



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL
SECTOR COMERCIAL, RUBRO PANADERÍA,
DISTRITO DE SATIPO, AÑO 2017**

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

AUTOR:

B.R. LUIS ERNESTO CABANILLAS PLAZA

ASESOR:

MBA. CRYSBER M. VALDIVIEZO SARAVIA

PUCALLPA – PERÚ

2018

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Sergio O. Ortíz García

Secretario

Mgtr. José Luis Meza Salinas

Miembro

Dr. Geider Grandes García

Presidente

MBA Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

Asesor

AGRADECIMIENTO

A nuestro DIOS, mi esposa Segunda y mi hija Nelly, quienes han forjado mi camino y me han dirigido por el sendero correcto.

Agradezco a mi asesor Crysber Valdiviezo Saravia, por su apoyo y esfuerzo para graduarme como profesional.

DEDICATORIA

A mis padres y hermanos, en especial a Carlos, por darme la fuerza y voluntad, gracias a ellos he logrado llegar hasta aquí y poder convertirme en lo que soy, haciendo posible mi anhelo profesional.

RESUMEN

El objetivo principal de la presente investigación ha sido determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las mypes del Sector Comercial, rubro Panadería, distrito de Satipo, año 2017. Se desarrolló bajo la metodología de investigación del tipo descriptivo, no experimental, transversal, correlacional; donde a través de la técnica de encuesta se aplicó un cuestionario estructurado de 18 preguntas, obteniéndose como resultados: Respecto al propietario: Edad, destacan los rangos de “29 a 39 años” y “de 50 a más años” con 44,4% respectivamente; existe presencia del género masculino (55,6%) y femenino (44,4%); en instrucción, 55,6% son “técnicos” y 44,4% empíricos. Respecto a la empresa: 100.0% de las mypes encuestadas están formalizadas y su principal interés ha sido el “acceso al crédito bancario”, 66,7%. La mayoría tiene poco tiempo en el mercado, “de 1 a 3 años” representan el 66,7%; 44,4% no tienen a sus trabajadores en planilla. Respecto a gestión y atención al cliente: el 77,8% no tiene conocimientos de gestión y técnicas de calidad. Sin embargo, el 55,6% tiene interés en implementar calidad en su gestión; carecen de un plan de negocios anual. Así mismo, indican que las instalaciones y la exposición de sus productos obedece a un criterio y estrategia hacia el cliente. Finalmente, los propietarios de las mypes de panadería indican que su gestión está enfocada 100,0% al cliente y consideran que el éxito de un plan de servicio es la actitud del personal.

Palabras clave: Gestión de calidad, atención en el cliente, servicio, mype, panadería.

ABSTRACT

The main objective of the present investigation has been to determine the Quality Management under the focus of Customer Service in the mypes of the Commercial Sector, Bakery sector, district of Satipo, year 2017. It was developed under the research methodology of the descriptive type, not experimental, transversal, correlational; where through the survey technique a structured questionnaire of 18 questions was applied, obtaining as results: Regarding the owner: Age, the ranges of "29 to 39 years" and "50 to more years" stand out with 44.4% respectively; there is presence of the masculine gender (55.6%) and feminine (44.4%); in instruction, 55.6% are "technical" and 44.4% empirical. Regarding the company: 100.0% of the surveyed mypes are formalized and their main interest has been "access to bank credit", 66.7%. Most have little time in the market, "from 1 to 3 years" represent 66.7%; 44.4% do not have their workers on payroll. Regarding management and customer service: 77.8% do not have management knowledge and quality techniques. However, 55.6% have an interest in implementing quality in their management; they lack an annual business plan. Likewise, they indicate that the facilities and the exhibition of their products obey to a criterion and strategy towards the client. Finally, the owners of bakery mypes indicate that their management is 100% focused on the customer and consider that the success of a service plan is the attitude of the staff.

Keywords: Quality management, customer service, service, mype, bakery.

ÍNDICE GENERAL

TITULO DE LA TESIS	i
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
INDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento de la Investigación	3
1.1.1 Caracterización del Problema	4
1.1.2 Enunciado del Problema	5
1.2 Objetivos de la Investigación	5
1.2.1 Objetivo General.....	5
1.2.2 Objetivos Específicos.....	5
1.3 Justificación de la Investigación	6
CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	7
2.1 Antecedentes.....	7
2.1.1 Antecedentes Internacionales	7
2.1.2 Antecedentes Nacionales	8
2.2 Bases Teóricas de la Investigación.....	9
2.2.1 Gestión de la Calidad	9
2.2.2 Calidad Total.....	10
2.2.3 Micro y pequeñas empresas.....	15
2.2.4 Servicio	20
2.3 Marco Conceptual.....	20
2.3.1 Glosario de términos	20

CAPÍTULO III. HIPÓTESIS	22
3.1 Hipótesis General	22
3.2 Hipótesis Específicas	22
CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	23
4.1 Diseño de Investigación	23
4.1.1 Tipo de investigación	23
4.1.2 Nivel de investigación	23
4.2 Población y muestra.....	23
4.2.1 Población	23
4.2.2 Muestra.....	24
4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	25
4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	26
4.4.1 Técnicas	26
4.4.2 Instrumentos	26
4.5 Plan de análisis de datos	26
4.6 Matriz de Consistencia	27
4.7 Principios éticos.....	29
CAPÍTULO V. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	30
5.1 Resultados.....	30
A. Perfil del Propietario:	30
B. De la Empresa.....	33
C. Gestión y Técnicas de Calidad	38
5.2 Análisis de resultados	48
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	50
6.1 Conclusiones de la investigación.....	50
6.2 Recomendaciones	51
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	52
ANEXOS.....	54
1. Cronograma de Actividades.....	54
2. Presupuesto General.....	55
3. Instrumento de recolección de datos.....	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	25
Tabla 2: Matriz de consistencia de la investigación.....	27
Tabla 3: Edad del propietario.....	30
Tabla 4: Sexo del propietario.....	31
Tabla 5: Grado de instrucción.....	32
Tabla 6: ¿Su empresa esta formalizada?	33
Tabla 7: ¿Qué beneficios identifica de la formalización?	34
Tabla 8: ¿Cuál es la trayectoria de su empresa en el mercado?.....	35
Tabla 9: ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?.....	36
Tabla 10: ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?.....	37
Tabla 11: ¿Tiene conocimientos de gestión y técnicas de calidad?.....	38
Tabla 12: ¿Tiene interés en implementar una gestión de calidad?	39
Tabla 13: ¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?	40
Tabla 14: ¿Su empresa sigue un plan de negocios anual?.....	41
Tabla 15: ¿Las instalaciones del negocio atraen el interés del cliente?.....	42
Tabla 16: ¿La exposición de los productos obedecen a un criterio y estrategia?	43
Tabla 17: ¿Brinda interés a las sugerencias y atiende los reclamos del cliente?	44
Tabla 18: En la Gestión ¿Prioriza el servicio y espera fidelización del cliente?	45
Tabla 19: ¿Capacita al personal para brindar un buen servicio?	46

Tabla 20: ¿Considera que el éxito de un plan de servicio al cliente es la actitud del personal?.....	47
Tabla 21: Cronograma de Actividades.....	54
Tabla 22: Presupuesto General.....	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ciclo de Mejora.....	11
Figura 2: Edad del propietario.....	30
Figura 3: Sexo del propietario.....	31
Figura 4: Grado de instrucción.....	32
Figura 5: ¿Su empresa esta formalizada?.....	33
Figura 6: ¿Qué beneficios identifica de la formalización?.....	34
Figura 7: ¿Cuál es la trayectoria de su empresa en el mercado?.....	35
Figura 8: ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?.....	36
Figura 9: ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?.....	37
Figura 10: ¿Tiene conocimientos de gestión y técnicas de calidad?.....	38
Figura 11: ¿Tiene interés en implementar una gestión de calidad?.....	39
Figura 12: ¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?.....	40
Figura 13: ¿Su empresa sigue un plan de negocios anual?.....	41
Figura 14: ¿Las instalaciones del negocio atraen el interés del cliente?.....	42
Figura 15: ¿La exposición de los productos obedecen a un criterio y estrategia?.....	43
Figura 16: ¿Brinda interés a las sugerencias y atiende los reclamos del cliente?.....	44
Figura 17: En la Gestión ¿Prioriza el servicio y espera fidelización del cliente?.....	45
Figura 18: ¿Capacita al personal para brindar un buen servicio?.....	46
Figura 19: ¿Considera que el éxito de un plan de servicio al cliente es la actitud del personal?.....	47

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Los negocios del sector comercial, rubro de la panificación, se caracterizan por estar presente en todas las localidades a nivel nacional e internacional. Sin duda, existe una panadería siempre cerca y es que también a ellas, les llega la hora de modernizarse, porque al igual que la bodega tradicional, las panaderías son negocios que participan en el desarrollo social y económico de las comunidades.

Como tendencia actual, según el portal Industria Alimenticia, para el 2015 en América Latina ya existen más de 230,000 panaderías y las miras ahora son los supermercados, donde el consumo se configura por un hábito y lugar de compra; inciden la variedad y modernización de productos y servicios complementarios, como expendio de bebidas como café.

A nivel nacional, el sector está representado por la Asociación Peruana de Empresarios de la Panadería y Pastelería (ASPAN), que busca que sus asociados tengan a mano las mejores técnicas y capacitación disponible, y en conjunto incrementar el consumo de pan, que en el Perú es de sólo 35kg al año y Chile 88Kg.

En Satipo, la competencia que existe entre las mypes posicionadas en nuestra localidad, obliga a los propietarios a brindar la mejor disposición hacia sus clientes, sin embargo, las prácticas son las mismas porque son de sentido común, lo que obliga a buscar mecanismos más técnicos, los mismos que corresponden a la práctica de una gestión de calidad.

El informe final de investigación que se presenta, se enfocó en determinar si las mypes del sector comercial, rubro panadería tienen la disposición de modernizarse y hacer de la calidad una práctica habitual, asimismo su disposición de brindar al cliente el mejor servicio para acercarlo y tener una relación de confianza.

1.1 Planteamiento de la Investigación

Hacia la década de los 90's empieza un nuevo método de supervivencia en el país, en las provincias del interior para ser exacto, supervivencia debido a que el país estaba saliendo de una de las crisis económicas más fuertes de su historia, la hiperinflación; los ciudadanos que no tenían empleos formales buscaron la forma de generar ingresos por si mismos (trabajos eventuales), y posteriormente se generó una idea colectiva, hacer los negocios en sus propios hogares debido al miedo de una dependencia financiera, nace entonces el espíritu emprendedor.

En Satipo, los puestos de venta de comida al paso, como Pollerías, Chifas, etc, son negocios que afloraban en la fachada de varios hogares que se atrevieron a invertir en sí mismos, debido a que estos “negocios” solo comprendían familiares y trabajadores que no superaba los 10 integrantes en la mejor de las situaciones, pero son las panaderías los negocios tradicionales que también sobrevivieron a esa época.

Las panaderías en el Perú superan los 14,000 negocios según la Asociación Peruana de Empresarios de la Panadería y Pastelería (ASPAN) y desde el año 2015, las perspectivas son otras.

“Se tiene un enfoque en la calidad y atención al cliente”, lo dice Pio Pantoja Soto - **presidente de ASPAN**, y es que estos negocios también tienen que alinearse a los nuevos tiempos de dinamismo económico. Se tiene ahora a un cliente más exigente, como los millennial, jóvenes de 15 a 35 años que son más informados y gustan de comidas rápidas, donde los productos de las panaderías son sus preferidos, pese a que tienden a aumentar de peso.

Entonces, ¿las panaderías de Satipo están alineadas a este enfoque de administración moderna con enfoque en el cliente? Este es el tema que trataremos en nuestra investigación, averiguando que situaciones restringen o colaboran para que los negocios del rubro aspiren a ser empresas de calidad. Como referencia, el consumidor peruano alcanza los 35kg al año de pan, mientras Chile y Argentina con 88% y 80%, según el portal de Industria Alimentaria de América Latina. La información nos indica que existe mercado aún y que tanto el empresario del rubro panadero está dispuesto a asumir para satisfacer las necesidades de sus clientes, ya que la competencia que crece está en el retail con el crecimiento de sus supermercados.

1.1.1 Caracterización del Problema

Los negocios del rubro panadero del distrito de Satipo, son negocios tradicionales, donde la mayor venta lo constituye el pan hecho en el mismo local, con ingredientes peruanos, en su gama o variedad de panes caseros.

Algunos negocios también ofrecen la venta de embustidos y la sección pastelería. Sin embargo, la rentabilidad no es precisamente el pan, sino el último componente descrito y es donde la creatividad del panadero se pone de manifiesto para generar la cuota de diferenciación frente a la competencia, la que también se alinea con la infraestructura y la atención al cliente.

En este último aspecto, la gestión de calidad y la aplicación de sus técnicas está ausente, es decir la administración que realizan los propietarios es empírica y esta limitación impide gestionar el negocio según las nuevas perspectivas, situación que no sostendría el negocio en el futuro, con clientes más informados que buscan

productos modernos como donuts, cake ups, tortas de personajes, comida rápida, entre otros.

1.1.2 Enunciado del Problema

¿El desinterés por la implementación de técnicas de gestión de calidad por los conductores de las mypes del sector comercial, rubro panaderías del distrito de Satipo, impedirá que el negocio brinde un servicio sostenible a sus clientes?

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

Determinar el nivel de implementación de un plan de gestión de calidad y su impacto en atención al cliente, en las mypes del sector comercial, rubro panaderías, distrito de Satipo, año 2017.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar el nivel de capacitación de los propietarios de las mypes del sector comercial, rubro panaderías, distrito de Satipo en temas de gestión empresarial.
- Conocer si se viene implementando o aplicando un Plan de Calidad en las mypes del sector comercial, rubro panaderías, del distrito de Satipo.
- Conocer si existe un plan de gestión con enfoque en atención al cliente, en las mypes del sector comercial, rubro panaderías, distrito de Satipo.

1.3 Justificación de la Investigación

La investigación se justifica porque es importante que el microempresario del rubro de panadería del distrito de Satipo, comprenda las ventajas de adoptar en la gestión de la empresa las técnicas de calidad ya que es el soporte para toda actividad de mejora continua, lo contrario significa desfasarse de la administración moderna y ser desplazado por otro competidor que si práctica la gestión de calidad.

Asimismo, la investigación beneficiará al gremio de empresarios panaderos que podrán tomar conocimiento y motivarse con la adopción de la gestión de calidad.

Tendrá un gran impacto en el cliente, quien se verá beneficiado de recibir nuevos productos y de calidad.

CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

Los antecedentes de investigación que se citan en nuestro informe, se han extraído de la bibliografía académica nacional e internacional y constituyen un importante soporte para referenciar nuestro estudio.

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Correia, G; Araujo, D; Fernández, L; Leão de Meneses, P; Pinheiro, P; (2012). En su artículo se habla de la importancia del manipulador de alimentos en un rubro hotelero. En Brasil el sector de turismo está muy desarrollado, por lo tanto, sus destinos gastronómicos siguen un proceso de calidad estricto. También mencionan que la calidad de los productos alimenticios es importante en una empresa para asegurar la integridad de la salud de los clientes.

Las empresas que se dediquen al rubro industrial alimenticios en Brasil llevan procedimientos estrictos con alto grado de responsabilidad, estos mencionados en las Buenas Prácticas de Fabricación (BPF), y la Resolución RDC 275 del 21 de octubre de 2002, Gestión de Calidad Total o Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC) por mencionarse algunas.

Los protocolos y procedimientos de calidad del producto alimenticio, es obligatorio implantarse en los negocios formales de este rubro, sin embargo, dicho

procedimiento se adapta a la magnitud de la empresa y su condición, en resumen se habla de la higiene para evitar enfermedades causadas por una mala manipulación de alimentos.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Beltrán O. (2014), en su tesis “Caracterización de la capacitación y la gestión de calidad de las mypes del sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote”; el autor identifica la realidad de la gestión de calidad de las Mypes de panaderías en el distrito de Chimbote, llegando a una conclusión de que la mayoría de ellas no aplican un sistema de calidad ISO, sino más bien la calidad de sus productos fue desarrollada mediante las prácticas de la mejora continua a lo largo de sus funciones.

Diario El Comercio (26.05.2017), en un artículo publicado por Marcela Mendoza Riofrío, informa los nuevos rumbos de la industria de la panificación. En entrevista a Pío Pantoja, presidente de Aspan, (Asociación Peruana de Empresarios de la Panadería y Pastelería), indica que el 25% de los 14,800 empresarios panificadores a nivel nacional, han implementado cafés, como estrategia de rentabilizar más el negocio.

En la estrategia, detalla que lo que se busca es diversificar el negocio, innovar en la oferta de productos y capacitar más al personal. También indica que la práctica representa el 25% de ingresos del negocio, ya que el rubro principal de panadería ha sufrido una desaceleración y es el rubro de pasteles que también ha crecido.

Finalmente, se indica que el mercado tiene la participación del retail, donde los supermercados representan el 25% del consumo.

2.2 Bases Teóricas de la Investigación

2.2.1 Gestión de la Calidad

Según J.M. Juran, fundador y presidente emérito del Juran Institute de Wilton, Connecticut-USA y promotor del movimiento internacional de la calidad, afirma que solo 50 de las 500 empresas de la revista *Fortune* han logrado Calidad en todo su rigor.

En el proceso de implementación de un Sistema de Calidad, indica que unas han empezado, otras están en diversas etapas, otras han vuelto a empezar y muchas aún no han empezado. Señala que este contexto representa una profunda crisis en lo que, respecto a la práctica de la excelencia en calidad, el camino es arduo pero los beneficios son grandes.

La conclusión de su artículo es que los directivos que triunfan en calidad son aquellos que utilizan cada vez más el siguiente esquema de gestión:

1. Establecimiento de la visión y las políticas
2. La formación del personal
3. Establecimiento de los objetivos que se deben alcanzar
4. Planificación para alcanzar los objetivos
5. Planificación de acciones y recursos necesarios
6. La medición de alcance de la calidad.

2.2.2 Calidad Total

Es la estrategia empresarial que busca satisfacer las necesidades de clientes, empleados y la sociedad en general.

La calidad total es alcanzar la excelencia del servicio/producto que una empresa ofrece, tanto en el entorno interno de la organización (ambiente laboral, liderazgo, dirección, satisfacción), como en el entorno externo de la misma (proveedores, clientes, espectadores).

La calidad total está sustentada en las siguientes aportaciones que todo administrador o gerente debe aplicar:

Ciclo de Deming (PHVA)

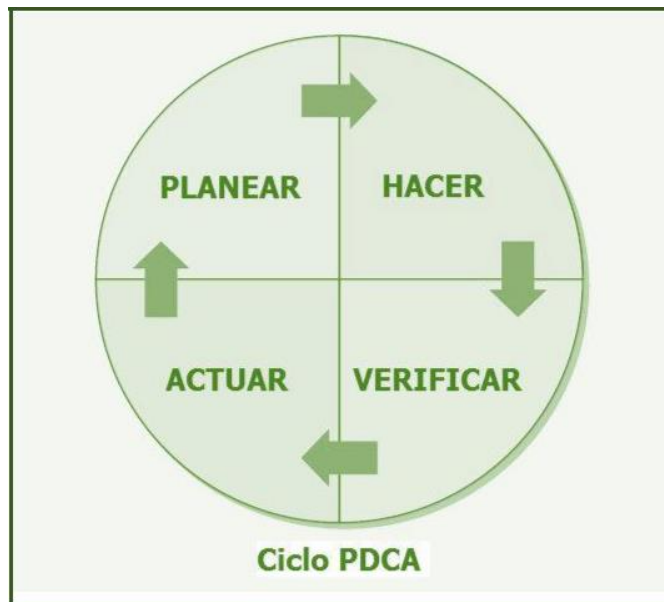
Planificar – Hacer – Verificar – Actuar, es una estrategia en ciclo de mejora continua de la calidad; un ciclo simplificado de procesos para asegurar fácilmente que todo proyecto, producto o servicio se desempeñe de acuerdo a lo planeado y su estructura es la siguiente:

- Planificar, es establecer las actividades del proceso que se va a realizar para obtener un resultado esperado. Para eso es necesario la recopilación de datos, y poner en práctica herramientas de planificación como la lluvia de ideas, diagrama de Gantt, análisis modal de fallos y efectos, entre otros.
- Hacer, es básicamente poner en marcha lo planeado.
- Verificar, comprende analizar los datos recopilados en el desarrollo del plan, analizar y constatar que se realizó las actividades tal cual los requisitos del

planeamiento. Para la verificación de las actividades se utilizan herramientas como, Check list, cuadro de mando, diagrama de correlación, entre otros.

- Actuar, es el paso en la que el término mejora continua se hace notar puesto que con todo lo aprendido se procede a tomar medidas para aplicar cambios en los procesos para mejorar los resultados esperados. Se aplican herramientas como el Kaisen, Ciclo PDHA, etc.

Figura 1: Ciclo de Mejora



Fuente: Luis Cabanillas

Modelo de Malcolm Baldrige

El modelo de Baldrige se enfoca a la competencia de un mercado global, el modelo fue desarrollado en Estados Unidos a causa del avance comercial japonés en la década de los 80 y está compuesta por 11 propuestas de valor que integran el concepto de calidad.

- “Calidad basada en el cliente
- “Liderazgo.
- “Mejora y aprendizaje organizativo.
- “Participación y desarrollo del personal.
- “Rapidez en la respuesta.
- “Calidad en el diseño y en la prevención
- “Visión a largo plazo del futuro.
- “Gestión basada en datos y hechos.
- “Desarrollo de la asociación entre los implicados.
- “Responsabilidad social.
- “Orientación a los resultados

Bases normativas - Sistemas de gestión de la calidad - ISO 9001: 2015

Existen normas internacionales que establecen medidas de control en distintas profesiones, entre las que tenemos son: ISO 45001 Seguridad y salud en el trabajo, ISO 20000 Gestión de servicios de TI, etc.

Dichas normas indican en el uso o la implementación de estos estándares internacionales para el mejor desempeño empresarial y profesional, en esta sección se mencionará la ISO 9001, Sistemas de gestión de la calidad.

Los sistemas de gestión de calidad ISO 9001, busca hacer de la empresa una institución mucho más competitiva en el mercado, cumpliendo las expectativas de satisfacción del cliente cada vez más exigente. (www.iso.org).

Principios de la gestión de la calidad

- Enfoque al cliente

Las empresas y organizaciones que ofrecen productos y servicios dependen del cliente para su permanencia en el tiempo; los gustos y preferencias son decisivos para concretar una conversión a favor de la empresa.

ISO 9001, considera al cliente en primer lugar por ser el objetivo principal para poder formar una empresa de productos o servicios; satisfacer las necesidades de un cliente es lo que determinará su fidelidad, sin embargo hay dos tipos de clientes e identificar sus necesidades y exigencias es un constante trabajo. (ISO 9001: 2015)

- **Cliente Interno:** son los empleados y colaboradores de una organización e institución, y básicamente sus necesidades son económicas, clima laboral, constante aprendizaje.
- **Cliente Externo:** Son los individuos, instituciones, organizaciones que compran tu producto, con infinitas necesidades y exigencias.

Finalmente conocer a los clientes y cumplir con sus expectativas generan beneficios tales como: productividad al esfuerzo, fidelidad de clientes, mayor afluencia de clientes y mejor posicionamiento en el mercado.

- Liderazgo

El principio de liderazgo se enfoca al ambiente interno de la empresa, los empleados.

El liderazgo es responsabilidad de los gerentes o administradores de una organización, son quienes van a establecer un propósito en los empleados y estos a su vez deben generar esfuerzos para poder cumplirlo; el liderazgo genera un ambiente propicio para el desempeño de las funciones de los trabajadores.

- **Compromiso de las personas**

El involucramiento de las personas de una organización permite que se puedan aprovechar las habilidades de los empleados para beneficio de la organización.

- **Enfoque a procesos**

Las empresas pueden controlar las interrelaciones entre los procesos del sistema de gestión y por consiguiente mejorar el desempeño global de la empresa.

En las empresas, el enfoque a procesos permite el cumplimiento de los requisitos, la consideración del valor agregado y, la mejora en base a una evaluación, para minimizar el margen de error o ineficiencia en la empresa.

- **Mejora continua**

La mejora continua es una herramienta importante en el ámbito empresarial pues, permite desarrollar los aspectos de mejora que pueden ser; en los productos y servicios para que se adapten a las necesidades de los clientes, mejoras en los procesos internos de la empresa (las ventas, la administración, compras, etc.), mejoras en el desempeño como la eficiencia y la eficacia, cumplimiento de políticas y demás exigencias de la organización.

Superar las debilidades de la organización, cambiar procesos burocráticos ineficientes, son solo algunos resultados de la mejora continua en la organización.

Toma de decisiones basada en la evidencia

La toma de decisiones siempre debe estar fundamentada en alguna investigación sobre la empresa; las decisiones al azar pueden ser muy riesgosas.

Gestión de las relaciones

Las relaciones entre empresas que forman parte de un sistema productivo deben ser de mutuo beneficio, mantener estas buenas relaciones con los proveedores es importante para evitar los escases.

Estos son los principios que rigen la norma 9001, la interrelación de estos principios da lugar al siguiente paso, *establecer el sistema de gestión de calidad en una empresa*, y los requisitos organizacionales que se necesitan según la Norma ISO 9001: 2015.

2.2.3 Micro y pequeñas empresas

Se define como mype a la unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Microempresa: Mype

- Desde 1 trabajador hasta 10 trabajadores.
- Con ventas anuales hasta un máximo de 150 UIT (622,500 nuevos soles).

Pequeña Empresa: Pyme

- Desde 1 trabajador hasta 20 trabajadores.
- Ventas anuales a partir de 150 UIT hasta 850 UIT (www.mintra.gob.pe)

Bases Legales

Las Mypes estas sustentadas en la Ley N° 28015 (2003), Ley De Promoción Y Formalización De La Micro Y Pequeña Empresa; ley que considera la integración del empleo sostenible al régimen tributario.

La ley hace mención de que pueden tener cualquier tipo de constitución, pueden ser personas naturales o jurídicas; la ley busca el impulso de inversión y empleo sostenible, haciendo participes a los gobiernos locales y regionales en el apoyo al desarrollo económico. (Ley N° 28015, 2003).

Formalización De Mypes

En la ley N° 28015 podemos encontrar además referencias acerca de la promoción, financiamiento y formalización de las Mypes, aclarando así, algunas interrogantes.

Instrumentos de promoción para el desarrollo y la competitividad

Art. 15° Instrumentos de promoción

Los instrumentos de promoción para el desarrollo y la competitividad de las MYPE y de los nuevos emprendimientos con capacidad innovadora son:

- Los mecanismos de acceso a los servicios de desarrollo empresarial y aquellos que promueven el desarrollo de los mercados de servicios.
- Los mecanismos de acceso a los servicios financieros y aquellos que promueven el desarrollo de dichos servicios.
- Los mecanismos que faciliten y promueven el acceso a los mercados, y a la información y estadísticas referidas a la MYPE.
- Los mecanismos que faciliten y promueven la inversión en investigación, desarrollo e innovación tecnológica, así como la creación de la MYPE innovadora.

Acceso al financiamiento

Art. 28° Acceso al Financiamiento

El Estado promueve el acceso de las MYPE al mercado financiero y al mercado de capitales, fomentando la expansión, solidez y descentralización de dichos mercados.

El Estado promueve el fortalecimiento de las instituciones de microfinanzas supervisadas por la Superintendencia de Banca y Seguros. Asimismo, facilita el acercamiento entre las entidades que no se encuentran

reguladas y que puedan proveer servicios financieros a las MYPE y la entidad reguladora, a fin de propender a su incorporación al sistema financiero.

Art. 29° Participación de COFIDE

El Estado, a través de la Corporación Financiera de Desarrollo COFIDE, promueve y articula integralmente el financiamiento, diversificando, descentralizándose incrementando la cobertura de la oferta de servicios de los mercados financieros y de capitales en beneficio de las MYPE.

Los intermediarios financieros que utilizan fondos que entrega COFIDE, para el financiamiento de las MYPE, son los considerados en la Ley N° 26702 – Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros y sus modificatorias, y utilizan la metodología, los nuevos productos financieros estandarizados y nuevas tecnologías de intermediación a favor de las MYPE, diseñadas o aprobadas por COFIDE.

COFIDE procura canalizar prioritariamente sus recursos financieros o aquellas MYPE que producen o utilizan productos elaborados o transformados en el territorio nacional.

Instrumentos de formalización para el desarrollo y la competitividad

Art. 36° Acceso a la Formalización

El Estado fomenta la formalización de las MYPE a través de la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior.

Art. 37° Simplificación de trámites y régimen de ventanilla única

Las MYPE que se constituyan como persona jurídica lo realizan mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta, conforme a lo establecido en el inciso i) del artículo 1° de la Ley N° 26965. El CODEMYPE para la formalización de las MYPE promueve la reducción de los costos registrales y notariales ante la SUNARP y Colegio de Notarios.

Regímenes Tributarios

La página de SUNAT indica que el régimen de MYPE puede ser de cualquier constitución empresarial que obtengan rentas de 3era categoría como:

- Personas naturales
- Personas jurídicas
- Sucesiones indivisas
- Sociedades conyugales

Las mypes están acogidas al régimen tributario del impuesto a la renta, y con la disposición de un límite de ingresos anuales de hasta 1700 UIT (varía según el monto de la Unidad Impositiva Tributaria).

2.2.4 Servicio

Un servicio es una actividad o una serie de actividades generadoras de satisfacción por los consumidores, que se producen como resultado de la interacción entre los clientes y una persona o una máquina. **(Lehtinen, 1983).**

Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera; además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo. **(Horovitz, 1991).**

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Glosario de términos

- **Servicio al Cliente**

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. **(Kotler, 2003).**

- **Calidad de Servicio**

Son las características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto o servicio; es por eso que hay que entender el servicio como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal, ya consista en un producto o en un servicio. **(Ruiz, 2001).**

Calidad de servicio es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el

conjunto de elementos secundarios, cuantitativos y cualitativos de un producto o servicio principal. **(Larrea , 1991).**

- **Mejora continua de los Servicios**

Mejorar un proceso, significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable. **(Harrington, 1993).**

Define el Mejoramiento Continuo como una conversión en el mecanismo viable y accesible al que las empresas cierran la brecha tecnológica que mantienen con respecto a otras. **(Fadi, 1994).**

CAPÍTULO III. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis General

La alineación respecto a las nuevas tendencias de gestión comercial de las mypes del sector comercial, rubro panaderías, del distrito de Satipo, favorecerá la adopción de un plan de calidad que correctamente conducido beneficiará en el servicio que se brinda a los clientes.

3.2 Hipótesis Específicas

- Las mypes del sector comercial, rubro panaderías del distrito de Satipo que gestione con herramientas de calidad, generará un mejor desempeño como unidad de negocio y posicionamiento en el mercado.
- Las mypes del sector comercial, rubro panaderías, del distrito de Satipo, que promueven la gestión enfocada en el cliente, gozan de la preferencia de los clientes que encuentran calidad de atención y servicio.

CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Metodología

La investigación es un proceso que, mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna, para entender, verificar, corregir y aplicar el conocimiento. (Tamayo, 1994).

4.1 Diseño de Investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental - Transversal - descriptivo - correlacional.

4.1.1 Tipo de investigación

Es del tipo cuantitativa. En la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizó procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

4.1.2 Nivel de investigación

Nivel descriptivo, porque en la investigación se describió, registró, analizó e interpretó la naturaleza actual y composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado.

4.2 Población y muestra

4.2.1 Población

La población en estudio está conformada por las mypes del sector comercial rubro panadería, distrito de Satipo. Las fuentes a las que se acudió a recabar información es la Municipalidad Distrital de Satipo y también los registros de la Oficina Zonal de Sunat.

Producto de la consulta, se estableció que son 9 las mypes de panaderías en el distrito.

4.2.2 Muestra

Para la realización de la investigación y por la facilidad de acceso que tienen las mypes de panaderías, se tomó la decisión de tomar como muestra al 100% de la población (9 mypes).

4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Tabla 1. Definición y Operacionalización de variables e indicadores.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL: INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de Calidad	Planear y gerenciar para el mejoramiento continuado del sistema de calidad, incluyendo el uso de la política de calidad, objetivos y los datos sobre el desempeño de la calidad.	Plan de Calidad	- ¿Su empresa tiene definido un plan de negocios?	Nominal
		Procesos Estandarizados	- ¿Cuenta con procesos identificados y estandarizados?	Nominal
		Misión, Visión, Valores	- ¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?	Nominal
Enfoque en el cliente	Es la identificación de los requerimientos de los clientes y la medición de su satisfacción, obedece a un proceso metodológico con una secuencia de pasos.	Nivel de Servicio	- ¿Las instalaciones y organización, facilitan la estancia del cliente? - ¿Capacita al personal para brindar un buen servicio?	Nominal Nominal
		Atención a quejas y sugerencias.	- ¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente?	Nominal

Fuente: Luis Cabanillas

4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

4.4.1 Técnicas

Tienen como fin la obtención de los datos necesarios para la realización de la investigación:

- Observación
- Entrevistas
- Encuesta

4.4.2 Instrumentos

Para la recolección de los datos, se elaboró un cuestionario estructurado el que está contenido en una encuesta.

4.5 Plan de análisis de datos

Los datos recolectados en la investigación fueron tratados bajo el análisis descriptivo. Asimismo, para la tabulación se utilizó el programa IBM SPSS STATISTICS versión 22 exclusivo para estadística e investigación.

4.6 Matriz de Consistencia

Tabla 2. Matriz de consistencia de la investigación.

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
<p>¿El desinterés por la implementación de técnicas de gestión de calidad por los conductores de las mypes del sector comercial, rubro panaderías del distrito de Satipo, impedirá que el negocio brinde un servicio sostenible a sus clientes?</p>	<p>Objetivo General</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar el nivel de implementación de un plan de gestión de calidad y su impacto en atención al cliente, en las mypes del sector comercial, rubro panaderías, distrito de Satipo, año 2017. <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar el nivel de capacitación de los propietarios de las mypes del sector 	<p>Variable Dependiente</p> <p>Atención al cliente</p> <p>Variable Independiente</p> <p>e</p> <p>Gestión de Calidad</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La alineación respecto a las nuevas tendencias de gestión comercial de las mypes del sector comercial, rubro panaderías, del distrito de Satipo, favorecerá la adopción de un plan de calidad que correctamente conducido beneficiará en el servicio que se brinda a los clientes.</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las mypes del sector comercial, rubro panaderías del distrito de 	<p>Tipo de Investigación:</p> <p>Cuantitativa.</p> <p>Nivel de Investigación:</p> <p>Descriptiva.</p> <p>Diseño de la Investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No experimental, - Transversal, - Descriptivo - Correlacional 	<p>Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Observación - Entrevista - Encuesta. <p>Fuentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Municipalidad Distrital de Satipo, -Oficina Zonal Sunat <p>Instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario

	<p>comercial, rubro panaderías, distrito de Satipo en temas de gestión empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocer si se viene implementando o aplicando un Plan de Calidad en las mypes del sector comercial, rubro panaderías, del distrito de Satipo. - Conocer si existe un plan de gestión con enfoque en atención al cliente, en las mypes del sector comercial, rubro panaderías, distrito de Satipo. 		<p>Satipo que gestione con herramientas de calidad, generará un mejor desempeño como unidad de negocio y posicionamiento en el mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Las mypes del sector comercial, rubro panaderías, del distrito de Satipo, que promueven la gestión enfocada en el cliente, gozan de la preferencia de los clientes que encuentran calidad de atención y servicio. 		<p style="text-align: center;">Población</p> <p>Se solicitó información a fuentes como la Municipalidad distrital de Satipo y la Sunat.</p> <p style="text-align: center;">Muestra</p> <p>Según la prueba estadística que se aplique.</p>
--	--	--	--	--	---

Fuente: Luis Cabanillas

4.7 Principios éticos

La investigación se realizó respetando los siguientes principios:

- **Protección a las personas.** - Fundamentado en la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad.
- **Beneficencia y no maleficencia.** - Fundamentado en la integridad y minimizar los efectos adversos y maximizar los beneficios.
- **Justicia.** - Fundamentado en la equidad y justicia de participar a todas las personas que participan de la investigación el derecho a acceder a sus resultados.
- **Integridad científica.** - Fundamentado de hacer extensiva la investigación propagando el conocimiento.
- **Consentimiento informado y expreso.** -
Fundamentado en la voluntad, de las personas de ser sujetos de la investigación.

CAPÍTULO V. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Resultados

A. Perfil del Propietario:

TABLA 3

Edad del propietario de la empresa				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De 29 a 39 años	4	44,4	44,4	44,4
De 40 a 49 años	1	11,1	11,1	55,6
De 50 a más	4	44,4	44,4	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de Investigación

FIGURA 2



Elaborado por Luis Cabanillas

INTERPRETACIÓN: Según los resultados obtenidos de las encuestas, los propietarios en su mayoría se encuentran en el rango de “50 años a más”, 44,4%; “de 29 a 39 años”, 44,4%; y de 40 a 49 años”, 11,1%.

TABLA 4

Sexo del propietario				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VálidoMasculino	5	55,6	55,6	55,6
Femenino	4	44,4	44,4	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de Investigación

FIGURA 3



Elaborado por Luis Cabanillas

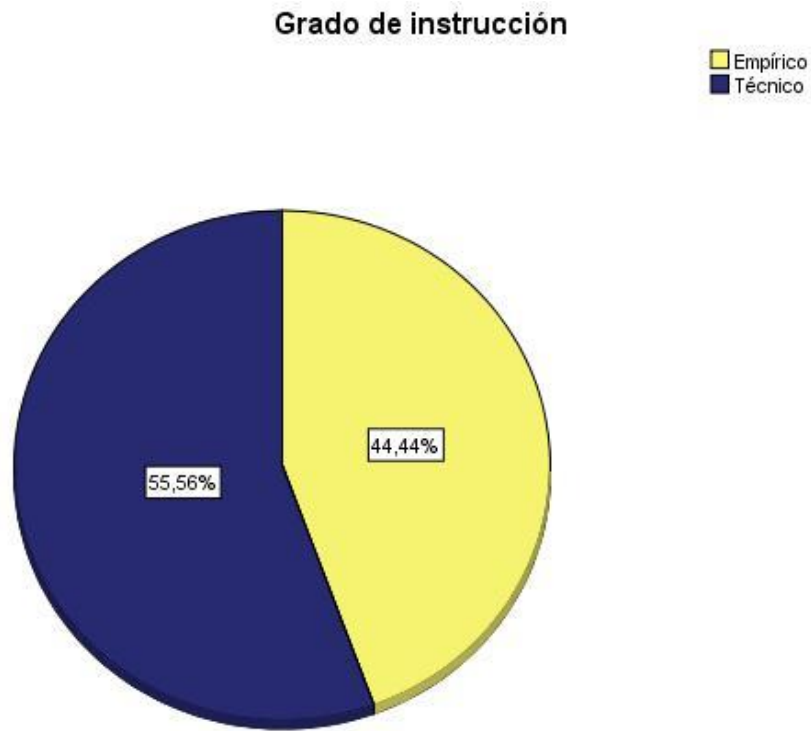
INTERPRETACIÓN: Según los resultados de la investigación, 55,6% de los propietarios son de sexo masculino; y 44,4% sexo femenino.

TABLA 5

Grado de instrucción				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VálidoEmpírico	4	44,4	44,4	44,4
Técnico	5	55,6	55,6	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de Investigación

FIGURA 4



Elaborado por Luis Cabanillas

INTERPRETACIÓN: Según la investigación, el nivel de instrucción de los propietarios en su mayoría es “técnico”, 55,6% y 44,4% “empírico”.

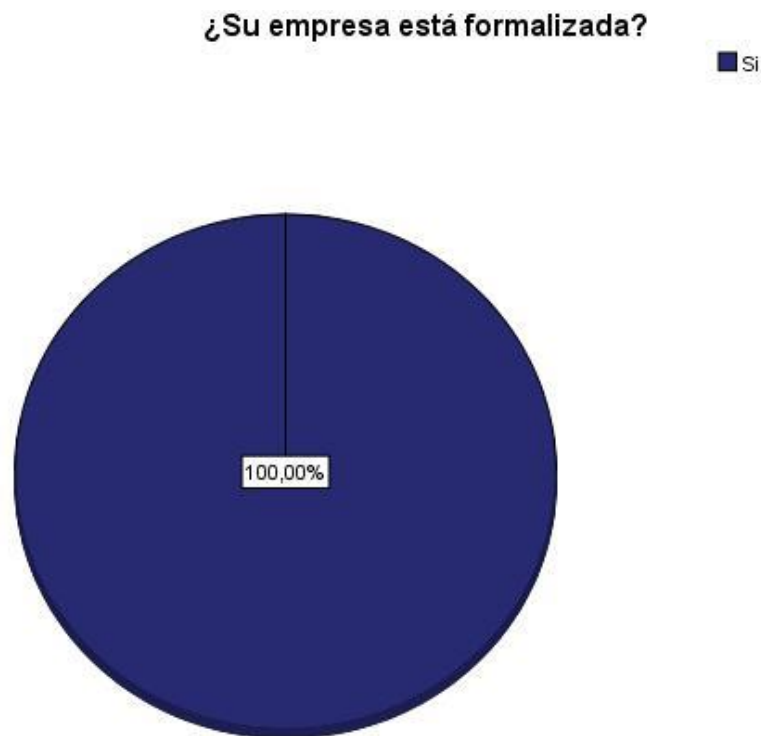
B. De la Empresa

TABLA 6

¿Su empresa está formalizada?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VálidoSi	9	100,0	100,0	100,0

Fuente: Resultado de Investigación

FIGURA 5



Elaborado por Luis Cabanillas

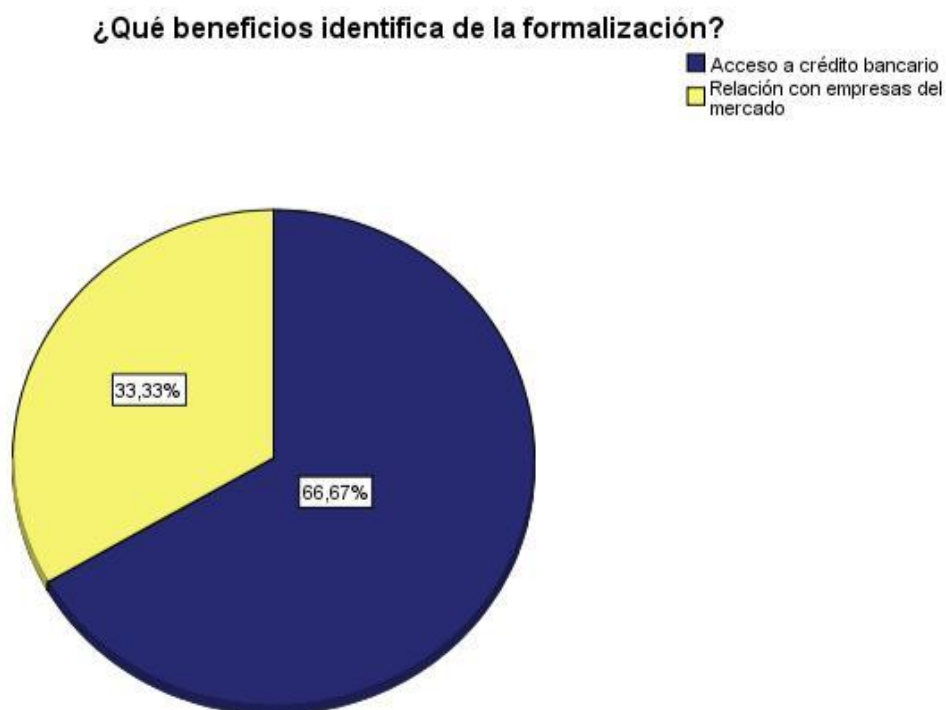
INTERPRETACIÓN: Según entrevista con los propietarios, el 100.0% de sus mypes se encuentran dentro de la formalización. Esto demuestra la responsabilidad que tienen al cumplir con sus trámites.

TABLA 7

¿Qué beneficios identifica de la formalización?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Acceso a crédito bancario	6	66,7	66,7	66,7
Relación con empresas del mercado	3	33,3	33,3	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de Investigación

FIGURA 6



Elaborado por Luis Cabanillas

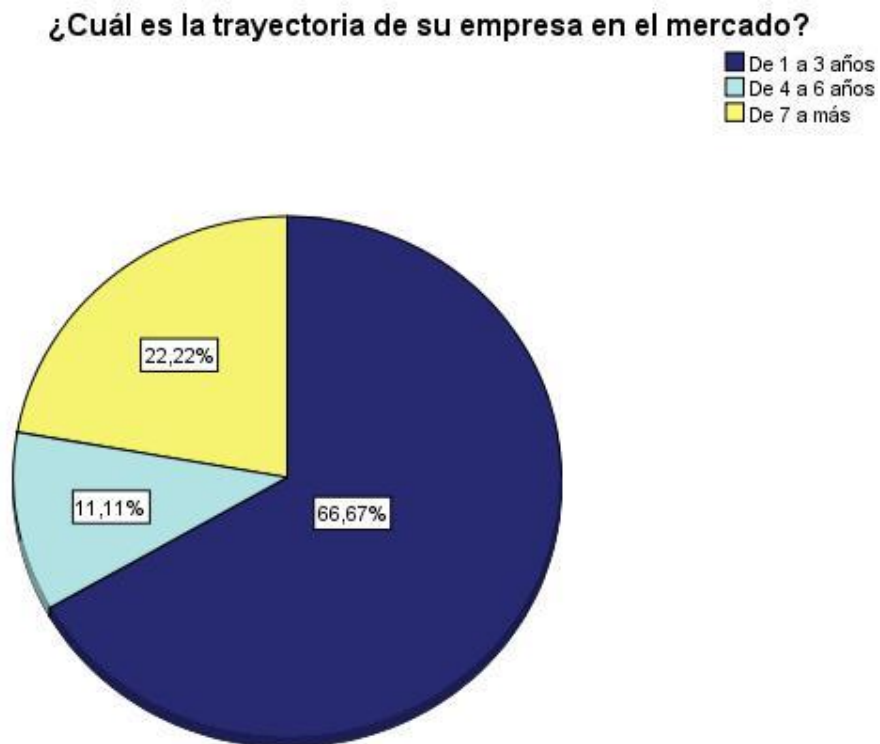
INTERPRETACIÓN: Según lo indicado por los propietarios, consideran como principal beneficio el “acceso a crédito bancario” (66,7%); y “Relación con empresas del mercado”, 33,3%.

TABLA 8

¿Cuál es la trayectoria de su empresa en el mercado?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De 1 a 3 años	6	66,7	66,7	66,7
De 4 a 6 años	1	11,1	11,1	77,8
De 7 a más	2	22,2	22,2	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de Investigación

FIGURA 7



Elaborado por Luis Cabanillas

INTERPRETACIÓN: Según los datos obtenidos de las encuestas, la mayoría de las mypes de panaderías son nuevas en el distrito de Satipo “de 1 a 3 años”, 66,7%. Las de mayor trayectoria “7 a más años”, conforman el 22,2% de la muestra.

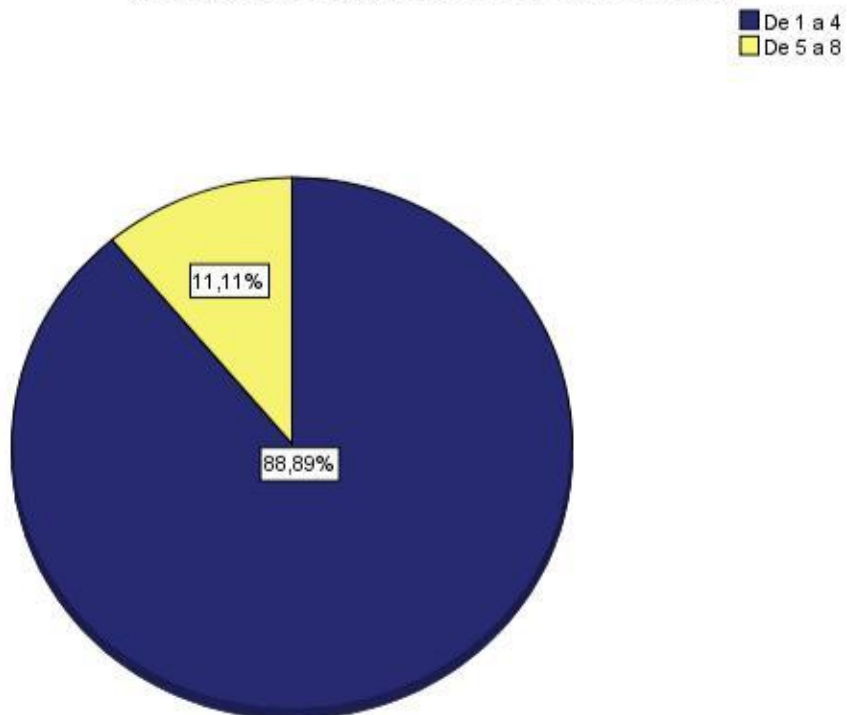
TABLA 9

¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De 1 a 4	8	88,9	88,9	88,9
De 5 a 8	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de Investigación

FIGURA 8

¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?



Elaborado por Luis Cabanillas

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a la investigación a las mypes en estudio, el 88,9% tienen entre “1 a 4 trabajadores”. Sólo una panadería tiene entre “5 a 8 trabajadores”. Estos negocios cumplen con brindar empleo a la comunidad.

TABLA 10

¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VálidoSi	3	33,3	33,3	33,3
No	4	44,4	44,4	77,8
Parcialmente	2	22,2	22,2	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de Investigación

FIGURA 9



Elaborado por Luis Cabanillas

INTERPRETACIÓN: Según la información obtenida, solo el 33,0% cumple con haber registrado en planilla a sus colaboradores. Constituye contrariamente, en una insatisfacción laboral.

C. Gestión y Técnicas de Calidad

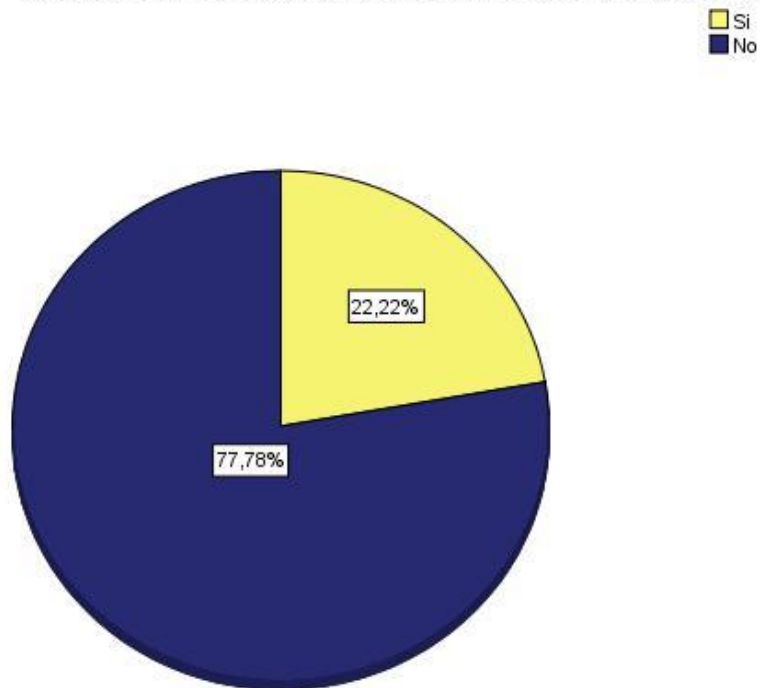
TABLA 11

¿Tiene conocimientos de gestión y técnicas de calidad?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VálidoSi	2	22,2	22,2	22,2
No	7	77,8	77,8	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de Investigación

FIGURA 10

¿Tiene conocimientos de gestión y técnicas de calidad?



Elaborado por Luis Cabanillas

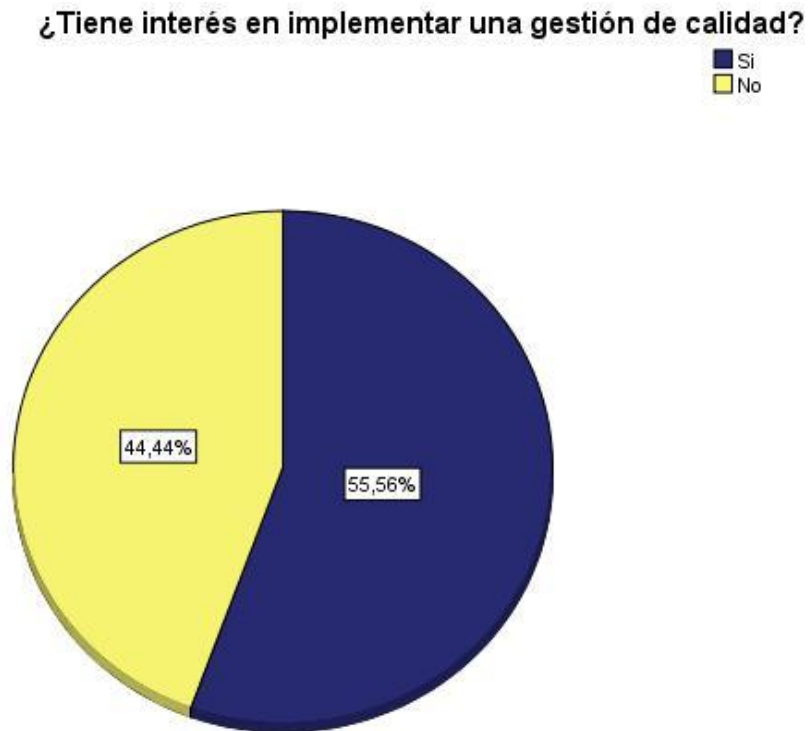
INTERPRETACIÓN: Los resultados obtenidos de la investigación indican que los propietarios no tienen conocimiento de conducir sus negocios con una gestión de calidad (77,8%).

TABLA 12

¿Tiene interés en implementar una gestión de calidad?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VálidoSi	5	55,6	55,6	55,6
No	4	44,4	44,4	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de Investigación

FIGURA 11



Elaborado por Luis Cabanillas

INTERPRETACIÓN: En la investigación, los microempresarios que estarían interesados en gestionar mejor sus negocios constituyen el 55,6% de las mypes en estudio. Al 44,4% no tiene interés en el corto plazo.

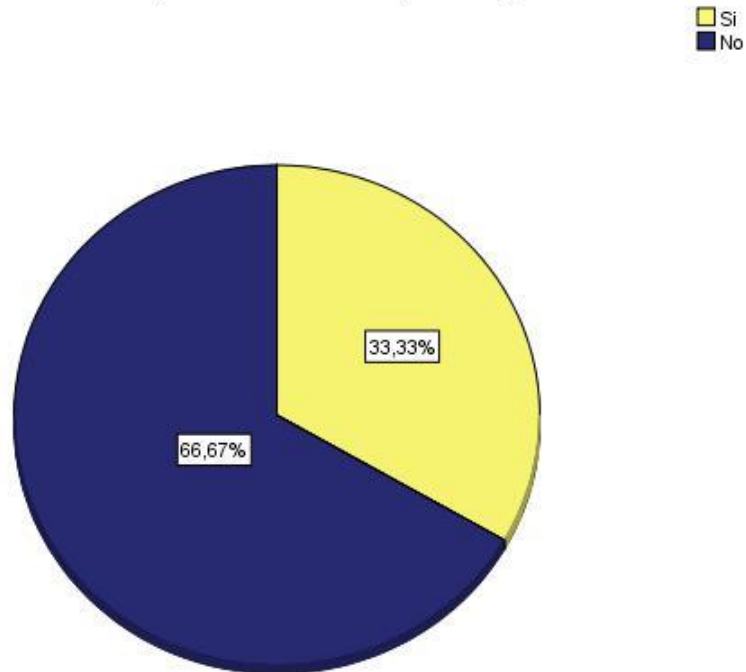
TABLA 13

¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VálidoSi	3	33,3	33,3	33,3
No	6	66,7	66,7	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de Investigación

FIGURA 12

¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?



Elaborado por Luis Cabanillas

INTERPRETACIÓN: Este resultado es coherente porque los propietarios desconocen la importancia y los alcances de una gestión de calidad. De la misma manera sus principales técnicas y herramientas.

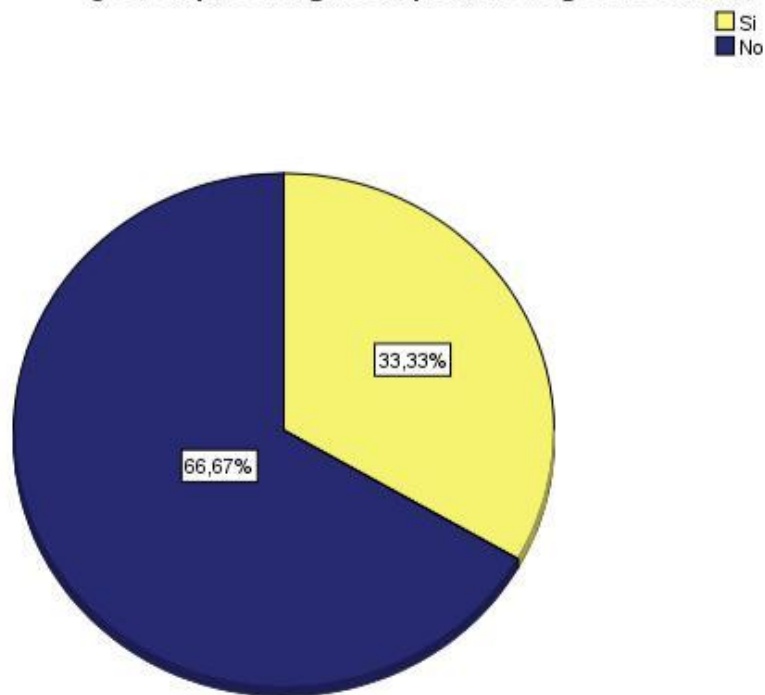
TABLA 14

¿Su empresa sigue un plan de negocios anual?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	3	33,3	33,3	33,3
	No	6	66,7	66,7	100,0
Total		9	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de Investigación

FIGURA 13

¿Su empresa sigue un plan de negocios anual?



Elaborado por Luis Cabanillas

INTERPRETACIÓN: En la entrevista a los propietarios de las mypes, 66,7% indicaron que “No” siguen un plan de negocios anual. Por otro lado, 33,3% si lo considera necesario.

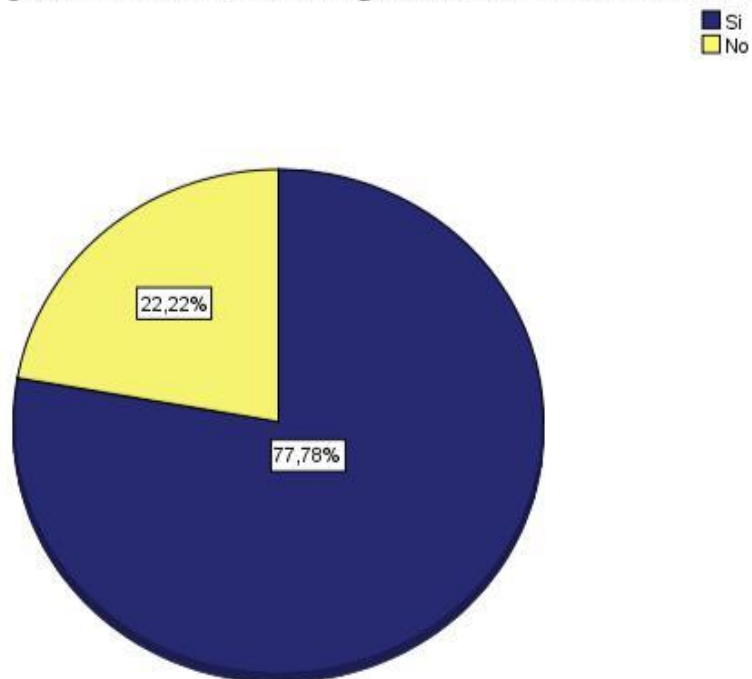
TABLA 15

¿Las instalaciones del negocio atraen el interés del cliente?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VálidoSi	7	77,8	77,8	77,8
No	2	22,2	22,2	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de Investigación

FIGURA 14

¿Las instalaciones del negocio atraen el interés del cliente?



Elaborado por Luis Cabanillas

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los datos obtenidos en la investigación, se recoge que el 77,8% de los propietarios, indican que las instalaciones del negocio están acondicionados para atraer el interés del cliente.

TABLA 16

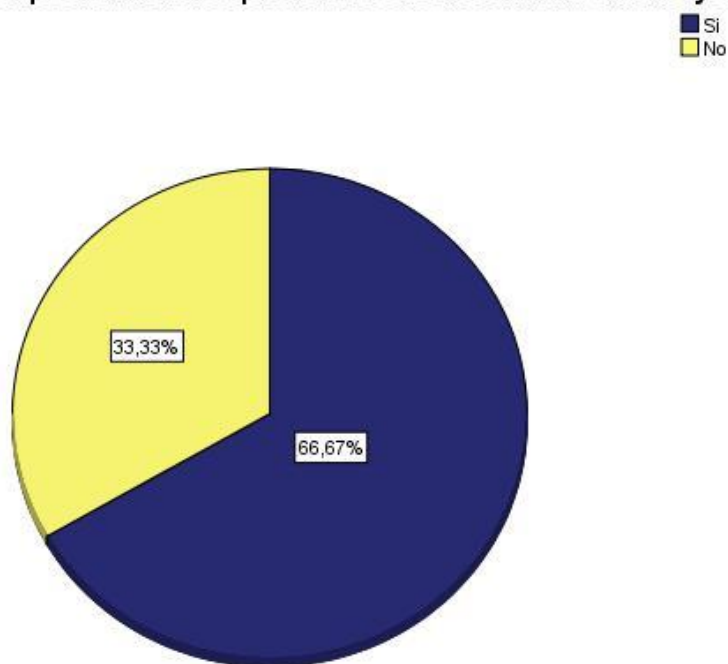
¿La exposición de los productos obedecen a un criterio y estrategia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	6	66,7	66,7	66,7
No	3	33,3	33,3	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de Investigación

FIGURA 15

¿La exposición de los productos obedecen a un criterio y estrategia?



Elaborado por Luis Cabanillas

INTERPRETACIÓN: Según la investigación, los propietarios indican que efectivamente la exposición, corresponden a un criterio propio del negocio y a la vez estrategia (66,7%).

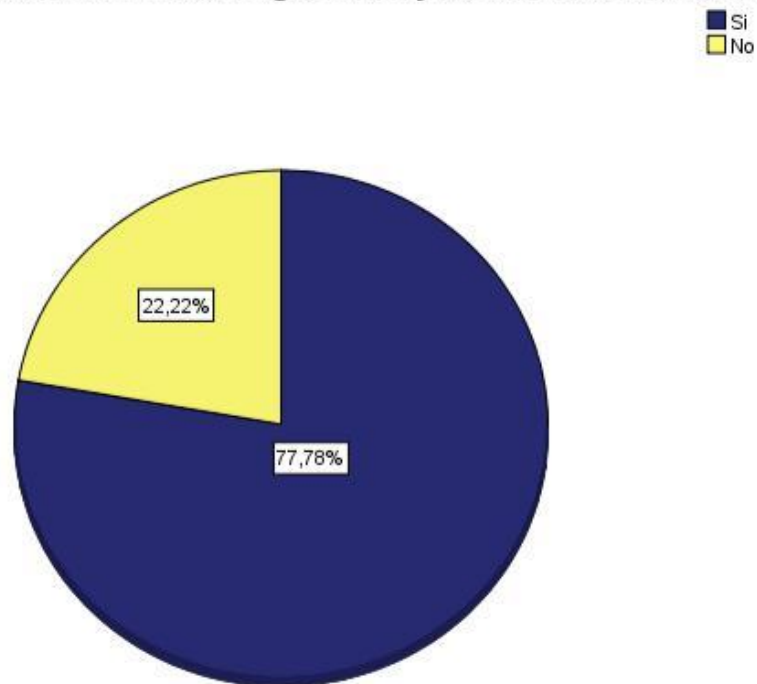
TABLA 17

¿Brinda interés a las sugerencias y atiende los reclamos del cliente?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VálidoSi	7	77,8	77,8	77,8
No	2	22,2	22,2	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de Investigación

FIGURA 16

¿Brinda interés a las sugerencias y atiende los reclamos del cliente?



Elaborado por Luis Cabanillas

INTERPRETACIÓN: Según la investigación, los propietarios indican que si brinda interés a las sugerencias y atiende los reclamos del cliente (77,8%), es decir existe una disposición para satisfacer al cliente.

TABLA 18

En la gestión: ¿prioriza el servicio y espera fidelización del cliente?

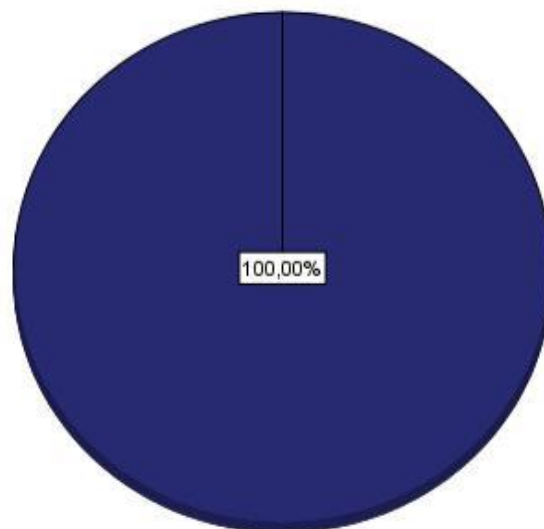
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VálidoSi	9	100,0	100,0	100,0

Fuente: Resultado de Investigación

FIGURA 17

En la gestión: ¿prioriza el servicio y espera fidelización del cliente?

■ Si



Elaborado por Luis Cabanillas

INTERPRETACIÓN: Los resultados del estudio indican que el 100.0% de las panaderías, en su administración se prioriza el servicio al cliente y tiene la expectativa de crear fidelización a su negocio.

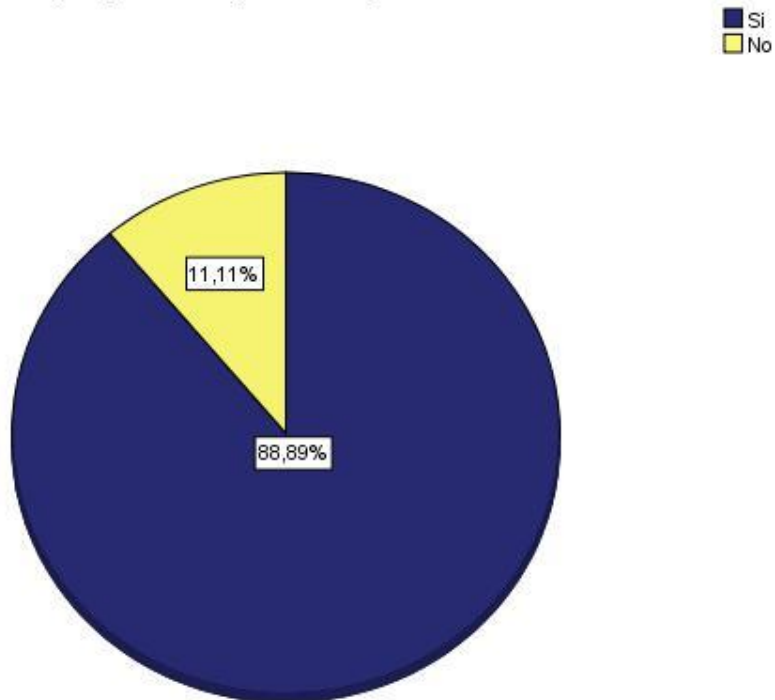
TABLA 19

¿Capacita al personal para brindar un buen servicio?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VálidoSi	8	88,9	88,9	88,9
No	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de Investigación

FIGURA 18

¿Capacita al personal para brindar un buen servicio?



Elaborado por Luis Cabanillas

INTERPRETACIÓN: Según la investigación, el 88,9% de las mypes “Si” ha planificado capacitaciones para brindar un buen servicio. Estas actividades conllevan a mejorar el rendimiento y conocimiento de sus trabajadores.

TABLA 20

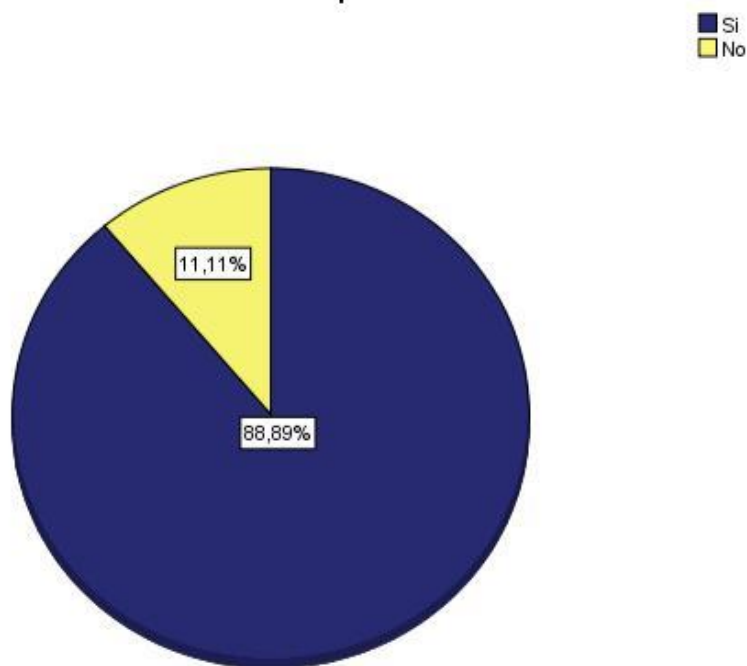
¿Considera que el éxito de un plan de servicio al cliente es la actitud del personal?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VálidoSi	8	88,9	88,9	88,9
No	1	11,1	11,1	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de Investigación

FIGURA 19

¿Considera que el éxito de un plan de servicio al cliente es la actitud del personal?



Elaborado por Luis Cabanillas

INTERPRETACIÓN: Según la información obtenida de las encuestas y la entrevista con los propietarios de las mypes, un 88,9% otorga éxito a un plan de servicio al cliente por la actitud del personal. Esto se genera de una relación sincera con el personal.

5.2 Análisis de resultados

Los resultados que obtuvimos en la investigación nos proporcionan un claro panorama que las mypes del rubro de panadería del distrito de Satipo, no tienen interés pleno en llevar a la práctica una gestión de calidad, al menos como es concebida, aunque su administración es meramente empírica. Si tienen claro que el cliente es importante para el negocio y centran sus esfuerzos en brindarle atención.

Este primer análisis no se alinea a nuestra hipótesis general, respecto a la apertura a las nuevas tendencias de la gestión comercial de las mypes que priorizan la adopción de una gestión de calidad.

Sin embargo, si brindan interés a la práctica de la mejora continua, porque impulsan un mejor desempeño de su organización.

Un importante resultado se muestra cuando indican que identifican las expectativas de sus clientes y sus acciones están enfocadas a su satisfacción.

Esta conclusión coincide con el estudio de Beltrán O. (2014), respecto a su tesis sobre “Caracterización de la capacitación y la gestión de calidad de las mypes del sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote”; el autor identifica la realidad de la gestión de calidad de las Mypes de panaderías en el distrito de Chimbote, llegando a una conclusión de que la mayoría de ellas no aplican un sistema de calidad ISO, sino más bien la calidad de sus productos fue desarrollada mediante las *prácticas de la mejora continua* a lo largo de sus funciones.

La calidad no es exclusividad de las empresas grandes, la calidad nos lleva a cumplir estándares que protegen la salud de nuestros clientes. Así lo demuestra el

estudio de Correia, G; Araujo, D; Fernández, L; Leão de Meneses, P; Pinheiro, P; (2012), en su artículo sobre importancia de la manipulación de alimentos en el rubro hotelero de Brasil. Concluye que la calidad de los productos alimenticios es importante en una empresa para asegurar la integridad de la salud de los clientes.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones de la investigación

Las siguientes conclusiones, se sustentan en el análisis de la información obtenida en las encuestas y revisión bibliográfica.

- Las mypes del sector comercial, rubro panaderías no tienen interés pleno en la implementación de un plan de gestión de calidad.
- Los propietarios no tienen conocimiento en temas de gestión empresarial. Son empíricos en administración, sin embargo, aplican la filosofía de la mejora continua en la práctica.
- No tienen un Plan de Negocios que los guíe respecto a metas para su desarrollo empresarial.
- No tienen un plan documentado de servicio al cliente, pero sus acciones comerciales están alimentadas por el análisis del comportamiento de sus clientes, que procuran satisfacerlo y fidelizarlo.
- Las mypes se apoyan en su personal, para brindar a sus clientes una mejor experiencia de servicio.

6.2 Recomendaciones

Sugerimos las siguientes recomendaciones

- Capacitación en gestión empresarial para la gerencia o propietarios de las mypes de panaderías.

- Comprender que la calidad es una decisión de largo plazo y beneficiosa para la empresa.

- Implementar una gestión de calidad que permita sostener las decisiones empresariales tomadas bajo la filosofía de la mejora continua.

- Documentar las prácticas de mejora de atención al cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alexander, Alberto (2002). *Mejora Continua y la Acción Correctiva*. Prentice Hall.

American Society for Quality (2000). *ISO 9001:2000*, ASQ Quality Press.

Beckey Sheetz-Runkle (2015) “El arte de la guerra para la pequeña y mediana empresa”. Editorial grupo Nelson. Nashville, Tennessee, Estados Unidos de América.

Beltrán O. (2014). Tesis: *Caracterización de la capacitación y la gestión de calidad de las mypes del sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote*.

Brown, Stanley A. (2001). *Administración de las relaciones con los clientes. Un imperativo estratégico para las organizaciones de negocios*. Oxford: Oxford University Press.

ISO 9004:2000, *Sistema de Gestión de Calidad. Directrices para la mejora continua del desempeño*.

Francés, Antonio (2006), *Estrategia y planes para la empresa*. Caracas, Venezuela: Pearson Prentice Hall-IESA.

Faulkner & Gray. Artículo “Porqué fracasan las iniciativas de la calidad”. Publicado en *Journal of business Strategy*. Referencia Nro.94.107.

Justin G. Longenecker (2012). *Administración de pequeñas empresas*. 16a. Ed.. Cengage Published on Apr 15, 2012

[Reportes Estadísticos – IEES | - Sociedad Nacional de Industrias,](http://www.sni.org.pe/wp-content/uploads/2017/03/Reporte-Sectorial-de-Calzado-Enero-2017.pdf)

<http://www.sni.org.pe/wp-content/uploads/2017/03/Reporte-Sectorial-de-Calzado-Enero-2017.pdf>

Serna Gómez, Humberto (2008). Gerencia Estratégica 10ma. ed. Bogotá, Colombia: 3R Editores.

Serna Gómez, Humberto (2007). Índice de Gestión. Cómo diseñar un sistema integral de medición de gestión. 4ª. ed., Bogotá, Colombia: 3R Editores.

Servat A. (2003). Implantación Estratégica del ISO 9000, versión 2000. Pontificia Universidad Católica del Perú Centro de Negocios Fondo Editorial.

ANEXOS

1. Cronograma de Actividades

Tabla 21

CRONOGRAMA DE AVANCE	2017												2018							
	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Se realizó el asesoramiento del docente para la realización del proyecto de investigación.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Identificación de las variables.	X	X																		
Determinación del sector y rubro a estudiar.			X	X																
Título del proyecto de investigación.				X																
Elaboración de Planteamiento de la investigación.					X	X	X													
Elaboración del Marco Teórico y conceptual.							X	X	X											
Elaboración de Metodología de la investigación.									X	X										
Presentación de Proyectos de Investigación.										X	X									
Elaboración de Encuestas, tabulación, gráficos.											X	X								
Discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones.													X	X						
Revisión de referencias bibliográficas, APA.													X	X						
Presentación del informe final de investigación.													X	X						
Revisión del turnitin.														X	X					
Elaboración de Artículo científico y diapositivas.															X	X				
Sustentación del informe final de investigación																	X	X	X	

Fuente: Realizado por Luis Cabanillas.

2. Presupuesto General

Tabla 22

Financiamiento: El presente trabajo de investigación fue autofinanciado y asciende a S/. 5,024.00

			TOTAL	
			S/.	5,024.00
Cant.	Unidad	Descripción	Costo	Costo
	Medida		Unitario	Total (S/.)
Componente 01: Planificación de la Ejecución				1,800.00
Alimentos de Personas				400.00
40	Raciones	Alimentación para investigadores y colaboradores	10.00	400.00
Bienes de Consumo				2,602.00
1	Unidad	Laptop	1,800.00	1,800.00
1	Unidad	Impresora a color HP Deskjet GT 5820	650.00	650.00
4	Unidad	Tinta para impresora	5.00	20.00
2	Unidad	Memoria USB de 24 gigas	66.00	132.00
Materiales de Escritorio				222.00
1	Millares	Papel bond A-4	20.00	20.00
2	Caja	Fastener	7.00	14.00
1	Unidad	Perforador	10.00	10.00
3	Unidad	Engrapador	15.00	45.00
2	Ciento	Sobre tamaño A4	12.00	24.00
1	Ciento	Folder tamaño A4	15.00	15.00
2	Unidad	Archivador de palanca	10.00	20.00
1	Unidad	Tablero	8.00	8.00
1	Caja	Lapiceros color azul tinta seca pilot	22.00	22.00
1	Caja	Lapiceros color negra tinta seca pilot	22.00	22.00
1	Caja	Lápiz	2.00	2.00
1	Unidad	Borrador de papa	3.00	3.00
2	Unidad	Corrector Liquido tipo lapicero	4.00	8.00
3	Unidad	Tajador de mesa	3.00	9.00

Fuente: Realizado por Luis Cabanillas

3. Instrumento de recolección de datos



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

ENCUESTA A MYPES

Instrucciones:

Estimado propietario o representante de la mype, las preguntas que a continuación formulamos, forman parte de una investigación encaminada a recoger información para analizar la “Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro panadería, distrito de Satipo, año 2017”.

Encuestado:

(a):.....Fecha:...../...../20....

D. PREGUNTAS GENERALES:

1. Edad del propietario de la empresa:

29 a 39 años (), 40 a 49 años (), 50 a más ()

2. Sexo: **Masculino ()** **b) Femenino ()**

3. Grado de Instrucción:

a) Empírico () b) Técnico ()

E. DE LA EMPRESA

4. ¿Su empresa está formalizada?

Si () No ()

5. ¿Qué beneficios identifica de la formalización?

a) Acceso a crédito bancario

b) Relación con empresas del mercado

6. ¿Cual es la trayectoria de su empresa en el mercado?

De 1 a 3 años

De 4 a 6 años

De 7 a más

7. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

De 1 a 4

De 5 a 8

8. ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?

a) Si

b) No

c) Parcialmente

F. GESTIÓN EN ATENCIÓN AL CLIENTE

9. ¿Tiene conocimientos de gestión y técnicas de calidad?

Si No

10. ¿Tiene interés en implementar una gestión de calidad?

Si No

11. ¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?

Si No

12. ¿Su empresa sigue un plan de negocios anual?

Si No

13. ¿Las instalaciones del negocio atraen el interés del cliente?

Si No ¿Por qué?

- 14. ¿La exposición de los productos obedecen a un criterio y estrategia?**
Si () No ()
- 15. ¿Brinda interés a las sugerencias y atiende los reclamos del cliente?**
Si () No ()
- 16. En la gestión: ¿Prioriza el servicio y espera fidelización del cliente ?**
Si () No ()
- 17. ¿Capacita al personal para brindar un buen servicio?**
Si () No ()
- 18. ¿Considera que el éxito de un plan de servicio al cliente es la actitud del personal ?**
Si () No ()

Satipo, enero de 2018