



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA,  
RUBRO ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍAS DE  
LAS URBANIZACIONES NICOLÁS GARATEA Y JOSÉ CARLOS  
MARIÁTEGUI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2018.

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

**AUTOR:**

YAUCE ORMEÑO, ABEL AMIEL

ORCID: 0000-0002-9167-4507

**ASESORA:**

ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA

ORCID: 0000-0001-6079-2319

**CHIMBOTE - PERÚ**

**2021**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Yauce Ormeño, Abel Amiel

ORCID: 0000-0002-9167-4507

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

### **ASESOR**

Zenzain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad De Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Carrera Profesional de Ciencias Administrativas, Chimbote, Perú.

### **JURADO**

Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Carmen Rosa Azabache Arquinio

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Victor Hugo Espinosa Otoyá

ORCID: 0000-0002-7260-5581

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Carmen Rosa Azabache Arquinio

Miembro

Víctor Hugo Espinosa Otoyá

Miembro

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por acompañarme y guiarme a lo largo de la vida, por ser mi fortaleza en situaciones difíciles y por brindarme su protección en todo momento.

A la universidad Uladech Católica, por darme la oportunidad de ser alumno de la carrera profesional de administración y por brindarme las herramientas necesarias para llevar a cabo esta investigación.

A mi asesora Carmen Zenozain, por enseñarme sus conocimientos de investigación y por guiarme en cada una de las etapas de este proyecto.

## **DEDICATORIA**

A mi madre por ser la persona más importante en mi vida y por estar siempre presente en mi formación académica.

A mi padre por sus consejos de siempre salir adelante y cumplir con los objetivos trazados.

A mi hermana que siempre ha estado a mi lado ayudándome a cumplir mis objetivos y motivándome siempre a terminar mi carrera profesional.

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018. Será de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, de diseño no experimental y transversal, la población muestral de 6 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento con un cuestionario de 23 preguntas y se obtuvieron los siguientes resultados: La mayoría (66.00%) de los representantes tienen de grado de instrucción educación básica. La mayoría (83.00%) de los representantes desempeñan el cargo de dueño. La mayoría relativa (66.00%) de las micro y pequeñas empresas tienen de 4 a 6 años de permanencia en el rubro. La mayoría (83.00%) de los representantes de las micro y pequeñas empresas si conocen el termino gestión de calidad. La mayoría relativa (83.33%) de los representantes mencionan que las dificultades que tienen los trabajadores que impide la implementación de la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios. La mayoría (100%) de los representantes de las micro y pequeñas empresas si conocen el termino atención al cliente. Se concluye que se debe realizar capacitaciones en lo que se refiere a gestión de calidad a los representantes para que de esta manera tengan el conocimiento de cómo mejorar el proceso de elaboración y producción de sus productos, así mismo informarse en lo que son los principios de la gestión de calidad para que lo apliquen en sus negocios.

Palabras clave: Atención, calidad, cliente, gestión, elaboración y productos.

## **ABSTRACT**

The general objective of this research work was to determine the main characteristics of quality management in customer service of micro and small companies in the industrial sector, item preparation of bakery products in the Nicolás Garatea and José Carlos Mariátegui urbanizations, District of Nuevo Chimbote, 2018. The sample population of 11 micro and small companies will be quantitative, descriptive level, non-experimental and cross-sectional, to whom the survey technique and the instrument with a questionnaire of 23 questions and The following results were obtained: The majority (66.00%) of the representatives have a basic education degree. The majority (83.00%) of the representatives hold the position of owner. The relative majority (66.00%) of micro and small companies have been in the business for 4 to 6 years. The majority (83.00%) of the representatives of micro and small companies do know the term quality management. The relative majority (83.00%) of the representatives mention that the difficulties faced by workers that prevent the implementation of quality management is the lack of initiative. The majority (100%) of the representatives of micro and small businesses do know the term customer service. It is concluded that training must be carried out regarding quality management to the representatives so that in this way they have the knowledge of how to improve the process of elaboration and production of their products, as well as inform themselves about the principles of quality management so that they apply it in their businesses.

Keywords: attention, quality, client, management, preparation and products.

## CONTENIDO

1. Título de la tesis .....	i
2. Equipo de Trabajo .....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor .....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria (opcional) .....	iv
5. Resumen y abstract .....	vi
6. Contenido .....	viii
7. Índice de gráficos, tablas y cuadros .....	ix
<b>I. Introducción</b> .....	1
<b>II. Revisión de literatura</b> .....	12
<b>III. Hipótesis</b> .....	48
<b>IV. Metodología</b> .....	49
4.1. Diseño de la investigación .....	49
4.2. Población y muestra .....	50
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores .....	51
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	54
4.5. Plan de análisis .....	54
4.6. Matriz de consistencia .....	55
4.7. Principios éticos .....	57
<b>V. Resultados</b> .....	60
5.1 Resultados .....	60
5.2 Análisis de resultados .....	65
<b>VI. Conclusiones</b> .....	73
Aspectos complementarios .....	75
Referencias bibliográficas .....	76
Anexos .....	79

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las Urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018 .....	60
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las Urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018 .....	61
Tabla 3. Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las Urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018 .....	62

## **I. INTRODUCCIÓN**

Las Micro y pequeñas empresas en el Perú son de demasiada importancia por su aportación a la procreación de trabajo y además por su colaboración en el crecimiento socioeconómico de las regiones en donde se encuentran, por otra parte, las microempresas se crean por el vacío que ocasiona la propia imperfección del mercado y por la incompetencia de las grandes empresas y las políticas económicas de los gobiernos para producir empleo y buscar la solución para reducir el problema de la pobreza. Las Micro y pequeñas empresas son importantes porque permiten a las personas hacer negocio, generar ingresos y empleo en el país.

Las Micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de la elaboración de productos de panadería en las urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui ubicadas en el distrito de Nuevo Chimbote, son de gran importancia para las personas, ya que de esta manera pueden hacer negocio, ganar dinero para mejorar su calidad de vida y generar empleo en su localidad, pero a pesar de ser importantes muchas de ellas tienen problemas que les impide permanecer en el mercado, una de ellas es la mala gestión de calidad en atención al cliente, debido a que el tiempo de espera para ser atendido es demasiado por el poco personal existente para atender a los clientes, la escasa comunicación que hay entre los trabajadores y los clientes, impide una adecuada solución en caso de queja o reclamo.

Esto se debe a que los dueños de las empresas son personas que no tienen los conocimientos necesarios para poder gestionar adecuadamente sus empresas, por lo tanto, están cometiendo errores en cuanto a la atención que brindan a sus clientes, generándose una preocupación, pues sin clientes las empresas desaparecerían del sector en el que se encuentran ubicadas. Por otra parte, los dueños de las empresas no cuentan con los recursos económicos suficientes para asesorarse en

gestión de calidad y atención al cliente, generando que no puedan dirigir su negocio de forma productiva.

En consecuencia, la mala atención al cliente hace que ellos decidan irse a la competencia, por lo tanto, la empresa pierde a sus clientes; por otro lado, se genera la dificultad para la obtención de nuevos clientes, ya que un cliente insatisfecho puede comunicar su insatisfacción a sus amigos, familiares, conocidos y hacerlo extensivo en sus redes sociales. Asimismo, todo esto ocasionaría pérdidas económicas debido a todos los factores negativos encontrados como pérdida de clientes, publicidad negativa y un personal desmotivado, lo cual generaría un desequilibrio en las empresas que en poco tiempo quebrarían por estos factores. La solución a este problema es que los dueños de la empresa tienen que asesorarse en gestión de negocios para así poder mejorar cada aspecto negativo que tiene su empresa y de esa forma hacer que la empresa crezca y sea productiva.

La investigación se justificó porque permitió brindar información a los representantes de las micro y pequeñas empresas sobre gestión de calidad y atención al cliente, para mejorar todas las dificultades y prevenir errores en su proceso administrativo vinculado a la atención al cliente. Por otra parte, permitió que los dueños de las empresas en estudio tengan una información más detallada sobre qué piensan los clientes de las urbanizaciones Nicolas Garatea y José Carlos Mariátegui del distrito de Nuevo Chimbote acerca de sus empresas para así mejorar cada aspecto negativo de ellas. Además, permitió a través de la investigación, que los dueños de las empresas en estudio tengan la información exacta de cómo hacer crecer y expandir sus negocios dirigiendo de forma correcta y con la posibilidad de abrir sucursales para el beneficio de ellos y la sociedad.

La Unión Europea, por medio de Small Business Act, estableció un contexto para las normativas con respecto a las pymes, de manera que busca promover el emprendimiento en Europa, favoreciendo el marco regulador y de políticas con respecto a las pymes, quitando

obstáculos que dificultan su adecuado crecimiento, como el ingreso al financiamiento. Por otro lado, la Unión Europea impulsa el emprendimiento por medio de un programa de trabajo llamado Entrepreneurship 2020 Action Plan. Este programa aparece por la necesidad de generar nuevos empleos por medio de nuevos negocios. El propósito fundamental se orienta en tres bases esenciales. El primero se fundamenta en incrementar la enseñanza de los emprendedores. El segundo se enfoca en quitar impedimentos administrativos. El tercero promueve la cultura empresarial en la unión europea. (Orueta et al., 2017).

En Europa, por ejemplo, en España, las pequeñas y medianas empresas, continúan siendo el foco de interés de cuantiosos trabajos, principalmente por su enorme capacidad de producir trabajos, del mismo modo la labor fundamental que desempeñan como generadoras de dinero. Lo cual ha proporcionado un importante entendimiento acerca de sus características y sus vínculos con el ámbito financiero. Sin embargo, las pymes continúan carentes de argumentos operativos que, de manera constante, sitúen de manifiesto su problemática y sus planes al objetivo de simplificar la toma de decisiones, tanto desde una perspectiva política y medidas que se comprometan aceptar las empresas para optimizar su gerencia, su eficacia y sus rendimientos, tanto de política local o internacional, con la finalidad de establecer y adherir proyectos de ejecución por parte de las diversas gerencias para posibilitar que las pyme enfrenten con el óptimo escenario corporativo y con políticas apropiadas los más rigurosos desafíos competitivos. (Aragón Sánchez et al., 2016).

En Alemania, las pymes han sido consideradas por varios años el apoyo fundamental de la economía alemana. En su gran representación, estas empresas son familiares, con peculiaridad muy propias y con sentido de dominio en cada uno de sus trabajadores, estas empresas son dirigidas por sus propios dueños y pasan de generación en generación. Estas características nos

dan una percepción acerca de la búsqueda sostenible y perdurable en las negociaciones, debido a que se trata de que estas empresas se mantengan en el tiempo para que de esta manera los herederos puedan hacerse cargo de ellas y dirigir las. (Remy, 2017).

En Italia, las pequeñas y medianas empresas son el equilibrio y parte importante de la economía de cualquier país. Este es el caso de Italia donde las estadísticas más recientes indican que hay 140,362 pymes en el país. entre la cuales 115,773 son pequeñas empresas y 24,589 son medianas empresas. Las pymes en Italia han llegado a facturar un total de 871,000 millones de euros aproximadamente. Las pymes de acuerdo a la normativa europea (Recomendación 2003/361/CE) son aquellas empresas que cuentan con los siguientes requisitos: Dan trabajo a menos de 250 personas. El volumen del negocio en un año no puede sobrepasar los 50 millones de euros o su balance general en un año no sobrepase la cantidad de 43 millones de euros. Las pymes se han desarrollado de forma sostenida, de manera que han duplicado su número en los últimos dos años. Sin embargo, Italia todavía está lejos de llegar a ser igual a los otros países europeos que proporcionan una atención diferenciada a los negocios de este sector económico. (Rodríguez & Musto, n.d.).

En América Latina, las micro y pequeñas empresas están tomando progresivamente mayor importancia debido al impacto positivo que viene teniendo en muchos países de la región, sin embargo, su producción es comercializada principalmente en el mercado local por lo que una parte significativa de la población y de la economía de la región de América Latina dependen de su actividad. Al mismo tiempo, a diferencia de lo que ocurre en los países más desarrollados, la participación de las pymes en las exportaciones es bastante reducida como resultado de un escaso desempeño en términos de competitividad, que también se expresa en la marcada brecha de productividad respecto de las grandes empresas. (Castro Atoche & Corzo Meléndez, 2015).

En Argentina, las pymes son el impulso de toda sociedad. En el caso de Argentina cuenta con más de 600 mil. En este caso en particular tenemos al 15% de la población entre los 18-64 años es trabajadora o dueño de su propio negocio con un tiempo entre 3,5 años de antigüedad, de acuerdo a los datos del Global Entrepreneurship Monitor. Sin embargo, la tasa de fracaso en el periodo de un año es muy alta. Por otra parte en lo se refiere al mercado el cliente es el principal perjudicado debido a que una organización frágil en la empresa y un limitado asesoramiento dirige a una mala atención hacia los clientes, no considerando sus necesidades y reclamos en lo que se espera del producto o del servicio. (Paulise, 2015).

En Chile, las micro, pequeñas y medianas empresas tienen un papel importante en el país, debido a que, con su aporte, de la manera que lo hagan sea ofertando bienes y servicios o requiriendo y comprando insumos, establecen una pieza importante en el comienzo de la actividad económica. Por otra parte, las mayores porciones de estas empresas poseen dificultades de gestión de diferentes índoles, las cuales generan que las empresas de menor tamaño sean menos rentables. Asimismo, gran porción de trabajadores en Chile posee algún vínculo con las empresas que se desempeñan en el sector de mipymes, contribuyendo puestos de trabajo formal que dan trabajo por lo menos a la mitad de la población trabajadora del país. (Diban Hollstein & Riquelme Salinas, 2015).

En Ecuador, las pymes ayudan a activar la economía nacional, esto se debe a que sus costos de inversión son bajos, lo que también le permite afrontar adecuadamente los cambios del mercado. Las ciudades del Ecuador, cuentan con un rápido incremento y desarrollo en lo que se refiere a las pymes, sin embargo, estas tienen que afrontar la disputa de grandes empresarios con poderío económico que vienen de ciudades grandes, quienes se distinguen por su elevado nivel de rendimiento el cual es conseguido por la adecuada aplicación de la administración de

procedimientos en sus procesos, aspecto que los coloca en desventaja. Las pymes son generadoras de puestos de trabajo para el país, es indispensable que las pymes consigan adquirir un desarrollo sostenible en el tiempo a través de procedimientos y productos de calidad. (Yance Carvajal et al., 2017).

Pero, este problema no solamente es a nivel internacional sino también nacional; en nuestro país, las Micro y pequeñas empresas surgen como consecuencia del ascendente desempleo existente, pero principalmente como una demostración clara del emprendimiento y el deseo de la autonomía laboral y económica. Por otra parte, las Mypes tienen como importancia generar empleo ya que están dirigidas a las principales actividades económicas que presenta el Perú. (Uribe Hernández, 2016).

A pesar de ser importantes la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen problemas que les impide permanecer en el mercado, una de ellas es la mala gestión de calidad en atención al cliente esto se debe a que el tiempo que espera el cliente para ser atendido es mucho, el poco personal de la empresa, la falta de comunicación y el poco asesoramiento que tienen los trabajadores en caso de que se presente una queja o reclamo entre otros problemas. (Belzusrri Padilla et al., 2018).

En Perú, las mype son una unidad económica que realiza una persona natural o jurídica, bajo cualquier modo de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de transformación, extracción, comercialización y producción de bienes o prestaciones de servicios, que se encuentra regularizada en el TUO (Texto Único Ordenado) Dec. Leg. N° 1086. Por otra parte, se estima como características generales en lo que se refiere al comercio y administración de las mypes las siguientes:

- Su administración es independiente. Por lo habitual son administradas y elaboradas por sus propios propietarios.
- El local es pequeño y su campo de trabajo es reducido.
- Cuentan con un limitado asesoramiento en el trabajo.
- Dan trabajo generalmente entre cinco a diez personas.
- Cuentan con capital limitado.
- Cuentan con un acceso limitado a la tecnología. (Huamán Balbuena, 2016).

En Ancash, las micro y pequeñas empresas son de gran importancia para toda la región debido a que forman personas emprendedoras que crean su propia empresa convirtiéndose así en su propio jefe y con el propósito de hacer crecer el negocio. Sin embargo a pesar de ser relevantes muchas de ellas tienen dificultades que les imposibilita seguir en el mercado una de las causas es la mala gestión de calidad en atención al cliente, otra sería la mala dirección de las empresas debido al poco asesoramiento que tienen los dueños en lo que se refiere a gestión de negocios, otra sería la mala administración de la empresa debido al poco conocimiento que tienen los dueños en lo que se refiere a los procesos administrativos y a los pocos recursos generados por la empresa.

En el distrito de Nuevo Chimbote donde se desarrolló la investigación existen micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de elaboración de productos de panaderías. Pero se desconoce si estas micro y pequeñas empresas utilizan la gestión de calidad en atención al cliente. Por lo tanto, se planteó la siguiente pregunta de investigación ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, distrito de Nuevo Chimbote, 2018? Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general. Determinar las principales

características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018. Para alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos. Definir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018. Identificar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

La presente investigación se justificó porque se observó, investigo y analizo la problemática de las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente. Además, esta investigación es importante debido a que fue dirigido a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, que se dedican al rubro de elaboración de productos de panaderías de las urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui en el Distrito de Nuevo Chimbote. De igual manera la investigación fue importante debido a que ayudo a otorgar información más detallada sobre la investigación en estudio. Asimismo, la investigación ayudara a otros estudiantes como una referencia en estudio de información detallada y como un antecedente para sus proyectos de investigación de tesis.

La metodología que se utilizó en la presente investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y de diseño no experimental transversal. Fue de tipo cuantitativo porque se utilizó

instrumentos de medición y evaluación. Fue de nivel descriptivo porque solo se describió las principales características de la variable gestión de calidad y la técnica administrativa atención al cliente tal y como se presenta en la realidad de las micro y pequeñas empresas. Fue de diseño no experimental porque no se manipulo la variable gestión de calidad en atención al cliente solo se presentó conforme la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones. Fue de diseño transversal porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado el cual tendrá un inicio y un fin específicamente el año 2018. Para el recojo de información se utilizó una población muestral de 6 micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las Urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018, a quienes se les aplico un cuestionario estructurado con preguntas cerradas, dicotómicas, politómicas, de intervalo, de alternativa múltiple, etc. las cuales estuvieron divididas en 5 preguntas para los representantes de las micro y pequeñas empresas, 4 preguntas referidas a las micro y pequeñas empresas y 14 preguntas sobre la variable gestión de calidad en atención al cliente. Se obtuvieron los siguientes resultados, la edad de los representantes que son el 66.00% tiene entre 31 a 50 años de edad. El género de los representantes que son el 50% son de género masculino. El grado de instrucción de los representantes que son el 66.00% tienen grado de educación básica. El cargo que desempeñan los encuestados que son el 83.00% es de dueños de la empresa. El tiempo que desempeñan en el cargo los representantes que son el 66.00% es de 4 a 6 años. El tiempo de permanencia de las Mype en el rubro según la encuesta es del 66.00% que va desde 4 a 6 años. El número de trabajadores de las Mype según la encuesta es del 66.00% que va desde 6 a 10 trabajadores. Las personas que trabajan en la empresa según la encuesta es del 66.00% y son personas no familiares. El objetivo de creación de las mypes según la encuesta es del 83.00% lo que significa generar ganancia. En lo que se refiere al termino gestión de calidad, según la

encuesta el 83.00% de los representantes si conocen el termino gestión de calidad. En cuanto a las técnicas modernas de la gestión de calidad, según la encuesta el 100% de los representantes conocen las técnicas de atención al cliente. En cuanto a las dificultades que tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad, según la encuesta el 83.00% de los representantes afirman que los trabajadores no se adaptan a los cambios. Referente a las técnicas para medir el rendimiento del personal, según la encuesta el 83.00% de los representantes utilizan la técnica de observación. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, según la encuesta el 100% de los representantes afirmaron que sí. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa, según la encuesta el 83.00% de los representantes afirmaron que sí. Conoce el termino atención al cliente, según la encuesta el 100% de los representantes afirmaron que sí. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, según la encuesta el 83.00% de los representantes afirmaron que sí. Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento, según la encuesta el 100% de los representantes afirmaron que sí. En lo que se refiere a las herramientas que utiliza para un servicio de calidad, según la encuesta el 66.00% de los representantes utilizan la comunicación. En cuanto a los principales factores de calidad en el servicio que brindan, según la encuesta el 83.00% de los representantes utilizan la rapidez en la entrega de los productos. En cuanto a la atención que brinda a los clientes, según la encuesta el 100% de los representantes afirman que es buena. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente, según la encuesta el 100% de los representantes afirman que, si brindan una buena atención al cliente. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente, según la encuesta el 66.00% de los representantes afirman que han logrado clientes satisfechos. La investigación concluyo, que la mayoría relativa de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad entre 31

a 50 años. La mayoría de los representantes son de género masculino. La mayoría de los representantes tienen de grado de instrucción educación básica. La mayoría de los representantes desempeñan el cargo de dueño. La mayoría relativa de los representantes mencionan que tienen de 4 a 6 años en el cargo.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

#### **Antecedentes Internacionales.**

Burgos (2017) en su investigación *Desarrollo del sistema de Gestión de Calidad en el Restaurante – Bar Ouzo Azul S.A.S. Bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008*, Tiene como objetivo general Desarrollar el sistema de gestión de calidad para el restaurante – Bar Ouzo Agave Azul S.A.S (Santa Marta, Magdalena) bajo los lineamientos de la norma ISO 9001: 2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008 que estandarice sus procesos y valore el riesgo del sistema. La metodología utilizada tuvo una parte cualitativa, ya que se hizo levantamiento directo de la información y análisis de opiniones de clientes y empleados, y cuantitativa ya que se usaron métodos matemáticos como el uso de tableros de control y métodos estadísticos para evaluación de resultados de encuestas, además de datos numéricos para evaluar las condiciones iniciales de la entidad y la manera en que dichas condiciones afectaban los costos de la empresa. Por consiguiente, la investigación fue de tipo mixta, porque se recolectaron, analizaron, reportaron e interpretaron los datos cuantitativos y cualitativos que representan métodos mutuamente complementarios para lograr el objetivo principal del presente proyecto. La investigación obtuvo los siguientes resultados. El 60.6% de los encuestados mencionan que no tuvieron que esperar mucho tiempo para recibir su pedido. El 51.4% mencionan que no tuvieron que esperar para conseguir una mesa dentro del establecimiento. El 61.8% mencionan que el promedio de tiempo que tuvieron que esperar no estuvo de acuerdo con el que le informaron inicialmente. El 34.4% menciona que no tuvo que esperar mucho tiempo. La investigación concluye en la realización de un diagnóstico de cada de cada una de las normas, la primera de ellas, con una matriz aplicable a cualquier organización que refleja la información

por medio de diagrama de redes dando una visión a nivel general y específica del cumplimiento de los numerales de la norma, para finalmente generar un plan de acción a realizar como primer paso para el diseño del SGC y una lista de chequeo de la norma NTS USNA 008 donde se evidenciaron los requisitos que requerían acciones de cumplimiento. La formulación de tableros de control que mostraron los puntos de descontrol del proceso de ingreso al establecimiento, reflejando en sus extensos tiempos de espera tanto en fila como en atención. La creación del procedimiento y matriz de gestión de los riesgos, donde se tomó como base además de las normas ya expuestas, la norma ISO 31000, y que se gestionó con cada uno de los procesos existentes en el mapa de procesos de la organización, dando como resultado un balance de los aspectos de mayor vulnerabilidad ubicados en los procesos de dirección, atención y manufactura, con sus respectivos controles.

Causante (2015) en su investigación *La eficiencia en las micropymes propuesta de un modelo de Gestión Aplicable a Micropymes*, Tiene como objetivo general Proporcionar una metodología que permita a las microempresas implantar un sistema de gestión de un modo accesible y eficaz, con objeto de que puedan “profesionalizar” su gestión y reducir la incertidumbre inherente a la toma de decisiones empresariales. La metodología utilizada fue de fuentes secundarias como el Instituto Nacional de Estadística. El análisis empírico comprende el desarrollo de un trabajo de campo ad hoc que recoge y analiza la opinión de gerentes de micropymes, acerca de las practicas y los sistemas de gestión que conocen y utilizan habitualmente, así como de los elementos que consideran importantes para definir un modelo de gestión. Para acceder a los encuestados se ha contado con la colaboración del ayuntamiento de Santander, de la Federación de Empresarios del Comercio de burgos y de la red social LinkedIn.. La investigación obtuvo los siguientes resultados. El 40 % de los encuestados mencionan que ninguno de ellos conocen los

modelos de gestión. El 83% mencionan que ninguno conoce los modelos de gestión. El 37% mencionan que cada 6 meses definen objetivos medibles para su negocio. El 69% mencionan que periódicamente a intervalos definidos analizan los datos e información disponibles. El 34 % mencionan que la toma de decisiones que afectan a su negocio se realiza en base a su experiencia profesional. La investigación concluye que las micropymes son importantes para el tejido empresarial español y en consecuencia para el crecimiento económico y el sostenimiento del empleo de nuestro país. Además recogen aquellas relaciones con la aplicabilidad de los principales modelos de gestión (incluyendo modelos de gestión de calidad, dirección estratégica y calidad de servicio) en una micropyme. Los modelos de gestión son aplicables a este tipo de organizaciones.

Hidalgo (2015) en su investigación *Modelo de gestión para mejorar la calidad de atención al usuario del gadm canton Babahoyo*, Tiene como objetivo general Diseñar un Modelo de Gestión para el mejoramiento de la calidad de atención al usuario del GADM Del Cantón Babahoyo. La metodología utilizada fue Histórico Lógico, el mismo que permitirá conocer las actividades realizadas por la anteriores Administraciones y poseer datos específicos en la actual situación de la Atención al Usuario. Analítico Sintético, Que permitirá realizar un estudio específicos de todos los factores relacionados con la Atención a los usuarios del GADM de Babahoyo. Método Inductivo y Deductivo, Que permitirá lograr los objetivos propuestos y ayudarán a verificar las variables planteadas. La investigación obtuvo los siguientes resultados. Existe un 95% de los encuestados indican estar de acuerdo en la creación de un Departamento exclusivo para atender las necesidades de los usuarios. El 50% coincidió que el área de Catastro Urbano y Rural debería mejorar su sistema de atención a los usuarios. Un 36% manifestó que la atención recibida es Mala. La mayoría de los usuarios 72% se acercan a cada una de las dependencias mas de 20 veces en un año. Existe un 40% de los encuestados que indican conocer la ubicación de las dependencia de la

municipalidad. El 40% de los empleados encuestados laboran entre 3 y 5 años, manifestando que periódicamente son removidos de sus área de trabajo por disposición de la Administración. El 50% de los encuestados indica que el ambiente laboral es Muy Bueno, porque poseen una infraestructura adecuadas, equipos informaticos, etc. El 56% de los empleados manifiesta que estos no están bien establecidos, indicando en muchas ocasiones que incluso, muchos no han sido creados, No existe un organigrama funcional de los procesos y actividades operativas o administrativas debidamente analizadas y aceptadas de manera previa. El 64% del personal encuestado indica que no existen controles establecidos para las actividades realizadas, falta de supervisor, lo cual podría ser en muchos de los casos la principal causa de que los Servicios tengan al final problemas de diverso tipo, ocasionando insatisfacción en los usuarios. El 52% de los empleados encuestados firmaron que es el área de Administración/Secretaria, prestan una buena atención debido a que en estos departamentos existe la logística necesaria para atender al público (TV, sala de espera, Break, etc). El 40% de los funcionarios encuestados aprueban la creación de un departamento exclusivo del Atención a los usuarios. La investigación concluye con la bibliografía existente referente a modelos de gestión de calidad muestra innumerables opciones para mejorar la administración de las empresas públicas y privadas. Temas como las 5S, administración por procesos, gestión por objetivos, ISO, entre otras normativas, son de gran ayuda actualmente y se han ido actualizando y adaptando a la realidad de las compañías de gran manera. Sin embargo es la normativa ISO 9001 2008 (última actualización) la que se muestra más completa, al abarcar tema importantes como el enfoque al cliente, los indicadores de gestión y manejo de acciones correctivas y preventivas, entre otros temas que son, a la fecha, importantes para la mejora de los procesos de atención a los usuarios del GADM del cantón Babahoyo.

### **Antecedentes Nacionales.**

Ruiz (2018) En su investigación *La Gestión de Calidad y el uso del Marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro panaderías del Distrito de Sullana, año 2018*, Tiene como objetivo general Determinar cuáles son las características de la Gestión de la Calidad con el uso del marketing en las Micro y Pequeñas empresas del rubro panaderías del Distrito de Sullana, año 2018. La metodología utilizada fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y de diseño no experimental es decir únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren. En el caso de esta investigación se buscó encontrar las características del sistema de gestión de calidad y el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas rubro panaderías del distrito de Sullana año 2018, la población y muestra en estudio es la misma y estará conformada por los clientes de las panaderías, y la técnica fue la encuesta con el instrumento de cuestionario. La investigación obtuvo los siguientes resultados. En la tabla 1 y figura 1 en su grafico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 50% manifestaron que siempre las panaderías cumplen con sus expectativas.

En la Tabla 2 y figura 2 en su grafico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 60% manifestaron que siempre se sienten satisfechos con los productos de las panaderías. En la Tabla 3 y su figura 3 en su grafico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 63% manifestó las panaderías siempre se preocupan por cumplir sus necesidades. En la Tabla 4 y figura 4 en su grafico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 59% manifestó que las panaderías siempre tienen mejoras continuas en sus productos. En la Tabla 5 y figura 5 en su grafico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 65% manifestó que las panaderías siempre se esfuerzan en plantearse mejoras continuas para los clientes. En la Tabla 6 y figura 6 en su grafico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 66% manifestó

que los trabajadores siempre están comprometidos en brindar un buen servicio de calidad. En la Tabla 7 y figura 7 en su grafico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 47% manifestó que siempre estas panaderías si cuentan con procesos de calidad en sus productos. En la Tabla 8 y figura 8 en su grafico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 47% manifestó que siempre las panaderías mejoran su producto para la satisfacción de los clientes. En la Tabla 9 y figura 9 en su grafico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 53% manifestó que siempre tener clientes satisfechos depende mucho de los productos que se les brinda. En la Tabla 10 y figura 10 en su grafico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 53% manifestó que siempre la satisfacción sirve para que la empresa sea más competitiva. En la Tabla 11 y figura 11 en su grafico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 47% manifestó que las panaderías siempre cuentan con una buena posición que la competencia. En la Tabla 12 y figura 12 en su gráfico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 57% manifestó que siempre la innovación de los productos es muy importante para la posición de la empresa. En la Tabla 13 y figura 13 en su grafico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 49% manifestó que las panaderías si cuentan con estrategias para fidelizar a los clientes. En la tabla 14 y figura 14 en su grafico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 50% manifestó que siempre acuden con frecuencia a las panaderías. En la Tabla 15 y figura 15 en su grafico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 48% manifestó que siempre comparan los precios de sus compras. En la Tabla 16 y figura 16 en su grafico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 68% manifestó que siempre tiene que ver el precio en la calidad de los productos. En la Tabla 17 y figura 17 en su grafico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 40% manifestó que la publicidad de las panaderías siempre es a través del su local. En la Tabla 18 y figura 18 en su grafico se puede

observar que el total de los clientes encuestados el 44% manifestó que las panaderías siempre destacan las características de su producto. En la Tabla 19 y figura 19 en su grafico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 50% manifestó que siempre contar con una calidad en los productos hace que las panaderías tengan una buena rentabilidad. En la Tabla 20 y figura 20 en su grafico se puede observar que el total de los clientes encuestados el 44% señalo que las panaderías casi siempre mejoran su imagen para tener una buena posición. La investigación concluye con respecto al primer principio de la gestión de calidad que viene hacer enfoque al cliente, se identificó que los clientes indicaron que siempre se llegan a cumplir las expectativas esperadas por ellos ya que las panaderías se preocupan por cumplir sus necesidades logrando que los clientes se sientan satisfecho de los productos de las panaderías. En lo que respecta al segundo principio que es la mejora continua, los clientes manifestaron que las panaderías siempre mejoran los productos que les brindan, de igual forma manifestaron que las panaderías si se esfuerzan por plantearse mejorar continuas.

Macedo (2018) en su investigación *Gestión de calidad y formalización de las mype del sector producción – rubro panaderías del Distrito de Pueblo Libre, Lima 2018*, Tiene como objetivo general Determinar las principales características de la gestión de calidad y la formalización de las MYPE del sector producción – rubro panaderías, del distrito de Pueblo Libre, 2018. La metodología utilizada fue descriptiva, no experimental y transversal. Descriptiva porque solo registró los hechos tal como lo encontró, no experimental porque no manipuló las variables a conveniencia y transversal porque seleccionó la información en un solo tiempo. La investigación obtuvo los siguientes resultados. El 61.7% de los representantes tienen más de 40 años. El 55.3% de los representantes son de género masculino. El 55.3% de los representantes tienen instrucción universitaria. De acuerdo a los encuestados el 63.8% es dueño de la empresa. El 44.7% de las

empresas en estudio tienen de 1 a 5 años en el mercado. El 72.3% de las empresas encuestadas cuentan de 1 a 5 trabajadores. El 100.0% de valores porcentuales del nivel de la gestión de calidad es medio. El 100.0% de las empresas encuestadas están totalmente de acuerdo en fijar los objetivos de la calidad. El 100.0% de las empresas encuestadas están de acuerdo que las panaderías identifica las necesidades de los clientes. El 100.0% de las empresas encuestadas están totalmente de acuerdo que las panaderías elabora el servicio de acuerdo a las necesidades del cliente. El 100.0% de las empresas encuestadas están de acuerdo que las panaderías establece los controles en los procesos del servicio. El 100.0% de las empresas encuestadas están de acuerdo que las panaderías evalúa el comportamiento de la calidad real. El 100.0% de las empresas encuestadas están de acuerdo que las panaderías compara el comportamiento real del servicio con los objetivos de calidad. El 100.0% de las empresas encuestadas están de acuerdo que las panaderías realiza acciones para erradicar las diferencias entre lo real y los objetivos. El 63.8% de las empresas encuestadas están de acuerdo que las panaderías cuenta con una infraestructura para asegurar la mejora de la calidad del servicio. El 100.0% de las empresas encuestadas están de acuerdo que las panaderías identifica las necesidades específicas del cliente para mejorar. El 68.1% de las empresas encuestadas están de acuerdo que las panaderías asigna un equipo especializado para concretar la mejora del servicio. El 100.0% de las empresa está de acuerdo en que la empresa asigna recursos necesarios para la mejora de la calidad. El 100.0% de las empresa está de acuerdo en que la empresa motiva a los empleados para la mejora de la calidad. El 61.7% de las empresas está de acuerdo en que capacita a sus empleados. El 74.5% de las empresas tienen un nivel de formalización medio. El 100.0% de las empresas está totalmente en desacuerdo en estar formalizado en el régimen único simplificado. El 76.6% de las empresas está totalmente de acuerdo de estar formalizado en el régimen especial de renta. El 76.6% de las empresas está totalmente en desacuerdo de estar formalizado en el

régimen general de renta. El 100.0% de las empresas está totalmente de acuerdo en contar con una licencia de funcionamiento. El 100.0% de las empresas está totalmente de acuerdo en contar con un certificado de defensa civil. El 100.0% de las empresas está totalmente de acuerdo en contar con un carné de sanidad. El 59.6% de las empresas están totalmente en desacuerdo en tener a trabajadores en el régimen de locación de servicios. El 59.6% de las empresas está totalmente de acuerdo en tener a trabajadores en el régimen de contrato fijo. El 48.9% de las empresas está de acuerdo en que cuenta con un sistema de seguridad y salud ocupacional. El 76.6% de las empresas está totalmente de acuerdo en que está formalizada como persona natural. El 76.6% de las empresas están totalmente en desacuerdo en que las empresas estén formalizadas como persona jurídica. La investigación concluye la mayoría de los emprendedores tienen más de 41 años, son convivientes, son de género masculino, tienen grado de instrucción universitaria y son dueños de la panadería. La mayoría de las MYPE tienen entre 1 a 5 años de permanencia en el mercado y tienen entre 1 a 5 trabajadores.

Sarmiento (2016) en su investigación *Gestión de calidad y formalización de las mypes en el sector comercial, rubro panadería, Ciudad de Caballo Cocha, año 2016*, Tiene como objetivo general Determinar si las Mypes del sector comercial, rubro panadería, están formalizadas y si administran con gestión de calidad. La metodología fue de naturaleza cuantitativa. En la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizó procedimientos estadísticos e instrumentos de medición. Es Descriptivo, ya que en todo momento se pretendió comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y la composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado. El diseño que se utilizó en la investigación es no experimental – transversal descriptivo. Esto significa la recolección de datos en un solo momento, en un tiempo único. La investigación fue no experimental porque se realizó sin manipular las

variables, observándolas tal como se muestran en su contexto. La investigación obtuvo los siguientes resultados. Los emprendedores en su mayoría están en el rango de 45 a 64 años de edad (71,4%). Los resultados indican que un 85,7% de los encuestados son del género masculino. Del total de personas encuestadas, el 85,7% tiene instrucción secundaria. En la investigación, destaca que los emprendedores son de diversas profesiones u oficios, por ello “otras especialidades” constituye 100,0%. Según la investigación, los emprendedores de este sector denominan al cargo directriz como “Dueño” (85,7%). El 71,4% de las mypes encuestadas se encuentran formalizadas. Los emprendedores de las mypes con trámite de formalización pendiente (58,57%, dos mypes), indican que los trámites son costosos. Según la investigación, el 85,7% de las mypes del sector están constituidas como persona natural. Los emprendedores indican que los trámites de formalización son burocráticos (71,4%). En su mayoría, las mypes del sector comercial rubro Panadería, están en el Régimen Especial (71,4%). Los emprendedores indican que para constituir sus empresas “Sí” recibieron asesoría (57,1%). De la investigación se obtuvo que es el “acceso a crédito bancario” 100,0 %. En la investigación, los emprendedores indican la capacidad para afrontar los proyectos comerciales de su negocio con “capital propio” 100,0%. Las mypes del sector comercial en estudio, Se encuentran en el rubro: “de 6 años a más” (57,1%). De acuerdo a la investigación, los microempresarios no participan de ningún tipo de gremio (100,0%). Según la información que se obtuvo las microempresas de este sector, tienen “de 1 a 4 trabajadores” (71,4%). Según la investigación, se encontró que las mypes “No” cumplen, en la mayoría de ellas, con el registro de sus trabajadores en planilla (85,7%). Los responsables de las microempresas del rubro panadería, consideran que el mantener en planilla a sus trabajadores, se traduce en elevar los costos laborales (85,7%). En su mayoría, los emprendedores encuestados indican que sí conocen los alcances de una Gestión de Calidad (57,1%). Los encuestados en su mayoría indican que “Sí”

se interesan por la mejora continua (71,4%), desean brindar el mejor servicio a sus clientes. Para la mayoría de las mypes, el control interno no utiliza ninguna herramienta técnica (71,43%). La mayoría de las mypes encuestadas no ha definido su visión y misión de la empresa (85,7%). De acuerdo a lo recogido en la investigación, cinco mypes encuestadas definieron los “Valores” de su empresa (71,4%). En la investigación se aprecia que los emprendedores que establecieron su estructura organizativa representan el 57,1% de la muestra. La información que se obtuvo de las encuestas, indica que el 57,1% “Si” sigue un plan de negocio. El 100,0% de los emprendedores encuestados manifiesta que “Si” ha capacitado a sus trabajadores para la realización de tareas o procesos. Según la investigación, los emprendedores manifiestan que la gestión de calidad es una estrategia que aplicándola permite alcanzar sus metas (71,4%). La investigación revela que los microempresarios han aplicado ciertos principios de gestión de calidad (mejora continua) y percibido ciertas mejoras como “rentabilidad” 28,6%. La investigación concluye las mypes del Sector Comercial Rubro Panaderías, son dirigidas por empresarios que definen su cargo directriz como “dueños” (85,7%); rango de edad: jóvenes –adultos (de 30 a 44 años) 28,6% y adultos (de 45 a 64 años) 71,7%. Predomina sexo masculino (85,7%); nivel de instrucción secundaria (85,7%) y de indistintas especialidades u oficios (100,0%). La formalidad alcanza al 71,4% de las mypes. Existe dos microempresas (28,6%) que se encuentran en la informalidad y es porque sus dueños se excusan en que los “trámites de formalización son costosos”. Esta situación representa falta de competencia en la tarea de fiscalización de las autoridades en esta lejana ciudad.

### **Antecedentes Locales.**

Liñan (2018) en su investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector industria rubro elaboración de producto de panadería del Distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. Caso de la Panadería “D’ Jhonny’s”*, Tiene como objetivo general Determinar las características de Gestión de calidad bajo el enfoque de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector industria rubro elaboración de producto de panadería del Distrito de Chimbote, Provincia del Santa, Año 2017. Caso de la panadería “D’Jhonny’s”. La metodología utilizada fue descriptivo, no experimental –transversal, no experimental por que no se manipuló la variable de gestión de calidad en la atención al cliente, dentro de las Mypes del sector industria rubro elaboración de producto de panadería del Distrito de Chimbote, provincia del santa, año 2017. caso de la panadería ‘D’ Jhonny’s”. Es descriptivo porque se describe las características más relevantes de las micro y pequeñas empresas, representantes legales y la variable en estudio. Es no experimental, ya que solo estudiaran las variables mas no procederá a realizar el proyecto. Es transversal, porque analizaremos las variables en un periodo de tiempo y espacio determinado. La investigación obtuvo los siguientes resultados. El 42.12% de los encuestados indican que los representantes tienen entre 40 a 50 años de edad. El 63.16% de los representantes afirman que son de género masculino. El 63.16% afirma que su grado de instrucción fue superior técnico. El 68.42% de los encuestados ocupa los encargados de la empresa. El 52.63% de las empresas tiene de 3 a 6 años de permanencia en el mercado. El 100% incluye visión y misión en su empresa. El 100% afirman que la finalidad de creación es su alternativa “D” todas las anteriores (generar utilidades, generar empleos, satisfacer las necesidades del cliente). El 63.16% sostiene que cuenta con local comercial aparte. El 100% de las panaderías conocen acerca de la gestión de calidad. El 100% realiza gestión

de calidad. El 100% planifica actividades en una gestión de calidad. El 100% afirma que su servicio es de calidad con respecto a su competencia. El 100% afirma la satisfacción de las necesidades de los clientes. El 100% aprobó el grado de satisfacción global de los clientes. El 68.42% no realiza encuestas para medir el nivel de satisfacción de los clientes. El 100% testifica la identificación de los clientes con la empresa. El 100% cuenta con libro de reclamaciones. El 78.94% no cuenta con un área para recepcionar los reclamos del cliente. El 100% no han recibido reacciones frente a situaciones de queja. El 100% declara que cuentan con capacitaciones con el personal. El 100% afirma que realizan tareas y responsabilidades para una mejor atención al cliente. El 100% cuenta con una política de mejora de los productos existentes. El 100% cuenta con procesos establecidos en atención al cliente. El 100% reafirma que cuentan con canales de comunicación (comunicación directa, pagina web, redes sociales). La investigación concluye la mayoría coincide con el caso “D’Jhonny’s”, tienen una edad de 40 a menos de 50 años, la mayoría son de sexo masculino, el (63.16%) tienen el grado de instrucción superior técnico y la mayoría son encargados de la empresa. La mayoría de micro y pequeñas empresas tienen más de 6 años de permanencia en el mercado, la mayoría cuenta con misión y visión, la finalidad por la que se crearon las Mypes fue para generar utilidades, generar empleo y satisfacer las necesidades de los clientes y la mayoría de Mypes no cuenta con otro local comercial.

Galvez (2018) en su investigación *Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro panaderías, Casco Urbano, Distrito Chimbote, 2018*, Tiene como objetivo general Determinar las principales características de la Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro panaderías, casco urbano, distrito Chimbote, 2018. La metodología utilizada tuvo el diseño de investigación, No Experimental -

Transversal - Descriptivo de propuesta. La investigación obtuvo los siguientes resultados. El 73.33% de los representantes tienen entre 31 y 50 años. El 73,33% de los representantes son mujeres. El 53,33% de los representantes tienen un diploma de educación superior no universitario. El 66,67% de los representantes son los administradores. El 53,33% de los representantes ocupan puestos entre 4 y 6 años. El 53.33% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 y 6 años. El 80.00% de las micro y pequeñas empresas tienen en promedio de 1 a 5 trabajadores. El 53.33% de las micro y pequeñas empresas tienen familiares que no trabajan. El 80.00% de las micro y pequeñas empresas apuntan a generar ganancias. El 46,67% de los representantes tiene algún conocimiento de la gestión de la calidad. El 73.33% de los representantes utilizan el servicio al cliente. El 46.67% de los representantes aseguran que las dificultades que tiene el personal para la implementación de la gestión de calidad es aprendizaje lento. El 53.33% de los representantes aseguran que miden el desempeño del personal mediante la evaluación. El 53.33% de los representantes dice que la gestión de calidad contribuye a mejorar el desempeño de sus empresas. El 66.67% de los representantes recibieron capacitación antes de crear su MYPE. El 60.00% de los representantes se capacito en los últimos años. El 60.00% de los representantes se capacito entre 01 a 03 veces. El 60.00% de los representantes considera que la capacitación es una inversión. El 46.67% de los representantes si capacita al personal. El 40.00% de los representantes no utilizo ninguna técnica. El 40.00% de los representantes no se capacito en ningún tema. El 60.00% de los representantes si se capacita. El 40.00% de los representantes ha obtenido como benéficos el incremento de ventas. El 46.67% de los representantes asegura que la capacitación si mejora el rendimiento. El 46.67% de los representantes evalúa los resultados de la capacitación. La investigación concluye la mayoría de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad, son de género femenino, tienen grado de instrucción superior no universitaria, son los administradores

del negocio, y se encuentran en el cargo entre 4 a 6 años. La mayoría de las micro y pequeñas empresas, tienen en el mercado empresarial entre 4 a 5 años, del mismo modo tienen un promedio de 1 a 5 colaboradores, cuentan con personas no familiares laborando en la empresa y se formaron con el objetivo de generar ganancias.

Vasquez (2016) en su investigación *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro panaderías, Distrito Chimbote, 2016*, Tiene como objetivo general Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro panaderías, distrito Chimbote, 2016. La metodología utilizada tuvo el diseño No experimental – transversal – descriptivo. La investigación obtuvo los siguientes resultados. El 62,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 y 50 años. El 75,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino. El 75,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción superior no universitaria. El 75,0% de los representantes son los dueños. El 62,5% de los representantes tienen en el cargo más de 7 años. El 62,5% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro más de 7 años. El 75,0% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 6 a 10 trabajadores. El 75,0% de las Micro y pequeñas empresas tiene a personas no familiares laborando. El 75,0% de las Micro y pequeñas empresas tienen como finalidad de generar ganancias. El 50,0% de los representantes conocen el término Gestión de calidad. El 50,0% de los representantes utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión. El 62,5% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad es la poca iniciativa. El 62,5% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación. El 62,5% de los representantes aseguran que a veces la Gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas. El 62,5% de los

representantes conocen el termino atención al cliente. El 75.0% de los representantes aseguran que siempre aplican Gestión de calidad en el servicio que brindan. El 75,0% de los representantes consideran que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento. El 62.5% de los representantes utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente. El 75,0% de los representantes consideran como factor importante en el servicio es la rapidez. El 62,5% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena. El 100% de los representantes no considera que esta que se está dando una mala atención. El 62.5% de los representantes ha logrado el posicionamiento de la empresa. La investigación concluye la mayoría de los representantes están siendo dirigidas por personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, del mismo modo son de género masculino, cuentan estudios superiores no universitarios, además son los dueños y llevan en el cargo más de 7 años. La mayoría de las Micro y pequeñas empresas llevan en el rubro más de 7 años, del mismo modo cuentan con más de 6 a 10 colaboradores, tienen a personas no familiares trabajando para sus negocios y tienen como objetivo de generar ganancias.

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

### **2.2.1. Las micro y pequeñas empresas.**

La reciente legislación tiene por propósito la fomentación de la competencia, oficialización y crecimiento de las mype para acrecentar el empleo sostenible, su rendimiento y aportación al PBI, el incremento del mercado interno y las exportaciones con sus impuestos a la colecta tributaria. La mype es la entidad económica formada por una persona natural o jurídica, en base a diferentes modos de estructura o dirección empresarial establecida en la ley actual, que tiene como finalidad desarrollar labores de extracción, transformación, fabricación, distribución de productos o prestación de servicios. En el momento que esta legislación se refiere a la abreviatura MYPE, se está aludiendo a las micro y pequeñas empresas que, a pesar de tener dimensiones y propiedades particulares, tienen el mismo proceso en la vigente legislación, con la exclusión al régimen laboral que es de uso para las Microempresas. (Ley N° 28015, 2003).

### **Política estatal de las micro y pequeñas empresas.**

El Perú a través de su gobierno fomenta un contexto beneficioso para la creación, legalización, crecimiento y capacidades de las mype y el soporte a los recientes emprendimientos, por medio de los gobiernos regionales y locales y decreta un escenario legítimo y motiva a la financiación privada, produciendo o fomentando una propuesta de servicios empresariales dedicados a desarrollar los niveles de estructura, dirección, recursos y rentabilidad comercial en las mype, instaurando políticas que posibiliten a la compañías y a las comunidades empresariales para el desarrollo económico con trabajo sostenido. (Ley N° 28015, 2003).

### **Características de las micro y pequeñas empresas.**

La vigente norma tiene como intención implantar el ámbito legal para la fomentación de la disputa, legalización y el incremento de las MIPYME, instaurando régimen de relevancia general y la fundación de herramienta de ayuda e impulso, motivando la financiación particular, la elaboración, el acercamiento a los mercados centrales y exteriores y otros regímenes que fomenten el emprendimiento y aprueban el progreso de la entidad empresarial unido con el desarrollo permanente de estas entidades económicas. Según (Ley N° 30056, 2013) menciona lo siguiente.

La presente ley tiene por objeto establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción, Incentivando la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados internos y externos y otras políticas que impulsen el emprendimiento y permitan la mejora de la organización empresarial junto con el crecimiento sostenido de estas unidades económicas. Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales. Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas y el Ministro de la Producción cada dos años. Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos

homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector. (p. 9)

El aumento en el importe supremo de ventas al año indicado para las mipyme podrá ser establecido por resolución suprema autorizado por el Ministro de la Producción y el Ministro de Economía y Finanzas cada dos años. Las organizaciones estatales y particulares impulsaran la igualdad de los principios de evaluación con la finalidad de edificar una base de documentos semejante que proporcione dar relación al plan y empleo de las políticas del estado de impulso y legalización del sector.

### **Importancia de las micro y pequeñas empresas.**

La mayor parte de las naciones de América Latina se hallan perjudicados por inconvenientes sociales, tales como la pobreza extrema, es por este contexto en el cual se incrementa la creación de las micro y pequeñas empresas, las cuales se ubican en sectores urbanos, regiones rurales y abarca la totalidad de los departamentos de la economía. Estas empresas simbolizan una gran potencia para el incremento económico, progreso social y la creación de trabajo en el país. Según Sánchez (2014) menciona lo siguiente.

La mayoría de los países de América Latina se encuentran afectados por problemas sociales, como los de extrema pobreza, es en este contexto en el cual se desarrollan la mayoría de micro y pequeñas empresas, las cuales se encuentran en zonas urbanas, zonas rurales y en todos los sectores de la economía. Estas empresas representan un gran potencial para el crecimiento económico, desarrollo social y generación de empleo en la región. Las micro y pequeñas empresas en Perú son componentes muy importantes del motor de nuestra economía. A nivel nacional, las mypes brindan empleo al 80% de la población económicamente activa y generan cerca del 40% del Producto Bruto Interno (PBI). Es indudable que las mypes abarcan varios aspectos importantes

de la economía de nuestro país, entre lo más importante cabe mencionar su contribución a la generación de empleo, que si bien es cierto muchas veces no lo genera en condiciones adecuadas de realización personal, contribuye de forma creciente en aliviar al alto índice de desempleo que sufre nuestro país. (p.128)

Es de conocimiento público que las mypes comprenden diversos aspectos fundamentales de las finanzas del estado peruano, entre lo más relevante podemos resaltar su aportación a la creación de nuevos puestos de trabajo, que en algunos casos podemos observar que no lo genera en situaciones apropiadas de realización individual, colabora de manera ascendente en disminuir el elevado registro de desocupación que padece el Perú.

### **Objetivos de creación de las micro y pequeñas empresas.**

Hoy en día, en el Perú se encuentran una variedad de negocios en camino de crecimiento, las cuales se hallan al borde de la exigencia legitima y contributiva, por tal razón, se considera de impulsar el amparo a dichos negocios para conseguir el crecimiento permanente de las empresas y la entrada decisiva a la exigencia, estos negocios a las cuales nos apuntamos son las mypes. Según Sánchez (2014) menciona lo siguiente.

Actualmente, en nuestro país existe una diversidad de empresas en vías de desarrollo, las cuales se encuentra al margen de la formalidad legal y tributaria, por tal motivo, se trata de fomentar el apoyo a dichas empresas para lograr el desarrollo sostenido de ellas y el ingreso definitivo a la formalidad, estas empresas a las cuales nos referimos son las MYPES (Micro y Pequeñas Empresas). Todo ello se debe a que se piensa que estas empresas pueden contribuir al crecimiento económico del país y a la generación de empleo en el mismo, sin embargo, esto no se concreta, entre otros motivos, por la falta de un sistema tributario estable y simplificado. Se realizan cambios en el sistema impositivo de forma permanente, considerando un beneficio

unilateral del aparato estatal y de las necesidades de caja fiscal, dentro de ello solo existen regímenes tributarios con normas que buscan recaudar más en el corto plazo y en el gobierno de turno. (p.129)

En el Perú se efectúan modificaciones en el sistema impositivo de manera constante, teniendo en cuenta una ganancia unilateral del aparato público y de las exigencias de la caja fiscal, adentro solo se encuentra una política tributaria con reglamentos que buscan percibir más impuestos a corto plazo y en el gobierno de turno.

### **Tipos de micro y pequeñas empresas.**

Empresa unipersonal, es una sociedad en el cual el titular es una persona natural y que, para su actividad, no es necesario estar afiliado a los Registros Públicos. De acuerdo a la legislación del impuesto a la Renta, la empresa unipersonal que produce ganancias de tercera categoría se ubican en el régimen general. La E.I.R.L. Es una persona jurídica de legalidad privada, establecida por interés unipersonal con propiedades particulares diferentes al de su poseedor. El bien de la empresa está formado inauguralmente por los capitales que contribuye quien la establece. La obligación de la sociedad está limitada a sus propiedades. Según Uribe (2016) menciona lo siguiente.

Empresas individuales. Empresa unipersonal, Es una empresa cuyo propietario es una persona natural y que, para su funcionamiento, no requiere estar inscrito en los Registros Públicos. Según la ley del impuesto a la Renta, la empresa unipersonal que genera rentas de tercera categoría se encuentra comprendida en el régimen general. Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L). Es una persona Jurídica de derecho privado, constituida por voluntad unipersonal con patrimonio propio distinto al de su titular. El patrimonio de la empresa está constituido inicialmente por los bienes que aporta quien la constituye. La responsabilidad de la empresa está limitada a su patrimonio. Empresas Societarias. Son aquellas que están constituidas de acuerdo a

Ley General de Sociedades, Ley N° 26887. La sociedad. Quienes constituyen la sociedad convienen en aportar bienes o servicios para el ejercicio en común de actividades económicas. Tipos de sociedades. Sociedades anónimas, sociedad colectiva, sociedades en comandita, sociedad comercial de responsabilidad limitada, sociedades civiles, sociedades irregulares. (p.65)

Empresas Societarias. Son la cuales están creadas de acuerdo a Ley General de Sociedades. La sociedad. Los que crean la sociedad acuerdan en contribuir recursos o servicios para la utilización frecuente de labores económicas.

### **2.2.2. Gestión de Calidad.**

La afiliación a un sistema de gestión de calidad es una elección importante para una empresa debido a que consigue aumentar su desempeño total y otorga un fundamento firme para las ideas de crecimiento sostenible. Los beneficios eventuales para una empresa de aplicar un sistema de gestión de calidad fundamentado en esta normativa internacional son:

- La disposición para entregar normalmente productos y servicios que complazcan las exigencias del cliente y que se cumpla mediante la legislación requerida.
- Posibilitar ocasiones para incrementar la satisfacción del cliente.
- Afrontar los riesgos y las ocasiones afiliadas con su entorno y propósitos.
- La competencia de evidenciar la aprobación con requerimientos del sistema de gestión de la calidad establecidos.

Esta normativa internacional puede ser aplicada en sectores internos y externos. Las condiciones del sistema de gestión de la calidad establecidos en esta norma internacional son añadidos a las condiciones de los productos y servicios. La orientación con base en procesos faculta a una empresa a programar sus procedimientos y sus relaciones. La realización constante de los

requerimientos y la atención permanente de las obligaciones y perspectivas futuras, simboliza un reto para las empresas en un contexto cada vez más activo y complicado. Para alcanzar estos propósitos, la empresa podría tener en cuenta aceptar distintos modos de mejora, asimismo de la rectificación y la mejora permanente, como puede ser el cambio inesperado, la renovación y la reestructuración. En esta norma internacional, se emplean las siguientes expresiones verbales:

- Debe, señala una condición.
- Debería, guía una sugerencia.
- Puede, marca una autorización, una probabilidad o una competencia.
- El aviso registrado como “Nota” se expone como manera de guía para el entendimiento o aclaración del requerimiento correspondiente. (Norma ISO 9001, 2015).

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

Esta norma internacional se fundamenta en los principios de la gestión de la calidad explicados en la norma ISO 9000. Las explicaciones contienen una exposición de cada principio, un origen razonable de porque el principio es fundamental para la empresa, algunos modelos de rentabilidad afiliado con el principio y modelos de operaciones características para mejorar el rendimiento de la empresa cuando se utilice el principio. Los principios de la gestión de la calidad son:

- Enfoque al cliente
- Liderazgo
- Compromiso de las personas
- Enfoque a procesos
- Mejora
- Toma de decisiones basada en la evidencia

- Gestión de las relaciones (Norma ISO 9001, 2015).

### **Enfoque a procesos.**

Esta norma internacional fomenta la aceptación de un enfoque a procesos al realizar, aplicar y optimizar la eficiencia de un sistema de gestión de la calidad, para incrementar la complacencia del cliente por medio del acatamiento de los requerimientos del usuario. El entendimiento y dirección de los procesos correlacionados como un sistema colabora a la eficiencia de la empresa en alcanzar los resultados esperados. Este enfoque faculta a la empresa a dirigir las correlaciones e intercomunicaciones a través de los procesos del sistema, de manera que se alcance mejorar el rendimiento total de la empresa. El enfoque a procesos comprende la descripción y dirección sistematizada de los procesos y sus correlaciones, con el propósito de conseguir los resultados esperados conforme con la política de la calidad y la gerencia táctica de la empresa. La dirección de los procesos y el sistema en su compuesto se puede obtener aplicando las etapas “PHVA” con un enfoque completo de pensamiento basado en riesgos orientado a aprovechar las ocasiones y evitar resultados indeseados. El uso del enfoque a procesos en un sistema de gestión de la calidad faculta:

- El entendimiento y la coherencia en el desempeño de las condiciones
- La contemplación de los procesos en condiciones de valor agregado
- El éxito del rendimiento eficiente del proceso
- El progreso de los procesos con fundamento en la valoración de las cifras y la información.

(Norma ISO 9001, 2015).

## **Ciclo PHVA.**

El ciclo PHVA puede utilizarse en todos los procesos y en el sistema de gestión de la calidad como un todo, se explica de la siguiente manera:

- Planificar, decretar las metas del sistema y sus procesos, y los bienes indispensables para producir y otorgar resultados conforme con los requerimientos del consumidor y las políticas de la empresa, así también reconocer y afrontar los riesgos y las oportunidades.
- Hacer, poner en práctica lo planeado.
- Verificar, Ejecutar el seguimiento y la evaluación de los procesos de los productos y servicios provenientes de las políticas, las metas, las condiciones y las actividades programadas y comunicar acerca de los resultados.
- Actuar, Utilizar operaciones para mejorar el rendimiento cuando sea obligatorio. (Norma ISO 9001, 2015).

## **Pensamiento basado en riesgos.**

El pensamiento basado en riesgos es fundamental para obtener un sistema de gestión de la calidad eficiente. El criterio del pensamiento basado en riesgos ha estado incluido en publicaciones anteriores de esta norma internacional, conteniendo, por ejemplo, realizar labores preventivas para descartar no acuerdos firmes, examinar todo no acuerdo que suceda y aplicar operaciones que sean adecuadas para las consecuencias del no acuerdo para evitar su reincidencia.

Para estar acorde con las condiciones de esta norma internacional, una empresa requiere programar y ejecutar labores para afrontar los riesgos y las oportunidades. Encarar los riesgos y las ocasiones constituye un fundamento para incrementar la eficiencia del sistema de gestión de la calidad, conseguir buenos resultados y evitar las consecuencias perjudiciales.

Las oportunidades pueden aparecer como producto de un estado beneficioso para conseguir un resultado esperado, por ejemplo, un compuesto de condiciones que posibilite a la empresa a interesar clientes, desarrollar modernos productos y servicios, disminuir los desechos o mejorar la producción. Las labores para afrontar las oportunidades pueden abarcar la contemplación de los riesgos afiliados. El riesgo es la consecuencia de las indecisiones y esas inseguridades pueden traer resultados positivos o perjudiciales. Un extravío positivo que sale de un riesgo puede otorgar una oportunidad, pero no todos los efectos positivos del riesgo poseen como desenlace oportunidades. (Norma ISO 9001, 2015).

### **Características de la gestión de calidad.**

Enfoque al cliente, las empresas necesitan de sus consumidores, por esta razón, deben entender sus exigencias presentes y futuras, complacer sus obligaciones y esmerarse por superar sus exigencias. Liderazgo, los jefes implantan la unidad del objetivo y la indicación de la empresa. Estos tienen que instaurar y sostener un entorno interno en el cual los trabajadores logren comprometerse completamente en el alcance de los propósitos de la compañía. Según Lizarzaburu (2015) menciona lo siguiente.

Enfoque al cliente: las organizaciones dependen de sus clientes, por lo tanto, deben comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requisitos y esforzarse por exceder sus expectativas. Liderazgo: los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Estos deben crear y mantener un ambiente interno en el cual el personal pueda involucrarse por completo en el logro de los objetivos de la empresa. Participación del personal: el personal constituye la esencia de una organización. Su compromiso total posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la empresa. Enfoque basado en procesos: un resultado deseado se alcanza con más eficiencia cuando las actividades y los recursos relacionados se

gestionan como un proceso. Enfoques del sistema para la gestión: identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos. (p.39)

Enfoque basado en procesos, un rendimiento anhelado se logra con más eficacia cuando las funciones y los capitales vinculados se ejecutan como un procedimiento. Enfoques del sistema para la gestión, determinar, comprender y tramitar los procedimientos vinculados como un método aportante a la efectividad y capacidad de una empresa en el alcance de sus propósitos.

### **Importancia de la gestión de calidad.**

Norma ISO 9000, detalla los motivos de los métodos de dirección de la calidad y determina sus términos. Norma ISO 9001, determina las condiciones para los métodos de dirección de la calidad, adaptables a toda empresa que requiera exhibir sus aptitudes para proporcionar productos que completen las exigencias de sus clientes y los aspectos normativos acoplables. El propósito fundamental es incrementar la complacencia de los clientes. Según Lizarzaburu (2015) menciona lo siguiente.

Norma ISO 9000: describe los fundamentos de los sistemas de gestión de la calidad y especifica su terminología. Norma ISO 9001: detalla los requisitos para los sistemas de gestión de la calidad, aplicables a toda organización que necesite demostrar su capacidad para proveer productos que cumplan los requerimientos de sus clientes y los aspectos reglamentarios aplicables. El objetivo básico es aumentar la satisfacción del consumidor. Norma ISO 9004: proporciona directrices que consideran tanto la eficacia como la eficiencia del sistema de gestión de la calidad. El objetivo de esta norma es la mejora del desempeño de la organización y la satisfacción de los clientes y de otras partes interesadas. Norma ISO 19011: brinda orientación relativa a las auditorías de sistemas de gestión de la calidad y de gestión ambiental. (p.38)

Norma ISO 9004, otorgan instrucciones que tienen en cuenta tanto la efectividad como la eficiencia del método de dirección de la calidad. La finalidad de esta ley es el progreso del cumplimiento de la empresa y la complacencia de los consumidores y de otras partes atraídas. Norma ISO 19011, ofrece instrucción referente a las auditorias de métodos de gestión de calidad y de dirección ambiental.

### **Sistemas de la gestión de calidad.**

El Comité Técnico ISO/TC 176 (2008) esclarece esta perspectiva de la siguiente forma. La empresa debe construir, legalizar, establecer y sostener un método de dirección de la calidad y progresar constantemente su efectividad de acuerdo con los requerimientos de esta ley internacional. Para esto la empresa debe. Definir los procedimientos imprescindibles para el método de gestión de calidad y su utilización por medio de la empresa. Decretar la serie e interrelación de estos procedimientos. Según Lizarzaburu (2015) menciona lo siguiente.

El Comité Técnico ISO/TC 176 (2008) explica este aspecto de la siguiente manera: La organización debe establecer, documentar, implementar y mantener un sistema de gestión de la calidad y mejorar continuamente su eficacia de acuerdo con los requisitos de esta Norma Internacional. Para ello la organización debe: Determinar los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la organización. Determinar la secuencia e interacción de estos procesos. Determinar los criterios y los métodos necesarios para asegurarse de que tanto la operación como el control de estos procesos sean eficaces. Asegurarse de la disponibilidad de recursos e información necesarios para apoyar la operación y el seguimiento de estos procesos. Realizar el seguimiento, la medición cuando sea aplicable y el análisis de estos procesos. Implementar las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de estos procesos. (p.42)

Decretar las reglas y los procedimientos imprescindibles para ratificar de que tanto la ejecución como la inspección de estos procedimientos sean efectivos. Garantizar la utilización de bienes y la comunicación indispensable para respaldar la ejecución y el perseguimiento de estos procedimientos. Efectuar el acompañamiento, la evaluación cuando sea ajustable y el estudio de estas técnicas. Llevar a cabo las labores imprescindibles para conseguir los objetivos planeados y el progreso constante de estos procedimientos.

### **2.2.3. Atención al cliente.**

El interés al comprador está compuesto por todas las operaciones que ejecuta una compañía, para incrementar la elevación de agrado de sus consumidores, se utiliza de un servicio adicional que todas las industrias brindan a sus usuarios, indistintamente de la sección en la que se ubiquen o de las posesiones que distribuyan. Los individuos que laboran en una compañía y tienen trato con los consumidores, son reconocidas por los clientes, como representantes de la compañía, en otras palabras, a manera de relacionarse con los trabajadores, los clientes estuviesen relacionándose, claramente con la misma empresa como tal. Según Guerra (2015) menciona lo siguiente.

La atención al cliente está constituida por todas aquellas acciones que realiza una empresa, para aumentar el nivel de satisfacción de sus clientes, se trata de un servicio añadido que todas las compañías ofrecen a sus clientes, independientemente del sector en el que se encuentren o de los bienes que comercialicen. Las personas que trabajan en una empresa y tienen contacto con los clientes, son identificadas por los usuarios, como referentes de la empresa, es decir, como si al tratar con ellos, los usuarios estuviesen tratando, directamente con la misma organización como tal. En este sentido, vale la pena resaltar el hecho de que, estadísticamente se ha logrado demostrar

que, cuando los clientes realizan una compra, aprecian más el buen servicio y atención del trabajador, que la calidad o el precio del producto adquirido. (p.33)

En esta razón, merece la pena destacar el suceso de que, estadísticamente se ha conseguido evidenciar que, cuando los compradores efectúan una adquisición, consideran más la buena asistencia y atención del empleado, que la calidad o el costo del producto obtenido.

### **Concepto de atención al cliente.**

La tarea de la atención al cliente solicita ciertas capacidades anticipadas por parte del empleado que le faculta desenvolver sus competencias y como resultado efectuar una buena labor, de este modo las condiciones que tiene el empleado hace alusión a ciertas particularidades o capacidades fundamentales que benefician la obtención de conocimientos y competencias en la asistencia del servicio. Dentro de los conocimientos esenciales que debe obtener todo empleado que trabaje en atención al cliente sobresalen los conocimientos de calidad de servicio y las características del servicio o producto ofrecido, así como los métodos y las normativas de trabajo. Asimismo, es indispensable que los empleados comprendan los propósitos de la atención al cliente que desea alcanzar la empresa y los procedimientos aplicados para ello. (De Pablo, 2019).

### **Tipos de ventas en atención al cliente.**

**La venta telefónica.** Está estimada como uno de los instrumentos esenciales para incrementar el desarrollo de las ventas en la compañía. Las competencias y conducta de los trabajadores que componen este sector de ventas establece un elemento fundamental al depender de los empleados que el cliente regrese o no a efectuar compras con la empresa.

**La venta por catálogo.** Los catálogos son ediciones impresas o elaboradas por medios electrónicos mediante los cuales se exhibe un compuesto de productos en una serie única, los

catálogos pueden ser minoristas o mayoristas. Es un método que faculta aproximar al cliente una amplia variedad de productos sin obligación de asistir al negocio, llegando a los consumidores por medio de catálogos. Como ventaja se valora como un método de venta muy manejable, promete una garantía de calidad de los productos ofrecidos, los costos se encuentran establecidos y existe la eventualidad del reembolso del dinero si el usuario no se encuentra complacido.

**Televenta.** Es un modo de venta de productos a través de programas específicos transmitidos por televisión, los cuales proporcionan un número de teléfono para la producción de los encargos debidos y el método de pago podría ser con tarjeta de crédito o contra entrega.

**Venta por internet.** El uso del internet en el entorno de las ventas a permitido un progreso esplendido que constantemente tiene mayor aprobación, este sistema concede exhibir la compañía y sus productos mediante el formato de página web. (Izquierdo Carrasco, 2019).

### **Principios de la atención al cliente.**

**Disposición Previa.** Para brindar una extraordinaria calidad en el servicio las compañías deben establecer y sostener un entorno de trabajo que motive, de esta manera, los empleados hallaran motivos para dedicar toda su fuerza en favor del usuario, de manera que la motivación se transforma en un componente capaz de canalizar el impulso, el valor y el comportamiento del empleado hacia el logro de los propósitos que pretenden las compañías.

**Respeto y amabilidad.** Entre las conductas que más distinguen los clientes cuando obtienen un trato gustoso por parte del empleado esta la amabilidad. Son las sensaciones del usuario las que determinan en último caso los grados de satisfacción, por eso hay que conocer lo que los usuarios aprecian verdaderamente.

Son diversas las posiciones que sostienen que el primordial activo de una compañía es el cliente, de manera que se le otorga un gran respeto, dado que de su valoración dependerá en amplia medida el futuro de la compañía, de este modo el principal respeto que se le puede proporcionar a un cliente es escucharlo con confianza y cordialidad, pues con frecuencia la sencilla labor de escuchar al cliente supone que se retire calmado y complacido.

### **Implicación en la respuesta**

La manera más moderna de escucha que una persona puede dedicar a otra es la empatía, comprendido como el nivel supremo de escucha, en el que una persona se coloca en el lugar de otra para comprenderla mejor, se tiene que planear como lograr empatía con un usuario que supuestamente no tiene argumento en sus declaraciones y que aparentemente no escucha al empleado, ese debe ser el propósito de un buen profesional de la atención al cliente el estar preparado para saber otorgar la atención apropiada a cada tipo de cliente.

**Servicio al cliente.** Conocer a los usuarios, sus expectativas y demandas de servicios para definir los grados de complacencia vigentes. Establecer planes de mejora constante para incrementar la apreciación del servicio que se otorga y superar las expectativas de los consumidores. Medir modelos que posibiliten calcular el rendimiento de cada experiencia del consumidor.

**Vocabulario adecuado.** Considerando que la atención al cliente se fundamenta en la comunicación constante, una condición necesaria de todo buen comunicador es adecuarse a su interlocutor, en otras palabras, lo verdaderamente fundamental durante la comunicación es que el consumidor nos entienda en todo momento, por esta razón se debe hablar con palabras adecuadas a cada tipo de cliente.

El asunto es que un gran sector de los profesionales responsables de la atención al cliente no comprende lo fundamental que es el vocabulario para lograr los propósitos de manera eficiente, debido a que, enlazado a la imagen de los trabajadores es la tarjeta de presentación ante la imagen del usuario. Por esta razón es conveniente utilizar un vocabulario adecuado y actual, excluyendo toda declaración negativa y dominando completamente el vocabulario particular del sector de la actividad. Esta característica se resuelve conociendo el vocabulario apropiado para cada tipo de cliente, su condición sociocultural y principalmente sabiendo sus necesidades. (De Pablo, 2019).

### **Características de la atención al cliente.**

La consideración al consumidor es un potente instrumento del marketing, de tal manera que es indispensable implantar políticas eficientes, de modo que se muestre comprendida por la totalidad de los trabajadores, los cuales asimismo sean competentes de colocarla en ejercicio. Por lo tanto, debe establecerse de una configuración organizativa, en que las ocupaciones y obligaciones del total de los trabajadores se hallen visiblemente precisadas e involucradas con la comodidad del usuario, igualmente debe contarse con una formación corporativa dirigida hacia el usuario, que se exprese en la postura y conducta de los trabajadores. Según Guerra (2015) menciona lo siguiente.

La atención al cliente es una poderosa herramienta del marketing, para la cual es necesario establecer políticas eficaces, de tal manera que resulte conocida por todos los empleados, quienes además sean capaces de ponerla en práctica. Por ende, debe disponerse de una estructura organizativa, donde las funciones y responsabilidades de todos los empleados se encuentren claramente definidas y comprometidas con el bienestar del cliente, además debe contarse con una cultura corporativa orientada hacia al cliente, que se manifieste en la actitud y comportamiento de los trabajadores. Finalmente, vale la pena resaltar la importancia de contar con la infraestructura

necesaria, que sirva como soporte de la ejecución, para brindar procesos de calidad en materia de servicio al cliente. (p.35)

Por último, Es necesario realzar la trascendencia de contar con la infraestructura indispensable, que se utiliza como base de la realización, para brindar procedimientos de calidad en motivo de asistencia al consumidor.

### **Importancia de la Atención al Cliente.**

La asistencia al usuario está tomando firmeza, de manera que crece el desafío, de modo que, únicamente por este entendimiento, los compradores tienen demasiadas más alternativas, para elegir en donde comprar el artículo o servicio que requieren. Es en esta compostura en específico en donde reside la trascendencia de desarrollar y acomodar la atención al usuario, conforme a sus exigencias, debido a que son los consumidores los cuales tienen la total libertad de decidir en donde realizar su compra. Según Guerra (2015) menciona lo siguiente.

El servicio al cliente está cobrando fuerza, a medida que aumenta la competencia, ya que, precisamente por esta razón, los clientes tienen muchas más opciones, para escoger donde adquirir el producto o servicio que necesitan. Es en este aspecto en particular en donde radica la importancia de perfeccionar y adecuar la atención al cliente, de acuerdo con sus necesidades, ya que son los usuarios quienes tienen la última palabra en el momento de decidir su compra. La competencia cada vez aumenta, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado. Los competidores se están equiparando en calidad y precio, para ello se debe buscar una diferenciación. Los clientes, en mayor medida, buscan una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado y un servicio rápido. Un cliente insatisfecho por el servicio o la atención, probablemente comunique su mala experiencia a otros consumidores. (p.35)

La disputa cada vez se incrementa, por esta razón se hace indispensable brindar una valoración agregada. Los contrincantes se están asemejando en calidad y costo, por esta razón se debe encontrar una diferenciación. Los consumidores, en gran proporción, buscan una adecuada atención, un entorno complaciente, bienestar, una relación personalizada y un servicio veloz. Un usuario disgustado por la asistencia o la atención, posiblemente trasmita su desagradable experiencia con otros clientes.

### **Objetivos de creación en atención al cliente.**

Es el consumidor quien evalúa la cualidad de atención que percibe, por esta razón, toda labor que se efectuó en la asistencia del servicio debe estar orientada a conseguir la complacencia de las exigencias del consumidor, debido a que esto asegura la disputa y estancia de la compañía en el mercado. Por lo tanto, es indispensable disminuir las desemejanzas entre la realidad de lo que brinda, ya sean artículos o servicios, en correspondencia con las exigencias y prioridades del comprador. Según Guerra (2015) menciona lo siguiente.

Es el usuario quien valora la calidad de atención que recibe, por lo tanto, toda acción que se realice en la prestación del servicio debe estar encaminada a lograr la satisfacción de las necesidades del cliente, ya que esto garantiza la competitividad y permanencia de la empresa en el mercado. Por consiguiente, es necesario reducir las diferencias entre la realidad de lo que ofrece, ya sean productos y/o servicios, en relación con las necesidades y preferencias del cliente. Las exigencias y expectativas del cliente guían la estrategia de la empresa, con respecto a la producción de bienes y servicios, para ello la calidad en la atención al cliente debe basarse en políticas, normas y procedimientos que abarquen a todas las personas que integran la empresa. Cada empresa debe desarrollar su propia estrategia de calidad de atención al cliente, en base al sector en el que opera

y al tipo de negocio que realiza, es decir, para cada segmento de mercado debe diseñarse un nivel de servicio acorde a las necesidades y preferencias que el cliente manifieste. (p.35)

Las peticiones y perspectivas del comprador encaminan la táctica de la compañía, con relación a la fabricación de bienes y prestación de asistencias, para esto la cualidad en la atención al usuario debe fundamentarse en legalidad, normativas y métodos que comprendan a todos los trabajadores que constituyen la compañía. Cada industria debe fomentar su propia maniobra de calidad de atención al consumidor, en principio al sector en el que elabora y al modelo de comercio que desarrolla, en otras palabras, para cada porción de mercado debe proyectarse un nivel de asistencia conforme a los requisitos y prioridades que el consumidor solicite.

### **2.3. Marco Conceptual**

**Las micro y pequeñas empresas.** Es la unidad económica creada por una persona natural o jurídica, mediante cualquier modo de organización que tiene como finalidad desarrollar trabajo de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

**Gestión de calidad.** Es el compuesto de acciones, programadas y sistematizadas, que son indispensables para otorgar la seguridad adecuada de que un producto o servicio va a complacer las condiciones propinadas sobre la calidad.

**Atención al cliente.** Es el servicio o atención que una compañía o comercio ofrece a sus consumidores al instante de escuchar sus consultas, peticiones o reclamos, venderle un producto o cederle el mismo.

La gestión de calidad de los productos que elaboran y venden son preparados con los mejores ingredientes para hacer el pan y hechos en hornos de buena calidad con los materiales adecuados. La atención al cliente no es muy buena debido al poco personal con el que cuentan las

empresas. Asimismo, los dueños y trabajadores de las empresas están poco asesorados en lo que se refiere a la atención al cliente y es por esa razón la insatisfacción de los clientes.

### **III. HIPÓTESIS**

En el presente trabajo de investigación titulado gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018. No se plantea hipótesis por ser una investigación descriptiva.

Las investigaciones de tipo descriptivo 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. (Hernández Sampieri et al., 2014).

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1 Diseño de la investigación

En el presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal, descriptivo.

**Fue no experimental**, porque no se manipulo la variable gestión de calidad en atención al cliente solo se presentó conforme la realidad sin sufrir ningún tipo de modificación.

El diseño no experimental se realiza sin manipular deliberadamente las variables, lo que hacemos es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural para analizarlos. (Hernández Sampieri et al., 2014).

**Fue transversal**, porque el trabajo de investigación titulado Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las Urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018. Se desarrolló en un espacio de tiempo determinado el cual tendrá un inicio y un fin específicamente el año 2018.

El diseño transversal recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Hernández Sampieri et al., 2014).

**Fue descriptivo**, porque en el trabajo de investigación denominado Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las Urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018. Solo se describió las principales características de la variable gestión

de calidad y la técnica administrativa atención al cliente tal y como se presenta en la realidad de las micro y pequeñas empresas.

El diseño descriptivo busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren. (Hernández Sampieri et al., 2014).

#### **4.2 El universo y muestra**

Universo todas las micro y pequeñas empresas del rubro elaboración de productos de panadería del distrito de Nuevo Chimbote.

Población, se utilizó una población de 10 micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018. La información se obtuvo a través de la técnica de sondeo.

Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. (Hernández Sampieri et al., 2014).

Muestra, se utilizó una muestra No probabilística, considerando criterios de inclusión, la cual se encuentra conformada por 6 MYPE, que representa el 60% del total de la población. La manera cómo se obtuvo la información fue mediante la aplicación de la técnica de la encuesta, en ella se integró 23 preguntas dirigidas a los representantes de cada MYPE, por lo tanto, se seleccionó a personas que quisieron responder a la encuesta de forma voluntaria y colaborativa para la elaboración de la investigación.

Se utilizó una muestra de 6 micro y pequeñas empresas debido a que solo 6 representantes accedieron a participar en esta investigación.

La muestra no probabilística supone un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización. (Hernández Sampieri et al., 2014)

### **4.3 Definición y operacionalización de variables**

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Dimensión Operacional	Indicadores	Medición
<b>Gestión de calidad</b>	La gestión de calidad es un conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer unas necesidades expresadas o implícitas. (Jabaloyes Vivas et al., 2020)	La gestión de calidad tiene como características técnicas modernas de gestión, técnicas para medir el rendimiento del personal, la mejora del rendimiento y el alcance de los objetivos.	Gestión de calidad	La gestión de la calidad es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos a través de él. (Norma ISO 9001, 2015)	- Gestión de calidad	Nominal
			Técnicas de la gestión de calidad	Un sistema de gestión de calidad incluye una serie de normas y estándares que deben cumplirse. La norma ISO 9001 trata de establecer los requisitos para certificar que una organización tiene un sistema de calidad de acuerdo con las normas que se contemplan. (Norma ISO 9001, 2015)	- Sistemas de la gestión de calidad	Nominal
			Dificultades de la gestión de calidad	El pensamiento basado en riesgos es esencial para lograr un sistema de gestión de la calidad eficaz. (Norma ISO 9001, 2015)	- Pensamiento basado en riesgos	Nominal
			Objetivos de la gestión de calidad	El principal objetivo de la norma es incrementar la satisfacción del cliente, mediante procesos de mejora continua. (Norma ISO 9001, 2015)	- Importancia de la gestión de calidad	Nominal
			Mejora de la gestión de calidad	Esta Norma Internacional promueve la adopción de un enfoque a procesos al desarrollar, implementar y mejorar la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de los requisitos del cliente. (Norma ISO 9001, 2015)	- Enfoque a procesos	Nominal

<b>Atención al cliente</b>	La atención al cliente constituye una forma de atención a las demandas de los clientes, con el objetivo principal de facilitar de forma rápida y personalizada toda la información que el cliente requiera de los productos o servicios ofertados. (Ramos, 2014)	La atención al cliente tiene como características la aplicación en el servicio que brinda, herramientas para un servicio de calidad, principales factores del servicio de calidad, causas de una mala atención, resultados de una buena atención.	Atención al cliente	La atención al cliente es todo el soporte ofrecido a los clientes, antes, durante o después de la venta, y que los ayuda a tener una excelente experiencia con tu empresa. (De Pablo, 2019)	- Atención al cliente	Nominal
			Herramientas para un servicio de calidad	Las técnicas de atención al cliente Son parte de la estrategia empresarial para acercar a tu cliente y dejar una huella en la memoria de las personas. Si algo recordamos de un buen servicio es la forma en que fuimos tratados. (Izquierdo Carrasco, 2019)	- Tipos de ventas en atención al cliente	Nominal
			Factores de calidad para el servicio	Son los fundamentos básicos de la atención al cliente. (De Pablo, 2019)	- Principios de la atención al cliente	Nominal
			Atención al cliente es fundamental	La importancia de la atención al cliente influye directamente en cómo el público se relaciona con la marca. Después de todo, prestar atención, escuchar y responder son partes muy importantes para resolver y anticipar problemas. (De Pablo, 2019)	- Importancia de la atención al cliente	Nominal
			Resultados de la atención al cliente	Una empresa que valora la excelencia en la atención al cliente puede reducir drásticamente los gastos y facilitar el flujo de operaciones, permitiendo un mayor enfoque en otros frentes del negocio. (De Pablo, 2019)	- Objetivos de creación en atención al cliente	Nominal

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

Técnica, se utilizó la técnica de la encuesta dirigido a los representantes de las micro y pequeñas empresas quienes son los que brindaron información para el desarrollo del trabajo de investigación titulado gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

La encuesta es un modelo general de investigación que se basa en la técnica de recolección de datos o información que es la entrevista. (Hernández Sampieri et al., 2014).

Instrumento, se utilizó el instrumento cuestionario estructurado con preguntas cerradas, dicotómicas, politómicas, de intervalo, de alternativa múltiple, etc. Las cuales estuvieron divididas en 5 preguntas para los representantes de las micro y pequeñas empresas, 4 preguntas referidas a las micro y pequeñas empresas y 14 preguntas sobre la variable gestión de calidad en atención al cliente.

El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis. (Hernández Sampieri et al., 2014)

#### **4.5 Plan de análisis**

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del programa informático Microsoft Excel, para la elaboración de las tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como la elaboración de las figuras estadísticas que se presentó como resultados encontrados en la investigación. Se utilizó el programa Word para la

redacción del Proyecto de Investigación y se utilizó el programa pdf para la presentación del proyecto final.

#### **4.6 Matriz de consistencia**

Enunciado	Objetivos	Variables	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.</li> <li>- Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas.</li> <li>- Identificar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas.</li> </ul>	<p><b>Gestión de calidad en atención al cliente</b></p>	<p><b>Población:</b> se utilizó una población de 10 micro y pequeñas empresas. La información se obtuvo a través de la técnica de sondeo.</p> <p><b>Muestra:</b> se utilizó una muestra de 6 micro y pequeñas empresas. Se utilizó una muestra de 6 micro y pequeñas empresas debido a que solo 6 representantes accedieron a participar en esta investigación.</p>	<p>Diseño de la investigación</p> <p><b>Fue no experimental:</b> porque no se manipulo la variable gestión de calidad en atención al cliente solo se presentó conforme la realidad sin sufrir ningún tipo de modificación.</p> <p><b>Fue transversal:</b> porque el trabajo de investigación se desarrolló en un espacio de tiempo determinado el cual tendrá un inicio y un fin específicamente en el año 2018.</p> <p><b>Fue descriptivo:</b> porque en el trabajo de investigación solo se describió las principales características de la variable gestión de calidad y la técnica administrativa atención al cliente tal y como se presenta en la realidad de las micro y pequeñas empresas.</p>	<p><b>Técnica la encuesta</b></p> <p>- <b>Técnica:</b> se utilizó la técnica de la encuesta dirigido a los representantes de las micro y pequeñas empresas quienes son los que brindaron información para el desarrollo del trabajo de investigación.</p> <p><b>Instrumento el cuestionario</b></p> <p>- <b>Instrumento:</b> se utilizó el instrumento cuestionario estructurado con preguntas cerradas, dicotómicas, politómicas, de intervalo, de alternativa múltiple, etc. Las cuales estuvieron divididas en 5 preguntas para los representantes de las micro y pequeñas empresas, 4 preguntas referidas a las micro y pequeñas empresas y 14 preguntas sobre la variable gestión de calidad en atención al cliente.</p>

## **4.7 Principios Éticos**

En esta investigación se toman en cuenta los principios éticos del código de ética para la investigación de la versión 004, aprobado por acuerdo del consejo universitario con resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH CATOLICA, con fecha 13 de enero del 2021

### **Principios éticos de la investigación**

#### **Protección de la persona**

El bienestar y seguridad de las personas es el fin supremo de toda investigación, y por ello, se debe proteger su dignidad, identidad, diversidad socio cultural, confidencialidad, privacidad, creencia y religión.

Se cuidará la identidad de las personas que participen en esta investigación y la información que brinden será confidencial de esta manera no se pondrá en peligro a los participantes.

#### **Libre participación y derecho a estar informado**

Las personas que participan en las actividades de investigación tienen el derecho de estar bien informados sobre los propósitos y fines de la investigación que desarrollan o en la que participan; y tienen la libertad de elegir si participan en ella, por voluntad propia.

Se les proporcionara un consentimiento informado para autorizar el recojo de información de la muestra, dejando a libre elección de los representantes si aceptan firmar o no, respetando las decisiones de las personas en todo momento.

#### **Beneficencia y no maleficencia**

Toda investigación debe tener un balance riesgo beneficio positivo y justificado, para asegurar el cuidado de la vida y el bienestar de las personas que participan en la investigación.

La investigación solo se utilizará con fines educativos, no se manipulará la muestra en estudio y se buscará brindar recomendaciones que sean de beneficio para los negocios en estudio.

### **Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad**

Toda investigación debe respetar la dignidad de los animales, el cuidado del medio ambiente y las plantas, por encima de los fines científicos; y se deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y tomar medidas para evitar daños.

En el desarrollo de la investigación se utilizará la energía eléctrica con un tiempo moderado, se empleará poco uso de papel, se considerará la responsabilidad social para el cuidado del medio ambiente, así mismo no se realizará experimentos con animales ni plantas de esta manera se protegerá el ecosistema.

### **Justicia**

El investigador debe anteponer la justicia y el bien común antes que el interés personal. Así como, ejercer un juicio razonable y asegurarse que las limitaciones de su conocimiento o capacidades, o sesgos, no den lugar a prácticas injustas.

No se proporcionará los datos de las personas que participen en esta investigación a instituciones ajenas a la universidad como por ejemplo organizaciones políticas, religiosas o empresariales, garantizando justicia en el propósito de esta investigación.

### **Integridad Científica**

El investigador (estudiantes, egresado, docentes, no docente) tiene que evitar el engaño en todos los aspectos de la investigación; evaluar y declarar los daños, riesgos y beneficios potenciales

que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, el investigador debe proceder con rigor científico, asegurando la validez de sus métodos, fuentes y datos.

La investigación servirá para la presentación y sustentación ante el jurado evaluador, así mismo una vez aprobada se colocará en el repositorio institucional de la universidad para que sirva como artículo científico y de guía para los estudiantes.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

**Tabla 1.** Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

Edad	N	%
18-30 años	1	17.00
31-50 años	4	66.00
51 a mas	1	17.00
Total	6	100.00%
Género		
Masculino	3	50.00
Femenino	3	50.00
Total	6	100.00%
Grado de instrucción		
Sin instrucción	-	
Educación básica	4	66.00
Superior no universitaria	1	17.00
Superior universitaria	1	17.00
Total	6	100.00%
Cargo que desempeña		
Dueño	5	83.00
Administrador	1	17.00
Total	6	100.00%
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	-	
4 a 6 años	4	66.00
7 a más años	2	34.00
Total	6	100.00%

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.*

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

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	N	%
0 a 3 años	-	
4 a 6 años	4	66.00
7 a más años	2	34.00
Total	6	100.00%
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	2	34.00
6 a 10 trabajadores	4	66.00
11 a más trabajadores	-	
Total	6	100.00%
Personas que trabajan en la empresa		
Familiares	2	34.00
Personas no familiares	4	66.00
Total	6	100.00%
Objetivo de creación		
Generar ganancia	5	83.00
Subsistencia	1	17.00
Total	6	100.00%

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.*

**Tabla 3.** Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas

Conoce el termino gestión de calidad	N	%
Si	5	83.00
No	-	
Tengo cierto conocimiento	1	17.00
Total	6	100.00%
Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce		
Benchmarking	-	
Atención al cliente	6	100.00
Empowerment	-	
Las 5 s	-	
Outsourcing	-	
Otros	-	
Ninguno	-	
Total	6	100.00%
Que dificultades tienen los trabajadores que impide la implementación de la gestión de calidad		
Poca iniciativa	-	
Aprendizaje lento	1	17.00
No se adapta a los cambios	5	83.00
Desconocimiento del puesto	-	
Otros	-	
Total	6	100.00%
Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce		
La observación	5	83.00
La evaluación	1	17.00
Escala de puntuaciones	-	
Evaluación de 360°	-	
Otros	-	
Total	6	100.00%
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio		
Si	6	100.00
No	-	
Total	6	100.00%

La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa		
Si	5	83.00
No	-	
A veces	1	17.00
Total	6	100.00%
Conoce el termino atención al cliente		
Si	6	100.00
No	-	
Tengo cierto conocimiento	-	
Total	6	100.00%
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes		
Si	5	83.00
No	-	
A veces	1	17.00
Total	6	100.00%
Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento		
Si	6	100.00
No	-	
Total	6	100.00%
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad		
Comunicación	4	66.00
Confianza	2	34.00
Retroalimentación	-	
Ninguno	-	
Total	6	100.00%
Principales factores de calidad para el servicio que brinda		
Atención personalizada	1	17.00
Rapidez en la entrega de los productos	5	83.00
Las instalaciones	-	
Ninguna	-	
Total	6	100.00%

La atención que brinda a los clientes es		
Buena	6	100.00
Regular	-	
Malo	-	
Total	6	100.00%
Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	-	
Por una mala organización de los trabajadores	-	
Si brindan una buena atención al cliente	6	100.00
Total	6	100.00%
Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente		
Clientes satisfechos	4	66.00
Fidelización de los clientes	1	17.00
Posicionamiento de la empresa	-	
Incremento en las ventas	1	17.00
Total	6	100.00%

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.*

## 5.2 Análisis de resultados

**Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las Urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.**

La edad de los representantes que son el 66.00% tiene entre 31 a 50 años de edad, de esta manera coincide con Galvez (2018) que concluye que el 73.33% de los representantes tienen entre 31 y 50 años de edad, así mismo coincide con Vasquez (2018) que nos muestra que el 62.5% de los encuestados tienen un rango de edad entre 31 y 50 años de edad. Esto demuestra que los encargados de las empresas son personas adultas que tienen el criterio y la experiencia adecuada de como poder administrar un negocio para cumplir con sus metas trazadas y hacer crecer el negocio.

El género de los representantes que son el 50% son de género masculino, esto coincide con Liñan (2018) en la cual menciona que el 63.16% de los encuestados son de género masculino, de la misma manera coincide con Macedo (2018) donde manifiesta que el 53.3% de los representantes son de género masculino. Esto demuestra que la mayoría de negocios están a cargo de hombres, que dirigen al personal y se ocupan de tomar las decisiones importantes para el negocio.

El grado de instrucción de los representantes que son el 66.00% tienen grado de educación básica, este resultado coincide con Sarmiento (2016) en la cual manifiesta que el 85.7% de los encuestados tienen instrucción secundaria, Por otra parte, se contrasta con Vasquez (2018) donde hace mención que el 75.0% de los encuestados tienen un grado de instrucción superior no universitaria. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de los negocios cuentan con un grado de instrucción de educación básica, de esta forma se basan en los conocimientos obtenidos

por medio de la experiencia como la organización y el control para dirigir y llevar las cuentas de las utilidades de los negocios.

El cargo que desempeñan los encuestados que son el 83.00% es de dueños de la empresa, esto coincide con Macedo (2018) en la cual indica que el 63.8% de los representantes ocupan el cargo de dueños de la empresa, por otra parte, se contrasta con Liñan (2018) en la cual menciona que el 68.42% de los encuestados ocupan el puesto de encargado de la empresa. Esto demuestra que la mayoría de los representantes son dueños de las empresas de esta forma cuidan sus bienes y dirigen el negocio con el criterio más adecuado para alcanzar sus metas.

El tiempo que desempeñan en el cargo los representantes que son el 66.00% es de 4 a 6 años, este resultado coincide con Galvez (2018) donde detalla que el 53.33% de los encuestados ocupan en el cargo un tiempo de 4 a 6 años, por otra parte, se contrasta con Vasquez (2018) donde detalla que el 62.5% de los encuestados ocupan en el cargo un tiempo de más de 7 años. Esto demuestra que la mayoría de los representantes llevan en el cargo un tiempo considerable que les hace ganar experiencia para dirigir correctamente la empresa y alcanzar las metas definidas por la empresa.

**Tabla 2 Características de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las Urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.**

El tiempo de permanencia de las Mype en el rubro según la encuesta es del 66.00% que va desde 4 a 6 años, este resultado coincide con Liñan (2018) en el cual demuestra que el 52.63% de las empresas tienen de 3 a 6 años de permanencia en el mercado, de lo contrario contrasta con Vasquez (2018) en la cual indica que el 62.5% de las micro y pequeñas empresas tienen en el rubro

más de 7 años. Esto demuestra que la mayoría de Mypes ha logrado saberse mantener en el rubro por medio de estrategias y la mejora continua.

El número de trabajadores de las Mype según la encuesta es del 66.00% que va desde 6 a 10 trabajadores, de esta manera coincide con Vasquez (2018) donde detalla que el 75.0% de las Mype cuentan con un promedio de 6 a 10 trabajadores, de lo contrario contrasta con Galvez (2018) en la cual menciona que el 80% de las Mype tienen en promedio de 1 a 5 trabajadores. Esto demuestra que la mayoría de las Mype generan trabajo para la población y también son un factor importante para la economía, esto genera rentabilidad para los dueños de la empresas y tributos para el estado.

Las personas que trabajan en la empresa según la encuesta es del 66.00% y son personas no familiares, esto coincide con Vasquez (2018) donde indica que el 75.0% de las Mype tienen a personas no familiares laborando, de la misma manera coincide con Galvez (2018) donde menciona que el 53.33% de las Mype tienen trabajando a personas no familiares. Esto demuestra que la mayoría de las Mype prefieren contratar a trabajadores que no sean familiares enfocándose más en las capacidades y habilidades de los trabajadores, así mismo capacitando a los trabajadores para que tengan un mejor rendimiento en su área de trabajo.

El objetivo de creación de las mypes según la encuesta es del 83.00% lo que significa generar ganancia, este resultado coincide con Galvez (2018) en el cual indica que el 80.0% de la Mype apuntan a generar ganancias, así mismo coincide con Vasquez (2018) donde afirma que el 75.0% de las Mype tienen como finalidad generar ganancias. Esto demuestra que la mayoría de las Mype se crearon con la finalidad de generar utilidades, de esa forma los dueños pueden subsistir económicamente y pueden hacer crecer el negocio, ya sea mejorando el local o teniendo la visión de abrir sucursales.

**Tabla 3 Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las Urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.**

En lo que se refiere al termino gestión de calidad, según la encuesta el 83.00% de los representantes si conocen el termino gestión de calidad, de esta manera coincide con Liñan (2018) donde se observa que el 100% de las panaderías conocen acerca de la gestión de calidad, de igual manera coincide con Sarmiento (2016) donde detalla que el 57.1% de los representantes indican que si conocen los alcances de una gestión de calidad. Esto demuestra que la mayoría de los dueños de los negocios si conocen el termino gestión de calidad aplicándolo en el producto que venden al público y también utilizando la gestión de calidad en la atención que brindan al público.

En cuanto a las técnicas modernas de la gestión de calidad, según la encuesta el 100% de los representantes conocen las técnicas de atención al cliente, este resultado coincide con Galvez (2018) donde afirma que el 73.33% de los representantes utilizan la técnica de servicio al cliente, así mismo coincide con Vasquez (2018) donde detalla que el 62.5% de los representantes conocen las técnicas de atención al cliente. Esto demuestra que la mayoría de los dueños aplican la técnica de atención al cliente en sus negocios de esta manera logran una mejor comunicación con el público atendiendo sus reclamos y brindándoles solución a ellos.

En cuanto a las dificultades que tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad, según la encuesta el 83.00% de los representantes afirman que los trabajadores no se adaptan a los cambios, Por otro lado, contrasta con Galvez (2018) en la cual menciona que el 46.67% de los representantes aseguran que las dificultades que tiene el personal para la implementación de la gestión de calidad es el aprendizaje lento, de igual manera contrasta con

Vasquez (2018) donde se observa que el 62.5% de los representantes aseguran que las dificultades para la implementación de la gestión de calidad es la poca iniciativa. Esto demuestra una debilidad en los negocios debido a que ante los nuevos métodos de pago y las nuevas formas de atender al público los trabajadores podrían tardar un poco en adaptarse al cambio, por ello los representantes de los negocios tienen que capacitar a los trabajadores en todas las áreas del trabajo.

Referente a las técnicas para medir el rendimiento del personal, según la encuesta el 83.00% de los representantes utilizan la técnica de observación, este resultado coincide con Vasquez (2018) donde hace mención que el 62.5% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación, de lo contrario contrasta con Galvez (2018) donde indica que el 53.33% de los representantes aseguran que miden el desempeño del personal mediante la evaluación. Esto demuestra que la mayoría de los dueños aplican la técnica de observación en los negocios, de esta manera los dueños miran las habilidades, capacidades, rendimiento y desempeño de sus trabajadores, así mismo identifican las herramientas que les hace falta a sus trabajadores para que puedan tener una mejor productividad y mejorar las capacitaciones de acuerdo al área de trabajo.

La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, según la encuesta el 100% de los representantes afirmaron que sí, este resultado coincide con Galvez (2018) en la cual se observa que el 53.33% de los representantes dice que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas, por otro lado, contrasta con Vasquez (2018) donde menciona que el 62.5% de los representantes aseguran que a veces la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas. Esto demuestra que la mayoría de los dueños aplican la gestión de calidad porque de esa manera mejoran el proceso de preparación de los productos y

también utilizan las herramientas de atención al cliente para tener una mejor comunicación con la población.

La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa, según la encuesta el 83.00% de los representantes afirmaron que sí, de esta manera coincide con Sarmiento (2016) donde informa que el 71.4% de los emprendedores manifiestan que la gestión de calidad es una estrategia que aplicándola permite alcanzar sus metas. Esto demuestra que la mayoría de los dueños aplican la gestión de calidad para mejorar los procesos de elaboración de los productos y el rendimiento para cumplir con las expectativas de los clientes.

Conoce el termino atención al cliente, según la encuesta el 100% de los representantes afirmaron que sí, este resultado coincide con Vasquez (2018) en la cual se observa que el 62.5% de los representantes conocen el termino atención al cliente. Esto demuestra que la mayoría de los dueños aplican la atención al cliente en sus negocios ya que de esa manera se establece puntos de contacto con los clientes, para tener una mejor comunicación antes, durante y después de una compra que realicen.

Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, según la encuesta el 83.00% de los representantes afirmaron que sí, de esta manera coincide con Vasquez (2018) en la cual informa que el 75.0% de los representantes aseguran que siempre aplican gestión de calidad en el servicio que brindan, Por otro lado, contrasta con Sarmiento (2016) donde menciona que el 28.6% de los microempresarios han aplicado ciertos principios de gestión de calidad y percibido ciertas mejoras como rentabilidad. Esto demuestra que la mayoría de los dueños aplican la gestión de calidad en los negocios porque le permiten planear, ejecutar, y controlar distintas actividades que lleven a cabo.

Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento, según la encuesta el 100% de los representantes afirmaron que sí, este resultado coincide con Vasquez (2018) en la cual menciona que el 75.0% de los representantes consideran que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento. Esto demuestra que la mayoría de los dueños aplican la atención al cliente en los negocios porque de esa manera tienen una mejor comunicación y comprenden las necesidades de los clientes.

En lo que se refiere a las herramientas que utiliza para un servicio de calidad, según la encuesta el 66.00% de los representantes utilizan la comunicación, Por otro lado, contrasta con Vasquez (2018) en la cual informa que el 62.5% de los representantes utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente. Esto demuestra que la mayoría de los dueños aplican la comunicación en los negocios porque de esta manera permite que se elabore una organización adecuada y se comparta la información y los resultados por las diferentes áreas de trabajo. Además, tener una buena comunicación con los trabajadores permite saber las dificultades que tienen en su área de trabajo y también con los clientes saber cuáles son sus preferencias y necesidades para que la población tenga una imagen positiva de la empresa.

En cuanto a los principales factores de calidad en el servicio que brindan, según la encuesta el 83.00% de los representantes utilizan la rapidez en la entrega de los productos, de esta manera coincide con Vasquez (2018) en la cual menciona que el 75.0% de los representantes consideran como factor importante en el servicio es la rapidez. Esto demuestra que la mayoría de los dueños saben que la rapidez en la entrega de los productos es fundamental para establecer relaciones sólidas entre los compradores y la empresa, asimismo contar con estrategias de atención rápida ocasiona tener la preferencia de los clientes y ventajas sobre nuestros competidores.

En cuanto a la atención que brinda a los clientes, según la encuesta el 100% de los representantes afirman que es buena, este resultado coincide con Vasquez (2018) en la cual se observa que el 62.5% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena. Esto demuestra que la mayoría de los dueños enseñan a los trabajadores a realizar una buena atención al cliente porque de esa manera se puede cumplir con las expectativas de los usuarios y esta manera se lograría que los compradores recomienden el negocio.

Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente, según la encuesta el 100% de los representantes afirman que, si brindan una buena atención al cliente, de esta manera coincide con Vasquez (2018) en la cual indica que el 100% de los representantes no consideran que se está dando una mala atención al cliente. Esto demuestra que la mayoría de los dueños tienen la seguridad que sus trabajadores brindan una buena atención al cliente porque de esa manera incrementan las utilidades del negocio.

Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente, según la encuesta el 66.00% de los representantes afirman que han logrado clientes satisfechos, por otro lado, contrasta con Galvez (2018) en el cual indica que el 40.0% de los representantes ha obtenido como beneficios el incremento de ventas. Esto demuestra que la mayoría de los dueños comprenden que tener clientes satisfechos ocasiona tener la preferencia de los clientes y de esta manera se logra sostener el negocio en el tiempo.

## **VI. CONCLUSIONES**

**En base al objetivo específico, Definir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.**

Se concluye que la mayoría relativa de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad entre 31 a 50 años. La mayoría de los representantes son de género masculino. La mayoría de los representantes tienen de grado de instrucción educación básica. La mayoría de los representantes desempeñan el cargo de dueño. La mayoría relativa de los representantes mencionan que tienen de 4 a 6 años en el cargo.

**En base al objetivo específico, Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.**

Se concluye que la mayoría relativa de las micro y pequeñas empresas tienen de 4 a 6 años de permanencia en el rubro. La mayoría de las micro y pequeñas empresas cuentan con un número entre 6 a 10 trabajadores. La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen trabajando a personas no familiares. La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo de creación generar ganancia.

**En base al objetivo específico, Identificar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector industria, rubro elaboración de productos de panaderías de las urbanizaciones Nicolás Garatea y José Carlos Mariátegui, Distrito de Nuevo Chimbote, 2018.**

Se concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas si conocen el termino gestión de calidad. La mayoría de los representantes conocen la técnica moderna de atención al cliente. La mayoría relativa de los representantes mencionan que las dificultades que tienen los trabajadores que impide la implementación de la gestión de calidad es la poca iniciativa. La mayoría de los representantes mencionan que para medir el rendimiento del personal utilizan la técnica de observación. La totalidad de los representantes mencionan que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. La mayoría de los representantes mencionan que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa.

Se concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas si conocen el termino atención al cliente. La totalidad de los representantes si aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes. La totalidad de los representantes si creen que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento. La mayoría de los representantes utilizan la comunicación como herramienta para un servicio de calidad. La mayoría de los representantes mencionan que los principales factores de calidad para el servicio que brindan es la rapidez en la entrega de los productos. La mayoría de los representantes mencionan que la atención que brindan a los clientes es buena. La totalidad de los representantes consideran que si brindan una buena atención al cliente. La mayoría relativa de los representantes mencionan que los resultados que han logrado brindando una buena atención al cliente son clientes satisfechos.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones**

Realizar capacitaciones en lo que se refiere a gestión de calidad a los representantes para que de esta manera tengan el conocimiento de cómo mejorar el proceso de elaboración y producción de sus productos, así mismo informarse en lo que son los principios de la gestión de calidad para que lo apliquen en sus negocios.

Hacer capacitaciones en lo que se refiere a atención al cliente a los trabajadores para que de esta manera proporcionen un buen servicio y logren cumplir con las expectativas de los clientes, así también informarse en lo que es la importancia de la atención al cliente para que los representantes lo apliquen en sus negocios.

Hacer charlas a los representantes sobre las micro y pequeñas empresas y como mantenerlas en el tiempo, además informales como pueden posicionar sus negocios en el mercado y como hacer crecer sus negocios para el beneficio de los dueños y la población.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aragón Sánchez, A., Calvo Segura, A., García Pérez de Lema, D., Hernández Cánovas, G., López Fernández, J., Madrid Guijarro, A., Martínez García, F. J., Monreal, J., & Somohano Rodríguez, F. (2016). Análisis estratégico para el desarrollo de la PYME en España: Internacionalización y orientación emprendedora. In *Informe PYME España 2016 FAEDPYME*.
- Belzuserri Padilla, D., Cachay Domínguez, A., León Quiroz, J., & Yesang Merino, S. (2018). *PLAN DE NEGOCIO PARA UNA PANADERÍA ESPECIALIZADA EN PANES ENRIQUECIDOS CON GRANOS ANDINOS DEL PERÚ* [Universidad ESAN].  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.neuropsychologia.2015.07.010><http://dx.doi.org/10.1016/j.vi>  
[sres.2014.07.001](http://dx.doi.org/10.1016/j.vi)<https://doi.org/10.1016/j.humov.2018.08.006><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/24582474><https://doi.org/10.1016/j.gaitpost.2018.12.007><https://doi.org/10.1016/j.gaitpost.2018.12.007>
- Burgos González, D. J. (2017). *DESARROLLO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN EL RESTAURANTE-BAR OUZO AGAVE AZUL S.A.S. BAJO LOS LINEAMENTOS DE LA NORMA ISO 9001:2015 Y LA NORMA TÉCNICA COLOMBIANA NTS\_USNA 008*. Universidad Libre de Colombia.
- Castro Atoche, J., & Corzo Meléndez, M. (2015). *FACTORES DE COMPETITIVIDAD QUE PROMUEVEN EL POTENCIAL EXPORTADOR DE LAS MICRO EMPRESAS DE LA “ASOCIACIÓN DE FABRICANTES INDUSTRIALES TEXTILES LA LIBERTAD” - 2015*. Universidad Privada del Norte.
- Causante Pérez, F. J. (2015). *LA EFICIENCIA EN LAS MICROPYMES PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN APLICABLE A MICROPYMES* [Universidad de Burgos].  
<http://weekly.cnbnews.com/news/article.html?no=124000>
- De Pablo, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. IC Editorial.
- Diban Hollstein, M., & Riquelme Salinas, O. (2015). *IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES PROBLEMÁTICAS DE LAS MIPYMES EN CHILE*. Universidad de Chile.
- Galvez Campos, J. del P. (2018). *GESTIÓN DE CALIDAD EN LA CAPACITACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL, RUBRO PANADERÍAS, CASCO URBANO, DISTRITO CHIMBOTE, 2018* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/CONTROL\\_INTERNO\\_ADMINISTRATIVO\\_SANCHEZ\\_ADANAQUE\\_ENID\\_YAQUELINE.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/CONTROL_INTERNO_ADMINISTRATIVO_SANCHEZ_ADANAQUE_ENID_YAQUELINE.pdf?sequence=1)
- Guerra Cabrera, A. L. (2015). *EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS EMPRESAS LÁCTEAS DE LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO DEPARTAMENTO DE NARIÑO*. Universidad de Nariño.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGrawHill.
- Hidalgo Faytong, J. R. (2015). *MODELO DE GESTION PARA MEJORAR LA CALIDAD DE ATENCION AL USUARIO DEL GADM CANTON BABAHOYO*. Universidad Regional Autónoma de los Andes Uniandes.

- Huamán Balbuena, J. (2016). *Las Mypes en el Perú*. <https://www.gestiopolis.com/las-mypes-en-el-peru/>
- Izquierdo Carrasco, F. (2019). *Atención al cliente en el proceso comercial*. IC Editorial.
- Jabaloyes Vivas, J., Carot Sierra, J., & Carrión García, A. (2020). *Introducción a la gestión de la calidad*. Universidad Politecnica de Valencia.
- Ley N° 28015. (2003). *LEY DE PROMOCION Y FORMALIZACION DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA*. 13.
- Ley N° 30056. (2013). *LEY QUE MODIFICA DIVERSAS LEYES PARA FACILITAR LA INVERSIÓN, IMPULSAR EL DESARROLLO PRODUCTIVO Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL*. *Ministerio de Trabajo y Promoción Del Empleo*, 18.  
[https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/SNIL/normas/2013-07-02\\_30056\\_2966.pdf](https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/SNIL/normas/2013-07-02_30056_2966.pdf)
- Liñan Lopez, F. M. (2018). *GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA RUBRO ELABORACIÓN DE PRODUCTO DE PANADERIA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, PROVINCIA DEL SANTA, AÑO 2017. CASO DE LA PANADERIA D' JHONNY'S* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/CONTROL\\_INTERNO\\_ADMINISTRATIVO\\_SANCHEZ\\_ADANAQUE\\_ENID\\_YAQUELINE.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/CONTROL_INTERNO_ADMINISTRATIVO_SANCHEZ_ADANAQUE_ENID_YAQUELINE.pdf?sequence=1)
- Lizarzaburu Bolaños, E. (2015). *La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015*. 23.  
<https://doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.30.2016.02>
- Macedo Flores, L. E. (2018). *GESTIÓN DE CALIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPE DEL SECTOR PRODUCCIÓN - RUBRO PANADERÍAS DEL DISTRITO DE PUEBLO LIBRE, LIMA 2018* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11730>
- Norma ISO 9001. (2015). Norma Internacional ISO 9001 Sistemas de gestión de la calidad. *Norma Internacional*, 45.  
<https://www.redalyc.org/pdf/2110/211026873005.pdf>  
<http://www.itvalledelguadiana.edu.mx/ftp/Normas ISO/ISO 9001-2015 Sistemas de Gestión de la Calidad.pdf>
- Orueta, I., Echague Pastore, M., Bazerque, P., Correa Pina, A., García Vera, C., García López, D., Rivero Zevallos, C. F., González Redondo, J., Ibáñez, D., Meléndez Martínez, Á., Pazmiño Hernández, M., Castañeda Sánchez, J., Real, Y., Nivar Arias, O., & Rodríguez Fernández, S. (2017). La financiación de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de los mercados de capitales en Iberoamérica. In *Fundación Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores (IIMV)*.  
<http://scioteca.caf.com/handle/123456789/1454%09%0Ahttps://www.iimv.org/estudios/estudio-sobre-la-financiacion-de-las-micro-pequenas-y-medianas-empresas-a-traves-de-los-mercados-de-capitales-en-iberoamerica/>
- Paulise, L. (2015). *8 factores por los que fracasan el 90% de las pyme*.  
<https://destinonegocio.com/pe/economia-pe/8-factores-fracasan-90-pyme/>

- Ramos, P. (2014). *Atención al Cliente*. ICB Editores.  
<http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5757758>.
- Remy. (2017). *Mittelstand Vs PyMES*. <http://alemaniahoy.com/info-alemania/mittelstand-vs-pymes/>
- Rodríguez, J., & Musto, A. (n.d.). *Las Pymes innovadoras en Italia*.
- Ruiz Pulache, O. S. (2018). *LA GESTIÓN DE CALIDAD Y EL USO DEL MARKETING EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO PANADERÍAS DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Sánchez Barraza, B. (2014). *Las Mypes En Perú. Su Importancia Y Propuesta Tributaria*.  
<https://doi.org/10.15381/quipu.v13i25.5433>
- Sarmiento Corbera, R. G. (2016). *GESTIÓN DE CALIDAD Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES EN EL SECTOR COMERCIAL, RUBRO PANADERÍA, CIUDAD DE CABALLO COCHA, AÑO 2016*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Uribe Hernández, Y. C. (2016). LAS POLÍTICAS TRIBUTARIAS EN LA FORMALIZACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN EL PERÚ [Universidad de San Martín de Porres]. In *Repositorio Academico USMP*. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/2472>
- Vasquez Ortiz, L. N. (2016). *GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO PANADERÍAS, DISTRITO CHIMBOTE, 2016* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/CONTROL\\_INTERNO\\_ADMINISTRATIVO\\_SANCHEZ\\_ADANAQUE\\_ENID\\_YAQUELINE.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/823/CONTROL_INTERNO_ADMINISTRATIVO_SANCHEZ_ADANAQUE_ENID_YAQUELINE.pdf?sequence=1)
- Yance Carvajal, C., Solís Granda, L., Burgos Villamar, I., & Hermida Hermida, L. (2017). La importancia de las Pymes en el Ecuador. *Observatorio de La Economía Latinoamericana*, 17. <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/pymes-ecuador.html>

Anexos

Anexo 01: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																		
N°	Actividades	Año 2020								Año 2021								
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II				
		Mes				Mes				Mes				Mes				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Elaboración del proyecto	X																
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X															
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación			X														
4	Exposición del proyecto al jurado de Investigación o docente tutor				X													
5	Mejora del marco teórico					X												
6	Redacción de la revisión de la literatura.						X											
7	Elaboración del consentimiento informado							X										
8	Ejecución de la metodología								X									
9	Resultados de la investigación									X								
10	Conclusiones y recomendaciones										X							
11	Redacción del pre informe de investigación.											X						
12	Reacción del informe final												X					
13	Aprobación del informe final por el jurado de investigación													X				
14	Presentación de ponencia en eventos científicos														X			
15	Redacción de artículo científico															X		

## Anexo 02: Presupuesto

### a) Bienes

<b>Bienes de consumo:</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Papelería	1 ciento	5.00	5.00
Lapiceros	4 unidades	1.00	4.00
USB	1 unidad	20.00	20.00
Folder y faster	4 unidades	1.00	4.00
Cuaderno	1 unidad	5.00	5.00
Otros	-	10.0	10.00
<b>Total de Bienes</b>		<b>42.00</b>	<b>48.00</b>

### b) Servicios

<b>Servicios:</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Pasajes	30 pasajes	3.00	90.00
Impresiones	60 unidades	0.50	30.00
Copias	60 unidades	0.10	6.00
Internet		90.00	90.00
Anillados	2 unidades	15.00	30.00
Telefonía móvil y fija		100.00	100.00
<b>Total de Servicios</b>		<b>208.6</b>	<b>346.00</b>

**Anexo 03: Cuadro de sondeo**

<b>N°</b>	<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>REPRESENTANTE</b>
<b>1</b>	<b>Panadería y Bodega “Giulissa”</b>	<b>Urbanización Nicolás Garatea Mz.67 Lt.09</b>	<b>Irene Prado Caballero</b>
<b>2</b>	<b>Panadería Pastelería “Manantial”</b>	<b>Urbanización Nicolás Garatea Mz.65 Lt.43</b>	<b>Luis Humberto Ruiz</b>
<b>3</b>	<b>Panadería Pastelería Bodega “El dorado”</b>	<b>Urbanización Nicolás Garatea Mz.53 Lt.57</b>	<b>Felipe Neira</b>
<b>4</b>	<b>Panadería y Pastelería “El Padrino”</b>	<b>Urbanización Nicolás Garatea Mz.61 Lt.30</b>	<b>Lucy Uceda Reque</b>
<b>5</b>	<b>Panadería y Pastelería “Lucero”</b>	<b>Urbanización Nicolás Garatea Mz.33 Lt.28</b>	<b>Beatriz López Mariano</b>
<b>6</b>	<b>Panadería y Pastelería “An y Leyd”</b>	<b>Urbanización José Carlos Mariátegui Mz.R3 Lt.15</b>	<b>Manuel Romero</b>

## Anexo 04: Consentimiento informado

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado señor (a).

Estamos realizando un estudio de investigación para optar el grado de Bachiller en Ciencias Administrativas denominado: GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA, RUBRO ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERIAS DE LAS URBANIZACIONES NICOLÁS GARATEA Y JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2018.

Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas con el uso del (Atención al cliente) como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa.

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas al respecto, puede comunicarse con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Eco. Estuardo Muñoz Aguilar quien tiene el N° de celular 980337218 o a su Correo: estuardo02@hotmail.com

#### Declaración del participante.

He leído y he entendido la información escrita en estas páginas y firmo este documento, con mi derecho como ciudadano, autorizando mi participación en el estudio.

Mi firma acredita también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

<u>Yovana Ordoñez Abel</u>	<u>[Firma]</u>	<u>10-10-2019</u>	<u>9:20 am</u>
Nombre del estudiante investigador	Firma del estudiante investigador	Fecha	Hora

<u>IRENE Pardo CAGALFEC</u>	<u>[Firma]</u>	<u>10-10-2019</u>	<u>9:20 am</u>
Nombre del representante de la empresa	Firma del representante de la empresa	Fecha	Hora

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

### Estimado señor (a).

Estamos realizando un estudio de investigación para optar el grado de Bachiller en Ciencias Administrativas denominado: GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA, RUBRO ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍAS DE LAS URBANIZACIONES NICOLÁS GARATEA Y JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2018.

Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas con el uso del **(Atención al cliente)** como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa.

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas al respecto, puede comunicarse con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Eco. Estuardo Muñoz Aguilar quien tiene el N° de celular 980337218 o a su Correo: estuardo02@hotmail.com

### Declaración del participante.

He leído y he entendido la información escrita en estas páginas y firmo este documento, con mi derecho como ciudadano, autorizando mi participación en el estudio.

Mi firma acredita también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

<u>Yanessa Ormaza Abel</u>	<u>[Firma]</u>	<u>10-10-2019</u>	<u>9:10 am</u>
Nombre del estudiante investigador	Firma del estudiante investigador	Fecha	Hora

<u>LUCY UCEDA REBOE</u>	<u>[Firma]</u>	<u>10-10-2019</u>	<u>9:10 am</u>
Nombre del representante de la empresa	Firma del representante de la empresa	Fecha	Hora

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

### Estimado señor (a).

Estamos realizando un estudio de investigación para optar el grado de Bachiller en Ciencias Administrativas denominado: GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA, RUBRO ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERIAS DE LAS URBANIZACIONES NICOLÁS GARATEA Y JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2018.

Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas con el uso del **(Atención al cliente)** como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa.

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas al respecto, puede comunicarse con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Eco. Estuardo Muñoz Aguilar quien tiene el N° de celular 980337218 o a su Correo: estuardo02@hotmail.com

### Declaración del participante.

He leído y he entendido la información escrita en estas páginas y firmo este documento, con mi derecho como ciudadano, autorizando mi participación en el estudio.

Mi firma acredita también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

<u>Yancy Ormendo Abel</u>	<u>[Firma]</u>	<u>10-10-2019</u>	<u>9:25 am</u>
Nombre del estudiante investigador	Firma del estudiante investigador	Fecha	Hora

<u>Beatriz López Mariani</u>	<u>[Firma]</u>	<u>10-10-2019</u>	<u>9:25 am</u>
Nombre del representante de la empresa	Firma del representante de la empresa	Fecha	Hora

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

### Estimado señor (a).

Estamos realizando un estudio de investigación para optar el grado de Bachiller en Ciencias Administrativas denominado: GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA, RUBRO ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERIAS DE LAS URBANIZACIONES NICOLÁS GARATEA Y JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2018.

Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas con el uso del (Atención al cliente) como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa.

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas al respecto, puede comunicarse con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Eco. Estuardo Muñoz Aguilar quien tiene el N° de celular 980337218 o a su Correo: estuardo02@hotmail.com

### Declaración del participante.

He leído y he entendido la información escrita en estas páginas y firmo este documento, con mi derecho como ciudadano, autorizando mi participación en el estudio.

Mi firma acredita también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

Yance Ormeño Abel      [Firma]      10-10-2019      9:15 am  
Nombre del estudiante      Firma del estudiante      Fecha      Hora  
investigador      investigador

José Humberto Ruiz      [Firma]      10-10-2019      9:15 am  
Nombre del representante de      Firma del representante      Fecha      Hora  
la empresa      de la empresa

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

**Estimado señor (a).**

Estamos realizando un estudio de investigación para optar el grado de Bachiller en Ciencias Administrativas denominado: **GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA, RUBRO ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERIAS DE LAS URBANIZACIONES NICOLÁS GARATEA Y JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2018.**

Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas con el uso del **(Atención al cliente)** como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa.

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas al respecto, puede comunicarse con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Eco. Estuardo Muñoz Aguilar quien tiene el N° de celular 980337218 o a su Correo: estuardo02@hotmail.com

### Declaración del participante.

He leído y he entendido la información escrita en estas páginas y firmo este documento, con mi derecho como ciudadano, autorizando mi participación en el estudio.

Mi firma acredita también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

Yance Ormaeño Al [Firma] 10-10-2019 9:05 am  
Nombre del estudiante investigador      Firma del estudiante investigador      Fecha      Hora

Felipe Medina R [Firma] 10-10-2019 9:05 am  
Nombre del representante de la empresa      Firma del representante de la empresa      Fecha      Hora

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

### Estimado señor (a).

Estamos realizando un estudio de investigación para optar el grado de Bachiller en Ciencias Administrativas denominado: GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA, RUBRO ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERIAS DE LAS URBANIZACIONES NICOLÁS GARATEA Y JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2018.

Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas con el uso del (**Atención al cliente**) como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa.

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas al respecto, puede comunicarse con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Eco. Estuardo Muñoz Aguilar quien tiene el N° de celular 980337218 o a su Correo: estuardo02@hotmail.com

### Declaración del participante.

He leído y he entendido la información escrita en estas páginas y firmo este documento, con mi derecho como ciudadano, autorizando mi participación en el estudio.

Mi firma acredita también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

<u>Youse Ormaza Abel</u>	<u>[Firma]</u>	<u>10-10-2019</u>	<u>9:30 am</u>
Nombre del estudiante investigador	Firma del estudiante investigador	Fecha	Hora

<u>Marcel Romero F.</u>	<u>[Firma]</u>	<u>10-10-2019</u>	<u>9:30 am</u>
Nombre del representante de la empresa	Firma del representante de la empresa	Fecha	Hora

## Anexo 05: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

### **CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIA, RUBRO ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍAS DE LAS URBANIZACIONES NICOLÁS GARATEA Y JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2018. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

#### **I.GENERALIDADES**

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

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

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

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

- a) Masculino
- b) Femenino

###### **3. Grado de instrucción**

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

d) Superior universitaria

**4. Cargo que desempeña**

- a) Dueño
- b) Administrador

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

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

**1.2. Referente a las Características de las micro y pequeñas empresas.**

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

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

**7. Número de Trabajadores**

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

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

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

**9. Objetivo de creación**

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

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

**2.1. GESTIÓN DE CALIDAD**

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

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

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

- a) Benchmarking

- b) Atención al cliente
- c) Empowerment
- d) La 5 s
- e) outsourcing
- f) otros
- g) Ninguno

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

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

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

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

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

EN

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://standards.iteh.ai">standards.iteh.ai</a> Fuente de Internet	2%
2	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	1%
3	<a href="http://www.nsai.ie">www.nsai.ie</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="http://reposterialozano.com">reposterialozano.com</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="http://webstore.ansi.org">webstore.ansi.org</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="http://rinoe.org">rinoe.org</a> Fuente de Internet	<1%
7	<a href="http://www.theatlas.org">www.theatlas.org</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="http://www.sci.gu.edu.au">www.sci.gu.edu.au</a> Fuente de Internet	<1%
9	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	<1%

10	<a href="http://www.linguee.com">www.linguee.com</a> Fuente de Internet	<1 %
11	<a href="http://www.tjprc.org">www.tjprc.org</a> Fuente de Internet	<1 %
12	<a href="http://ijcrar.com">ijcrar.com</a> Fuente de Internet	<1 %
13	<a href="http://www.e-afr.org">www.e-afr.org</a> Fuente de Internet	<1 %
14	<a href="http://journal.unhas.ac.id">journal.unhas.ac.id</a> Fuente de Internet	<1 %
15	<a href="http://1library.co">1library.co</a> Fuente de Internet	<1 %
16	<a href="http://www.regjeringen.no">www.regjeringen.no</a> Fuente de Internet	<1 %
17	<a href="http://sealcable.com">sealcable.com</a> Fuente de Internet	<1 %
18	<a href="http://slideplayer.com">slideplayer.com</a> Fuente de Internet	<1 %
19	Rob Kim Marjerison, Jong Min Kim. "MSE Response during Times of Crisis: The Roles of Budgeting Micro Functions and Guanxi", Sustainability, 2022 Publicación	<1 %
20	<a href="http://www.nqa.com">www.nqa.com</a> Fuente de Internet	<1 %

---

21

Elizabeth Prichard, Vicki Barwick. "General Principles of Quality Assurance and Quality Control", Wiley, 2007

Publicación

<1 %

---

22

journal.tsue.uz

Fuente de Internet

<1 %

---

23

pearl.plymouth.ac.uk

Fuente de Internet

<1 %

---

24

Marta Blasco Torregrosa. "Nueva metodología de integración: Six Sigma + Gestión de riesgos + Gestión de la calidad. Aplicabilidad en pymes industriales de la Comunidad Valenciana", Universitat Politecnica de Valencia, 2022

Publicación

<1 %

---

25

core.ac.uk

Fuente de Internet

<1 %

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado