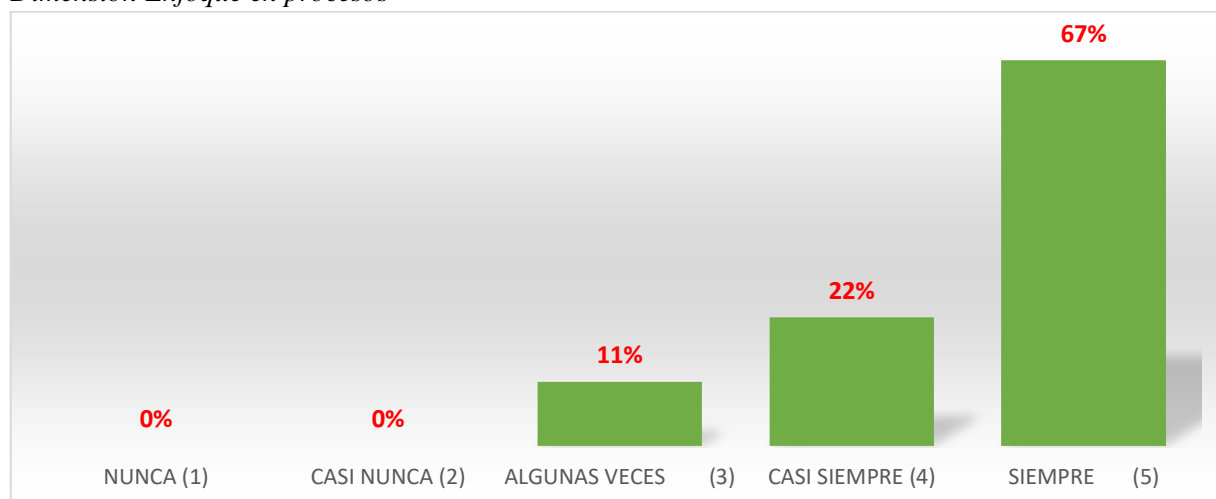
### Interpretación

En la tabla 4 y figura 2 relacionada a la dimensión *mejora continua de la variable Gestión de calidad*, se halla que siempre (78,0%) los microempresarios dirigen el funcionamiento de sus empresas buscando siempre mejorar en orientación a su misión y visión.

**Tabla 5***Dimensión Enfoque en procesos*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Analiza la data diaria provenientes de los procesos?	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	33.33	2	66.67	3	100,0
¿Implementó sistemas de monitoreo para asegurar calidad del producto?	0	0.00	0	0.00	1	33.33	0	0.00	2	66.67	3	100,0
¿Monitorea el nivel de desempeño del equipo de trabajo?	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	33.33	2	66.67	3	100,0

*Nota:* Encuesta realizado a los propietarios  
Elaboración propia

**Figura 3***Dimensión Enfoque en procesos*

*Nota:* cuestionario aplicado a los propietarios  
Elaboración propia

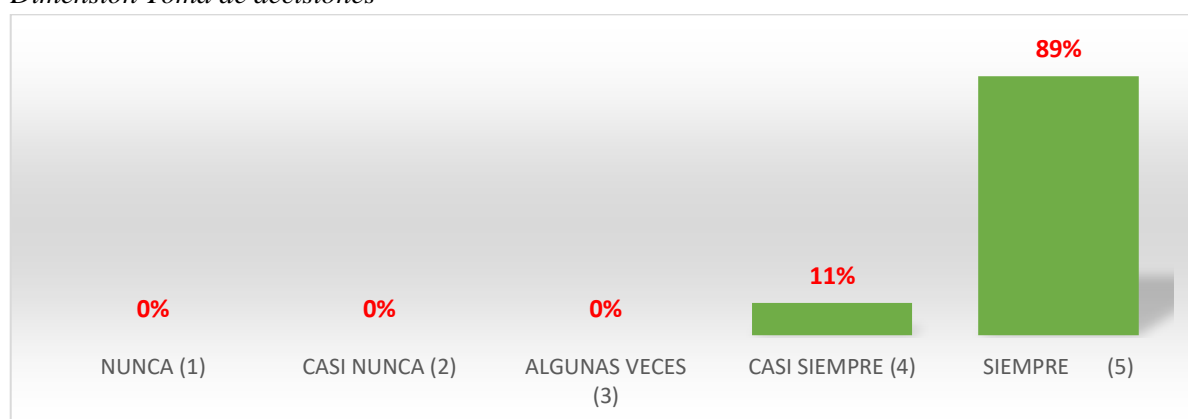
**Interpretación**

En la tabla 5 y figura 3 relacionada a la dimensión *enfoque en procesos de la variable Gestión de calidad*, se halla que siempre (67,0%) los microempresarios tienen la práctica de verificar el desarrollo de sus operaciones mediante el análisis y control de calidad de los productos elaborados. Este resultado permite sostener la calidad en el tiempo en beneficio de sus clientes.

**Tabla 6***Dimensión Toma de decisiones*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva y delega?	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	33.33	2	66.67	3	100,0
¿Establece procedimientos para mantener niveles óptimos de desempeño?	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	100.00	3	100,0
¿Se apoya de un plan de capacitación para reducir errores?	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	100.00	3	100,0

*Nota:* Encuesta realizado a los propietarios  
Elaboración propia

**Figura 4***Dimensión Toma de decisiones*

*Nota:* cuestionario aplicado a los propietarios  
Elaboración propia

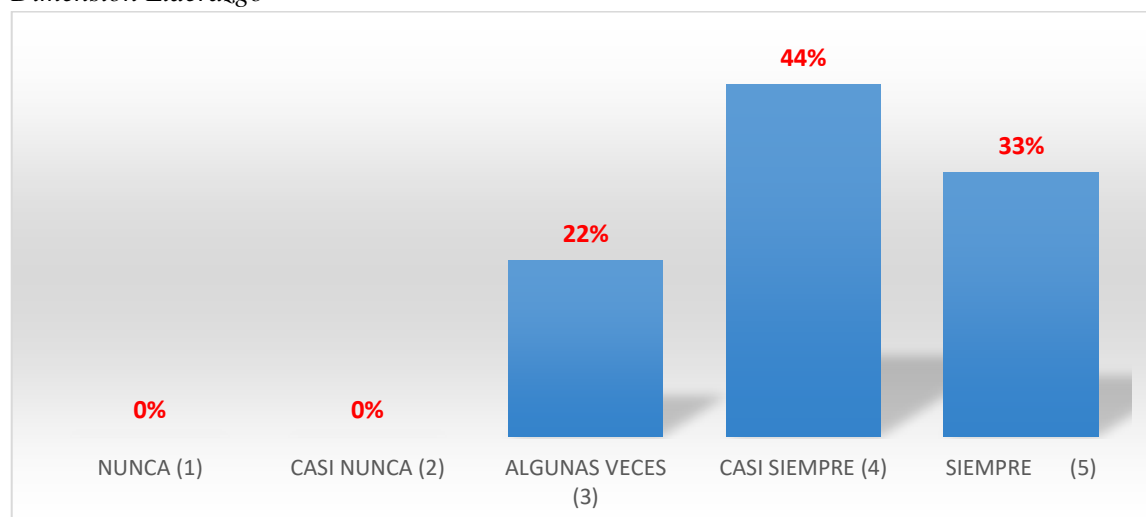
### Interpretación

En la tabla 6 y figura 4 relacionada a la dimensión *toma de decisiones* se halla que siempre (89,0%) los microempresarios tienen los mecanismos para establecer acciones determinadas mediante un análisis de la situación presentada.

**Tabla 7***Dimensión Liderazgo*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Se desempeña con iniciativa?	0	0.00	0	0.00	1	11.11	3	33.33	5	55.56	9	100,0
¿Comprende la visión de la organización?	0	0.00	0	0.00	1	11.11	6	66.67	2	22.22	9	100,0
¿Está comprometido al logro de objetivos y metas?	0	0.00	0	0.00	4	44.44	3	33.33	2	22.22	9	100,0

*Nota:* Encuesta realizado a los trabajadores  
Elaboración propia

**Figura 5***Dimensión Liderazgo*

*Nota:* cuestionario aplicado a los trabajadores  
Elaboración propia

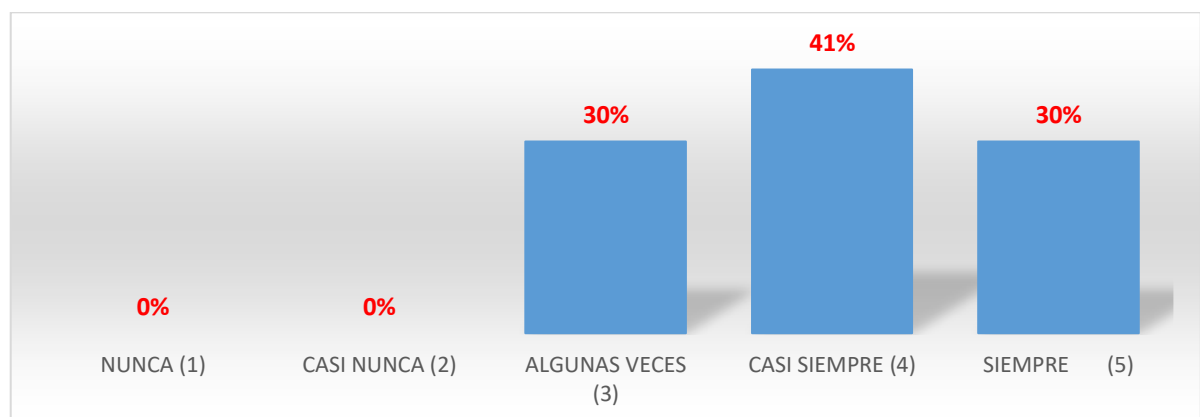
**Interpretación**

En la tabla 7 y figura 5 relacionada a la dimensión *Liderazgo de Gestión de calidad*, se determina que casi siempre (44,0%) los trabajadores se sienten empoderados para liderar su zona de trabajo.

**Tabla 8***Dimensión Mejora continua*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Analiza la funcionalidad de los procesos a cargo?	0	0.00	0	0.00	3	33.33	3	33.33	3	33.33	9	100,0
¿Propone mejoras de procesos a la empresa?	0	0.00	0	0.00	1	11.11	5	55.56	3	33.33	9	100,0
¿Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa?	0	0.00	0	0.00	4	44.44	3	33.33	2	22.22	9	100,0

*Nota:* Encuesta realizado a los trabajadores  
Elaboración propia

**Figura 6***Dimensión Mejora continua*

*Nota:* cuestionario aplicado a los trabajadores  
Elaboración propia

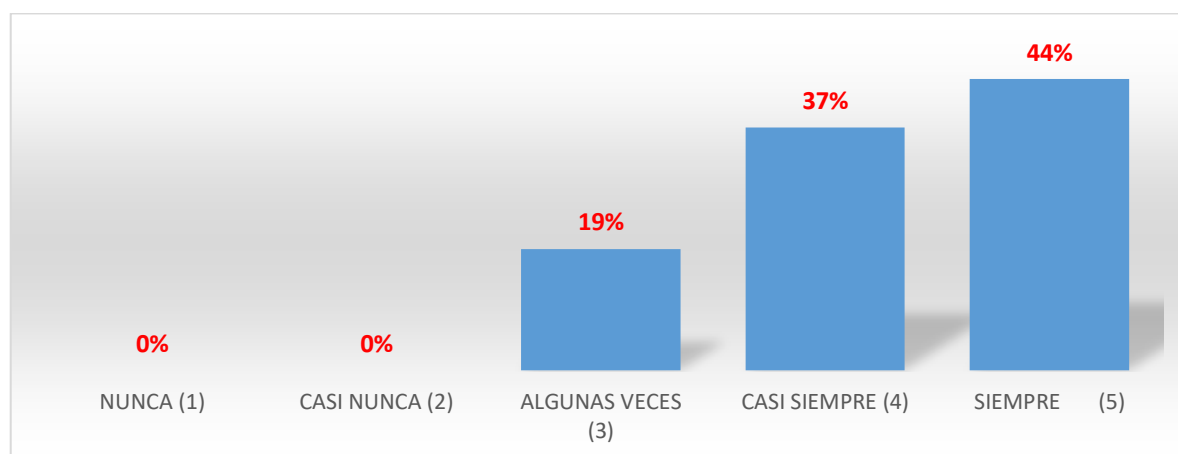
### Interpretación

En la tabla 8 y figura 6 relacionada a la dimensión *mejora continua de la variable Gestión de calidad*, se halla que casi siempre (41,0%) los trabajadores aplican la filosofía de la mejora continua en el desarrollo de sus funciones.

**Tabla 9***Dimensión Enfoque en procesos*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Registra data a diario provenientes de los procesos?	0	0.00	0	0.00	2	22.22	1	11.11	6	66.67	9	100,0
¿Sigue los sistemas de monitoreo para la calidad?	0	0.00	0	0.00	1	11.11	4	44.44	4	44.44	9	100,0
¿Se compromete en calidad de resultados?	0	0.00	0	0.00	2	22.22	5	55.56	2	22.22	9	100,0

*Nota:* Encuesta realizado a los trabajadores  
Elaboración propia

**Figura 7***Dimensión Enfoque en procesos*

*Nota:* cuestionario aplicado a los trabajadores  
Elaboración propia

**Interpretación**

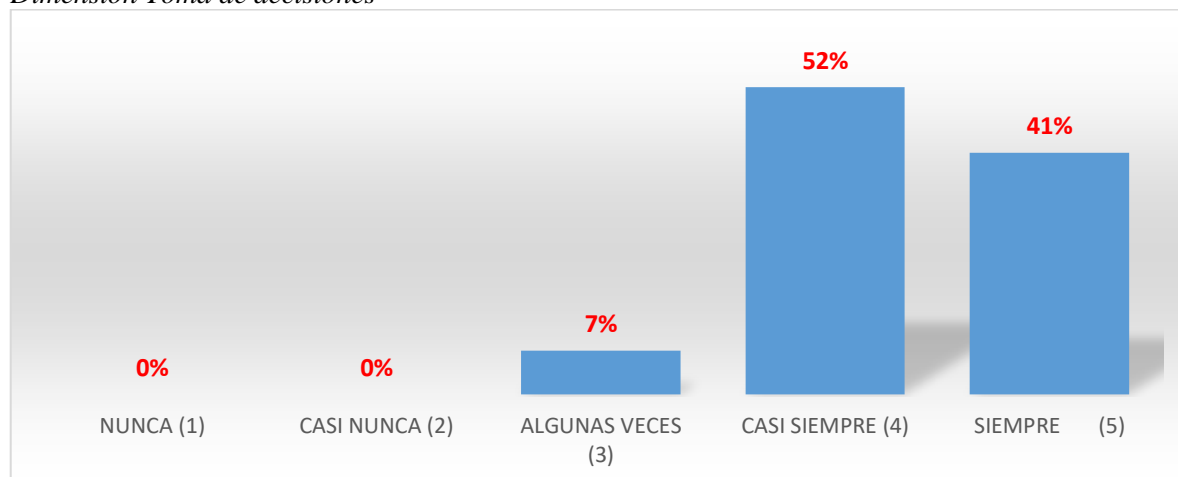
En la tabla 9 y figura 7 relacionada a la dimensión *enfoque de proceso de la variable Gestión de calidad*, se identifica que los trabajadores (44,0%) tienen la orientación para analizar siempre sus procesos con la finalidad de identificar posibles desviaciones durante el proceso de producción.



**Tabla 10***Dimensión Toma de decisiones*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva?	0	0.00	0	0.00	0	0.00	6	66.67	3	33.33	9	100,0
¿Cumple con el nivel de desempeño esperado?	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5	55.56	4	44.44	9	100,0
¿Participa en las capacitaciones?	0	0.00	0	0.00	2	22.22	3	33.33	4	44.44	9	100,0

*Nota:* Encuesta realizado a los trabajadores  
Elaboración propia

**Figura 8***Dimensión Toma de decisiones*

*Nota:* cuestionario aplicado a los trabajadores  
Elaboración propia

### Interpretación

En la tabla 10 y figura 8 relacionada a la dimensión *Toma de decisiones de la variable Gestión de calidad*, se halla que casi siempre (52,0%) los trabajadores toman acción oportuna ante aspectos que urgen tomar acción inmediata de acuerdo al criterio de la empresa.

### 5.1.2. Variable: Atención al cliente

**5.1.2.1. Objetivo:** Identificar las dimensiones de la atención al cliente en las Mypes rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia-Huaraz, 2022.

**Tabla 11**

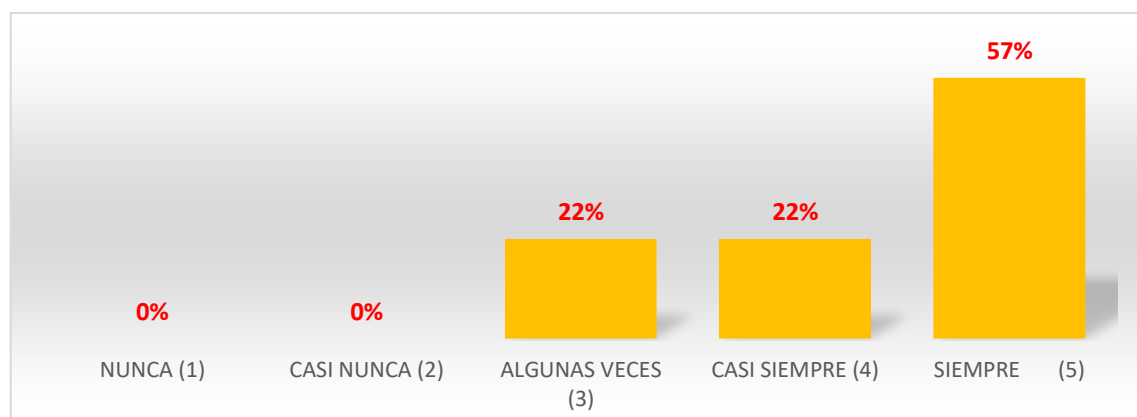
*Dimensión Accesibilidad*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿La ubicación de la panadería permite un fácil acceso?	0	0.00	0	0.00	6	20.00	7	23.33	17	56.67	30	100,0
¿Encuentra usted el producto que desea en la panadería?	0	0.00	0	0.00	7	23.33	6	20.00	17	56.67	30	100,0

*Nota:* Encuesta realizado a los clientes  
Elaboración propia

**Figura 9**

*Dimensión Accesibilidad*



*Nota:* cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración propia

### Interpretación

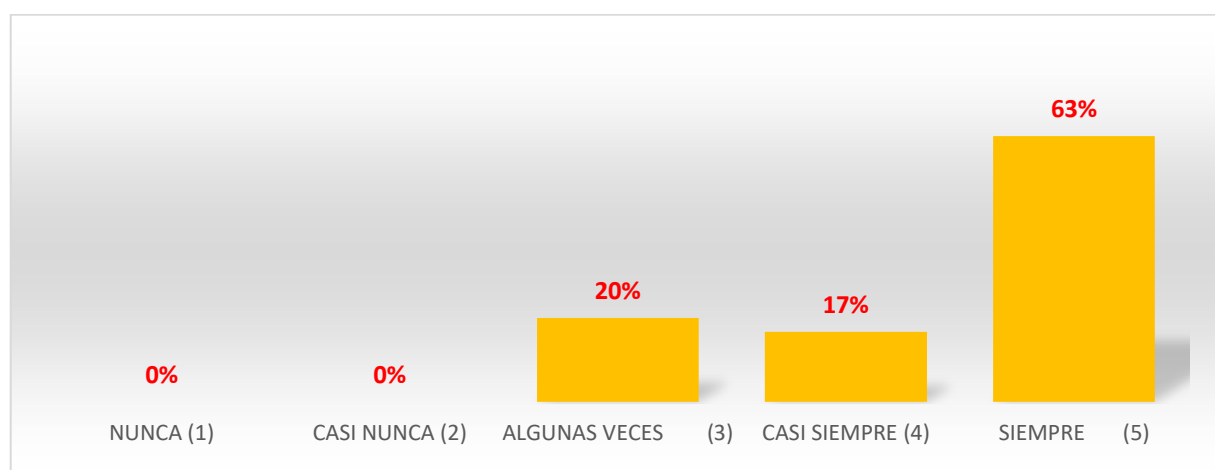
En la tabla 11 y figura 9 relacionada a la dimensión *accesibilidad*, donde se halla que siempre (57,0%) los clientes gozan de la accesibilidad a productos y servicios que proporcionan las panaderías a sus clientes.

**Tabla 12***Dimensión Capacidad de respuesta*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Los trabajadores le brindan una atención oportuna?	0	0.00	0	0.00	7	23.33	4	13.33	19	63.33	30	100,0
¿Considera que la disposición de los trabajadores es efectiva?	0	0.00	0	0.00	5	16.67	6	20.00	19	63.33	30	100,0

*Nota:* Encuesta realizado a los clientes

Elaboración propia

**Figura 10***Dimensión Capacidad de respuesta**Nota:* cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia

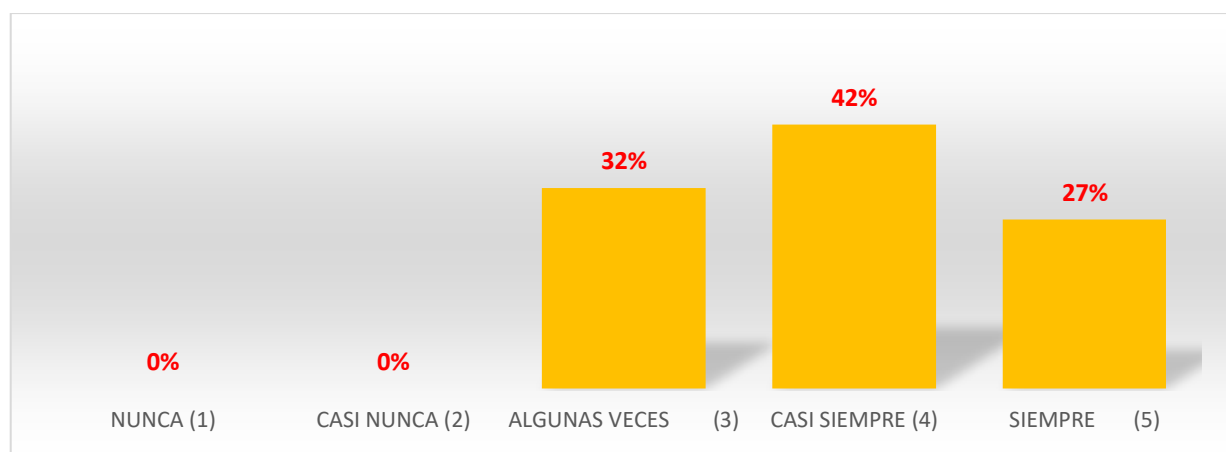
**Interpretación**

En la tabla 12 y figura 10 relacionada a la dimensión *capacidad de respuesta*, se identifica que siempre el 63,0% de los clientes, perciben en los trabajadores de las panaderías encuestadas una capacidad de respuesta, para brindar atención adecuada a sus requerimientos.

**Tabla 13***Dimensión Comprensión al cliente*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿La panadería identifica sus preferencias y gustos?	0	0.00	0	0.00	9	30.00	13	43.33	8	26.67	30	100,0
¿Está de acuerdo con la distribución de la tienda?	0	0.00	0	0.00	10	33.33	12	40.00	8	26.67	30	100,0

*Nota:* Encuesta realizado a los clientes  
Elaboración propia

**Figura 11***Dimensión Comprensión al cliente*

*Nota:* cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración propia

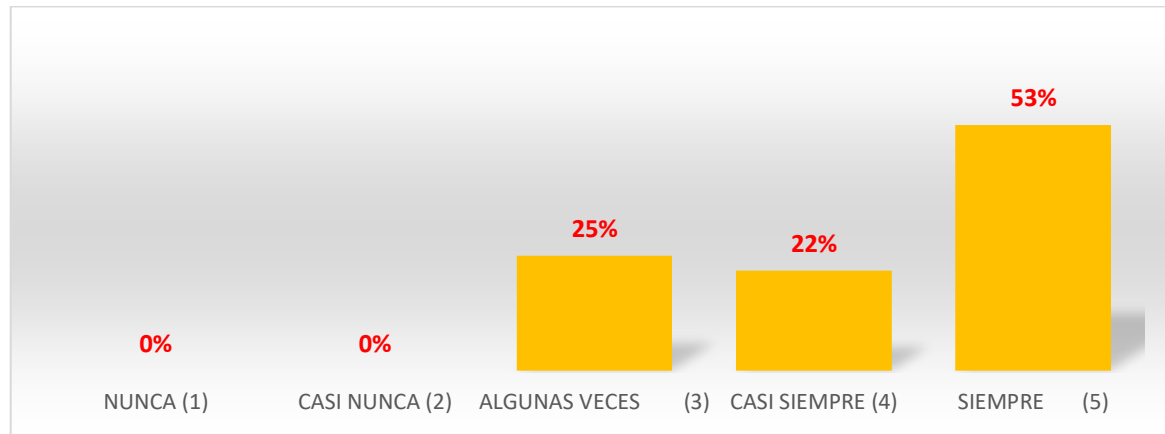
### Interpretación

En la tabla 13 y figura 11 relacionada a la dimensión *comprensión del cliente*, se halla que casi siempre (42,0%) los clientes perciben que los trabajadores de las panaderías manifiestan actitud para identificar y atender sus necesidades.

**Tabla 14***Dimensión Comunicación*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Los productos se encuentran debidamente rotulados y el precio visible?	0	0.00	0	0.00	7	23.33	8	26.67	15	50.00	30	100,0
¿Los trabajadores son claros en su información?	0	0.00	0	0.00	8	26.67	5	16.67	17	56.67	30	100,0

*Nota:* Encuesta realizado a los clientes  
Elaboración propia

**Figura 12***Dimensión Comunicación*

*Nota:* cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración propia

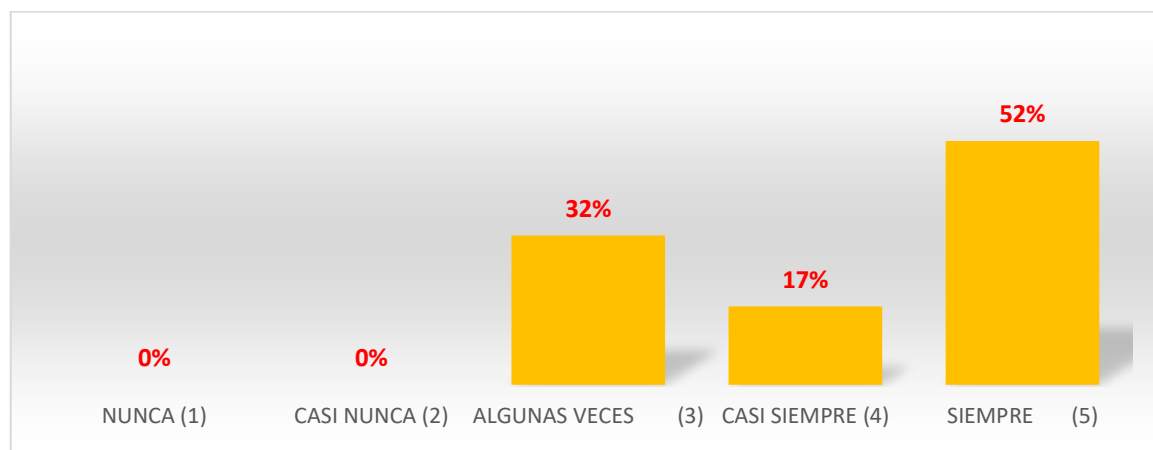
**Interpretación**

En la tabla 14 y figura 12 relacionada a la dimensión *comunicación*, se halla que siempre (53,0%) los clientes consideran que existe un vínculo de comunicación positivo con los trabajadores que se da durante su experiencia de compra.

**Tabla 15***Dimensión Cortesía*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Los trabajadores responden amablemente a las consultas?	0	0.00	0	0.00	10	33.33	6	20.00	14	46.67	30	100,0
¿Percibe actitud de servicio en el personal?	0	0.00	0	0.00	9	30.00	4	13.33	17	56.67	30	100,0

*Nota:* Encuesta realizado a los clientes  
Elaboración propia

**Figura 13***Dimensión Cortesía*

*Nota:* cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración propia

**Interpretación**

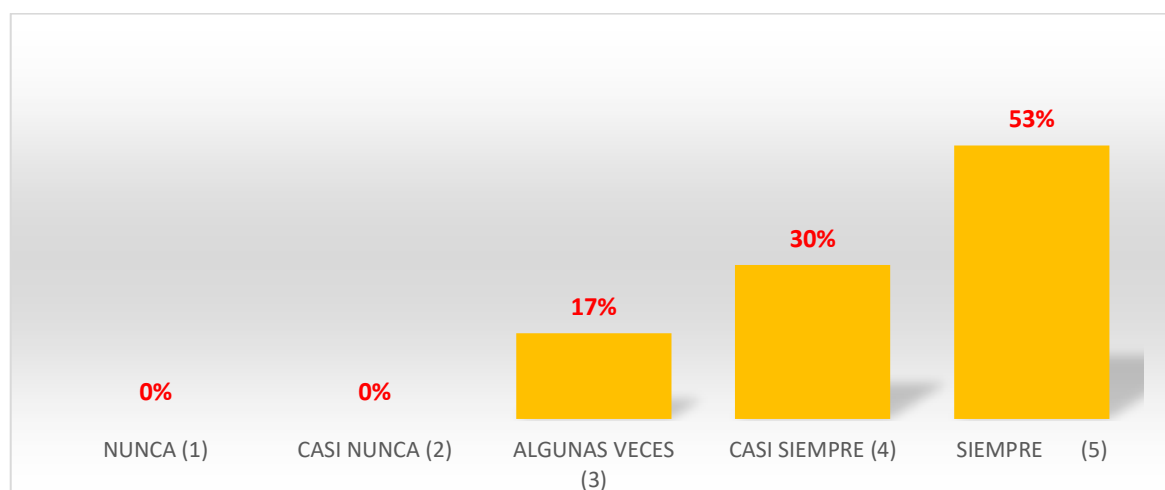
En la tabla 15 y figura 13 relacionada a la dimensión *cortesía*, se identifica que el 52,0% de los clientes perciben que siempre el personal de las panaderías es cordial en su trato y se percibe la actitud de servicio.

**Tabla 16***Dimensión Credibilidad*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Los trabajadores le brindan la percepción de limpieza?	0	0.00	0	0.00	10	33.33	6	20.00	14	46.67	30	100,0
¿En general, la panadería genera confianza?	0	0.00	0	0.00	0	0.00	12	40.00	18	60.00	30	100,0

*Nota:* Encuesta realizado a los clientes

Elaboración propia

**Figura 14***Dimensión Credibilidad*

*Nota:* cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia

**Interpretación**

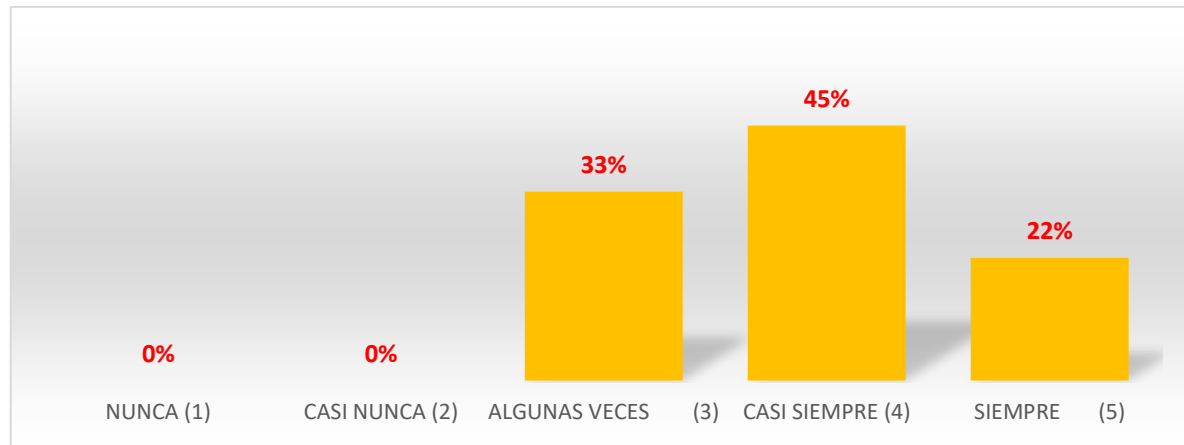
En la tabla 16 y figura 14 relacionada a la dimensión *credibilidad*, se halla que el 53,0% de los clientes consideran que, compran en las panaderías, porque estas brindan evidencias de garantía de calidad de sus productos.

**Tabla 17***Dimensión Elementos tangibles*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Las instalaciones de la panadería permiten una atención adecuada?	0	0.00	0	0.00	15	50.00	9	30.00	6	20.00	30	100,0
¿Los equipos de la panadería se encuentran en estado óptimo?	0	0.00	0	0.00	5	16.67	18	60.00	7	23.33	30	100,0

*Nota:* Encuesta realizado a los clientes

Elaboración propia

**Figura 15***Dimensión Elementos tangibles*

*Nota:* cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia

**Interpretación**

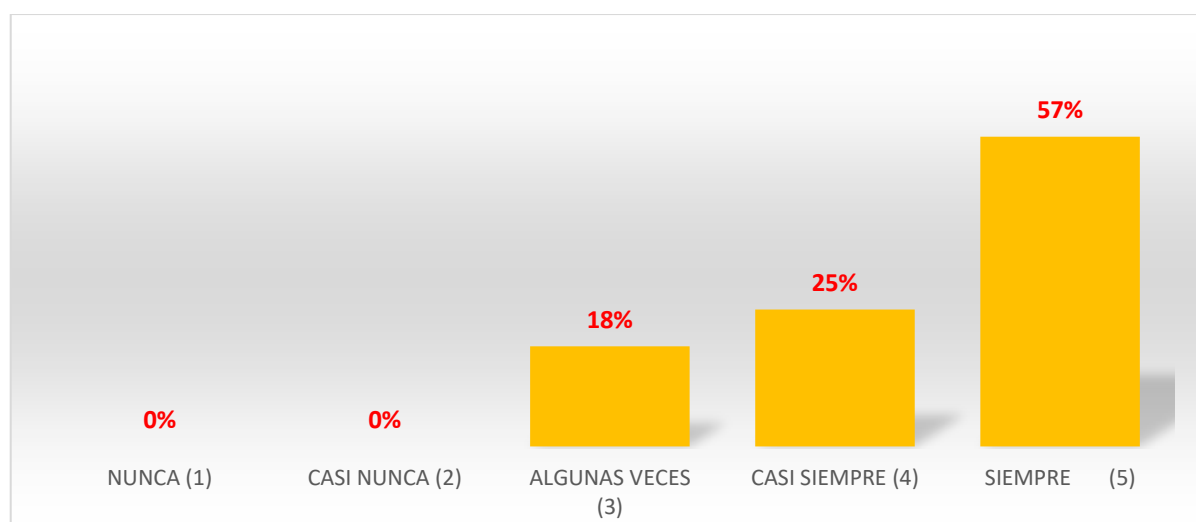
En la tabla 17 y figura 15 relacionada a la dimensión *elementos tangibles*, se halla que casi siempre (45,0%) los clientes consideran que las instalaciones y equipos de la panadería se mantienen en estado óptimo.



**Tabla 18***Dimensión Fiabilidad*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Aprecia que se cumple con las normas de sanidad?	0	0.00	0	0.00	11	36.67	3	10.00	16	53.33	30	100,0
¿Las instalaciones presentan orden y limpieza?	0	0.00	0	0.00	0	0.00	12	40.00	18	60.00	30	100,0

*Nota:* Encuesta realizado a los clientes  
Elaboración propia

**Figura 16***Dimensión Fiabilidad*

*Nota:* cuestionario aplicado a los clientes  
Elaboración propia

**Interpretación**

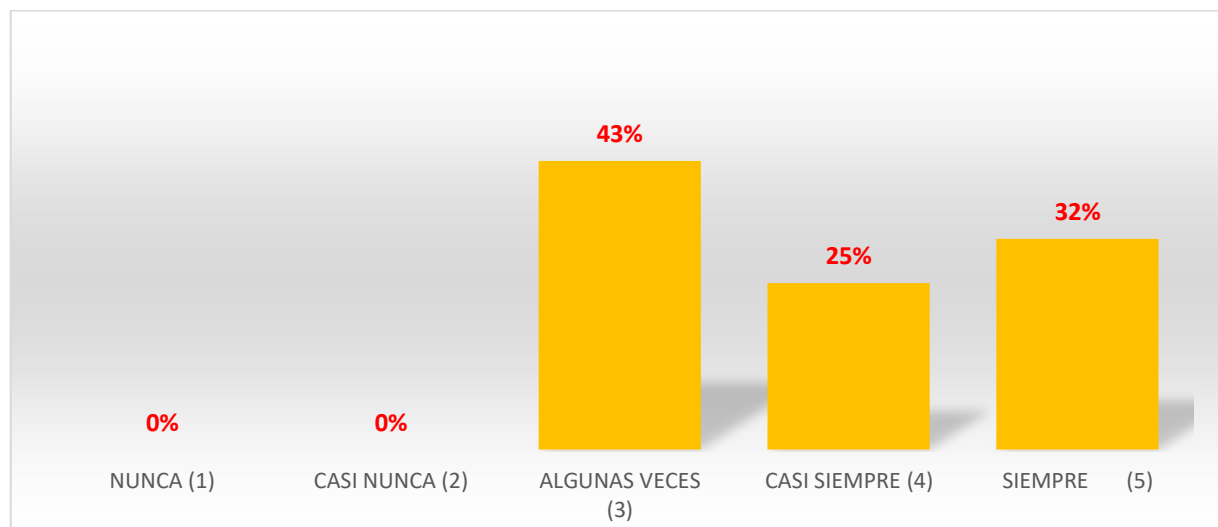
En la tabla 18 y figura 16 relacionada a la dimensión *fiabilidad*, se halla que los clientes siempre (57,0%) evidencian apropiado nivel de limpieza y cumplimiento de normas sanitarias en las instalaciones de las panaderías.

**Tabla 19***Dimensión Profesionalidad*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Considera que los trabajadores están capacitados?	0	0.00	0	0.00	8	26.67	5	16.67	17	56.67	30	100,0
¿La atención obedece a un protocolo de atención al cliente?	0	0.00	0	0.00	18	60.00	10	33.33	2	6.67	30	100,0

*Nota:* Encuesta realizado a los clientes

Elaboración propia

**Figura 17***Dimensión Profesionalidad*

*Nota:* cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia

**Interpretación**

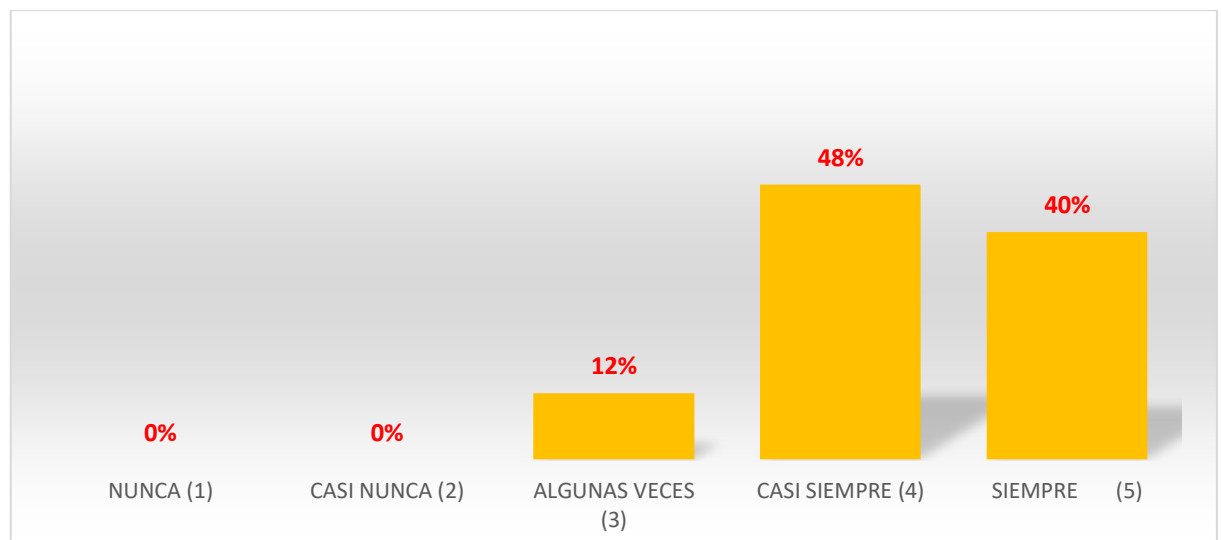
En la tabla 19 y figura 17 relacionada a la dimensión *profesionalidad*, se halla que el 43,0% de los clientes algunas veces el personal muestra estar capacitado y obra con profesionalidad, sin embargo, identifican responsabilidad en sus funciones.

**Tabla 20***Dimensión Seguridad*

	Nunca		Muy pocas veces		Algunas veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
¿Considera que la panadería opera bajo estándares de seguridad?	0	0.00	0	0.00	4	13.33	10	33.33	16	53.33	30	100,0
¿Considera que es un lugar seguro para comprar?	0	0.00	0	0.00	3	10.00	19	63.33	8	26.67	30	100,0

*Nota:* Encuesta realizado a los clientes

Elaboración propia

**Figura 18***Dimensión Seguridad*

*Nota:* cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración propia

**Interpretación**

En la tabla 20 y figura 18 relacionada a la dimensión *seguridad*, la investigación determina que casi siempre el 48,0% de los clientes perciben que los ambientes de la panadería son seguros para que la experiencia de compra del cliente sea efectiva.

## **5.2. Análisis de resultados**

### **5.2.1. Variable Gestión de calidad**

Objetivo específico 1: Describir los principios de la gestión de calidad en las Mypes rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia-Huaraz, 2022.

Respecto a los microempresarios, en la tabla 3 se halla que siempre (67,0%) los microempresarios ejercen el liderazgo y establecen las pautas a seguir en sus organizaciones; en la tabla 4 se halla que siempre (78,0%) los microempresarios dirigen el funcionamiento de sus empresas buscando siempre mejorar orientados en su misión y visión. Este resultado contrasta con la investigación de Jamanca (2018) en que los microempresarios no conocen los modelos de excelencia de gestión y eso limita alcanzar el liderazgo del mercado. En la tabla 5 se halla que siempre (67,0%) los microempresarios tienen la práctica de verificar el desarrollo de sus operaciones de producción con el análisis y control de calidad de sus productos elaborados. Este resultado permite sostener la calidad en el tiempo en beneficio de sus clientes, resultado que guarda semejanza con la investigación de Gavilán (2020) que comprueba que el análisis de los procesos permite la identificación de debilidades y amenazas de mayor impacto. En la tabla 6, se halla que siempre el 89,0% de los microempresarios cuentan con los mecanismos para establecer acciones tomadas mediante un análisis de la situación presentada. Estos resultados contrastan con la investigación de González et al., (2019) que identificó en la empresa estudiada que, el sistema de gestión con que se trabajaba carecía de elementos técnicos y no se aplicaba la mejora continua.

En relación a los trabajadores, en la tabla 7, se halla que casi siempre el 44,0% de los trabajadores se sienten empoderados para liderar en su zona de trabajo. En la tabla 8, se determinó que casi siempre el 41,0% los trabajadores practican la filosofía

de la mejora continua en el desarrollo de sus funciones. En la tabla 9, se identificó que los trabajadores (44,0%) tienen la orientación a analizar siempre sus procesos para identificar posibles desviaciones en el proceso de producción de sus productos, al respecto, este resultado guarda semejanza con la investigación de Ramirez (2019) que identifica un mayor control oportuno sobre los productos elaborados para cumplir con las aspiraciones y necesidades de los clientes, por otro lado, contrasta con Cabanillas (2018) que identificó el pobre interés de los trabajadores por participar de las buenas prácticas de gestión. En la tabla 10, casi siempre el 52,0% de los trabajadores tomaron acción oportuna ante aspectos que urgieron tomar acción inmediata de acuerdo a criterios de la empresa. Estos resultados guardan relación con la investigación de Carrera (2019), donde se destaca que las propuestas de mejora de los procesos tienen un impacto positivo en la gestión y en la satisfacción de los clientes. Por otra parte, contrasta con la investigación de Atencia (2018), que identifica que los trabajadores no están preparados para identificar y analizar sus procesos y tampoco atienden los planes de mejora.

### **5.2.2. Variable Atención al cliente**

Objetivo específico 2: Identificar las dimensiones de la atención al cliente en las Mypes rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia-Huaraz, 2022,

al respecto, en las tablas de resultados se recoge las percepciones de los clientes a las preguntas formuladas en los instrumentos: en la tabla 11, se identificó que siempre el 57,0% de los clientes gozaron de la accesibilidad que proporcionan las panaderías a sus ambientes los cuales permiten el tránsito con seguridad y se logra visualizar sus productos. En la tabla 12, se determinó que siempre el 63,0% de los clientes obtuvieron la capacidad de respuesta oportuna de parte de los trabajadores de

las panaderías encuestadas, resultado que guarda semejanza con las conclusiones de Guerrero (2020) en el sentido que una característica relevante en la gestión de una empresa son: la capacidad de servicio, rendimiento y prestaciones al cliente. En la tabla 13, se identificó que casi siempre el 42,0% los clientes percibieron que los trabajadores de las panaderías tienen la actitud de servicio para identificar sus necesidades. Asimismo, en la tabla 14, se halla que siempre el 53,0% de los clientes consideran que existen un vínculo de comunicación positivo con los trabajadores durante su experiencia de compra. En la tabla 15, se comprobó que siempre el 52,0% del personal de las panaderías es cordial en su trato con el cliente y se percibe la actitud de servicio. Estos resultados guardan semejanza con la investigación de Guerrero (2020) que identificó que los clientes esperan un trato amable y personal pues garantiza su agrado y permite que continúe el ciclo de compra en la panadería. También, en la tabla 16 se comprobó que siempre el 53,0% de los clientes consideran que compran en las panaderías porque estas brindan evidencias que garantiza la calidad de los productos, resultado que se asemejan a Charca & Flores (2021) que evidencia el impacto de ofrecer un valor agregado a los clientes el cual irradia una mejor imagen de la empresa y conexión con los clientes; en la tabla 17, se identificó que casi siempre el 45,0% de los clientes consideran que las instalaciones y equipos de la panadería se mantienen en estado óptimo. En la tabla 18, se halló que siempre el 57,0% de los clientes encuentran evidencias de limpieza y cumplimiento de normas sanitarias en las instalaciones de las panaderías. En la tabla 19, se identificó que algunas veces el 43,0% de los clientes consideran que el personal está preparado y capacitado para actuar con profesionalidad, sin embargo, ellos cumplen correctamente sus funciones, resultados que contrasta con Roca (2021) que identificó que los trabajadores no son amables y

con baja actitud de servicio y finalmente en la tabla 20 se determinó que casi siempre el 48,0% de los clientes percibieron que los ambientes de la panadería son seguros para que la experiencia de compra del cliente sea efectiva.

## VI. CONCLUSIONES

La investigación concluye que los principios de la gestión de calidad en las Mypes rubro panadería – pastelería si son aplicados por los microempresarios, ellos gestionan sus empresas orientadas a la mejora continua, enfocado en los procesos tanto de producción como atención al cliente, toma de decisiones y todos soportados bajo un liderazgo que permite la marcha y motivación del equipo de trabajo. Asimismo, está orientado a la calidad de atención que se brinda a sus clientes apoyados en sus trabajadores, quienes mantienen un desempeño según las expectativas.

Por otra parte, también se concluye que las dimensiones de atención al cliente están presentes en las panaderías- pastelerías del distrito de Independencia ya que los clientes mantienen la percepción que la microempresa cuenta con las condiciones para atender a su clientela. Empero, la actitud de servicio prevalece en el personal el cual es motivado por la gerencia de estas microempresas. Los clientes sugieren que se debe mejorar en aspectos de seguridad, comprensión de las necesidades del cliente y aspectos de presentación de los ambientes de la panadería respecto a la modernidad de sus instalaciones.

Como conclusión final, las microempresas en estudio son dirigidas bajo el expertiz de sus propietarios quienes con un sentido amplio de servicio al cliente gerencian sus empresas y con una implementación administrativa todavía incipiente que puede ser objeto de mejora.



**Aspectos complementarios: Recomendaciones**

A la gerencia de las microempresas en estudio:

- planificar capacitaciones periódicas al personal para sostener imagen de disponibilidad y servicio al cliente.
- Incidir con el personal en el dominio de las características de los productos para atenuar la posibilidad de algún desfase de servicio con los clientes por falta de conocimiento.
- Se sugiere mantener la identificación de los atributos de valor que el cliente espera encontrar en el servicio.
- Se sugiere también seguir un plan de trabajo orientado a implementar secuencialmente un sistema de gestión de calidad para que la gestión refleje mejoras tanto al interior como al exterior de las microempresas.

## Referencias

- Atencia (2018). Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del rubro elaboración de productos de panadería en el distrito de Huaraz, 2016. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5251>
- Benzaquén, J. (2019). *La Dirección de la Calidad y La Administración*. Cengage.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. Cuarta edición. Pearson: Colombia.
- Brodersen, L. (2020). La enseñanza de la cortesía en ELE: actos de habla y tendencias en investigación. *Revista internacional de Lenguas Extranjeras*, Num. 14. <https://revistes.urv.cat/index.php/rile/article/view/2997>
- Cabanillas (2018). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector comercial, rubro panadería, distrito de Satipo, año 2017. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD\\_48b4b7bdf3b37474c0cd39f3cb96867e](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_48b4b7bdf3b37474c0cd39f3cb96867e)
- Camacho, C.; Holguin, K.; Jáuregui, C.; Rodríguez, F. (2018). Calidad en el servicio al cliente en el sector educación de maestrías especializadas en Lima Metropolitana. (Tesis inédita de pregrado). Centrum Católica de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Carrera (2019) Modelo de gestión de calidad para el área de auditoria en el pago de

comisiones y donaciones a clientes de Edibosco. (Tesis inédita de pregrado).  
Universidad de Guayaquil.

[https://rraae.cedia.edu.ec/Record/UG\\_a87ea3a1c39e9026d459b78ef01ceaa3](https://rraae.cedia.edu.ec/Record/UG_a87ea3a1c39e9026d459b78ef01ceaa3)

Charca & Flores (2021). Atención al cliente y fidelización en entidades microfinancieras en el distrito de Miraflores – Arequipa, 2021. (Tesis inédita de pregrado). Universidad César Vallejo.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/74772>

Código de Ética Uladech v004 de 2021. Código de ética para la investigación versión 004 de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH católica, de fecha 13 de enero del 2021(Perú).

Cruz, Gonzáles, Olivares (2014). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Patria.

Bertello, A.(24.3.2018). ¿Quieres lanzar tu primera Startup? El Comercio.  
<https://elcomercio.pe/noticias/emprendedores/>

Gavilán (2020). Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad para el Club Deportivo Escuela de Fútbol Diego Pizarro de la ciudad de Palmira – Valle del Cauca. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Nacional de Colombia.

<https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/78092>

Gavilanes (2020). Propuesta de un sistema de gestión de calidad para mejorar el servicio al cliente en la empresa Industria Valdez Castro S.A. (Tesis inédita de pregrado). Universidad de Guayaquil.

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/53898>

González Pérez, Mariano Benjamín; Rodríguez Centeno, Mixer Salvador y Simiti

- Peralta, Miguel Ángel (2019). Gestión de la calidad en la Panadería Isabel ubicada en el municipio de la Trinidad, departamento de Estelí, en el primer semestre del año 2019. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Autónoma de Nicaragua. <https://repositorio.unan.edu.ni/11473/>
- Guerrero (2020). Gestión de la calidad y fidelización del cliente en las Mypes, rubro de panaderías y pastelerías Lambayeque, año 2020. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/18612>
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación Científica*, 6ª edición, Edit. McGraw Hill, México, pp. 850, p. 205.
- Huacani, A; Ramirez; E. (2017). Propuesta de Mejora en la Calidad de Atención al Cliente de la Pastelería Castelino, Tacna 2017 (Tesis de pregrado). IES Jhon Von Neumann. <https://repositorio.neumann.edu.pe/handle/123456789/122?locale-attribute=es>
- Huamani (2020). Propuesta de mejora en atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercial – rubro panaderías, caso: panadería la Merced y Punto, Imperial, Cañete 2019. (Tesis inédita de pregrado). Organización de universidades católicas de América Latina y El Caribe. <https://bibliotecadigital.oducal.com/Record/ir-123456789-17123>
- INEI (11.06.2021). *En el Perú existen más de 2 millones 838 mil empresas*. Instituto Nacional de Estadística e Informática. <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-peru-existen-mas-de-2-millones-838-mil-empresas-12937/>

- INEI (2019). *Producción y empleo informal en el Perú*. Instituto Nacional de Estadística e Informática. [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1764/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1764/libro.pdf)
- Jamanca (2018). Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo de excelencia en las micro y pequeñas empresas del sector industrial - rubro panaderías del distrito de Huaraz, 2016. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD\\_98c61b274caa18fd3a5d1ea64b86e553](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_98c61b274caa18fd3a5d1ea64b86e553)
- Jabaloyes Vivas, J.; Carot Sierra, J. M. y Carrión García, A. (2020). *Introducción a la gestión de la calidad*. Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia.
- Ñaupas, H.; Mejía, E.; Novoa, E.; Villagomez, A. (2020). *Metodología de la investigación. Cuantitativa-Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Ediciones de la U.
- Neill, D.; Cortez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Editorial UTMACH. Colección REDES 2017. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12498/1/Procesos-y-FundamentosDeLainvestiacionCientifica.pdf>
- Pat, W. (2017). *Por una atención eficaz al cliente*. Panamerica. Colombia
- Ramírez (2019). Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante del distrito de Huari, 2019. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/17452>

Ramirez (2019). Caracterización de la gestión de calidad y marketing mix en las Mypes del sector comercio, rubro tienda de panadería y pastelería en el distrito de tumbes año -2019. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Roca (2021). Plan estratégico de servicio y atención al cliente en el comercio informal minorista de calzados en el pasaje Ortega y calle Mariano Graneros de la ciudad de La Paz, Bolivia. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Mayor de San Andres.<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/27298/T-2922.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rosas (2019). Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. (Tesis inédita de pregrado). Organización de universidades católicas de América Latina y El Caribe.  
<http://bibliotecavirtualoducal.uc.cl/vufind/Record/oai:localhost:123456789-1608599>

Sanchez (2019). La Calidad de servicio y su relación con la atención al cliente en la empresa américa móvil, Huancayo, 2018. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.  
<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/2798/DANI%20CTAVIANA%20SANCHEZ%20CIPRIANO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sánchez, F. (2019). Tesis. *Desarrollo metodológico de la investigación*. Normas Jurídicas Ediciones.

- Torres (2018). Caracterización de la gestión de calidad bajo la norma sanitaria para la elaboración de productos de panificación en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura – rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Huaraz, 2015. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD\\_d141612d1f6753f9668b120071dbd9e0](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_d141612d1f6753f9668b120071dbd9e0)
- Velasco, J. (2017). *Gestión de la calidad. Mejora continua y sistemas de gestión. Piramide.*
- Vela, M. (2020). *Marketing y Reputación: De la atracción a la confianza.* Paidós Empresa.
- Vidal (2020). Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano, distrito Chimbote, año 2019. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/17452>
- Zeithaml, V.; Parasuraman, A.; Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores.* Madrid: Díaz de Santos, 1993.

# **Anexos**



## Anexo 1: Instrumento de recolección de datos: dirigido a los propietarios



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información de la GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN MYPE RUBRO PANADERÍA-PASTELERÍA, DISTRITO DE INDEPENDENCIA-HUARAZ, 2022, por ello acudo a Ud con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporcione.

Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
--------------	------------------------	----------------------	---------------------	----------------

N°	Variable Gestión de calidad					
<b>D1: Liderazgo</b>						
1	¿Es proactivo y dirige con el ejemplo?					
2	¿Establece una clara visión del futuro de la organización?					
3	¿Implementar estrategias para el logro de objetivos y metas?					
<b>D2: Mejora continua</b>						
4	¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?					
5	¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?					
6	¿Planifica en alineamiento a la misión y visión de la empresa?					
<b>D3: Enfoque en procesos</b>						
7	¿Analiza la data diaria provenientes de los procesos?					
8	¿Implementó sistemas de monitoreo para asegurar calidad del producto?					
9	¿Monitorea el nivel de desempeño del equipo de trabajo?					
<b>D4: Toma de decisiones</b>						
10	¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva y delega?					
11	¿Establece procedimientos para mantener niveles óptimos de desempeño?					
12	¿Se apoya de un plan de capacitación para reducir errores?					

Nota: elaboración propia

## Anexo 2: Instrumento de recolección de datos: dirigido a los trabajadores



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información de la GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN MYPE RUBRO PANADERÍA-PASTELERÍA, DISTRITO DE INDEPENDENCIA-HUARAZ, 2022, por ello acudo a Ud con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporcione.

Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
--------------	------------------------	----------------------	---------------------	----------------

N°	Variable Gestión de calidad					
	<b>D1: Liderazgo</b>					
1	¿Se desempeña con iniciativa?					
2	¿Comprende la visión de la organización?					
3	¿Está comprometido al logro de los objetivos y metas?					
	<b>D2: Mejora continua</b>					
4	¿Analiza la funcionalidad de los procesos a cargo?					
5	¿Propone mejoras de procesos a la empresa?					
6	¿Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa?					
	<b>D3: Enfoque en procesos</b>					
7	¿Registra data a diario provenientes de los procesos?					
8	¿Sigue los sistemas de monitoreo para la calidad?					
9	¿Se compromete en calidad de resultados?					
	<b>D4: Toma de decisiones</b>					
10	¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva?					
11	¿Cumple con el nivel de desempeño esperado?					
12	¿Participa en las capacitaciones?					

### Anexo 3: Instrumento de recolección de datos: dirigido a los clientes



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información de la GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN MYPE RUBRO PANADERÍA-PASTELERÍA, DISTRITO DE INDEPENDENCIA-HUARAZ, 2022, por ello acudo a Ud con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporcione.

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

	1	2	3	4	5
<b>D1. Accesibilidad</b>					
1.- ¿Encuentra usted el producto que busca en la panadería?					
<b>D2. Capacidad de respuesta</b>					
2.- ¿Los trabajadores le brindan una atención rápida?					
3.- ¿La atención al cliente es efectiva?					
<b>D3. Compresión del cliente</b>					
4.- ¿En la panadería se Comprenden sus necesidades y gustos?					
<b>D4. Comunicación</b>					
5.- ¿Los productos cuentan con una etiqueta con el nombre y el precio visible para los clientes?					
6.- ¿Los trabajadores informan sobre los insumos que tiene cada producto si se lo requieren?					
7.- ¿El trabajador atiende con cortesía y amabilidad a los clientes?					
<b>D5. Cortesía</b>					
8.- ¿Los trabajadores responden amablemente a las dudas de los clientes?					
9.- ¿El personal es transparente en su información?					
<b>D6. Credibilidad</b>					
10.- ¿El personal de la empresa le inspira honestidad los clientes?					
<b>D7. Elementos tangibles</b>					
11.- ¿Las instalaciones permiten una atención adecuada?					
12.- ¿Los equipos se encuentran en estado óptimo?					
<b>D8. Fiabilidad</b>					
13.- ¿Cumple con las normas de sanidad para la elaboración de sus productos?					
14.- ¿Su establecimiento está debidamente ordenado y limpio para la elaboración de los productos y la venta de ellos?					
<b>D9. Profesionalidad</b>					
15.- ¿Los trabajadores tienen las habilidades y capacidades para la elaboración de los productos?					
16.- ¿Los trabajadores atienden a los clientes bajo un protocolo establecido?					
17.- ¿Se siente seguro por el trato brindado en la panadería?					
<b>D10. Seguridad</b>					
18.- ¿Los empleados trabajan de forma segura y con estándares de calidad para la elaboración de los productos?					

#### Anexo 4: Matriz indicador preguntas

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Fuente	Escala	Metodología
Gestión de calidad	Principios de Gestión de calidad	Liderazgo	1.-¿Se desempeña con iniciativa? 2.-¿Comprende la visión de la organización? 3.-¿Está comprometido al logro de los objetivos y metas? 4.-¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?	Propietario / trabajador	Lickert	Tipo: cuantitativo
		Mejora continua	5.-¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?			Nivel: descriptivo
		Enfoque en procesos	6.-¿Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa? 7.-¿Registra data a diario provenientes de los procesos? 8.-¿Sigue los sistemas de monitoreo para la calidad? 9.-¿Se compromete en calidad de resultados? 10.-¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva?			Diseño: No experimental, transversal. Técnica; Encuesta
		Toma de decisiones	11.-¿Cumple con el nivel de desempeño esperado? 12.-¿Participa en las capacitaciones?			Instrumento: cuestionario.

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Fuente	Escala	Metodología			
Atención al cliente	Accesibilidad	Capacidad de respuesta	1.- ¿Encuentra usted el producto que busca en la panadería?	Clientes	Lickert	Tipo: cuantitativo			
			2.-¿Los trabajadores le brindan una atención rápida?						
			3.-¿La atención al cliente es efectiva?						
	Compresión del cliente	Comunicación	4.-¿En la panadería se Comprenden sus necesidades y gustos?						
			5.-¿Los productos cuentan con una etiqueta con el nombre y el precio visible para los clientes?						
	Cortesía	Cortesía	6.-¿Los trabajadores informan sobre los insumos que tiene cada producto si se lo requieren?				Nivel: descriptivo		
			7.-¿El trabajador atiende con cortesía y amabilidad a los clientes?						
	Credibilidad	Credibilidad	8.-¿Los trabajadores responden amablemente a las dudas de los clientes?					Diseño: No experimental. Transversal, descriptivo. Técnica: Encuesta	
			9.-¿El personal es transparente en su información?						
	Elementos tangibles	Elementos tangibles	10.-¿El personal de la empresa le inspira honestidad los clientes?						Instrumento: cuestionario
			11.-¿Las instalaciones permiten una atención adecuada?						
	Fiabilidad	Fiabilidad	12.-¿Los equipos se encuentran en estado óptimo?						
			13.-¿Cumple con las normas de sanidad para la elaboración de sus 1.- productos?						
			14.-¿Su establecimiento está debidamente ordenado y limpio para la 1.- elaboración de los productos y la venta de ellos?						
	Profesionalidad	Profesionalidad	15.-¿Los trabajadores tienen las habilidades y capacidades para la elaboración de los productos?						
			16.-¿Los trabajadores atienden a los clientes bajo un protocolo establecido?						
			17.-¿Se siente seguro por el trato brindado en la panadería?						
	Seguridad	Seguridad	18.-¿Los empleados trabajan de forma segura y con estándares de calidad para la elaboración de los productos?						

## Anexo 5: Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES  
CHIMBOTE

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

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

La presente investigación se titula Gestión de calidad basada en la atención al cliente en las mypes, rubro panadería- pastelería, distrito de Independencia-Huaraz, 2022 y es dirigido por el Srta. Flor Lucía Cabello Mentalvo, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es determinar cómo es la gestión de calidad basada en la atención al cliente en las mypes, rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia - Huaraz, 2022. Para ello, se lo invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [florcabello89@gmail.com](mailto:florcabello89@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Maximino Justo Valentín Sotelo

Fecha: Huaraz, 27 de marzo 2022

Correo electrónico: justovalentinjvs@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES  
CHIMBOTE

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

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

La presente investigación se titula Gestión de calidad basada en la atención al cliente en las mypes, rubro panadería- pastelería, distrito de Independencia-Huaraz, 2022 y es dirigido por el Sr. Flor Lucia Cabello Montalvo, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimboté.

El propósito de la investigación es determinar cómo es la gestión de calidad basada en la atención al cliente en las mypes, rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia - Huaraz, 2022. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [florcabello89@gmail.com](mailto:florcabello89@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Angeles de Chimboté.

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

Nombre: Rubi Marisa Banoro Eusebio

Fecha: 27-03-2022

Correo electrónico: rbanoroeusebio@gmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

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



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

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

La presente investigación se titula Gestión de calidad basada en la atención al cliente en las mypes, rubro panadería- pastelería, distrito de Independencia-Huaraz, 2022 y es dirigido por el Srta. Flor Lucía Cabello Montalvo, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es determinar cómo es la gestión de calidad basada en la atención al cliente en las mypes, rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia - Huaraz, 2022. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [florcabello89@gmail.com](mailto:florcabello89@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: ortiz Leon Jhepaxson Erik

Fecha: 27/03/2022

Correo electrónico: ortizleonjh@gmail.com

Firma del participante: [Firma]

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



## Anexo 6: Validación de instrumento

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, CESAR HERNAN NORABUENA MENDOZA identificado con DNI 43278157, **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS (MBA)**:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: cuestionario, elaborado por nombre del estudiante FLOR LUCÍA CABELLO MONTALVO, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES, RUBRO PANADERÍA - PASTELERÍA, DISTRITO DE INDEPENDENCIA-HUARAZ, 2022" que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Huaraz, 21 DE MARZO DEL 2022



(firma) sello

## FICHA DE VALIDACIÓN

Items relacionados a la variable: Gestión de calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente ?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1.- ¿Se desempeña con iniciativa?	X			X		X		X
2.- ¿Comprende la visión de la organización?	X			X		X		X
3.- ¿Está comprometido al logro de los objetivos y metas?	X			X		X		X
4.- ¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?	X			X		X		X
5.- ¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?	X			X		X		X
6.- ¿Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa?	X			X		X		X
7.- ¿Sigue los sistemas de monitoreo para la calidad?	X			X		X		X
8.- ¿Registra data a diario provenientes de los procesos?	X			X		X		X
9.- ¿Se compromete en calidad de resultados?	X			X		X		X
10.- ¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva?	X			X		X		X
11.- ¿Cumple con el nivel de desempeño esperado?	X			X		X		X
12.- ¿Participa en las capacitaciones?	X			X		X		X
<b>Items relacionados con la variable: Atención al cliente</b>								
1.- ¿Encuentra usted el producto que busca en la panadería?	X			X		X		X
2.- ¿Los trabajadores le brindan una atención rápida?	X			X		X		X
3.- ¿La atención al cliente es efectiva?	X			X		X		X
4.- ¿En la panadería se Comprenden sus necesidades y gustos?	X			X		X		X
5.- ¿Los productos cuentan con una etiqueta con el nombre y el precio visible para los clientes?	X			X		X		X
6.- ¿Los trabajadores informan sobre los insumos que tiene cada producto si se lo requieren?	X			X		X		X
7.- ¿El trabajador atiende con cortesía y amabilidad a los clientes?	X			X		X		X
8.- ¿Los trabajadores responden amablemente a las dudas de los clientes?	X			X		X		X
9.- ¿El personal es transparente en su información?	X			X		X		X
10.- ¿El personal de la empresa le inspira honestidad los clientes?	X			X		X		X
11.- ¿Las instalaciones permiten una atención adecuada?	X			X		X		X
12.- ¿Los equipos se encuentran en estado óptimo?	X			X		X		X
13.- ¿Cumple con las normas de sanidad para la elaboración de sus productos?	X			X		X		X
14.- ¿Su establecimiento está debidamente ordenado y limpio para la elaboración de los productos y la venta de ellos?	X			X		X		X
15.- ¿Los trabajadores tienen las habilidades y capacidades para la elaboración de los productos?	X			X		X		X
16.- ¿Los trabajadores atienden a los clientes bajo un protocolo establecido?	X			X		X		X
17.- ¿Se siente seguro por el trato brindado en la panadería?	X			X		X		X
18.- ¿Sus empleados trabajan de forma segura y con estándares de calidad para la elaboración de los productos?	X			X		X		X

¡Muchas gracias por su colaboración!



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, CRYSDER MOISÉS VALDIVIEZO SARAVIA identificado con DNI 00097128, **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA:**

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: cuestionario, elaborado por nombre del estudiante FLOR LUCÍA CABELLO MONTALVO, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "GESTIÓN DE CALIDAD BASADA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES, RUBRO PANADERÍA - PASTELERÍA, DISTRITO DE INDEPENDENCIA-HUARAZ, 2022" que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Huaraz, 22 DE MARZO DEL 2022

 UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES  
INSTITUTO HUARAZ  
Escuela Profesional de Administración

  
Crystel M. Valdiviezo Saravia  
Docente Tutor Investigador

## FICHA DE VALIDACION

Items relacionados a la variable: Gestión de calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más items para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1.- ¿Se desempeña con iniciativa?	X			X		X		X
2.- ¿Comprende la visión de la organización?	X			X		X		X
3.- ¿Está comprometido al logro de los objetivos y metas?	X			X		X		X
4.- ¿Analiza la funcionalidad de los procesos de la empresa?	X			X		X		X
5.- ¿Propone estrategias para dar cumplimiento a los objetivos de la empresa?	X			X		X		X
6.- ¿Ejecuta en alineamiento a la misión y visión de la empresa?	X			X		X		X
7.- ¿Sigue los sistemas de monitoreo para la calidad?	X			X		X		X
8.- ¿Registra data a diario provenientes de los procesos?	X			X		X		X
9.- ¿Se compromete en calidad de resultados?	X			X		X		X
10.- ¿Al identificar resultados no deseables, toma acción correctiva?	X			X		X		X
11.- ¿Cumple con el nivel de desempeño esperado?	X			X		X		X
12.- ¿Participa en las capacitaciones?	X			X		X		X
<b>Items relacionados con la variable: Atención al cliente</b>								
1.- ¿Encuentra usted el producto que busca en la panadería?	X			X		X		X
2.- ¿Los trabajadores le brindan una atención rápida?	X			X		X		X
3.- ¿La atención al cliente es efectiva?	X			X		X		X
4.- En la panadería se comprenden sus necesidades y gustos?	X			X		X		X
5.- ¿Los productos cuentan con una etiqueta con el nombre y el precio visible para los clientes?	X			X		X		X
6.- ¿Los trabajadores informan sobre los ingredientes que tiene cada producto si se lo requieren?	X			X		X		X
7.- ¿El trabajador atiende con cortesía y amabilidad a los clientes?	X			X		X		X
8.- ¿Los trabajadores responden amablemente a las dudas de los clientes?	X			X		X		X
9.- ¿El personal es transparente en su información?	X			X		X		X
10.- ¿El personal de la empresa le inspira honestidad los clientes?	X			X		X		X
11.- ¿Las instalaciones permiten una atención adecuada?	X			X		X		X
12.- ¿Los equipos se encuentran en estado óptimo?	X			X		X		X
13.- ¿Cumple con las normas de sanidad para la elaboración de sus productos?	X			X		X		X
14.- ¿Su establecimiento está debidamente ordenado y limpio para la elaboración de los productos y la venta de ellos?	X			X		X		X
15.- ¿Los trabajadores tienen las habilidades y capacidades para la elaboración de los productos?	X			X		X		X
16.- ¿Los trabajadores atienden a los clientes bajo un protocolo establecido?	X			X		X		X
17.- ¿Se siente seguro por el trato brindado en la panadería?	X			X		X		X
18.- ¿Sus empleados trabajan de forma segura y con estándares de calidad para la elaboración de los productos?	X			X		X		X

¡Muchas gracias por su colaboración!



MBA. *Myther M. Valdiviezo Saravia*  
Docente Tutor Investigador

## Anexo 7: Reporte turnitin

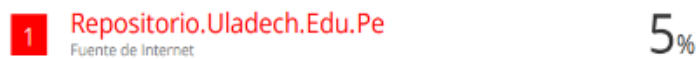
Autor de la entrega:	FLOR LUCIA CABELLO MONTALVO
Título del ejercicio:	turnitin-informe final Sección 2 (Moodle TT)
Título de la entrega:	INFORME FINAL TESIS
Nombre del archivo:	81245_FLOR_LUCIA_CABELLO_MONTALVO_INFORME_FINAL_T...
Tamaño del archivo:	1.31M
Total páginas:	95
Total de palabras:	17,748
Total de caracteres:	100,242
Fecha de entrega:	22-may.-2022 02:50p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entre...	1841866281

### INFORME FINAL TESIS

#### INFORME DE ORIGINALIDAD



#### FUENTES PRIMARIAS



Excluir citas    Activo    Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía    Activo

## Anexo 8: Constancia de no adeudo

USER: 42173873

Nro: 162022-00005277  
Fecha: 19-05-2022 15:16

### CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) CABELLO MONTALVO FLOR LUCIA, con código de matrícula 0811111042, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

TRUJILLO, 19 DE MAYO DEL 2022.



\_\_\_\_\_  
V°B° CAJA

\_\_\_\_\_  
V°B° BIBLIOTECA (\*)

\_\_\_\_\_  
V°B° LABORATORIO/ CLINICA (\*)

(\*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.