



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL
CLIENTE DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL,
RUBRO HELADERÍA, DEL DISTRITO DE CALLERÍA,
AÑO 2017**

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

AUTORA:

SALDAÑA TARICUARIMA MARGORI MAGALI

ASESORA:

MGTR. SANTILLAN TUESTA MILAGROS MERCEDES

PUCALLPA– PERÚ

2018

Título de la investigación

“Gestión bajo el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro heladería, del Distrito de Callería, año 2017”

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgr. Sergio O. Ortiz García

Secretario

Mgr. José L. Meza Salinas

Miembro

Dr. Geider Grandes García

Presidente

MGTR. Milagros Mercedes Santillan Tuesta

Asesora

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación lo dedico en primer lugar a DIOS por permanecer siempre a nuestro lado, tanto en mis tristezas, alegrías, desánimos y entusiasmo, y por proveerme la salud, la sabiduría y las fuerzas necesarias para continuar luchando día a día.

A mi madre:

Que estuvo dispuesta a apoyarme, dando así mismo para invertir en mi preparación de estudios, animándome en cada momento para no decaer, impulsándome a continuar hasta lograr mis metas.

GRACIAS

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general, determinar si las mypes del sector comercial del rubro heladería, del distrito de callería, se gestionan con calidad en la atención del cliente. Así mismo hace énfasis de contar con una estrategia como medio para alcanzar los objetivos específicos. La investigación fue de tipo descriptivo porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento que se recogió la información. Y de nivel cuantitativo, la población estuvo conformada por las mypes del sector comercial que se dedican al rubro de heladería, ubicados en el Distrito de Callería. Para tal efecto, se acudió a las fuentes de información de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo; para el recojo de la información se la escogió a criterio del investigador que fue dirigida a una muestra de 10 mypes de una población de 100 %. A quienes se les aplico un cuestionario de 21 preguntas. Aplicando la técnica de encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: En la gestión de atención al cliente, el 60 % ha implementado un sistema de servicio de atención al cliente, para evaluar y mejorar su nivel de servicio, y el 40 % no ha implementado ningún tipo de sistema. Por lo tanto la mayoría de las mypes del distrito de callería, por el clima tropical que tiene la ciudad, hizo que las personas pongan sus negocios de heladería, y trabajen formalmente generando sus propios ingresos y generando trabajo para muchos ucayalinos. Dando conocimiento y algunos consejos a los empresarios de las mypes sobre gestión de atención al cliente ya que le ayudaran a gestionar, a incrementar sus ganancias y a tener clientes muy satisfechos.

Palabra clave: Gestión de Atención al Cliente.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine if the mypes of the commercial sector of the ice cream industry, of the callería district, are managed with quality in customer service. It also emphasizes having a strategy as a means to achieve specific objectives. The research was descriptive in that it limited itself to describing the variables under study as they were observed in reality at the time the information was collected. And of quantitative level, the population was confirmed by the mypes of the commercial sector that dedicate to the ice cream business, located in the District of Callería. For this purpose, we went to the information sources of the Provincial Municipality of Coronel Portillo; for the collection of the information it was chosen at the discretion of the researcher who was directed to a sample of 10 mypes from a population of 100%. To whom I applied a questionnaire of 21 questions. Applying the survey technique. Obtaining the following results: In customer service management, 60% have implemented a customer service system to evaluate and improve their level of service, and 40% have not implemented any type of system. Therefore most of the mypes of the callería district, because of the tropical climate that the city has, made people put their ice cream business, and work formally generating their own income and generating work for many ucayalinos. Giving knowledge and some advice to the entrepreneurs of the mypes on customer service management and to help them manage increase their profits and have very satisfied customers.

Key word: Customer Service Management.

CONTENIDO	Pág.
Título de la investigación.....	I
Hoja de Firma del jurado y asesor.....	II
Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	III
Resumen y Abstract.....	IV-V
Contenido.....	VI
Índice de tablas y gráficos.....	IX
I.- Introducción.....	12
II.- Planeamiento de la línea de investigación.....	13
2.1 Planteamiento del problema.....	13
a) Caracterización del Problema.....	13
b) Enunciado del Problema.....	14
2.2. Objetivos de la investigación.....	14
2.3. Justificación de la investigación.....	15
III.- Revisión de la Literatura.....	16
3.1. Antecedentes.....	16
3.2. Marco teórico.....	23
3.3. Marco Conceptual.....	26
IV.- Hipótesis.....	34
a) Hipótesis General.....	34

b) Hipótesis Específicas.....	34
V.- Metodología.....	35
5.1 Diseño de la investigación.....	35
5.2 Población y muestra.....	35
5.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	37
5.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	38
5.5 Plan de análisis.....	38
5.6 Matriz de Consistencia.....	39
5.7 Principios Éticos.....	40
VI.- RESULTADOS.....	41
6.1 Resultados.....	41
6.2 Análisis de Resultados.....	62
VII.- CONCLUSIONES.....	65
Recomendaciones.....	67
Referencias bibliográficas.....	69
Anexos.....	73

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla – Definición y Operacionalización de variable e indicadores.....	37
Tabla – Matriz de Consistencia.....	39
Tabla 1 - Edad del emprendedor de la empresa.....	41
Tabla 2 - Sexo.....	42
Tabla 3 - Profesion u ocupacion del emprendedor	43
Tabla 4 - ¿Como define el cargo de dirección que desempeña en la mypes?	44
Tabla 5 - ¿Su empresa se encuentra formalizada?.....	45
Tabla 6 - ¿Cómo está constituida su empresa?.....	46
Tabla 7 -¿A qué régimen tributario esta afecto?.....	47
Tabla 8 - ¿Su empresa cuantos años tiene en el rubro?	48
Tabla 9 - ¿Pertenece a algún grupo comercial?	49
Tabla 10 - ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?	50
Tabla 11 - ¿Tiene a sus trabajadores en planilla?.....	51
Tabla 12 - ¿Conoce el alcance de una gestión de atencion al cliente?	52
Tabla 13 - ¿Se interesa por la mejora continua?.....	53
Tabla 14 - ¿Ha definido la misión y visión de su empresa?.....	54
Tabla 15 - ¿Ha elaborado y difundido valores que se practican en su organización?	55
Tabla 16 - ¿Ha definido su estructura organizativa?	56
Tabla 17 - ¿Su empresa ha definido un plan de negocio con metas?	57
Tabla 18 - ¿Ha implementado un sistema de servicio de atención al cliente, para evaluar y mejorar su nivel de servicio?	58

Tabla 19 - ¿Capacita al personal en atención al cliente para mejorar la realización de procesos y monitoreo de su desempeño?.....	59
Tabla 20 - ¿Está de acuerdo que administrar con un enfoque en el cliente contribuye a alcanzar metas a las mypes?.....	60
Tabla 21 - ¿Qué objetivos a logrado aplicando gestión de atención al cliente?.....	61
Tabla 22 – Diagrama de Gantt.....	73
Tabla 23 – Presupuesto Materiales.....	74
Tabla 24 – Presupuesto Social.....	74

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Edad del emprendedor de la empresa.....	41
Gráfico 2: Sexo.....	42
Gráfico 3 - Profesion u ocupacion del emprendedor.....	43
Gráfico 4 - ¿Como define el cargo de direccion que desempeña en la mypes?.....	44
Gráfico 5 - ¿Su empresa se encuentra formalizada?.....	45
Gráfico 6: ¿Cómo está constituida su empresa?.....	46
Gráfico 7: ¿A qué régimen tributario esta afecto?.....	47
Gráfico 8: ¿Su empresa cuantos años tiene en el rubro?.....	48
Gráfico 9: ¿Pertenece a algún grupo comercial?.....	49
Gráfico 10: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?.....	50
Gráfico 11: ¿Tiene a sus trabajadores en planilla?.....	51
Gráfico 12: ¿Conoce el alcance de una gestión de atencion al cliente?.....	52
Gráfico 13: ¿Se interesa por la mejora continua?.....	53
Gráfico 14: ¿Ha definido la misión y visión de su empresa?.....	54
Gráfico 15: ¿Ha elaborado y difundido valores que se practican en su organización?.....	55
Gráfico 16: ¿Ha definido su estructura organizativa?.....	56
Gráfico 17: ¿Su empresa ha definido un plan de negocio con metas?.....	57
Gráfico 18: ¿Ha implementado un sistema de servicio de atención al cliente, para evaluar y mejorar su nivel de servicio?.....	58
Gráfico 19: ¿Capacita al personal en atención al cliente para mejorar la realización de procesos y monitoreo de su desempeño?:.....	59

Gráfico 20: ¿Está de acuerdo que administrar con un enfoque en el cliente contribuye a alcanzar metas a las mypes? 60

Gráfico 21: ¿Qué objetivos a logrado aplicando gestión de atencion al cliente? 61

I.- INTRODUCCIÓN

La investigación tuvo como finalidad, de mejorar los niveles de satisfacción de atención al cliente, en la micro y pequeñas empresas, del sector comercial; rubro heladería, en el distrito de Callería.

Hoy en día las empresas dan importancia a actividades donde solo buscan el lucro, restando importancia al servicio de atención al cliente. De la misma manera, aunque existe preocupación por crecer, los clientes son los que ocupan el último lugar, y las mypes no se enfocan a estrategias orientadas a la atención de clientes.

Los clientes, son los ejes más importantes en el crecimiento y desarrollo de las mypes, de allí la importancia de brindarles un óptimo servicio, de esta manera el cliente mantendrá la lealtad y la empresa encontrará una diferencia competitiva, si la atención es irregular generará insatisfacción en el cliente y este buscare negocios del mismo rubro que satisfagan sus necesidades y deseos.

Por esta razón se ha considerado importante identificar las falencias que sea posible y contrarrestar las debilidades en el sector de las MYPES en estudio.

Es posible proponer puntos de mejoramiento en la calidad y satisfacción de atención al cliente actual, el mejoramiento de la imagen empresarial frente a estos y los futuros clientes.

Es cierto que en nuestra región tenemos un clima tropical; el mismo calor de la naturaleza hizo que existan ideas brillantes en fabricar helados de nuestra región, de la misma manera que empezaron a trabajar en el sector comercial en el rubro de heladería.

II. Planeamiento de la línea de investigación

Las micros y pequeñas empresas de heladería no cuentan con un área de servicio de atención al cliente que permita establecer indicadores para la calidad del servicio y los niveles de satisfacción al cliente, por lo tanto se llevó a cabo con la investigación para la mejora del caso.

2. I. Planteamiento del problema

a. Caracterización del problema:

En general, la micro y pequeñas empresas de heladerías no cuentan con un área de servicio de atención al cliente que permita establecer indicadores para la calidad del servicio y los niveles de satisfacción al cliente; sin embargo, el número de quejas ha ido en aumento durante los últimos años. De esta manera se considera la importancia de conocer la percepción actual de los clientes, con el fin de consolidar la imagen de la empresa en el mercado, retener a los clientes y atraer nuevos clientes, por tal motivo surge la necesidad de ejecutar una evaluación del servicio, establecer los estándares de calidad, identificar las necesidades de los clientes, definir una metodología para establecer indicadores de satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro heladería, del Distrito de Callería; para mejorar la atención y el servicio todo esto en pro al crecimiento de las empresas heladeras.

La mencionada evaluación permitió dar un primer paso para mejorar la calidad del servicio, mediante propuestas encaminadas con el fin de superar debilidades en el mismo para poder captar, retener clientes mediante

la calidad en la atención con el fin de no desaprovechar oportunidades de crecimiento en las ventas en las mypes y posicionarse en la mente de los consumidores del sector comercial, rubro heladería, del Distrito de Callería.

b. Enunciado general del problema.

Si el proyecto de investigación busco analizar el contexto en el que se desenvuelven las mypes del sector comercial, rubro heladería, del Distrito de Callería, nuestro enunciado debe estar alineado a este objetivo: ¿Las mypes del sector comercial del rubro heladería, del distrito de callería, se gestionan con calidad en la atención del cliente?

C. Enunciado específico del problema.

P1.- ¿Las mypes del sector comercial, rubro heladería, del distrito de callería, se gestionan de acuerdo al grado de satisfacción del servicio?

P2.- ¿Las mypes del sector comercial, rubro heladería, del distrito de callería, se gestiona de acuerdo al grado de satisfacción con el producto?

2.2. Objetivos de la investigación

a. Objetivo general

Determinar si las mypes del sector comercial del rubro heladería; del Distrito de Callería; se gestionan con calidad en la atención del cliente.

b. Objetivo específico

O1. Determinar si las mypes del sector comercial, rubro heladería, del distrito de callería, se gestiona de acuerdo al grado de satisfacción del servicio.

O2. Determinar si las mypes del sector comercial, rubro heladería, del distrito de callería, se gestiona de acuerdo al grado de satisfacción con el producto.

2.3. Justificación de la investigación

La competitividad cada vez se torna más agresiva y genera la necesidad a la gerencia de mercados de actualizar sus funciones, crear, desarrollar nuevos programas que no solo le permitan conquistar nuevos mercados, sino garantizar la fidelidad de sus clientes.

Para la justificación de la investigación, de acuerdo a la realidad en el sector comercial del rubro heladería; no mostraron importancia en cuanto al servicio de atención al cliente; ya que el cliente es parte fundamental en una empresa para poder prevalecer y crecer en el mercado. Por tal motivo se percibió la necesidad de realizar un estudio aplicando técnicas basadas en los clientes y de esta manera atender las necesidades para lograr relaciones de fidelidad y realce ante la competencia.

Por tal razón, no solo fue necesario tener disponible unos portafolios de productos, sino que estos productos sean de calidad que llenen las expectativas del cliente basándonos en sus necesidades, con una infraestructura adecuada y en un ambiente donde muestre armonía.

Es así como se generó la propuesta de realizar una evaluación de la calidad del servicio al cliente, desde diferentes puntos de vista bajo al enfoque de atención al cliente de las mypes del sector comercial, rubro heladería, del Distrito de Callería.

III - REVISIÓN DE LITERATURA

3.1. ANTECEDENTES

3.1.1. Internacionales:

- **Serna, H. (2006);** según su tesis: “servicio de atención al cliente” el servicio de atención al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

De esta tesis deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa.

Características de servicio de atención al cliente

En relación a este punto, Humberto Serna Gómez (2006) afirma que:

Entre las características más comunes se encuentran las siguientes:

1. Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos.
2. Es Perecedero, Se produce y consume instantáneamente.
3. Es Continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
4. Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
5. La Oferta del servicio, prometer y cumplir.
6. El Foco del servicio, satisfacción plena del cliente.
7. El Valor agregado, plus al producto.

- **Armand, V. (1940);** según su tesis de “Control Total de la Calidad (CTC)” al cual define como "un sistema eficaz para integrar los esfuerzos en materia de desarrollo de calidad, mantenimiento de la calidad, realizados por los diversos grupos de la organización, de modo que sea posible producir bienes y servicios a los niveles más económicos y que sean compatibles con la plena satisfacción de los clientes". Siendo la calidad tarea de todos en una organización, él temía que se convirtiera en tarea de nadie, entonces sugirió que el control total de la calidad estuviera respaldado por una función gerencial bien organizada, cuya única área de especialización fuera la calidad de los productos y cuya única área de operaciones fuera el control de la calidad, de ahí es que nacen los llamados Departamentos de Control de la Calidad.
- **Quijano, V. (2004),** con respecto a su tesis: “La calidad de servicio es el cumplimiento de los compromisos ofrecidos por las empresas hacia los clientes, medidos en el tiempo (esperado por el cliente) y calidad (condiciones pactadas)”.

En un estudio realizado por el autor Víctor Quijano para el área de América Latina, es concluyente en relación con las empresas no se preocupan en verdad por lo que es importante para el cliente, ya que utilizan una incorrecta medición del cumplimiento de los compromisos.

Esta problemática se origina debido a que se mide de muchas ocasiones, de forma errada, con base a parámetros que la empresa considera que significan cumplimiento para el cliente, y, cumplimiento significa en opinión del

mismo desarrollar y entregar el servicio prometido de manera adecuada y oportuna” por lo que alcanzar solo una de las dos significa cumplimiento.

El cliente en conclusión nos ha dado a entender que lo mínimo que espera de una empresa a la que se acerca es el cumplimiento de los ofrecimientos.

El hecho de que una empresa o institución pueda sustentar su misión económica y social agregándole valor al servicio que proveen es una idea poderosa; adicionalmente involucra un importante componente educacional tácito, porque con la acción y el ejemplo se le enseña a la persona que ella puede ser tratada y atendida de una mejor manera.

- **Marcelo, P. (2009)** según su tesis “Determinación del grado de calidad de una empresa a partir de los indicadores de gestión”. Para la evaluación del grado de calidad, existen diversos métodos, según requiera la empresa deberá analizar los sistemas de gestión cuyas variables deben ser rápidamente identificadas y definidas de manera clara, se relaciona el nivel de madurez del sistema de gestión de la empresa con la situación actual, determinar fortalezas y debilidades, el comportamiento de los líderes, para determinar la cultura empresarial para este estudio utiliza la herramienta FODA, es una manera de ver como se desenvuelve la empresa en la sociedad, llega a la conclusión que analizar y evaluar los sistemas de gestión a través de indicadores externos e internos en caso de las pequeñas y medianas empresas resulta ser difícil; ya que los recursos son generalmente limitados; seguido a lo anterior, en el enfoque al sistema de

gestión tenemos: la norma ISO 9001, es aplicable para cualquier empresa más aún si se trata de empresas de producción.

La norma ISO 9001 ayuda a las empresas a controlar sus recursos y mejorar su rendimiento es el puente que lleva a la eficiencia, a la satisfacción del cliente, genera una ventaja competitiva, ayuda a que todos los trabajadores estén comprometidos, que la organización tenga una buena reputación, y lo más importante es que se encuentren direccionados a la supervivencia y al éxito en servicio a la sociedad. Para la realización de comparaciones se concluye de esta manera, que medir el grado de calidad basado en la norma ISO 9001 resulta ser sumamente complejo poder determinar el grado de calidad basándose solamente en algunos referenciales, entonces medir el grado de calidad de una empresa, se afirma que los sectores definen el grado de calidad de un sistema de gestión, donde intervienen la Dirección, la Calidad, la Producción y los RRHH.

- **Aguilar, A. (2010)**, con respecto a su tesis “Propuesta para implementar un sistema de Gestión de la Calidad en la Empresa Filtración Industrial Especializada S.A. De C.V. De Xalapa, Veracruz”. Se realizó con una población y muestra de 64 empleados que laboran en la empresa. La misma que llego a las siguientes conclusiones: como resultado del estudio realizado en la empresa se tienen las bases necesarias para establecer un plan de mejora continua. El diagnóstico realizado muestra las deficiencias que se presentan en la empresa en relación a la calidad que se tiene en la misma. Existen puntos en los que se deben poner un mayor énfasis para lograr un

mejoramiento de la calidad y la hipótesis planteada se cumple debido a que se detectaron las áreas de la empresa en las que se deben establecer los planes de mejora continua.

En los resultados del diagnóstico se observa que existe una carencia de elementos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa; sin embargo, en general, se refleja un potencial de oportunidades que podrían ser la pauta para emprender acciones de mejora en la organización las cuales sean la base para la implementación de un sistema de gestión de calidad en la misma.

La implementación de un sistema de calidad no le garantizará a “Filtración Industrial Especializada S.A. de C.V.” que su servicio será de calidad si no existe un compromiso real de todas y cada una de las partes de la organización para cumplir con todos y cada uno de los requisitos y programas establecidos para tal fin y por otro lado se debe estar consciente de que cuando se quiere establecer un SGC se deberá estar dispuesto a pagar los costos que esto conlleva, con el propósito de mejorar las carencias existentes.

3.1.2. Nacionales:

- **Prado, I. (2007)** manifiesta en su estudio según tesis: “El diseño del sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001:2000”. La calidad de un producto o servicio, que brinde garantía, seguridad y bienestar al consumidor permite a las micros y pequeñas empresas, ser eficiente, eficaz y competente.

La calidad es una herramienta fundamental para las actividades económicas; porque alinea el comportamiento de la organización. Las empresas que se encuentran bajo la norma ISO 9001, certifican la garantía del producto o servicio.

El ISO 9001 tomó un giro de 360° en las empresas por la implementación de nuevos sistemas, utilizar nuevos métodos de gestión, implementar mejores procesos donde conduzcan a la mejora continua en favor de la empresa. Esto implica una serie de estudios basados en las necesidades de los clientes, se tiene entendido que al momento de lanzar un nuevo producto se tendrá que realizar un estudio del mercado ya que nos dará la seguridad de que el producto será aceptado, antes de esto tendrá que llenar las expectativas del cliente basándose en sus necesidades.

Otro aporte en cuanto a calidad tenemos el servicio de vivienda y urbanización conocido con sus siglas SERVIU; se basa en las necesidades de la sociedad cuyo objetivo principal es ayudar al mejoramiento de la calidad de vida de la ciudadanía más que todo en lugares vulnerables con obras de vivienda, pavimentación, subsidios y parques urbanos, etc. Para dicha ejecución conlleva a una serie de recursos asociados o requerimientos, como son: tiempo, dinero, personas, infraestructura, etc. Cada uno de estos requerimientos ha sido calculado, considerando distintas dimensiones e ítems de costos necesarios para las distintas actividades. Para la implementación es la etapa que demanda la mayor cantidad de recursos estimados en \$13.888.800 (pesos chilenos), donde se consideran profesionales de distintas especialidades y servicios de auditorías. El tiempo

estimado para la implementación es de alrededor de 12 meses. El recurso de tiempo no es irrelevante, ya que dentro del horario de trabajo del personal del SERVIU deben agregar las actividades necesarias para concretar este sistema. El resultado de la implementación de un sistema de gestión de calidad conlleva a la organización disponer de recursos importantes, para ello obtener los recursos para la implementación, certificación y mantención de este sistema se presentará este proyecto a la DIPRES para que se entreguen los recursos para el presupuesto 2008.

Sera importante que la organización proporcione las facilidades al Equipo de Implementación, y específicamente al representante de la Dirección, para que se ejecute el desarrollo del sistema, proporcione los recursos requeridos para implementación y certificación de este sistema.

3.2. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. Gestión de atención al cliente.

Es una herramienta que toda empresa utiliza, con independencia de su tamaño, sector y del producto o servicio que preste, debe diseñar con atención, de ello depende en gran medida, el éxito o fracaso empresarial.

Los clientes son el motor de cualquier negocio. **Según Armand Vallin Feigenbaum (2012).**

3.2.2. Importancia.

Un buen servicio o atención al cliente residen en los siguientes aspectos:

- Los clientes son cada vez más exigentes, ya no solo buscan precio y calidad, sino también, un trato amable, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, y un servicio rápido.

- Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores.

Según Armand Vallin Feigenbaum (1940).

3.2.3. La calidad como revolución conceptual

Según el **Dr. Kaoru Ishikawa**, "Mediante el control total de calidad con la participación de todos los empleados, incluyendo el presidente, sustenta que cualquier empresa puede crear mejores productos (o servicios) a menor costo, durante el tiempo que aumenta sus ventas, mejora las utilidades y convierte la empresa en una organización superior".

3.2.4. Personal atento.

En cualquier establecimiento es básico e importante que el personal de atención al cliente esté atento a la entrada de un cliente, y a cualquier petición que este tenga. **Según Humberto Serna (2006).**

3.2.5. Trato amable.

Cada cliente es diferente, puede haber algunos que demoren más que otros en tomar una decisión, sin embargo el personal debe tener la paciencia y amabilidad para atender y tomar el pedido del cliente. **Según Humberto Serna (2006).**

3.2.6. Gestión de Calidad.

Se refiere a toda la organización, desde los procesos de producción hasta establecer una cultura empresarial de mejora continua. En este caso se vio necesario la participación de todos los trabajadores sin excepción, en esta parte la comunicación juega un papel muy importante, a través del cual se transmitirá la misión y visión que tiene la empresa, con el único objetivo que deberán ser direccionados hacia un mismo enfoque. **Según Prado, I. (2007).**

3.2.7. Calidad Total / William Deming

La calidad total se define como una estrategia de gestión que utilizan las empresas para obtener mejores resultados, cuya finalidad es equilibrar las necesidades y expectativas que conforman el grupo de interés; ayudara a

poder planificarnos, establecer estándares de control a través de indicadores y llegar a nuestros objetivos en un tiempo determinado.

3.3. MARCO CONCEPTUAL

3.3.1. Los Catorce Puntos De Deming:

- **Certificación**

Se trata de renovar paulatinamente los insumos y servicios que tiene una organización, cuyo propósito es diferenciarse con la competencia y poder sobresalir en el mercado, con la ayuda de teorías científicas, productos innovadores.

- **Filosofía Nueva**

Cambiar la filosofía de la empresa, estamos en una época de cambios, donde la tecnología va creciendo, el surgimiento de nuevas técnicas, la evolución de herramientas cada vez más notorio; en consecuencia los gerentes o autoridades de las empresas deben tomar decisiones y responsabilidades acorde a la realidad.

- **La Inspección**

En este tercer paso, se trata de una exploración donde se deberá examinar, investigar y revisar cuidadosamente los procesos o actividades que realiza las empresas con el único objetivo de verificar si están cumpliendo con lo establecido a la ley.

- **Las Compras**

Es la actividad de adquirir un producto o servicio a cambio de dinero. En las organizaciones se trata de la acción que realiza el proveedor

con el comprador al obtener la materia prima, insumos, materiales, etc. a cambio de un precio determinado; es importante que no solo no solo nos fijemos en los precios bajos sino en productos y servicios de calidad, cuyo fin es generar un vínculo sólido basándose en la fidelidad y confianza.

- **Mejoramiento Continuo**

Como su mismo nombre lo dice mejoramiento continuo, nos referimos a toda la organización y nos solo a un área, se concentra en el esfuerzo en ámbitos organizativos y de procedimientos puntuales, para encontrar resultados a un corto plazo, reducir costos y productos defectuosos; logrando con esto generar utilidad y productividad en las empresas.

- **Entrenamiento**

Todos los trabajadores de una organización deben estar en constante capacitación, entrenamiento; en caso de que presentara algún imprevisto puedan sentirse capaces de tomar decisiones, ayudara a que la empresa sobresalga de cualquier circunstancia.

- **Liderazgo**

El liderazgo en las empresas lo ejerce la persona cuya habilidad tiene en dirigir y conducir a los trabajadores, en la orientación de realizar

un buen trabajo e identificar quienes necesitan mayor ayuda para llegar a los objetivos, metas en las empresas y tener resultados a corto plazo.

- **El Miedo**

Siempre ha existido el miedo al momento de elegir o tomar decisiones, es algo natural que pase esto en la empresa es necesario generar confianza con todos los trabajadores; para un gerente o jefe de área le será importante contar con apoyo de sus subordinados y con información actualizada para tomar decisiones cuando ocurra un imprevisto, esto permitirá que todos se sientan familiarizados con la organización.

- **Barreras**

El peor error que existe en las organizaciones es cuando no existe comunicación entre las áreas de trabajo o en toda la empresa, se crea una pared entre ellos como si todos compitieran entre sí, lo que debería ser lo correcto es que exista reuniones en donde se comunican los planes a seguir para lograr los objetivos y que los trabajadores se sientan identificados con la empresa.

- **Slogans**

Los slogans de una empresa deben ser tal cual la empresa tiene para ofrecer a sus clientes una mala slogans perjudica a la empresa

llevándolos al fracaso, ya que estos slogans están establecidos para posicionarse en la mente del consumidor.

- **Cuotas**

En ocasiones los trabajadores de una empresa se dedican a cumplir cuotas con el único objetivo de conservar su empleo, es decir por medio de incentivos y solo se dedican en producir por cantidad y por calidad esto genera un desnivel tanto en los trabajadores como en la organización.

- **Logros Personales**

En este caso es necesario eliminar los logros personales que solo crean desintegración y conflictos en la organización, trabajar en equipo para el logro de buenos resultados, también comunicar dichos logros porque todos conforman la empresa, el esfuerzo de todos es el resultado.

- **Capacitación**

Los trabajadores y la gerencia deben estar preparados para nuevos sistemas o algún imprevisto, realizar capacitaciones dentro de la empresa cuyo objetivo principal será que los trabajadores se sientan preparados para asumir nuevos retos, nuevos cargos y responsabilidades.

- **Transformación**

En este último punto se deberán cumplir las tareas y la realización de las capacitaciones, pasar a la transformación es el compromiso de todos, para la entrada de nuevos sistemas en búsqueda a la calidad.

3.3.2. El diagrama de Ishikawa

También conocido como la espina de pescado; es una herramienta que tiene como finalidad mostrarnos un panorama claro de poder visualizar, analizar y poder discutir de procesos o características sobre un determinado tema que conduzca a un resultado esperado.

3.3.3. Las 7 herramientas para la administración de la calidad

1. Elaborar el flujo de proceso.
2. Gráficas.
3. Histogramas.
4. Análisis de Pareto.
5. Análisis de causa y efecto.
6. Diagramas de dispersión.
7. Gráficas de control.

3.3.4. Principios de calidad de Ishikawa

Se enfoca principalmente en la calidad de conocer sus necesidades del consumidor o cliente, segundo: es el cliente, la inspección y control del proceso de los productos, tercero examinar los hechos y convertir en cifras

con el fin de ser analizados sometidos a métodos de muestreo y en análisis estadísticos; esto vendría hacer los resultados contables; y finalmente la mercadotecnia más conocida como las 4P: producto, precio, promoción y plaza, herramienta necesaria para conquistar el mercado.

3.3.5. Relación Proveedor – comprador

Es común que una empresa solo piense en ofrecer un ambiente adecuado con una excelente infraestructura e imagen, dejando de lado en poder tener una relación a largo plazo con sus clientes; en este caso no solo se trata de poder elegir al proveedor que tenga más demanda, si no que realice una buena gestión, en mejorar sus servicios que se ajuste a las necesidades y estándares de calidad.

3.3.6. El cliente

Es la parte fundamental de la empresa, un cliente es el que accede a un producto o servicio por medio de una transacción de pago; normalmente el cliente, el comprador, el consumidor son la misma persona.

3.3.7. Atención al cliente

Es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece la empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. Se trata de una herramienta de mercado

que pueda ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales.

Servicio al cliente es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa así sea macro o micro y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y buscar en ellos su total de investigación. Se trata de “un concepto de trabajo” y “una forma de hacer las cosas” que compete a toda la organización.

3.3.8. Micro empresa

Abarca de 1 trabajador hasta 10 trabajadores inclusive, todos los trabajadores en planilla. No supera las 150 UIT, en ventas anuales (S/ 585,000 – NIVEL DE VENTAS BRUTAS ANUALES).

3.3.9. Satisfacción del cliente.

Una definición del concepto de "Satisfacción del cliente" es posible encontrarla en la norma ISO 9000:2005 "Sistemas de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario", que la define como la "percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos", aclarando además un aspecto muy importante sobre las quejas de los clientes: su existencia es un claro indicador de una baja satisfacción, pero su ausencia no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente, ya que también podría estar indicando que son inadecuados los métodos de comunicación entre el cliente y la empresa, o que las quejas se realizan pero no se registran

adecuadamente, o que simplemente el cliente insatisfecho, en silencio, cambia de proveedor.

También resulta aceptable definir a la satisfacción del cliente como el resultado de la comparación que de forma inevitable se realiza entre las expectativas previas del cliente puestas en los productos y/o servicios y en los procesos e imagen de la empresa, con respecto al valor percibido al finalizar la relación comercial. **Según Armand Vallin Feigenbaum (2012).**

IV.- HIPÓTESIS

a) Hipótesis general

Las mypes del sector comercial, rubro heladería, en el Distrito de Callería, se gestionan con calidad en la atención del cliente.

b) Hipótesis específica

H₁. Las mypes del sector comercial, rubro heladería, del distrito de callería, se gestiona de acuerdo al grado de satisfacción del servicio.

H₂. Las mypes del sector comercial, rubro heladería, del distrito de callería, se gestiona de acuerdo al grado de satisfacción con el producto.

Variables

Variable: Gestión de Atención al cliente.

V.- METODOLOGÍA

5.1.- Diseño de la Investigación

No experimental: Porque en la realización del estudio de investigación no hubo manipulación en cuanto a los resultados se mostró tal cual se presentó en el ambiente de trabajo.

Descriptivo: Es descriptivo porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información.

Transversal: Las variables fueron medidas en una sola ocasión; es decir fue en un solo periodo de tiempo, por ello se realizaron comparaciones, se trata de muestras independientes.

5.2.- La Población y La Muestra

5.2.1. Población

La población estuvo conformada por las mypes del sector comercial que se dedican al rubro de heladería, ubicados en el Distrito de Callería. Para tal efecto, se acudió a las fuentes de información de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, para confirmar la cantidad de micro y pequeñas empresas del sector en estudio que fueron 40 mypes formales registradas.

5.2.2. Muestra

La muestra fue a criterio del investigador, para la realización de la recopilación de información de las mypes del sector comercial, del rubro de heladería, en el Distrito de Callería.

A continuación se detalla lo siguiente:

ITEM	RAZON SOCIAL	DIRECCIÓN
1	Heladería Stefano	Jr. Sucre N° 401
2	La Mayuna	Jr. Sucre N° 351
3	Heladería Don Alejos	Jr. Ucayali N° 656
4	Fuente de Soda Tropitop	Jr. Sucre/Tarapacá N° 401
5	Heladería y Pastelería Las Vegas	Jr. Raimondi N° 322
6	Heladería D'Onofrio	Jr. Sucre cuadra N° 03
7	Heladería Cet's si Bon	Jr. Sucre N° 401
8	Heladería Tropitop	Jr. Tarapacá/Sucre cuadra N° 07
9	Heladería Mil sabores	Jr. Tacna N° 809
10	Heladería Barzola Donofrio	Jr. Tarapacá N° 653

5.3.- Definición y Operacionalización de Variables e Indicadores.

Variables	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores	Definición Operacional:	Escala de Medición
Gestión de Atención al Cliente	Es el estilo de conducción de una organización bajo un enfoque de mejora continua y cumpliendo los requerimientos del cliente con eficiencia y eficacia.	Grado de Satisfacción con el producto.	Calidad del producto	Se aplicó cuestionario de preguntas cerradas.	Ordinal
		Grado de Satisfacción del Servicio.	1. Tiempo de espera. 2. Amabilidad. 3. Capacitación del personal.	Se dieron los objetivos de la debida importancia en lo que fue la atención al cliente en espera a la hora de atención y también se midió el grado de capacitación del personal.	Ordinal

5.4.- Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.

5.4.1.- Técnicas de Recolección de Datos.

En las técnicas de recolección de datos del proyecto de investigación se utilizó las encuestas de acuerdo al rubro de las mypes de heladería, bajo el enfoque de atención al cliente.

5.4.2.-Instrumentos de Recolección de Datos

En el caso de instrumento de recolección de datos del proyecto de investigación en la cual se investigó, se utilizó el cuestionario de preguntas que se dieron a conocer a las mypes del rubro heladería bajo el enfoque de atención al cliente.

5.5.- Plan de Análisis de datos.

El tratamiento de los datos que se recolectaron para la investigación fue bajo el análisis descriptivo. El procesamiento, implica un tratamiento luego de haber obtenido los datos mediante la aplicación de los instrumentos, a los sujetos del estudio, con la finalidad de apreciar el comportamiento de la variable.

5.6.- Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTO Y PROCEDIMIENTOS
<p>Problema General</p> <p>¿Las mypes del sector comercial del rubro heladería; del Distrito de Callería; se gestionan con calidad en la atención del cliente?</p> <p>Problema Especifico</p> <p>P₁ ¿Las mypes del sector comercial, rubro heladería, del distrito de calleria, se gestiona de acuerdo al grado de satisfacción del servicio?</p> <p>P₂ ¿Las mypes del sector comercial, rubro heladería, del distrito de calleria, se gestiona de acuerdo al grado de satisfacción con el producto?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar si las mypes del sector comercial del rubro heladería; del Distrito de Callería; se gestionan con calidad en la atención del cliente.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>O₁ Determinar si las mypes del sector comercial, rubro heladería, del distrito de calleria, se gestiona de acuerdo al grado de satisfacción del servicio.</p> <p>O₂ Determinar si las mypes del sector comercial, rubro heladería, del distrito de calleria, se gestiona de acuerdo al grado de satisfacción con el producto.</p>	<p>Gestión de</p> <p>Atención al</p> <p>cliente.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Las mypes del sector comercial rubro heladería en el Distrito de Callería, se gestionan con calidad en la atención del cliente.</p> <p>Hipótesis Especifica</p> <p>H₁ Las mypes del sector comercial, rubro heladería, del distrito de calleria, se gestiona de acuerdo al grado de satisfacción del servicio.</p> <p>H₂ Las mypes del sector comercial, rubro heladería, del distrito de calleria, se gestiona de acuerdo al grado de satisfacción con el producto.</p>	<p>Tipo de Investigación</p> <p>Descriptivo.</p> <p>Nivel de Investigación:</p> <p>Cuantitativo.</p> <p>Diseño de la Investigación:</p> <p>No experimental, descriptivo y Transversal.</p>	<p>Técnica:</p> <p>- Encuesta.</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario.</p> <p>Población:</p> <p>La población estuvo conformada por 40 MYPES que se encontraron en el distrito de Callería, según el estudio realizado en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.</p> <p>Muestra:</p> <p>Se utilizó 10 mypes como muestra a criterio del investigador.</p>

5.7.- Principios Éticos

La presente investigación fue orientada en la búsqueda de la verdad desde la recolección, presentación e interpretación de datos hasta la divulgación de los resultados, los cuales se efectuaron con suma transparencia.

El aspecto ético se encontró presente en el desarrollo de cada una de las actividades de todas las etapas del proceso de investigación.

Los principios éticos son los que rigen las normativas de elaboración de los proyectos de investigación en la universidad realizados para los distintos niveles de estudios y modalidad.

El código ético tiene como propósito dar la promoción del conocimiento y bien común expresada en principios y valores éticos que nos guían en la investigación en la universidad. Se tiene que llevar a cabo respetando la correspondiente normativa legal y los principios éticos detallados en el presente código, y su mejora continua, en base a las experiencias que genere la aplicación o a la aparición de nuevas circunstancias.

La aceptabilidad ética de un proyecto de investigación se guía por cinco principios éticos en cuanto se involucre a seres humanos. Estos principios éticos tiene como base legal a nivel internacional: el código de Núremberg, la Declaración de Helsinki y la Declaración Universal sobre bioética y derechos Humanos de la UNESCO. En el ámbito nacional, se reconoce la legislación peruana para realizar trabajos de investigación.

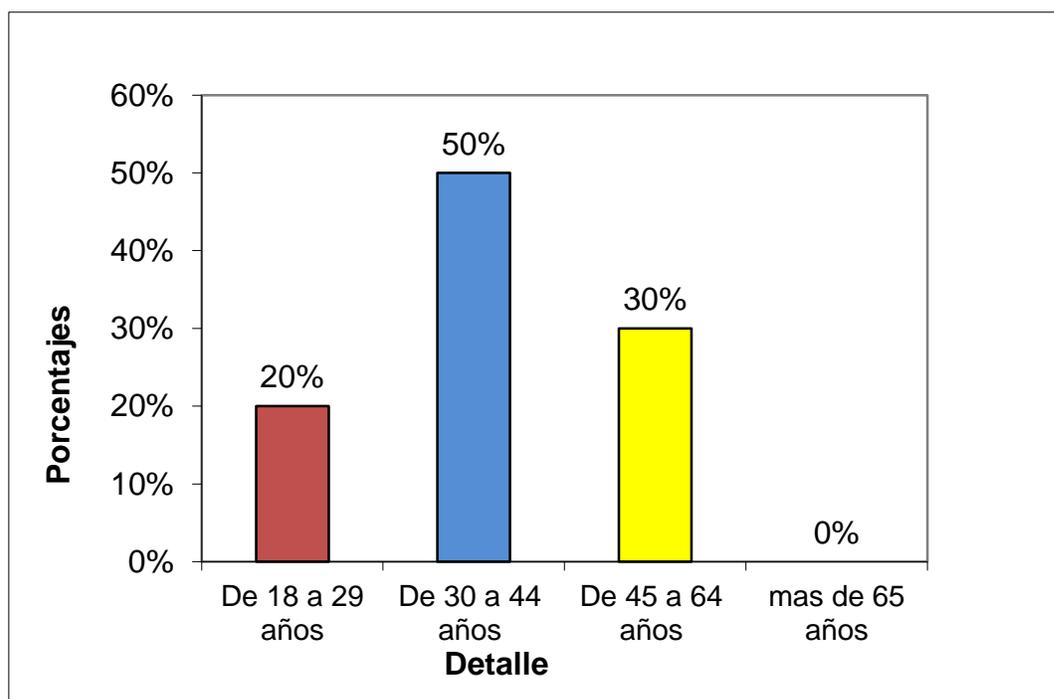
VI.- RESULTADOS

6.1 RESULTADOS

Tabla 1 - Edad del emprendedor de la empresa

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	De 18 a 29 años	2	20%
B	De 30 a 44 años	5	50%
C	De 45 a 64 años	3	30%
D	más de 65 años	0	0%
TOTAL		10	100%

Gráfico 1: Edad del emprendedor de la empresa

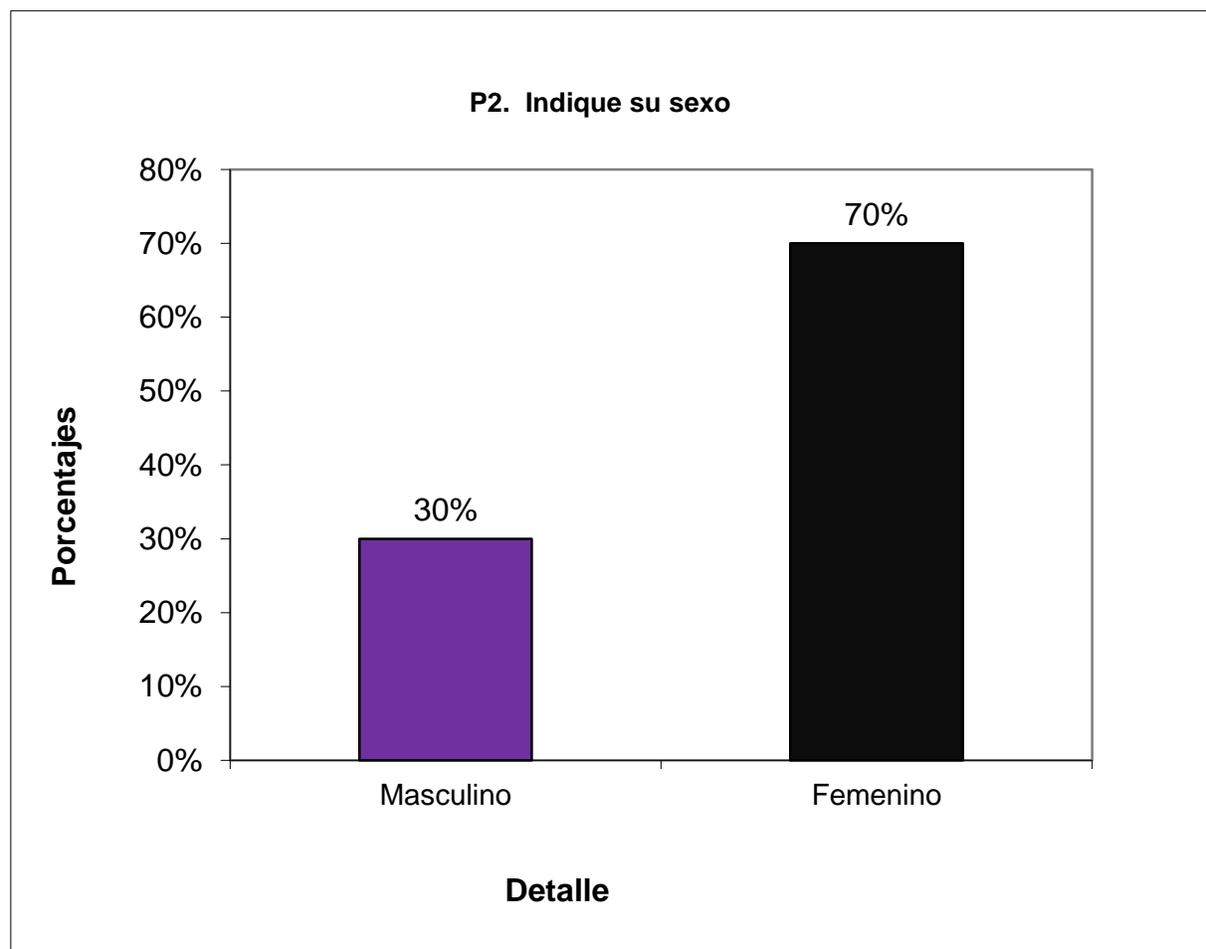


DESCRIPCIÓN : Los resultados obtenidos de las personas encuestadas: el 50% tienen la edad de 30 a 44 años, el 30% de entre 45 a 64 años, el 20% están entre 18 a 29 años y el 0% más de 65 años.

Tabla 2 - SEXO

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	Masculino	3	30%
B	Femenino	7	70%
TOTAL		10	100%

Gráfico 2: SEXO

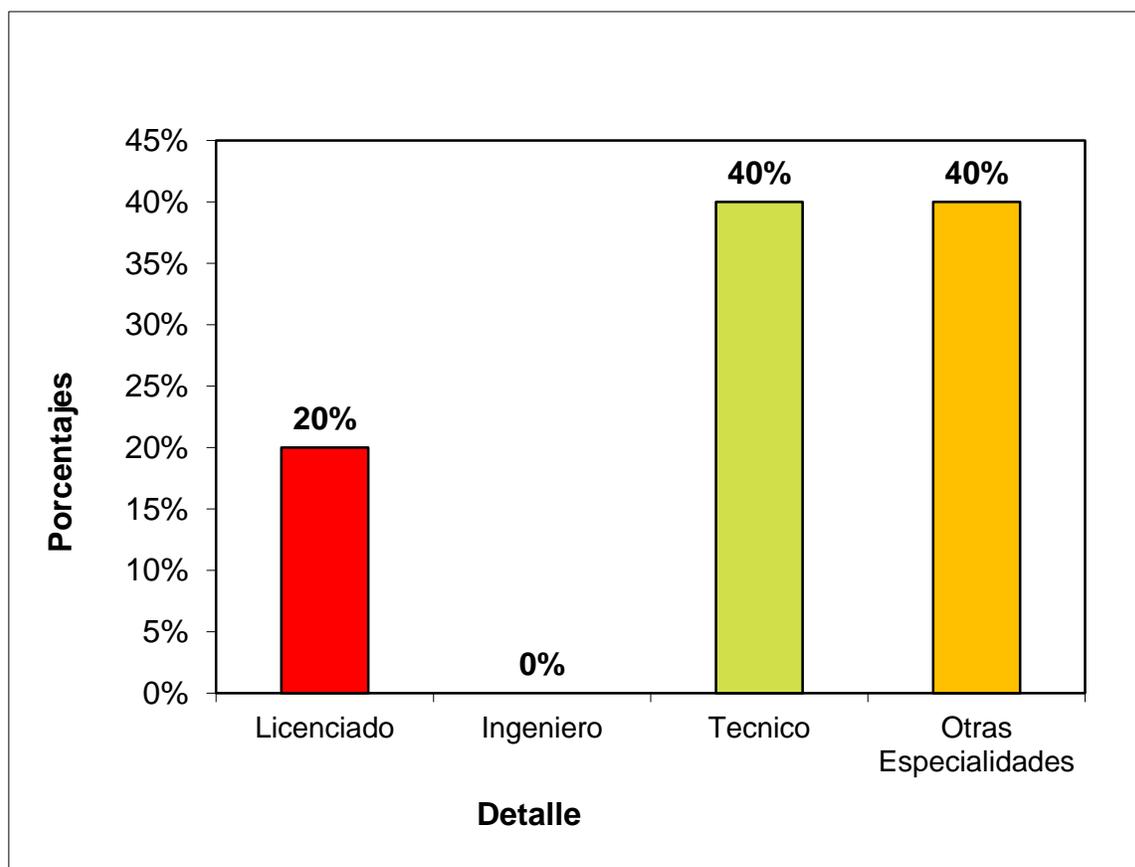


DESCRIPCIÓN: De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas: predomina el sexo femenino en un 70% y tan solo el 30% son del sexo masculino.

Tabla 3 - PROFESION U OCUPACION DEL EMPRENDEDOR

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	Licenciado	2	20%
B	Ingeniero	0	0%
C	Técnico	4	40%
D	Otras Especialidades	4	40%
TOTAL		10	100%

Gráfico 3 - Profesión u ocupación del emprendedor

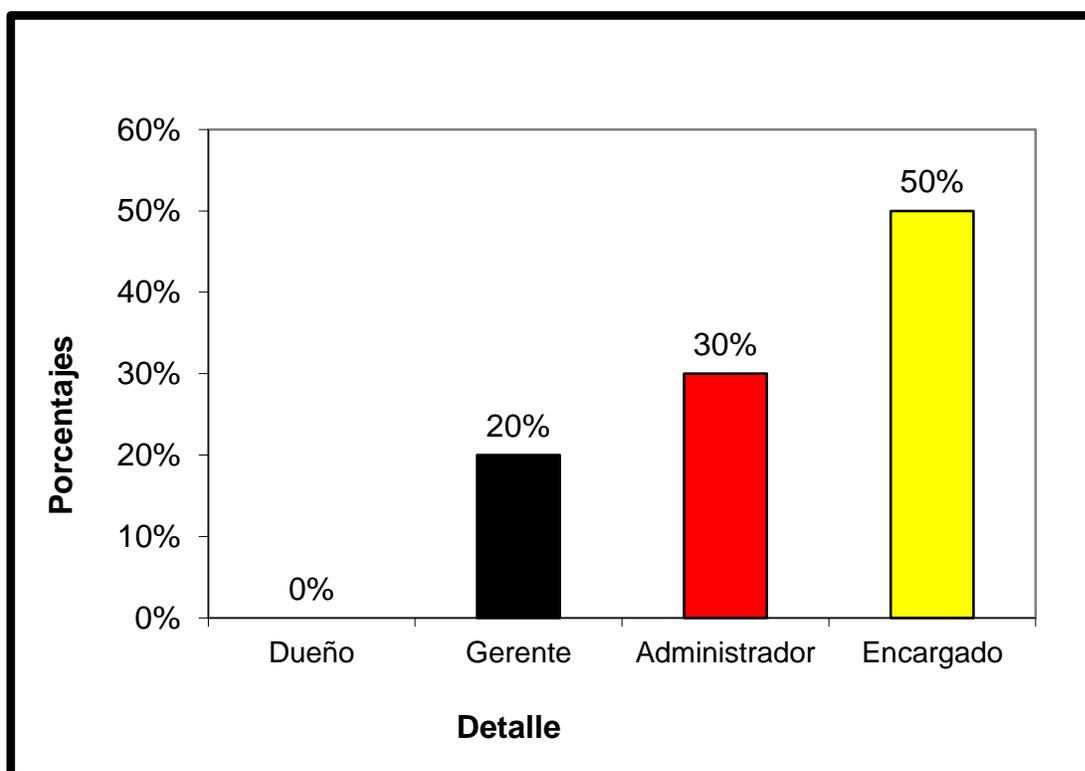


DESCRIPCIÓN: Según los resultados obtenidos de las encuestas: el 40% de empleados manifiestan tener la profesión u ocupación de técnico u otra especialidad y un 20% licenciado así como ningún ingeniero.

Tabla 4 - ¿Cómo define el cargo de dirección que desempeña en la mypes?

ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	Dueño	0	0%
B	Gerente	2	20%
C	Administrador	3	30%
D	Encargado	5	50%
TOTAL		10	100%

Gráfico 4 - ¿Cómo define el cargo de dirección que desempeña en la mypes?

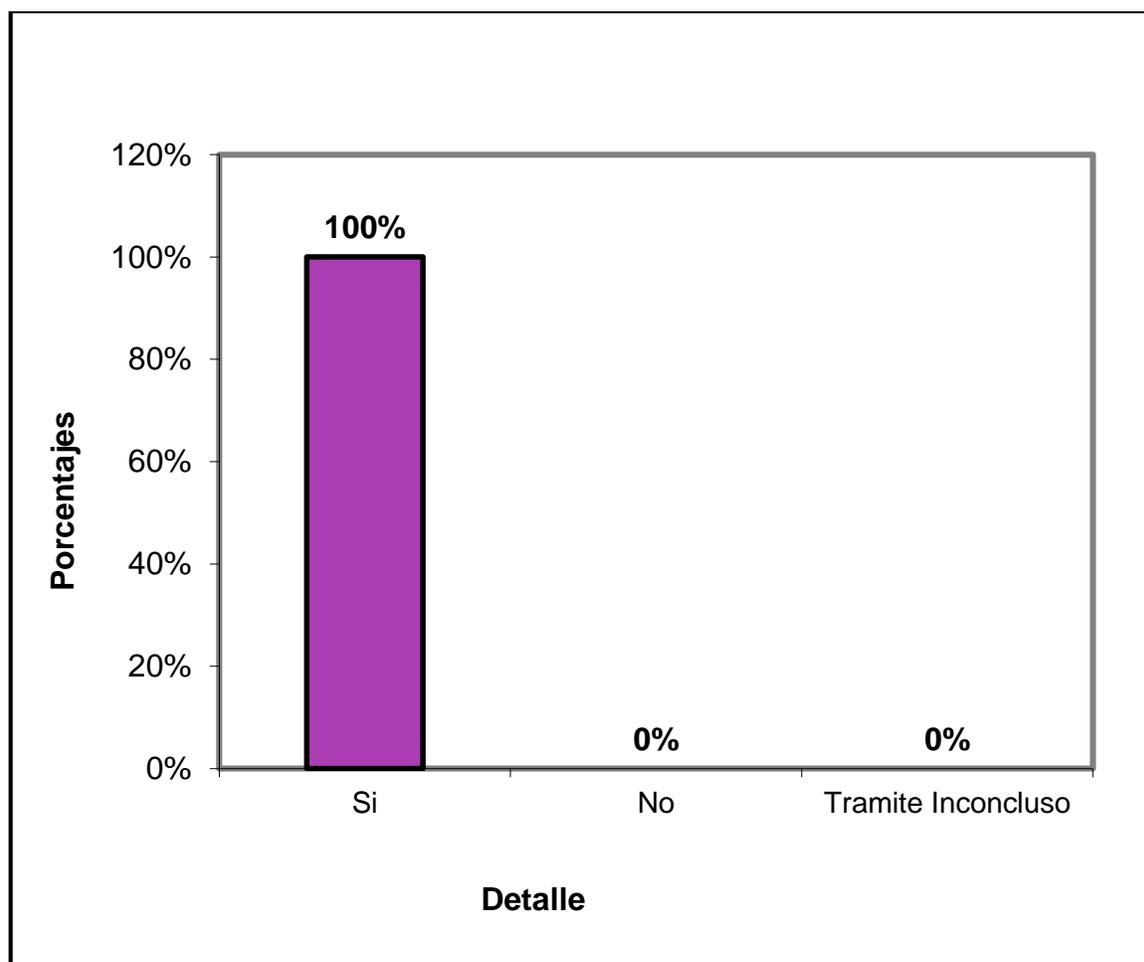


DESCRIPCIÓN: De acuerdo a los resultados que se obtuvo en las encuestas: el **50%** define el cargo de directriz en una mypes como encargado, el 30% como administrador, el 20% como gerente y un 0% como dueño.

Tabla 5 - ¿Su empresa se encuentra formalizada?

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	Si	10	100%
B	No	0	0%
C	Tramite Inconcluso	0	0%
TOTAL		10	100%

Gráfico 5 - ¿Su empresa se encuentra formalizada?

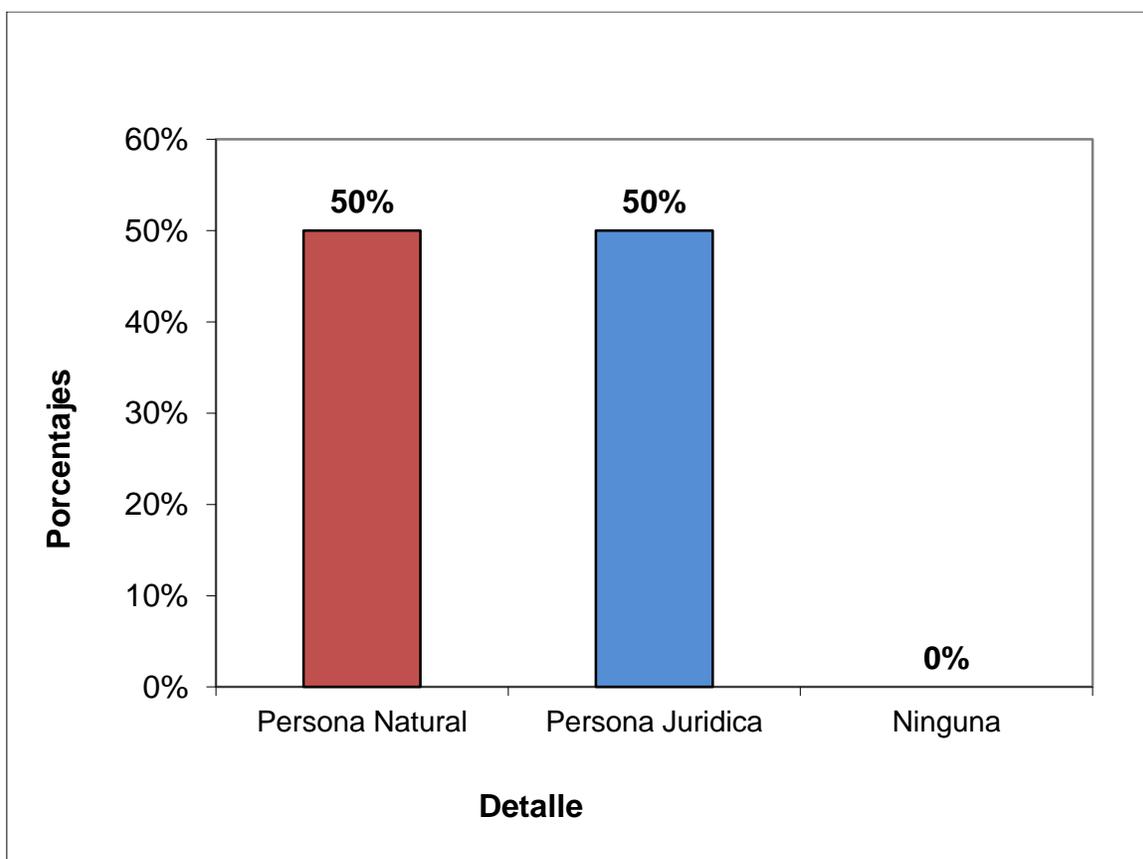


DESCRIPCIÓN: Según los resultados obtenidos de las encuestas: el 100% indica estar formalizados en otras palabras todos.

Tabla 6 - ¿Cómo está constituida su empresa?

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	Persona Natural	5	50%
B	Persona Jurídica	5	50%
C	Ninguna	0	0%
TOTAL		10	100%

Gráfico 6: ¿Cómo está constituida su empresa?

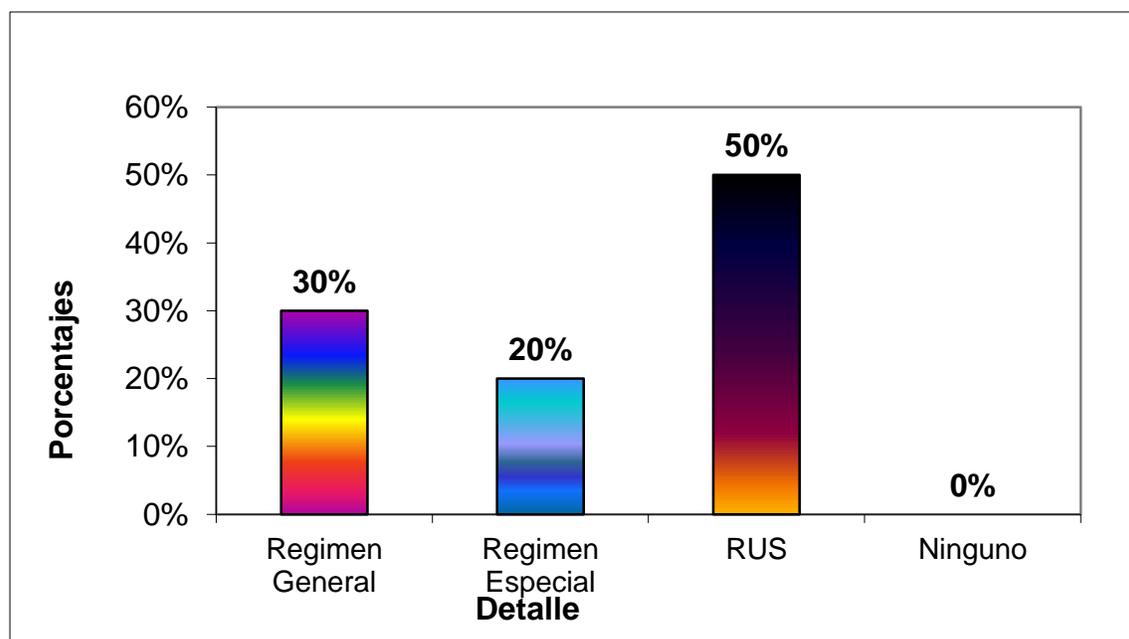


DESCRIPCIÓN: De acuerdo a los resultados que se han obtenido de las encuestas: el 50% indican que su empresa está constituida por personal natural así como por un 50% está constituida por persona jurídica.

Tabla 7 -¿A qué régimen tributario esta afecto?

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	Régimen General	3	30%
B	Régimen Especial	2	20%
C	RUS	5	50%
D	Ninguno	0	0%
TOTAL		10	100%

Gráfico 7 - ¿A qué régimen tributario esta afecto?

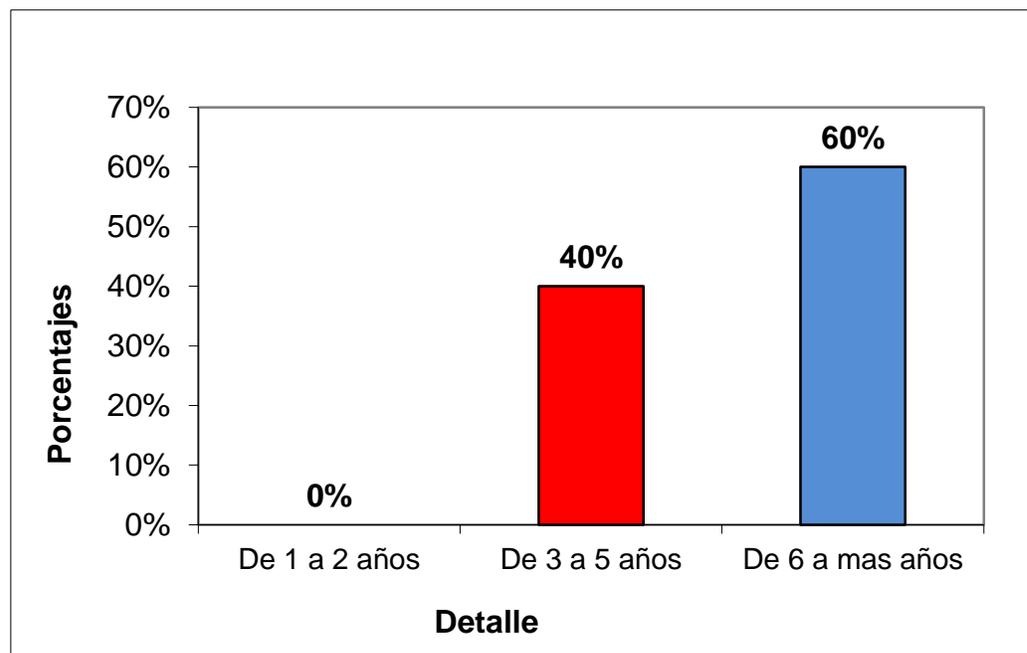


DESCRIPCIÓN: De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas: el 50% indican que esta afecto al RUS, el 30% esta afecto al régimen general y el 20% esta afecto al régimen especial general.

Tabla 8 - ¿Su empresa cuantos años tiene en el rubro?

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	De 1 a 2 años	0	0%
B	De 3 a 5 años	4	40%
C	De 6 a más años	6	60%
TOTAL		10	100%

Gráfico 8: ¿Su empresa cuantos años tiene en el rubro?

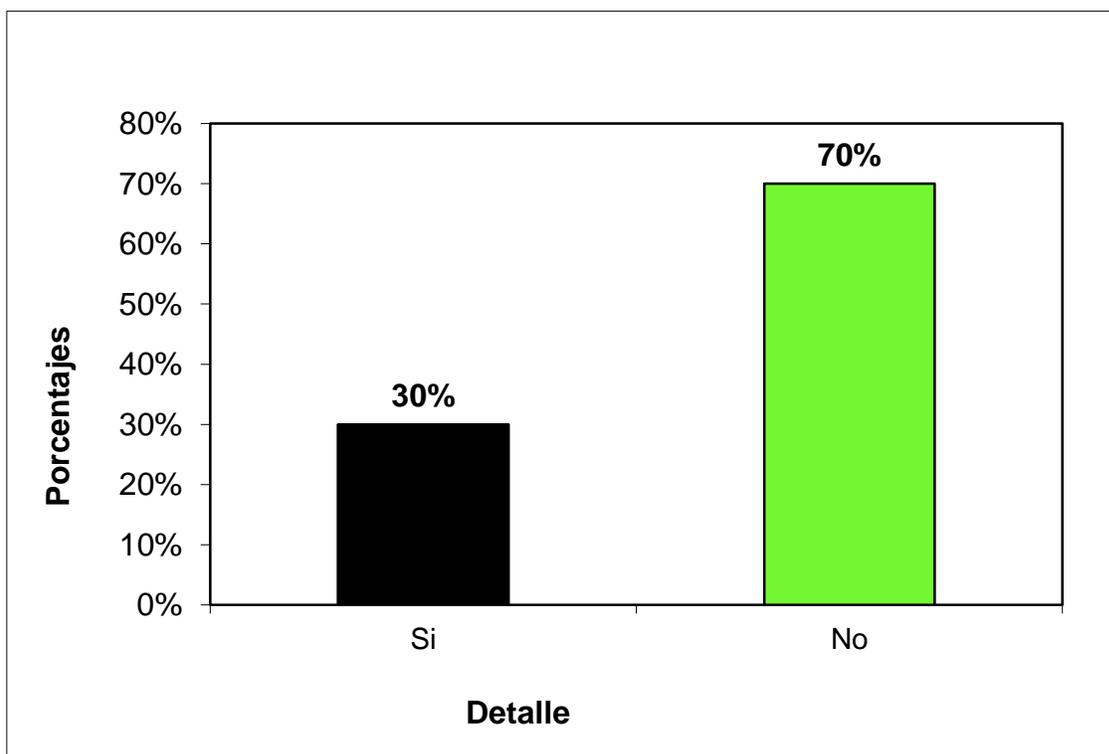


DESCRIPCIÓN: De acuerdo a los resultados que se han obtuvo de las encuestas: el 60% indican que su empresa está presente en el rubro de entere 6 a más años y un 40% indica de 3 a 5 años.

Tabla 9 - ¿Pertenece a algún grupo comercial?

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	Si	3	30%
B	No	7	70%
TOTAL		10	100%

Gráfico 9: ¿Pertenece a algún grupo comercial?

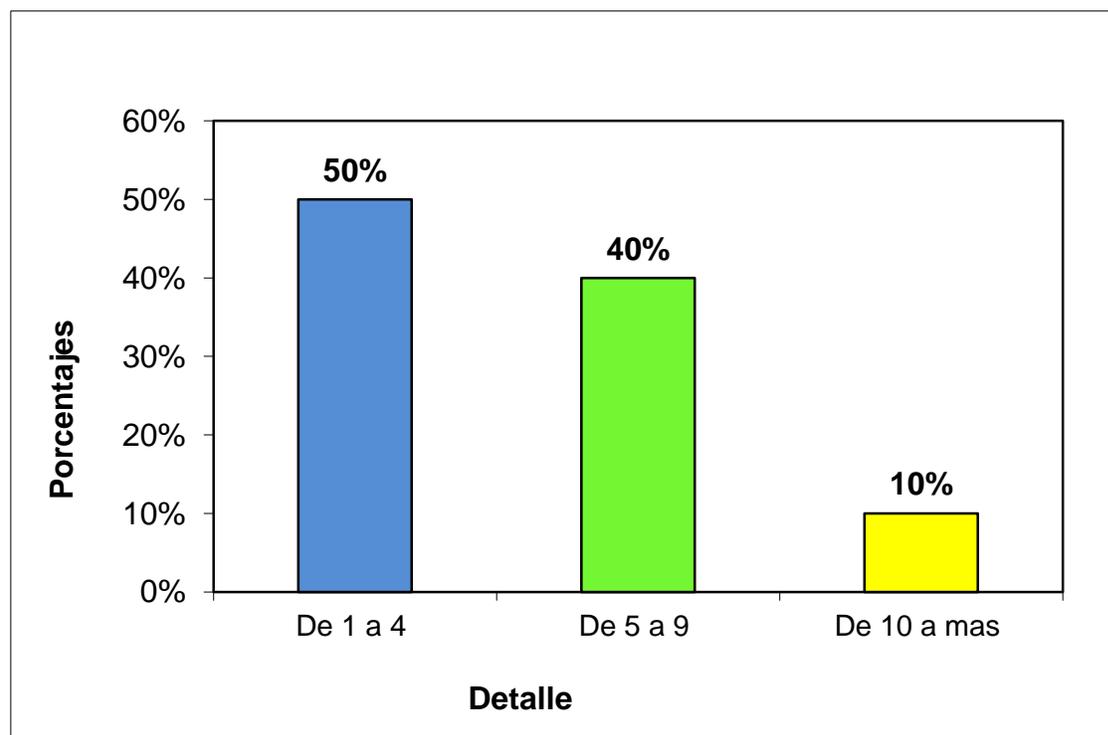


DESCRIPCIÓN: De acuerdo a los resultados que se obtuvo de las encuestas: el 70% indican que no pertenecen algún grupo comercial.

Tabla 10 - ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	De 1 a 4	5	50%
B	De 5 a 9	4	40%
C	De 10 a mas	1	10%
TOTAL		10	100%

Gráfico 10: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

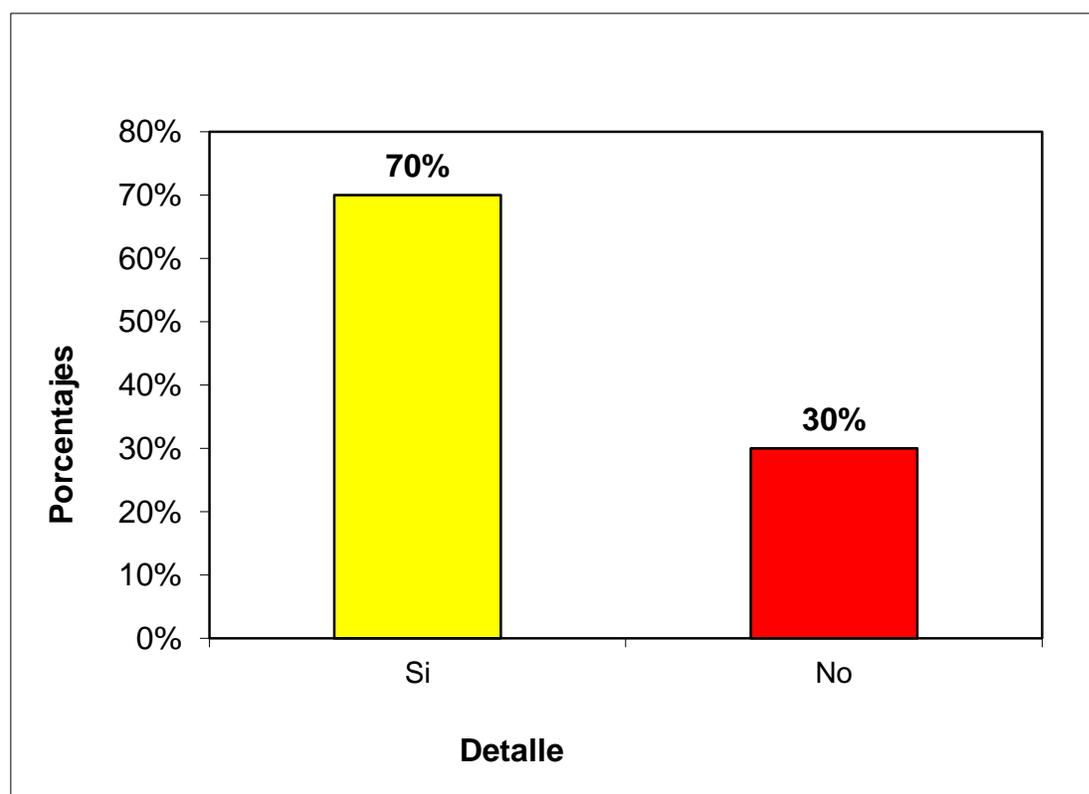


DESCRIPCIÓN: De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas: el 50% indico que: de 1 a 4 trabajadores el 40% cuentan con 5 a 9 trabajadores y un 10% indico que cuentan con 10 a mas trabajadores.

Tabla 11 - ¿Tiene a sus trabajadores en planilla?

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	Si	7	70%
B	No	3	30%
TOTAL		10	100%

Gráfico 11: ¿Tiene a sus trabajadores en planilla?

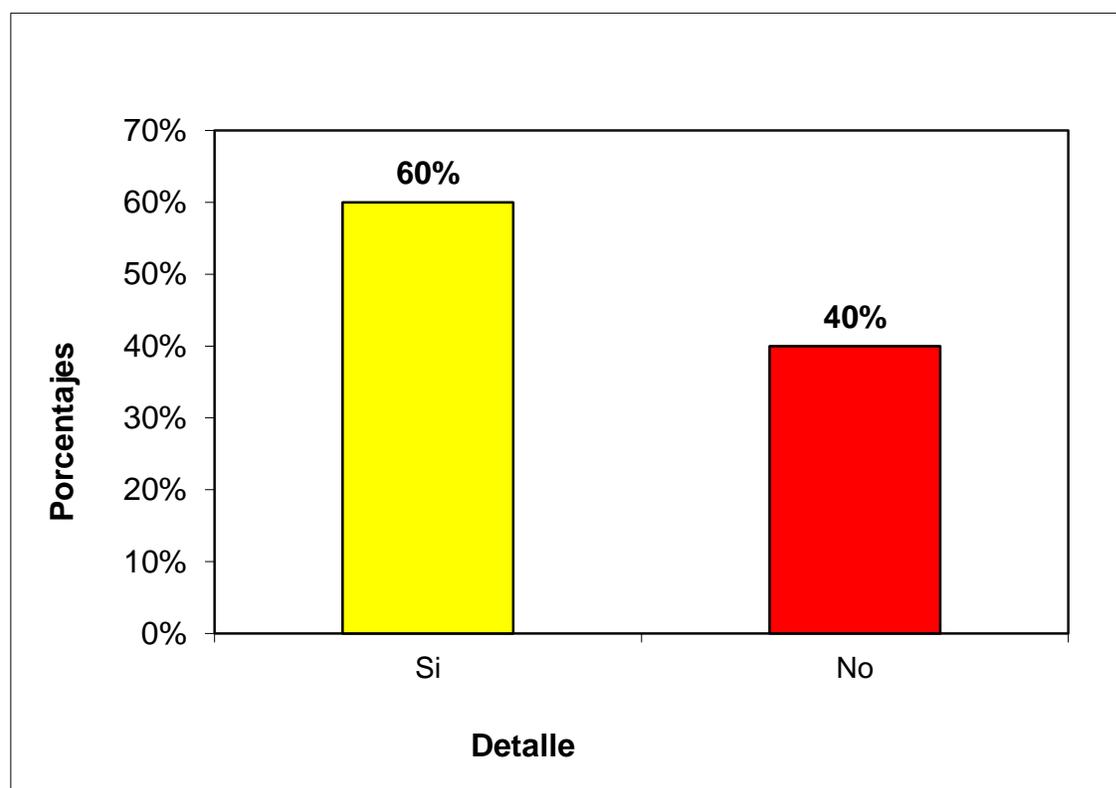


DESCRIPCIÓN: A través de los resultados obtenidos de las encuestas: el 70% indico si tiene a sus trabajadores en planilla y un 30% que no los tiene en planilla.

Tabla 12 - ¿Conoce el alcance de una gestión de atención al cliente?

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	Si	6	60%
B	No	4	40%
TOTAL		10	100%

Gráfico 12: ¿Conoce el alcance de una gestión de atención al cliente?

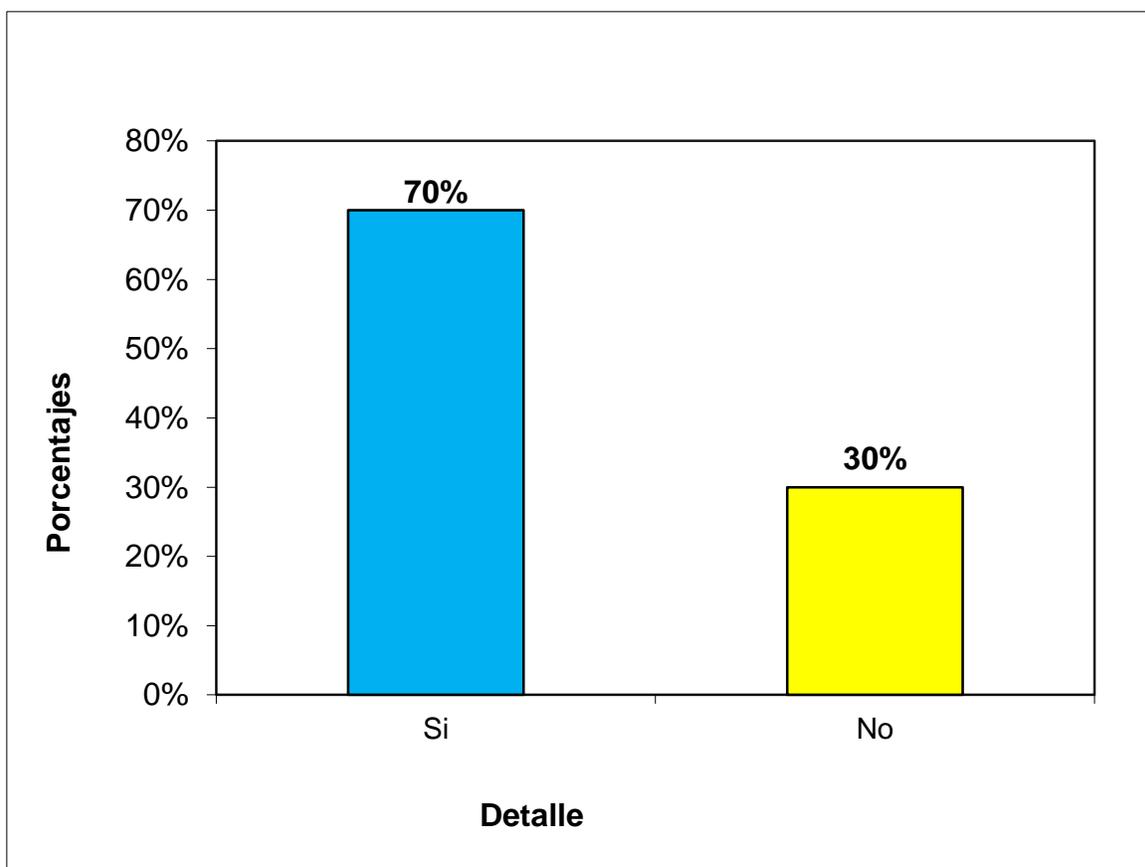


DESCRIPCIÓN: A través de los resultados obtenidos de las encuestas: el 60% conoce los alcances de una gestión de atención al cliente, mientras que un 40% no.

Tabla 13 - ¿Se interesa por la mejora continua?

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	Si	7	70%
B	No	3	30%
TOTAL		10	100%

Gráfico 13: ¿Se interesa por la mejora continua?

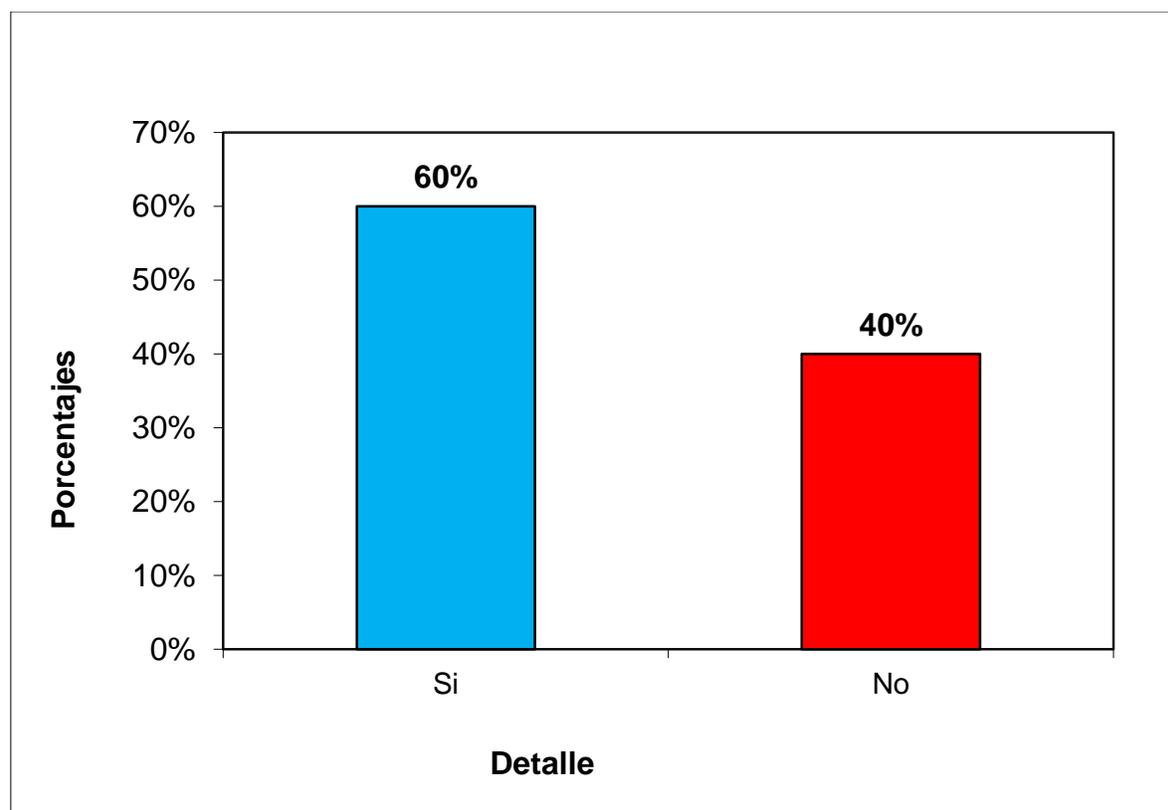


DESCRIPCIÓN: De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas: el 70% se interesan por la mejora continua, en un tanto el 30% no.

Tabla 14 - ¿Ha definido la misión y visión de su empresa?

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	Si	6	60%
B	No	4	40%
TOTAL		10	100%

Gráfico 14: ¿Ha definido la misión y visión de su empresa?

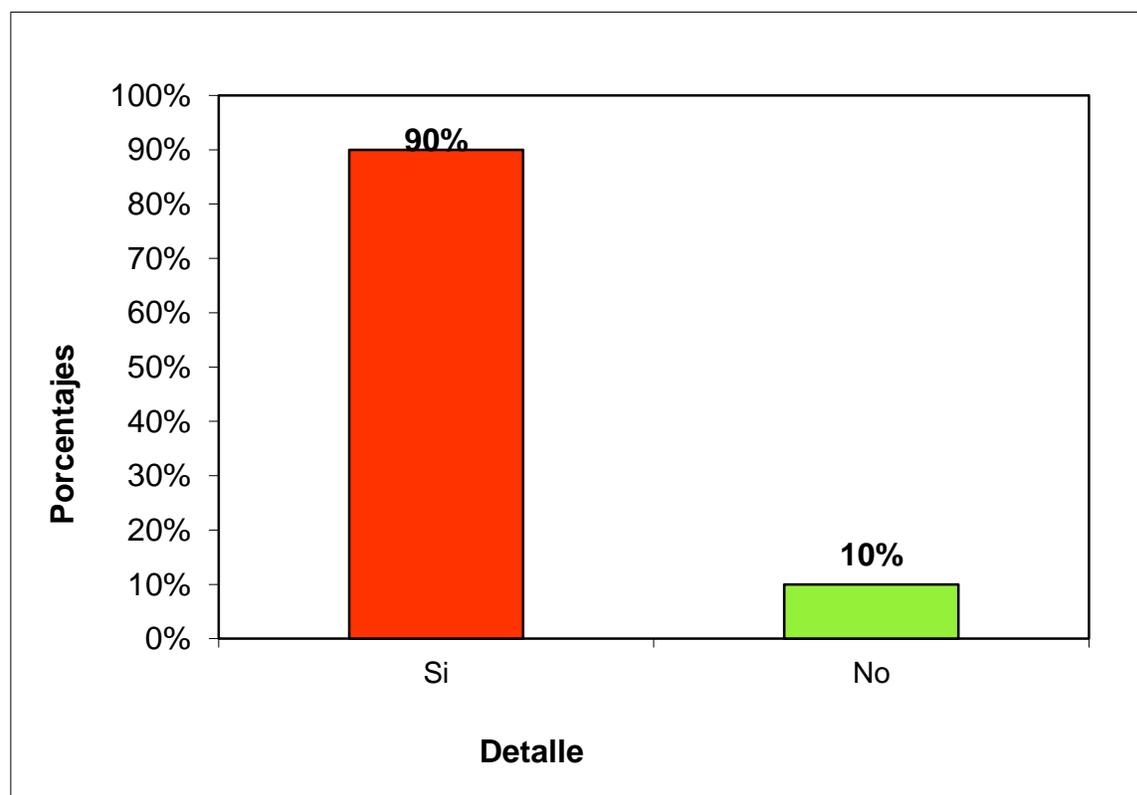


DESCRIPCIÓN: De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas: el 60% indican que si se han definido y exhibido la misión y visión en su empresa y un 40% no.

Tabla 15 - ¿Ha elaborado y difundido valores que se practican en su organización?

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	Si	9	90%
B	No	1	10%
TOTAL		10	100%

Gráfico 15: ¿Ha elaborado y difundido valores que se practican en su organización?

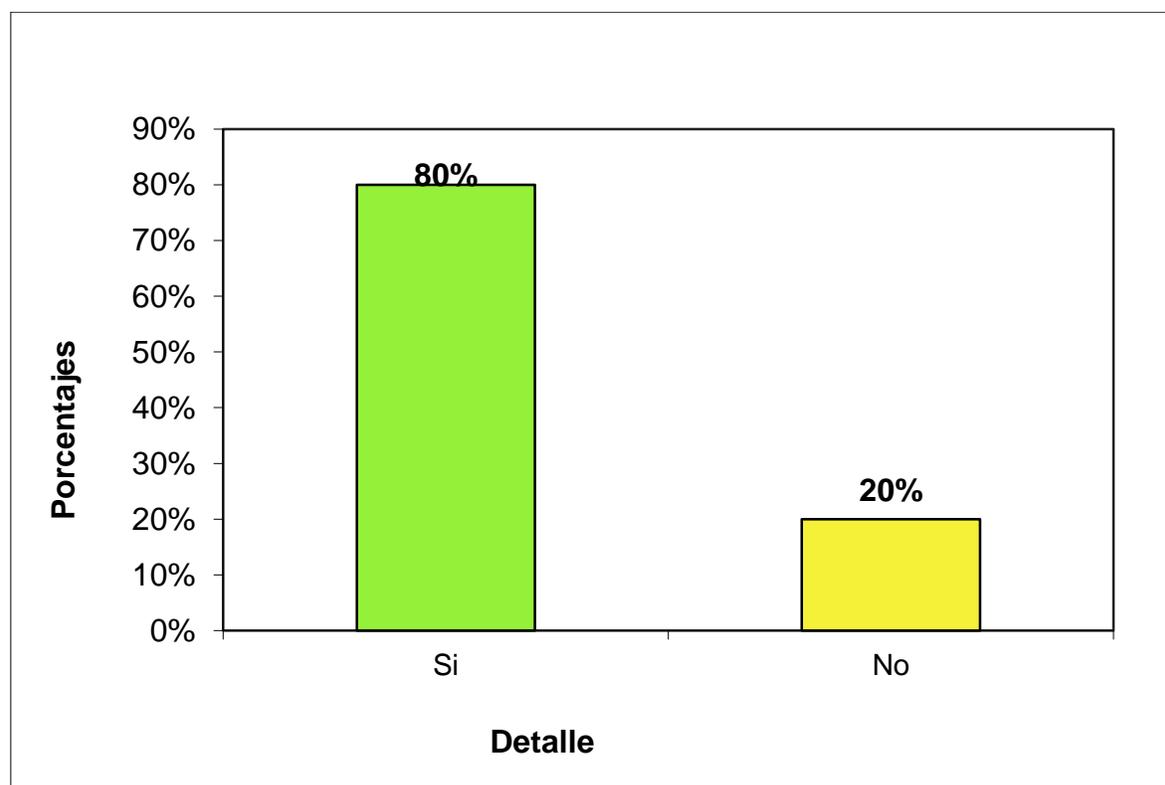


DESCRIPCIÓN: De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas: el 90% indican que si se ha elaborado y difundido valores que se practican en la su empresa y un 10% no.

Tabla 16 - ¿Ha definido su estructura organizativa?

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	Si	8	80%
B	No	2	20%
TOTAL		10	100%

Gráfico 16: ¿Ha definido su estructura organizativa?

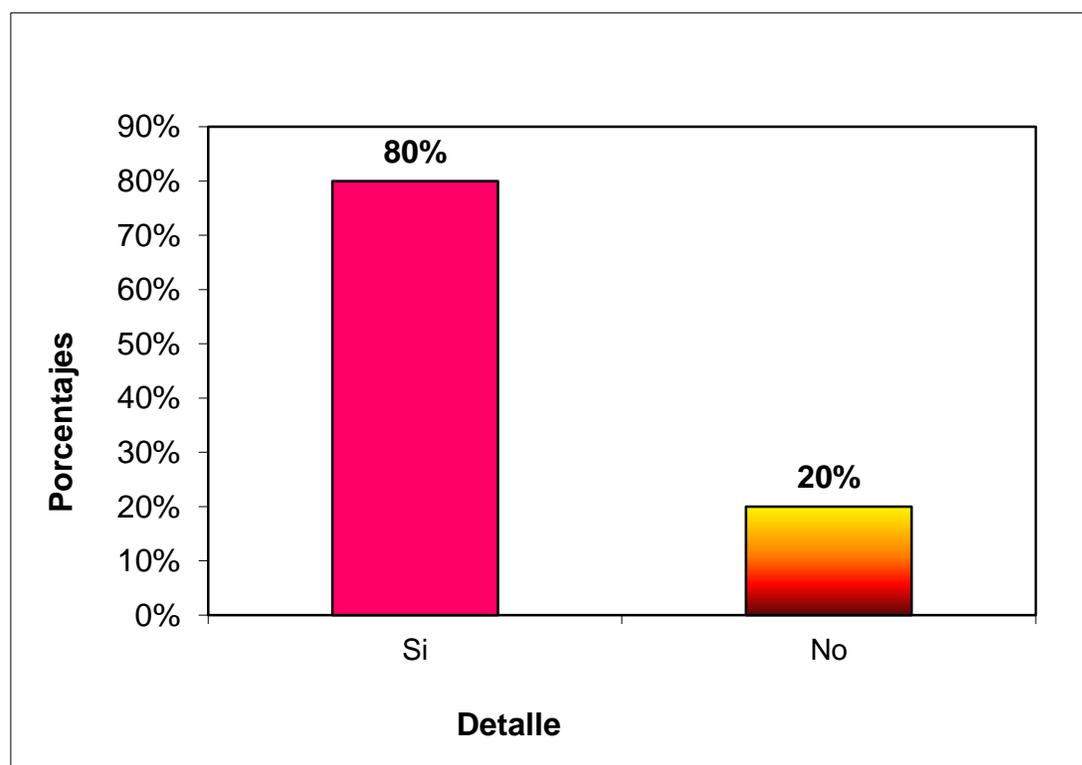


DESCRIPCIÓN: De acuerdo a los resultados que se obtuvo de las encuestas: el 80% si ha definido su estructura organizativa y un 20% no.

Tabla 17 - ¿Su empresa ha definido un plan de negocio con metas?

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	Si	8	80%
B	No	2	20%
TOTAL		10	100%

Gráfico 17: ¿Su empresa ha definido un plan de negocio con metas?

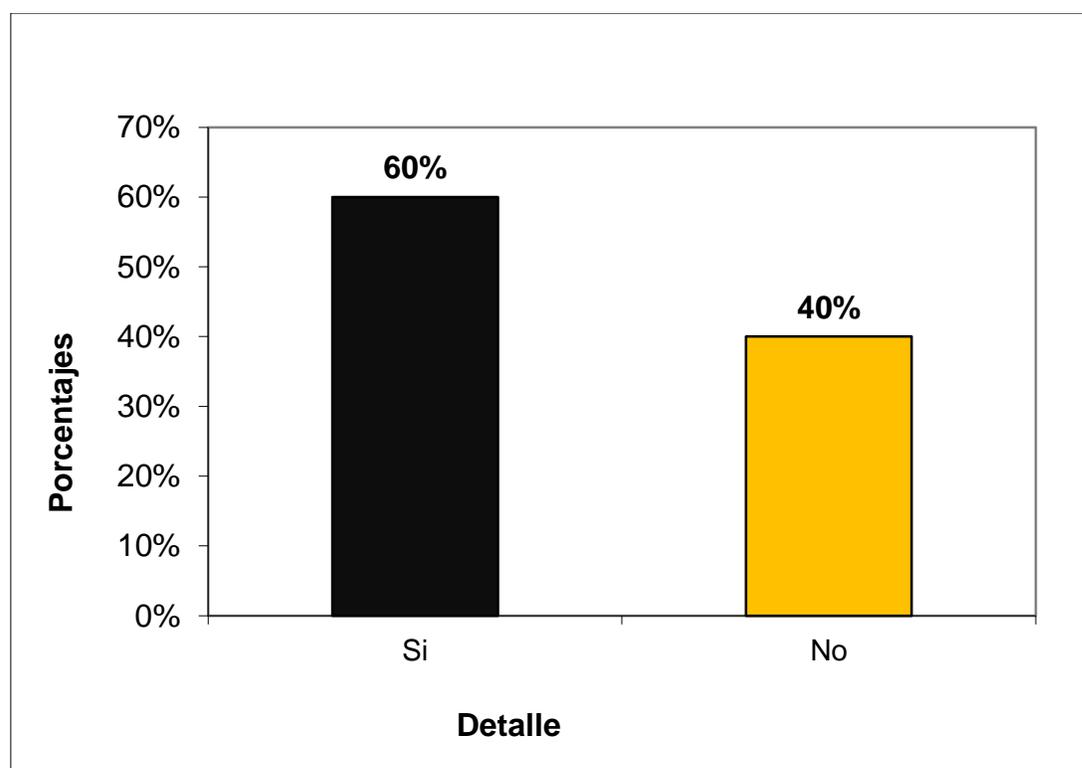


DESCRIPCIÓN: De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas: el 80% si ha definido un plan de negocio con metas y un 20% no.

Tabla 18 - ¿Ha implementado un sistema de servicio de atención al cliente, para evaluar y mejorar su nivel de servicio?

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	Si	6	60%
B	No	4	40%
TOTAL		10	100%

Gráfico 18: ¿Ha implementado un sistema de servicio de atención al cliente, para evaluar y mejorar su nivel de servicio?

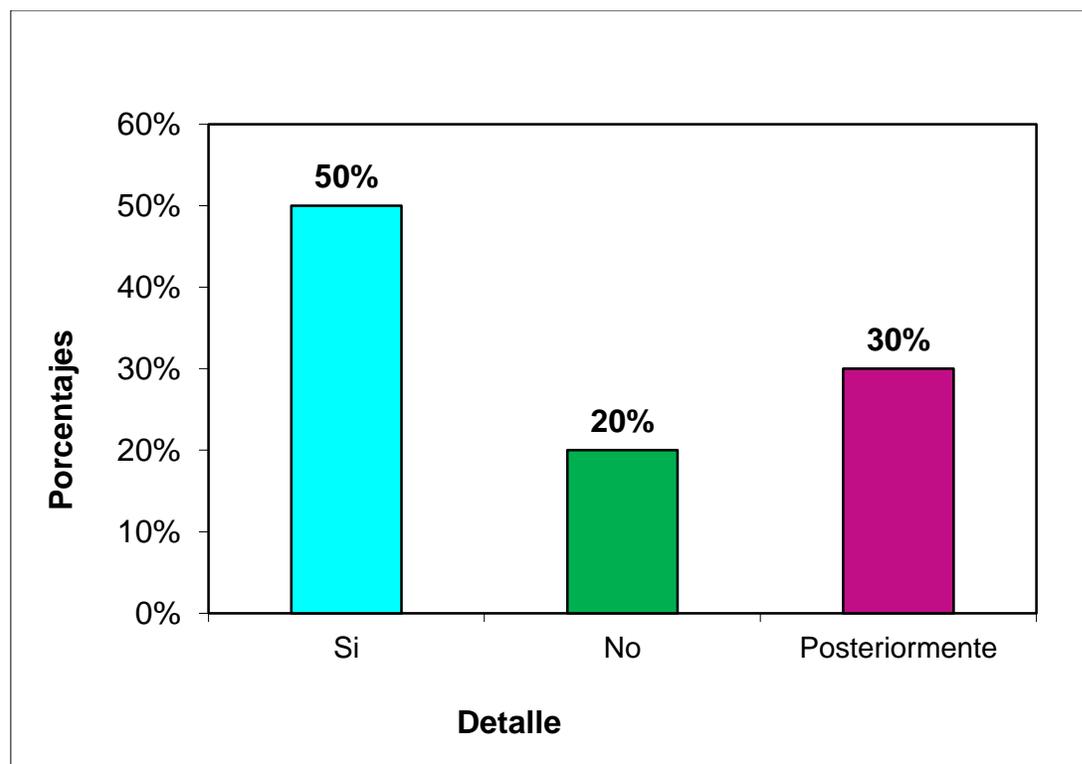


DESCRIPCIÓN: De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas: el 60% si han implementado un sistema de servicio de atención al cliente para evaluar y mejorar su nivel de servicio y el 40% no han implementado un sistema de servicio de atención al cliente.

Tabla 19 - ¿Capacita al personal en atención al cliente para mejorar la realización de procesos y monitoreo de su desempeño?

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	Si	5	50%
B	No	2	20%
C	Posteriormente	3	30%
TOTAL		10	100%

Gráfico 19 - ¿Capacita al personal en atención al cliente para mejorar la realización de procesos y monitoreo de su desempeño?

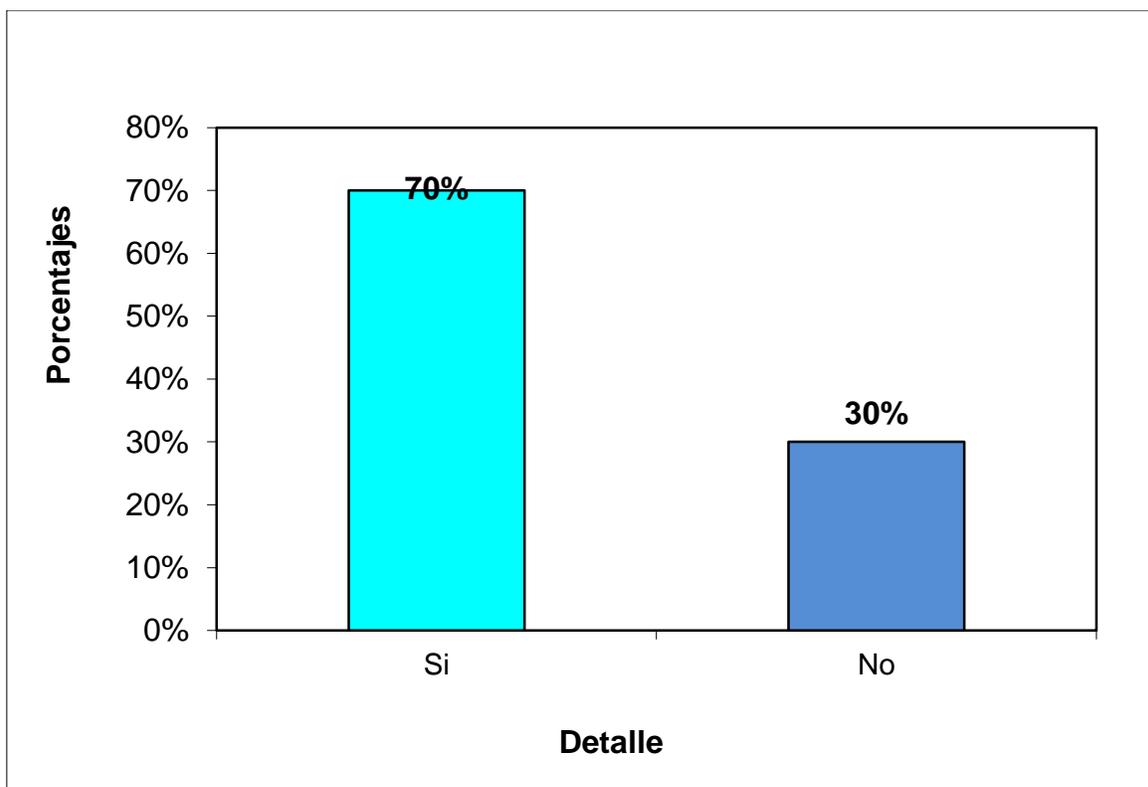


DESCRIPCIÓN: De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas: el 50% si indica que si han capacitado al personal en atención al cliente, un 20% no y un 30% que fue posterior.

Tabla 20 - ¿Está de acuerdo que administrar con un enfoque en el cliente contribuye a alcanzar metas a las mypes?

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	Si	7	70%
B	No	3	30%
TOTAL		10	100%

Gráfico 20: ¿Está de acuerdo que administrar con un enfoque en el cliente contribuye a alcanzar metas a las mypes?

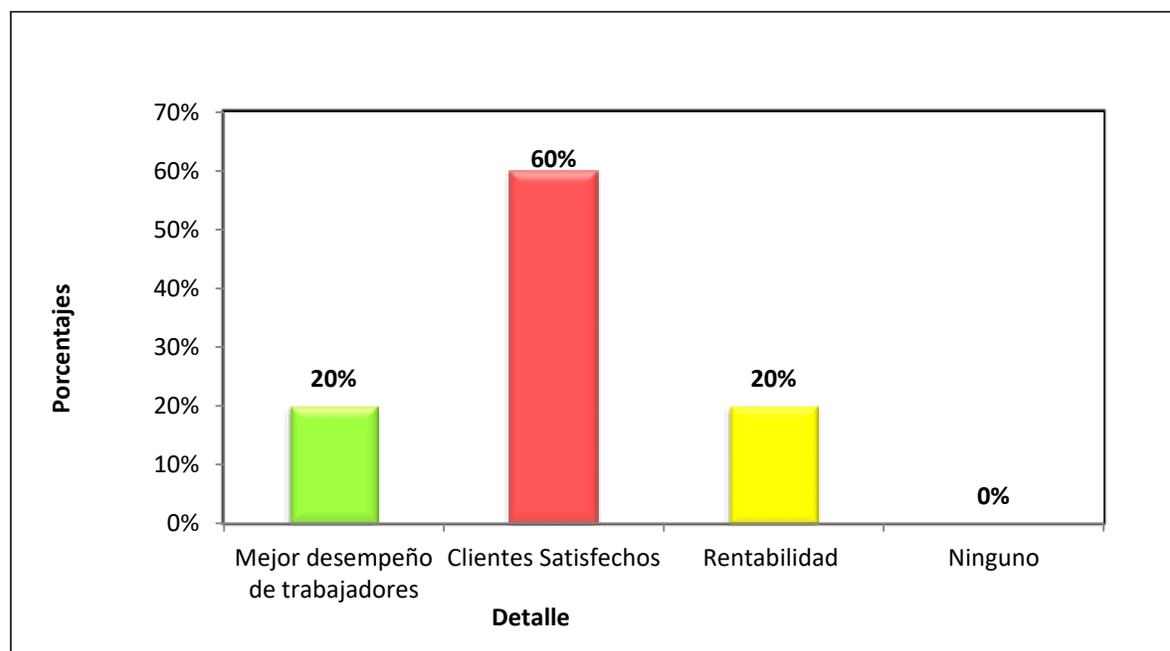


DESCRIPCIÓN: De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas: el 70% si está de acuerdo con administrar con un enfoque en el cliente para alcanzar las metas de la mypes y un 30% no.

Tabla 21 - ¿Qué objetivos a logrado aplicando gestión de atención al cliente?

Ítem	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A	Mejor desempeño de trabajadores	2	20%
B	Cientes Satisfechos	6	60%
C	Rentabilidad	2	20%
D	Ninguno	0	0%
TOTAL		10	100%

Gráfico 21: ¿Qué objetivos a logrado aplicando gestión de atención al cliente?



DESCRIPCIÓN: De acuerdo a los resultados que se obtuvo de las encuestas: el 60% indica que si han logrado clientes satisfechos, un 20% capacitado al personal en atención al cliente, un 20% lograron mejor desempeño de trabajadores así como la rentabilidad.

6.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

- En el proyecto de investigación se obtuvo buenos resultados, motivos por cual se llevó a cabo de manera descriptiva, porque mediante la aplicación que se hizo, se pudo ver que es muy importante impartir los conocimientos en estos temas con respecto a la gestión de atención al cliente a los micros y pequeños empresarios.
- En las mypes se percató de algunas cosas, uno de ellos es que no le dan mucha importancia a lo que es brindar un buen servicio y un producto calidad son pocas las mypes que le dan este valor a lo que viene a ser productos y servicios de calidad.
- Durante las encuestas a las mypes con respecto a la pregunta N° 21, ¿Qué objetivos a logrado aplicando gestión de atención al cliente?; se pudo apreciar, que el 60 % pudieron lograr clientes satisfechos, mientras que el 40 % se divide en 2, quiere decir que un 20 % ha logrado el mejor desempeño con sus trabajadores y el 20 % restantes pues lograron una mejor rentabilidad en la empresa, por lo tanto es de mucho interés capacitar al personal, para así lograr mejores resultados y objetivos.
- En el proceso de encuestas a las mypes, hubo un 70% que si estuvieron de acuerdo que contribuir como administrador con enfoque al cliente da resultados para poder alcanzar las metas, mientras que el 30% opinan de manera negativa.
- Cabe recalcar que es de suma importancia hacer estos tipos de investigación a cada rubro de las mypes, para así poder analizarlas y llegar a impartir ideas brillantes y plan de mejoras, y que las mypes alcancen el éxito total, dando también el punto de vista del valor agregado que facilite la captación y fidelidad de clientes.
- Los resultados obtenidos de las personas encuestadas: el 50% tienen la edad de 30 a 44 años, el 30% de entre 45 a 64 años, el 20% están entre 18 a 29 años y el 0% más

de 65 años. Nos quiere decir que los empresarios hoy en día son jóvenes y están en la edad de seguir hacia adelante progresando y creciendo laboralmente dentro del sector comercial brindando servicios de calidad hacia los clientes.

- Según los resultados obtenidos de las encuestas: predomina el sexo femenino en un 70% y tan solo el 30% son del sexo masculino. Hoy en día las mujeres son las que están progresando cada día mas como micro y pequeña empresaria, mujeres empoderadas que estas al servicio de atención al cliente.
- Los resultados obtenidos de las encuestas: el 60% conoce los alcances de una gestión de atención al cliente, mientras que un 40% no. En este resultado vimos que el 60 % de empresarios conocen cuales son los alcances para una buena gestión de atención al cliente, están capacitados para poder brindar un mejor servicio.
- Según los resultados obtenidos de las encuestas, preguntamos lo siguiente: ¿Qué si al micro y pequeño empresario, se interesa por la mejora continua? Pues el 70% se interesan por la mejora continua, y en un tanto el 30% no se interesan en la mejora continua de su empresa, porque más le interesa obtener ganancias del día, si bien es cierto que también depende mucho de la debida atención que se le da al cliente, para así obtener la fidelidad del mismo y mejorar cada día como persona y dar mejor realce a la empresa.
- De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas: el 70% si está de acuerdo con administrar con un enfoque en el cliente para alcanzar las metas de la mypes y un 30% no. Porque de esa manera podrán obtener mejores resultados y más credibilidad y aceptabilidad en el rubro, por lo tanto es muy importante enfocarse en la buena administración teniendo el control previo y la mejor organización para una

previsión empresarial de éxito. Al 30 % que no están de acuerdo es por la falta de conocimiento y capacitación del mismo.

- **¿Qué objetivos a logrado aplicando gestión de atención al cliente?**

Según los resultados obtenidos de las encuestas: el 60% indica que si han logrado clientes satisfechos, un 20% capacitado al personal en atención al cliente, un 20% lograron mejor desempeño de trabajadores así como la rentabilidad. Por lo tanto quiere decir que el 60 % de las mypes que han aplicado la gestión de atención al cliente han logrado clientes satisfechos la cual es uno de los mayores objetivos de cada empresa, que ahí se dio el producto de calidad, amabilidad y comodidad; y los conlleva al éxito y que siguieran capacitándose, para seguir logrando los objetivos trazados para la empresa, en cambio a un 20 % de las mypes han logrado la capacitación del personal y al otro 20% aplicando esta gestión han logrado el objetivo de un buen desempeño de trabajadores para el buen desenvolvimiento del mismo y así motivarse y dar un mejor servicio.

- Cabe recalcar que gracias a la investigación, se pudieron dar cuenta que se les puede dar un plan de mejoras, sabiendo que hoy en día en la ciudad de Pucallpa, la competitividad en la gestión de atención al cliente del rubro heladería, cada día es más relevante, porque ya existen los súper mercados como: real plaza y open plaza y para mantener la fidelidad de los clientes, la clave está en brindarles un mejor servicio y de calidad. No solo en el servicio sino también brindar un mejor producto y obtener todos los días, clientes muy satisfechos tanto con el producto y el servicio que se les brinda y que se sientan como en casa.

VII. CONCLUSIONES

- En la investigación realizada se determina que si bien es cierto que algunos factores contribuyen a mejorar la gestión del enfoque de atención al cliente, en las MYPES, del sector comercial, del rubro heladería, en el distrito de callería; quiere decir que carece de lineamientos estratégicos que orientan la conducta, de los trabajadores; para acrecentar la satisfacción de los clientes y que se visiona con una imagen empresarial que persiga en alcanzar los objetivos trazados, creando las condiciones que se enfoquen en la gestión de servicio de atención al cliente, de tal manera percibir y satisfacer las necesidades del cliente, por concerniente la gran mayoría de los empresarios, atribuyen la atención que hoy en día brindan a clientes satisfechos y no satisfechos; sin embargo, al examinar los aspectos que forman, se concluye que es deficiente.
- Se determinó que las mypes del sector comercial, rubro heladería, del distrito de callería, no se gestiona de acuerdo al grado de satisfacción del servicio pero si se gestiona de acuerdo al grado de satisfacción con el producto; por lo tanto el personal de este sector tienen poco conocimiento acerca de los objetivos de la empresa. Así mismo el micro y pequeño empresario tienen escasa capacidad en lo que es el uso de herramientas de gestión de atención al cliente. Si bien es cierto la herramienta de la gestión de atención al cliente es el mapa de procesos; lo que indica que las mypes de este rubro no tiene un buen manejo de la gestión empresarial, por falta de capacitación profesional, lo cual impide su desarrollo y permanencia en dicha actividad.
- La gestión de atención al cliente tiene mejoras continuas, ya que en la actualidad las mypes se capacitan con mayor frecuencia, tanto a los trabajadores y como también a

los micros y pequeños empresarios en diferentes rubros, tales como: calidad en atención al cliente, calidad de producto, y excelencia en brindar un mejor servicio; esto quiere decir que las mypes ponen mayor énfasis en lo que es la formación del personal, esto da mayor realce de que se encuentran mejor preparados para la atención y de los servicios que ofrecen. Estas mejoras repercuten significativamente en los beneficios de estas; esto demuestra que se debe invertir en constantes capacitaciones al personal, ya que hoy en día los clientes son muy exigentes y por ello se requiere que estén en permanente capacitación para que tengan una mejor atención de calidad y que puedan lograr fidelizar a los clientes por el servicio que se le presta con debido respeto.

- En la investigación, la mayoría de las mypes encuestadas cuentan con su libro de reclamaciones y un buzón de sugerencias que toman en cuenta las opiniones de sus clientes; así mismo realizan e implementan acciones como: canales de comunicación con los clientes, soluciones de pedido, compensaciones y plan de acción; todo esto tiene un impacto totalmente positivo en los clientes ya que son escuchados y se sienten valorados ante cualquier duda que tengan con respecto a los servicios que ofrecen las mypes.
- Todas estas acciones permiten, mejorar la competitividad y fortalecer el proceso de gestión de atención al cliente, brindando una atención de calidad en los servicios del sector comercial, rubro heladería, del distrito de callería.

RECOMENDACIONES:

- Evaluar constantemente el grado de satisfacción de acuerdo a la atención recibida ya sea de forma directa o indirecta; para que tengan en cuenta cuando encuentren alguna queja o insatisfacción, tomen las acciones correctivas mediante planes de acción y seguimiento continuo al personal.
- Reforzar los quehaceres de la empresa y alinear al personal a cargo, para el cumplimiento de las normas y valores que se practican en las mypes.
- Se recomienda a las mypes, diseñar el plan estratégico con respecto a la atención del cliente; con el objetivo de fortalecer la calidad de los servicios, elevar la satisfacción de acuerdo al grado de atención al cliente, y crear una buena imagen de la empresa, cuyos fines se orienten en la participación de los clientes ucayalinos de la región y de todo el Perú que lo visite.
- Para mejorar la imagen de la empresa de los micro y pequeños empresarios, que actualmente proyectan las mypes del sector comercial, rubro heladería, del distrito de callería; se recomienda a los empresarios, formular un plan de mantenimiento y ambientación de las instalaciones y facilitar los servicios básicos como: disponibilidad de sanitarios, agua, mejorar el mobiliario y área de espera, procurando pues la comodidad de los clientes.
- Con respecto a la gestión empresarial, se recomienda dar mayor énfasis en lo que es al manejo de la empresa, utilizando las diversas herramientas de la administración como por ejemplo: el análisis FODA, para saber si está cumpliendo con los objetivos trazados de la empresa, la mejora continua, si bien ya se sabe que esto les ayudara a fortalecer sus debilidades, conocer sus amenazas; y así mismo les permitirá ver las oportunidades y saber sus fortalezas.

- Se les recomienda decorar el ambiente para tener un espacio o lugar óptimo y agradable para que el cliente se sienta a gusto al visitar el local, también mejorar las instalaciones y organizarlas de la mejor manera, deben de tener un control concurrente con respecto a los insumos que utilizan, para así garantizar un servicio de calidad.
- En lo que concierne a la atención del cliente, se debe crear conciencia de calidad, para ello se requiere de constantes capacitaciones, donde se logre integrar y sensibilizar a todos los miembros de la empresa a través de resultados. Así mismo se debe evaluar el desempeño de cada trabajador para ir midiendo la productividad y obtener ventajas competitivas, con el fin de lograr la fidelización de sus clientes aplicando estrategias de atención.
- Se recomienda implementar un programa de evaluación al desempeño que realizan los trabajadores con respecto a la atención del cliente, con el objetivo de tener un trato amable con el público en la primera línea, y también para que adquieran conocimientos, desarrollen habilidades y se motive el cambio en la actitud al momento de prestar un servicio.
- Algo muy importante que recomendar es en la mejora de la atención sería la utilización de las herramientas tecnológicas que existen en la actualidad como son por ejemplo: las redes sociales, que es un medio de comunicación muy usado por la población que con el objetivo principal de este rubro.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguilar, A. (2010), en su tesis “Propuesta para implementar un sistema de Gestión de la Calidad en la Empresa Filtración Industrial Especializada S.A. De C.V. De Xalapa, Veracruz”.
- Crosby, P. B. (1979). Quality is free [La calidad es gratis]. Nueva York: McGraw Hill.
- Deming, E. (2006). Habla sobre la calidad. [Extraído 25 de enero del 2016]. Disponible en la web: <http://www.gestiopolis.com/deming-y-su-filosofia-administrativa-de-calidad/>.
- Definición, (2015). Habla sobre gestión. [Extraído 25 de enero del 2016]. Disponible en la web: <http://definicion.mx/gestion/>.
- Deming. E. (1989). Define calidad. [Extraído 25 de enero del 2016]. Disponible en la web: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1283/calidad.html>.
- Feigenbaum, A. (1994). Control Total de la Calidad. CECSA, México.
- Gestión de calidad
<http://www.gestiondecalidad/tecnicasavanzadas.php>
- Iso, (2011). Define la Gestión de calidad. [Extraído 25 de enero del 2016]. Disponible en la web: <http://www.sistemasycalidadtotal.com/calidad-total/sistemas-de-gestion-de-la-calidad-%E2%94%82-historia-y-definicion/>.

- Quiroz, J. (2008), en su tesis “Sistema de Gestión de la Calidad en el Área socio – Educativa, perteneciente a la casona de la Universidad de Oriente – Núcleo Bolívar, mediante la aplicación de la Norma Iso 9001-2008.”
- Ríos, A. (2009). Habla sobre la gestión de la Calidad. [Extraído 25 de enero del 2016]. Disponible en la web:
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/7A0D92B8B03202BA05257C310078B24D/\\$FILE/11_24_SEHUUHANIOFCFJXIULZDFPGJGJIXMCQFHXXZBFAPNPUQUENCZZC.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/7A0D92B8B03202BA05257C310078B24D/$FILE/11_24_SEHUUHANIOFCFJXIULZDFPGJGJIXMCQFHXXZBFAPNPUQUENCZZC.pdf).
- Russell, S. (2000). ISO9000:2000 and the EFQM excellence model: Competition or Cooperation. Total, Quality Management, July 2000. Vol 11. Issue 4-6.
- Servicio al cliente
https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente
- Serna, H. (2006). Conceptos básicos. En Servicio al cliente (pp.19-27). Colombia: Panamericana editorial Ltda.
<http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html>.
- Ríos, A. (2009). Habla sobre la gestión de la Calidad. [Extraído 25 de enero del 2016]. Disponible en la web:

[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/7A0D92B8B03202BA05257C310078B24D/\\$FILE/11_24_SEHUUHANIOFCFJXIULZDFPGJGJIXMCQFHXXZBFAPNPUQUENCZZC.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/7A0D92B8B03202BA05257C310078B24D/$FILE/11_24_SEHUUHANIOFCFJXIULZDFPGJGJIXMCQFHXXZBFAPNPUQUENCZZC.pdf).

- Marcelo, P. (2009) según su tesis “Determinación del grado de calidad de una empresa a partir de los indicadores de gestión”.
- Juran, J. (1993). Define la calidad. [Extraído 25 de enero del 2016]. Disponible en la web: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1283/calidad.html>.
- Keizen, K. (2005). Refiere a la calidad. [Extraído 25 de enero del 2016]. Disponible en la web: <http://www.gestiopolis.com/filosofias-calidad-kess-kaizen-seis-sigma-eva/>.
- El Diagrama de Ishikawa
<http://www.gestiondeoperaciones.net/gestion-de-calidad/que-es-el-diagrama-de-ishikawa-o-diagrama-de-causa-efecto/>.
- Los 14 puntos de William Deming
<https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/Los-14-Puntos-de-William-Deming-Seg%C3%BAAn-la/2667767.html>.

- Normas Covenin. ISO 9001. 2000 sistemas de Gestión de la Calidad. Requisitos.

- Zorrilla S.; Torres M. Edición. (2001): Guía para elaborar la tesis. Editorial Mc Graw Hill. Definición de Calidad según El Diccionario de La Real Academia de La Lengua Española. [Extraído el 30 de febrero del 2015], disponible en: http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=CALIDAD.

- Zuta M. y Wiese A. (2009). “Una MYPE con calidad. Guía para Entender y Evaluar un Sistema de Calidad”. [Extraído el 12 de octubre del 2015], disponible en: http://www.comunidadilgo.org/contenido/portal/portaldoc200_3.pdf?e02d45699352e6f76d8344875084edc3.

ANEXOS

ANEXO 01 - DIAGRAMA DE GANTT

ITEM	Cronograma de Actividad	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Se recibe asesoramiento de la docente, para la realización de la investigación.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2	Revisión de la metodología de investigación: Determinación de Población de muestra.	x	X										
3	Elaboración de la encuesta y plan de trabajo.			X	x								
4	Prueba piloto y aprobación de instrumento.				X								
5	Realización de encuesta a muestra representativa.				x	X	x	x					
6	Tabulación de resultados, en la elaboración de tablas y gráficos e interpretación de resultados.						X	x					
7	Discusión de resultados.						x	X	x				

8	Revisión de referencias bibliográficas.									X	x	X		
9	Revisión de turnitin.										X	x		
10	Presentación de INFORME FINAL.										X	X		

ANEXO 02

Etapas	Fecha de inicio	Fecha de término	Dedicación semanal (Horas)
➤ Recolección de datos.	24/09/2018	19/10/2018	14 horas
➤ Análisis de la información	22/10/2018	01/11/2018	10 horas
➤ Elaboración del pre informe final Del proyecto de investigación.	05/11/2018	15/12/2018	8 horas

PRESUPUESTO			
LOCALIDAD: Pucallpa			
RUBROS	CANT.	COSTO UNITARIO S/.	COSTO TOTAL S/.
Bienes de consumo:			
▪ Lapicero	12 unid.	1.00	12.00
▪ Fólder y fastenes	20 unid.	1.00	20.00
▪ Papel bond de 60 gramos T-A	26 millar	12.00	312.00
▪ Cuadernillo	14 unid	9.00	126.00
TOTAL BIENES	-	-	470.00
Servicios:			
▪ Pasajes	28 DIAS	5.00	140.00
▪ Impresiones	1000 Unidades	0.50	500.00
▪ Copias	-	-	120.00
▪ Internet	400 HORAS	1.50	600.00
▪ Anillado	8 Unidades	4.00	32.00
TOTAL SERVICIOS	-	-	S/.1,683.00
TOTAL GENERAL	-	-	S/.2, 153.00

ANEXO 03 – MODELO DE ENCUESTA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente de las mypes del sector comercial, rubro heladería, del distrito de Callería, año 2017”

ENCUESTA

“La información que usted nos proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se agradece su valiosa colaboración”.

Encuestado (a):

(a):..... **Fecha:**...../...../.....

Nº De DNI:..... **Nombre de la empresa:**.....

DIRECCION:.....

A.- DATOS GENERALES:

1. Edad del emprendedor de la empresa:
 - a) De 18 a 29 años ()
 - b) De 30 a 44 años ()
 - c) De 45 a 64 años ()
 - d) Más de 65 años ()

2. Sexo:
 - a) Masculino
 - b) Femenino

3. Profesión u ocupación del emprendedor
 - a) Licenciado ()
 - b) Ingeniero ()
 - c) Técnico ()
 - d) Otras especialidades (.....)

4. ¿Cómo define al cargo de dirección que desempeña en la mypes?
 - a) Dueño
 - b) Gerente
 - c) Administrador
 - d) Encargado

B.- DE LA FORMALIZACIÓN

5. ¿Su empresa se encuentra formalizada?
 - a) Si
 - b) No
 - c) Trámite inconcluso

6. ¿Cómo está constituida su empresa?
- A) Persona Natural ()
 - B) Persona Jurídica ()
 - C) Ninguna ()
7. ¿A qué régimen tributario esta afecto?
- A) Régimen General ()
 - B) Régimen Especial ()
 - C) RUS ()
 - D) Ninguno ()
8. Su empresa. ¿Cuántos años tiene en el rubro?
- A) De 1 a 2 ()
 - B) De 3 a 5 ()
 - C) De 6 a más ()
9. ¿Pertenece a algún grupo comercial?
- A) Si ()
 - B) No ()
10. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?
- A) De 1 a 4 ()
 - B) De 5 a 9 ()
 - C) De 10 a más ()
11. ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?
- A) Si ()
 - B) No ()

C.- DE LA GESTIÓN DE ATENCION AL CLIENTE

12. ¿Conoce el alcance de una gestión de atención al cliente?

A) Si ()

B) No ()

13. ¿Se interesa por la mejora continua?

A) Si ()

B) No ()

14. ¿Ha definido la misión y visión de su empresa?

A) Si ()

B) No ()

15. ¿Ha elaborado y difundido valores que se practican en su organización?

A) Si ()

B) No ()

16. ¿Ha definido su estructura organizativa?

A) Si ()

B) No ()

17. ¿Su empresa ha definido un Plan de Negocios con metas?

A) Si ()

B) No ()

18. ¿Ha implementado un sistema de servicio de atención al cliente, para evaluar y mejorar su nivel de servicio?

A) Si ()

B) No ()

19. ¿Capacita al personal en atención al cliente para mejorar la realización de procesos y monitoreo de su desempeño?

A) Si ()

B) No ()

C) Posteriormente ()

20. ¿Está de acuerdo que administrar con un enfoque en el cliente contribuye a alcanzar metas a las mypes?

A) Si ()

B) No ()

21. ¿Qué objetivos a logrado aplicando gestión de atención al cliente?

A) Mejor desempeño de trabajadores ()

B) Clientes Satisfechos ()

C) Rentabilidad ()

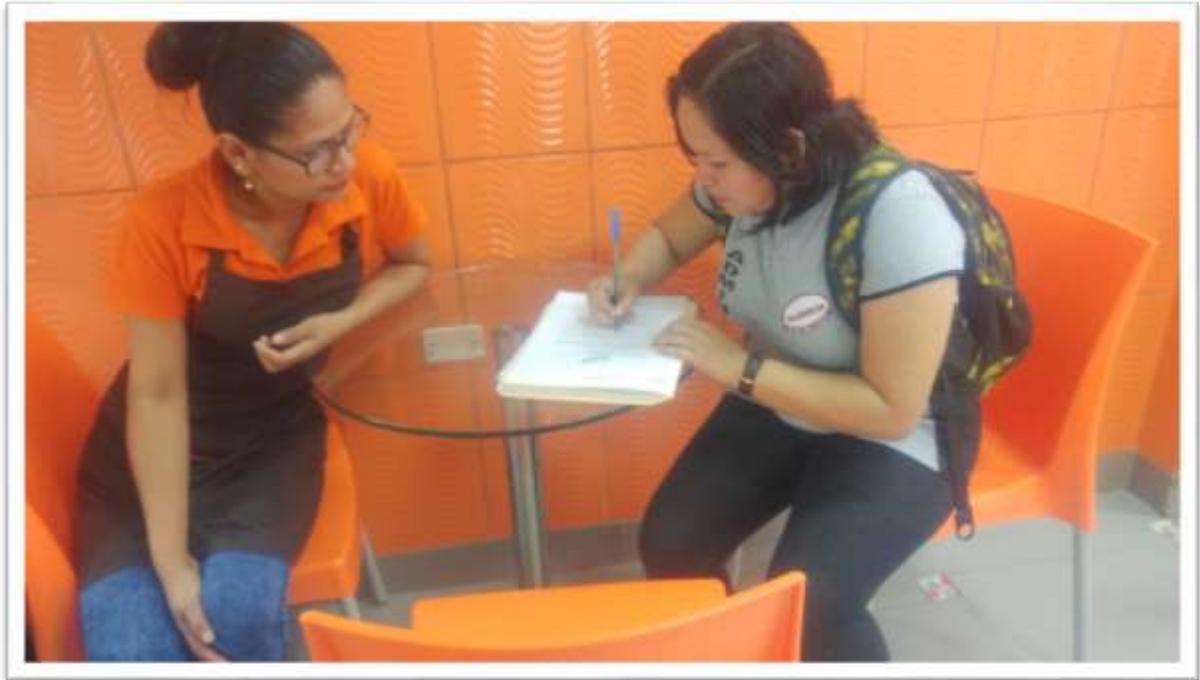
D) Ninguno ()

Pucallpa, Octubre 2017.

ANEXO O4 – FOTOS (Evidencias)

- HELADERÍA STEFANO





- HELADERÍA DON ALEJOS





- HELADERÍA LA MUYUNA

