



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN
LAS MYPE RUBRO HELADERÍAS DEL CERCADO DE
PIURA, AÑO 2019**

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

AUTORA

**JIMENEZ NAVARRO, AMANDA EMPERATRIZ
ORCID: 0000-0001-8467-363X**

ASESOR

**Mgr. PELAEZ CAMACHO, HECTOR YVAN
ORCID: 0000-0002-5394-1037**

PIURA –PERÚ

2019

TÍTULO

Gestión de la Calidad y Atención al Cliente en las MYPE rubro Heladerías
del Cercado de Piura, año 2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Jimenez Navarro, Amanda Emperatriz

ORCID: 0000-0001-8467-363X

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote,

Estudiante de Pregrado, Piura, Perú

ASESOR

Peláez Camacho, Héctor Yván

ORCID: 0000-0002-5394-1037

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias

Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de

Administración, Piura, Perú

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001- 7372-741X

JURADO EVALUADOR

Mgtr. VILELA VARGAS Víctor Hugo
Presidente
ORCID: 0000-0003-2027-6920

Mgtr. GUZMAN CASTRO Iván Arturo
Miembro
ORCID: 0000-0002-4650-4322

Mgtr. CHUMACERO ANCAJIMA Maritza Zelideth
Miembro
ORCID: 0000-0001-7372-741X

Mgtr. PELÁEZ CAMACHO, Héctor Yván
Asesor
ORCID: 0000-0002-5394-1037

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios por brindarme las fuerzas necesarias para seguir adelante en la formación de mis estudios, por protegerme día a día y por seguirme dando salud para cumplir mis metas, junto con mi familia que son el motor que me levanta para lograr cada uno de mis objetivos propuestos.

A mi asesor por su orientación que brindo en la elaboración de este proyecto y a cada una de las personas que me dieron su colaboración para cumplir con esta investigación.

DEDICATORIA

A mis padres, hermanos y abuelos por ser las personas más importantes que tengo en mi vida, ya que gracias al esfuerzo que realizan diariamente hacen que me esfuerce para seguir adelante en el logro de mis metas y objetivos en ser una gran profesional.

A mis sobrinitos que son las personitas que siempre me motivan a dar lo mejor para ser un digno ejemplo a seguir que tengan en el futuro.

RESUMEN

El presente trabajo de indagación tuvo como pregunta de investigación ¿Qué características tiene la gestión de la calidad y atención al cliente en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019?, su objetivo principal: Describir las características de la Gestión de calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro heladerías del Cercado de Piura, año 2019. El tipo de investigación fue cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. Las unidades económicas son 3 MYPE, en donde se consideró a clientes y gerentes, para el recojo de información se aplicó la técnica de la encuesta mediante el instrumento del cuestionario estructurado por 26 preguntas. Obteniéndose como resultados en: gestión de la calidad, el 100% (3) de los gerentes consideran que la estructura organizacional y planificación de las MYPE es eficiente y efectiva, asimismo el 100% (3) de ellos si contaron con estudios de mercado que les facilite identificar las necesidades que tienen sus consumidores. En relación a la Atención al cliente, el 97.1% (66) consumidores sostuvieron que, si se les trata de manera cortés, amable y educada, el 92.6% (63) clientes rectificaron que en las heladerías si llevan un control de calidad en los productos que ofrecen, por lo cual consideran que el personal que labora en dichas MYPE si trabajan en equipo con el único objetivo de mantenerlos siempre satisfechos. Como conclusión los gerentes si planifican y ordenan los puestos de trabajo de las MYPEs con la intención de brindar una excelente atención a los consumidores que asisten a ellas, siendo evidenciado en lo dicho por los clientes.

Palabras Claves: Atención al cliente, Gestión de la calidad, Heladerías.

ABSTRACT

The present research work had as a research question: What characteristics does quality management and customer service have in the MSE category ice cream parlors of the Piura fencing, year 2019? Its main objective: Describe the characteristics of Quality Management and Customer service in the MSE category ice cream parlors in Cercado de Piura, year 2019. The type of research was quantitative, descriptive level, non-experimental cross-sectional design. The economic units are 3 MYPE, where clients and managers were considered, for the collection of information the survey technique was applied through the instrument of the questionnaire structured by 26 questions. Obtaining as results in: quality management, 100% (3) of the managers consider that the organizational structure and planning of the MSEs is efficient and effective, likewise 100% (3) of them if they had market studies that make it easier for them to identify the needs of their consumers. Regarding Customer Service, 97.1% (66) consumers maintained that, if they are treated in a courteous, friendly and polite manner, 92.6% (63) customers rectified that in ice cream parlors they do carry a quality control in the products that they offer, for which they consider that the personnel who work in said MSEs if they work as a team with the sole objective of always keeping them satisfied. In conclusion, the managers do plan and order the jobs of the MYPEs with the intention of providing excellent service to the consumers who attend them, being evidenced in what is said by the clients.

Key Words: Customer service, Quality management, Ice cream parlors.

ÍNDICE

TÍTULO.....	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
JURADO EVALUADOR	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
INDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
INDICE DE CUADROS	xvi
I. INTRODUCCIÓN	10
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	23
2.1. Antecedentes	23
2.1.1. Variable Gestión de la Calidad.....	23
2.1.2. Variable Atención al Cliente.	28
2.2. Bases Teóricas	34
2.2.1. Gestión de la Calidad.....	34
2.2.2. Atención al Cliente	40
III. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	45
IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	46

4.1. Tipo de investigación	46
4.2. Nivel de investigación	46
4.3. Diseño de la investigación.....	46
4.4. Población y Muestra.....	47
4.4.1. Población	47
4.4.2. Muestra.....	48
4.5. Definición y Operacionalización de las variables	51
4.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	53
4.7. Plan de Análisis	54
4.8. Matriz de consistencia.....	55
4.9. Principios Éticos	56
V. RESULTADOS Y ANÁLISIS	59
5.1. Variable Gestión de la Calidad.....	59
5.2. Variable Atención al Cliente	72
5.3. Análisis de Resultados.....	85
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	95
6.1. Conclusiones	95
6.2. Recomendaciones.....	97
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	98
ANEXOS.....	107

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿La heladería cuenta con una misión, visión y valores que identifican a la organización?	59
Tabla 2 ¿Considera usted que la estructura organizacional de la heladería está bien establecida por funciones y responsabilidades?.....	60
Tabla 3 ¿Usted como encargado de la heladería, planifica las actividades necesarias hacia donde quieren llegar, como lo van hacer y que van a necesitar para alcanzar el éxito?	61
Tabla 4 ¿Cuentan con procesos eficientes dentro de las actividades que se planifican en la organización, desde la elaboración de los helados, hasta la entrega final del mismo?.....	62
Tabla 5 ¿Usted como encargado de la heladería aprovecha las oportunidades que se le presenta, con el fin de eliminar los obstáculos que le impiden crecer a la empresa?	63
Tabla 6 ¿Cree usted que dentro de la heladería se cuenta con un estudio de mercado que le permite identificar las necesidades de sus consumidores?	64
Tabla 7 ¿Considera usted que el brindarles una buena atención y servicio a sus clientes, le garantiza mantenerlos satisfechos para conservar una continuidad en el mercado?.....	65
Tabla 8 ¿Brinda capacitaciones de liderazgo, las cuales le permiten mantener un ambiente interno favorable para el cumplimiento de los objetivos organizacionales?	66

Tabla 9 ¿El personal de la heladería se involucra dentro de las decisiones que se pueden tomar en la organización, con el objetivo de que demuestren sus habilidades de negocio que poseen?	67
Tabla 10 ¿Considera usted, que se cuentan con los procesos suficientes y eficientes en cada actividad para la buena elaboración y entrega de los productos?..	68
Tabla 11 ¿Considera usted que en la heladería se realiza una evaluación constante del desempeño que tiene cada colaborador en la organización, asimismo implementa un plan de mejora continua tanto en productos y servicios?	69
Tabla 12 ¿Para la toma de decisiones que se tiene dentro de la heladería, se realizan investigaciones previas de la situación en que se encuentra el mercado, para tener una buena elección?	70
Tabla 13 ¿Usted considera que mantiene una relación beneficiosa con los proveedores que les proporciona los materiales e insumos para la elaboración de los helados?	71
Tabla 14 ¿Usted como consumidor de la heladería, considera que le ofrecen una confianza tanto en calidad de sabor, como servicio de los productos que le brindan?	72
Tabla 15 ¿Dentro de la heladería, cree usted que el personal que trabaja en ella, lo(a) trata de manera cortés, amable y educada?	73
Tabla 16 ¿Usted considera que le proporcionan una atención personalizada y empática para conocer sus gustos y preferencias?	74
Tabla 17 ¿Cree que el personal que trabaja en la heladería es competente y está bien informado sobre cada uno de los productos y servicios de helados que ofrecen?	75

Tabla 18 ¿Según su perspectiva, la heladería cuenta con una instalación adecuada del lugar, una decoración acorde al producto y una buena presentación del personal, que labora en ella?.....	76
Tabla 19 ¿Usted como cliente, siente que la heladería lo prioriza ante todo?77	
Tabla 20 ¿Considera usted, que el personal de heladería lo(a) escucha atentamente en su pedido, con la finalidad de proporcionarle respuestas rápidas con respecto al producto de su preferencia?	78
Tabla 21 ¿La heladería le transmite una buena imagen con relación al producto y servicio que brinda?	79
Tabla 22 ¿Si usted tiene algún inconveniente en la heladería, considera que actúan de inmediato para remediarlo?	80
Tabla 23 ¿Considera usted que el lugar y horario con los que cuenta la heladería son accesible a sus necesidades?	81
Tabla 24 ¿Cree usted que el personal con el que cuenta la heladería trabaja en equipo con el fin de mantenerlo satisfecho en la atención brindada?.....	82
Tabla 25 ¿Usted considera que la heladería cuenta con un control de calidad en los productos que le ofrece?.....	83
Tabla 26 ¿Con respecto a las promociones, considera usted que la heladería cumple con la publicidad que ofrece en las redes sociales?	84

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 ¿La heladería cuenta con una misión, visión y valores que identifican a la organización?	59
Gráfico 2 ¿Considera usted que la estructura organizacional de la heladería está bien establecida por funciones y responsabilidades?.....	60
Gráfico 3 ¿Usted como encargado de la heladería, planifica las actividades necesarias hacia donde quieren llegar, como lo van hacer y que van a necesitar para alcanzar el éxito?	61
Gráfico 4 ¿Cuentan con procesos eficientes dentro de las actividades que se planifican en la organización, desde la elaboración de los helados, hasta la entrega final del mismo?.....	62
Gráfico 5 ¿Usted como encargado de la heladería aprovecha las oportunidades que se le presenta, con el fin de eliminar los obstáculos que le impiden crecer a la empresa?	63
Gráfico 6 ¿Cree usted que dentro de la heladería se cuenta con un estudio de mercado que le permite identificar las necesidades de sus consumidores?	64
Gráfico 7 ¿Considera usted que el brindarles una buena atención y servicio a sus clientes, le garantiza mantenerlos satisfechos para conservar una continuidad en el mercado?.....	65
Gráfico 8 ¿Brinda capacitaciones de liderazgo, las cuales le permiten mantener un ambiente interno favorable para el cumplimiento de los objetivos organizacionales?	66

Gráfico 9 ¿ El personal de la heladería se involucra dentro de las decisiones que se pueden tomar en la organización, con el objetivo de que demuestren sus habilidades de negocio que poseen?	67
Gráfico 10 ¿ Considera usted, que se cuentan con los procesos suficientes y eficientes en cada actividad para la buena elaboración y entrega de los productos?..	68
Gráfico 11 ¿ Considera usted que en la heladería se realiza una evaluación constante del desempeño que tiene cada colaborador en la organización, asimismo implementa un plan de mejora continua tanto en productos y servicios?	69
Gráfico 12 ¿ Para la toma de decisiones que se tiene dentro de la heladería, se realizan investigaciones previas de la situación en que se encuentra el mercado, para tener una buena elección?	70
Gráfico 13 ¿ Usted considera que mantiene una relación beneficiosa con los proveedores que les proporciona los materiales e insumos para la elaboración de los helados?	71
Gráfico 14 ¿Usted como consumidor de la heladería, considera que le ofrecen una confianza tanto en calidad de sabor, como servicio de los productos que le brindan?	72
Gráfico 15 ¿Dentro de la heladería, cree usted que el personal que trabaja en ella, lo(a) trata de manera cortés, amable y educada?.....	73
Gráfico 16 ¿Usted considera que le proporcionan una atención personalizada y empática para conocer sus gustos y preferencias?	74
Gráfico 17 ¿Cree que el personal que trabaja en la heladería es competente y está bien informado sobre cada uno de los productos y servicios de helados que ofrecen?	75

Gráfico 18 ¿Según su perspectiva, la heladería cuenta con una instalación adecuada del lugar, una decoración acorde al producto y una buena presentación del personal, que labora en ella?.....	76
Gráfico 19 ¿Usted como cliente, siente que la heladería lo prioriza ante todo	77
Gráfico 20 ¿Considera usted, que el personal de heladería lo(a) escucha atentamente en su pedido, con la finalidad de proporcionarle respuestas rápidas con respecto al producto de su preferencia?.....	78
Gráfico 21 ¿La heladería le transmite una buena imagen con relación al producto y servicio que brinda?.....	79
Gráfico 22 ¿Si usted tiene algún inconveniente en la heladería, considera que actúan de inmediato para remediarlo?	80
Gráfico 23 ¿Considera usted que el lugar y horario con los que cuenta la heladería son accesible a sus necesidades?	81
Gráfico 24 ¿Cree usted que el personal con el que cuenta la heladería trabaja en equipo con el fin de mantenerlo satisfecho en la atención brindada?.....	82
Gráfico 25 ¿Usted considera que la heladería cuenta con un control de calidad en los productos que le ofrece?.....	83
Gráfico 26 ¿Con respecto a las promociones, considera usted que la heladería cumple con la publicidad que ofrece en las redes sociales?	84

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Relación de MYPES	48
Cuadro 2 Número de gerentes de las MYPES	49
Matriz Operacionalización Variable Gestión de calidad.....	51
Matriz Operacionalización Variable Atención al cliente.....	52
Matriz de consistencia.....	55

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación denominado “Gestión de la calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019”, se realizará en la Ciudad del Eterno Calor, ello se fundamenta en la necesidad de conocer las características de gestión de la calidad y atención al cliente que se brindan en el servicio de helados, debido que al estar ubicados geográficamente en una ciudad muy calurosa hace que estos negocios tomen una ventaja adicional por el clima del cercado, lo cual sirve para ser aprovechado por los microempresarios que innovan en este rubro garantizándoles una estabilidad económica y continuidad en el mercado. Asimismo, la indagación proviene bajo la línea de investigación: Gestión de la calidad en las MYPE, aprobada para la Escuela Profesional de Administración.

La MYPE se desarrolla y nace debido a la necesidad económica que tiene cada nación para el emprendimiento social, en donde cada persona busque y genere sus propios ingresos independientes, es por eso que estas microempresas son sofisticadas por la alta competencia y las fuertes condiciones de mercado que poseen. Según el Ministro de Producción, **Pérez Reyes (2018)**, señaló en Agencia Andina que “Las MYPE tienen participación del 24% en el PBI nacional, debido a que aporta el 85% del empleo en el país. De cada 100 puestos de trabajo, 85 se generan gracias a la actividad de las micro y pequeñas empresas”.

“El consumo de helados genera un gran ingreso para las empresas, debido a que es un producto bastante consumido, sobre todo en temporada de verano y primavera, además se sabe que el consumo de helados crece a una tasa de 20% anual.” (**León Trisoglio, 2016**). El mercado total de helados en el Perú se estima en más de S/. 650 millones, lo cual evidencia una gran oportunidad para el desarrollo de negocios en helados.

Por lo tanto, tomando en cuenta lo mencionado, se manifiesta el problema identificado como: ¿Qué características tiene la gestión de la calidad y atención al cliente en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019?

Ante ello se estableció como objetivo general de la investigación: Describir las características que tiene la gestión de la calidad y atención al cliente en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.

Asimismo, los objetivos específicos planteados son: a) Describir los elementos que tiene la gestión de la calidad en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019; b) Conocer los principios de gestión de la calidad que se aplican en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019; c) Conocer los factores que se dan en la Atención al cliente de las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019; d) Identificar las claves que mejoran la Atención al cliente en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.

La presente investigación se justifica con la finalidad de reflejar la realidad que viven las MYPEs actualmente, en donde identifiquen las características de la gestión de la calidad y atención al cliente que se ofrece en el rubro heladerías, esto sirve para que los microempresarios analicen las diversas estrategias que pueden aplicar en estas variables de estudio. Por consiguiente, esta investigación se justificará mediante: Relevancia Social, Teórica, Práctica, Universitaria, Profesional y Metodológica.

La metodología propuesta para el desarrollo de la presente investigación es de tipo cuantitativo de nivel descriptivo, con diseño no experimental y de corte transversal, se utilizará la técnica de recojo de datos mediante la encuesta con el instrumento del cuestionario. Además, la delimitación se da desde la perspectiva temática: por las variables gestión de la

calidad y atención al cliente; psicográfica: MYPE rubro heladería; Geográfica: cercado de Piura; Temporal: año 2019.

El origen de los helados se remonta hace 4.000 años a.C. por los chinos, los cuales ya utilizaban el hielo para conservar los alimentos de esa época. Pero también para hacer polos de leche y azúcar que vendían por las calles de Pekín, donde era una golosina popular. Asimismo, en nuestro país, específicamente en Lima aparecieron algo después, ya que en un documento de 1791 encontramos que, en nuestra ciudad, en los establecimientos llamados cafés, “se hacen helados y bebidas de todas clases”, indicando que la clientela era numerosa “especialmente en las mañanas temprano y a la hora de la siesta”, en consecuencia, a ello en Piura “el helado” aparece en 1975 por la empresa “El Chalán” quien una vez instalado en la Plaza de Armas inicia el rubro de la heladería. (Coloma, 2004)

Las MYPE se constituyen por motivos de pocas oportunidades de trabajo que tienen las personas de nuestro país, a raíz de ello ven la necesidad de generar sus propios ingresos a través de la creación de medianas y pequeñas empresas que buscan desarrollar actividades tanto en la producción y comercialización del producto que establezcan dentro del mercado, debido a que su éxito depende de la energía que se ve entre el administrador, trabajador y clientes. En consecuencia, a ello, las heladerías son negocios muy beneficiosos para el público en general que consume este producto, puesto que el mercado peruano de helados posee un enorme potencial de crecimiento debido a que “El consumo de helados genera un gran ingreso para las empresas, debido a que es un producto bastante consumido, sobre todo en temporada de verano y primavera, además se sabe que el consumo de helados crece a una tasa de 20% anual”. (León, 2016)

Asimismo, el consumo de este producto registra un crecimiento sostenido, debido a que se comercializa más de 35 millones de litros. Sin embargo, se dice que el Perú tiene un

consumo mínimo a comparación de los demás países. Por lo cual el mercado total de helados en el Perú se estima en más de S/. 650 millones, lo cual evidencia una gran oportunidad para el desarrollo de negocios en helados, debido a ello durante el año, un peruano puede llegar a consumir 1.7 litros de helado, aproximadamente quince paletas, copas, conos o sanguchitos, la cantidad de helado es equivalente a 57 millones de litros de helado al año. (Casaretto, 2019)

Es necesario destacar que el “helado” como tal, tiene gran aceptabilidad por parte de los consumidores de todas las edades, pero debido a la tendencia que existe actualmente por buscar productos más saludables y nutritivos, las exigencias del consumidor se vuelven cada vez más fuerte, además que durante estos últimos años hemos sido testigos de las fuertes olas de calor que se presencia en nuestra ciudad de Piura, esto conlleva a que las personas tengan la necesidad de adquirir productos refrescantes, hidratantes y que a la vez sean ricos.

En Perú las MYPE se enfrentan a dos posiciones, la primera es factores internos, sobre los cuales tienen absoluto poder y capacidad de decisión, el segundo lo externo sobre ello no tienen capacidad de dominio. Las MYPE desde el factor interno tienen, la **tecnología**, es la capacidad competitiva de la empresa, en donde se posibilita aumentos de sostenibilidad en el reflejo de disminución del costo unitario de bienes y servicios, por lo cual el cambio tecnológico se ha dado de manera importante; las MYPE cuentan con una gran variedad de productos como: maquinarias para elaborar helados industriales como maquinaria para helados artesanales. El helado industrial por lo general se fabrica de acuerdo al tipo de helado (helado suave, duro, a la plancha) y su maquinaria hace que producir un helado sea rentable y de bajo costo ya que comparado con la elaboración manual o artesanal el producto resulta ser costoso. En cuanto a la **infraestructura** son espacios amplios y adecuados a la necesidad humana, lo cual genera un ambiente agradable, de altos ingresos y una excelente acogida para los clientes, además en su mayoría cuentan con equipos de ventilación; en **Mano de obra** las

MYPE tienen personal que usualmente ha terminado el quinto año de secundaria, los dueños tienen un nivel profesional a nivel técnico, pero con experiencia.

En el **factor externo** se aplica la técnica PESTEL, reflejando factores, político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal, desde estas perspectivas las MYPE muestran su capacidad en gestión de la calidad, y atención al cliente, donde tienen mecanismos para llegar a satisfacer las necesidades de su clientela, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social.

Factor político, según el Ministro de Producción, (Reyes, 2018) expreso que “Las MYPE tienen participación del 24% en el PBI nacional, aportan el 85% del empleo en el país. De cada 100 puestos de trabajo, 85 se generan gracias a la actividad de las micro y pequeñas empresas”, es por ello que principalmente en la Región Piura se convierten en el principal motor de la actividad comercial donde han ido cobrando mayor importancia cada año. Además, tienen un gran potencial de crecimiento, por lo cual se les debe tratar de ayudar a mejorar su gestión empresarial para que puedan crecer de manera sostenida. Sin embargo, deben utilizar nuevas estrategias de mercado para hacer frente a competidores más grandes.

Factor económico, Según (IPE, 2019) el 45.8 % de las micro y pequeñas empresas declararon que el tipo de organización jurídica que tienen es persona natural, el 26.4% son de sociedad anónima cerrada y el 10.1% de empresas individuales y de responsabilidad limitada; quienes dirigen estas MYPE vienen utilizando herramientas estratégicas para fidelizar al cliente, teniendo conocimientos innovadores en todo lo que ofrecen, tanto en precios y en la buena calidad de productos que distribuyen habitualmente a sus consumidores. En ese sentido, las MYPE de heladerías, según Osorio (2011) el mercado peruano de helados “factura alrededor de \$45 millones anuales, y tiene potencial enorme de crecimiento, entre los meses de diciembre y abril, la venta de helados significa un 70% de la facturación, y contrariamente en

el periodo de abril-setiembre es menos del 30% de la venta anual”, por ello históricamente el sector elaborador de helados se dividió en dos segmentos: el industrial y el artesanal. Sin embargo, hoy en día existe una nueva categoría: semi- industrial.

En lo **Social**, UDEP (2012) menciona que la micro y pequeña empresas cumple uno de los roles más importantes en el desarrollo social como en el económico de nuestro Perú, debido a que es una de las mayores fuentes que genera empleo y la que más promueve el movimiento económico en el mercado; Piura se encuentra en crecimiento, debido a que tiene un gran potencial que poco a poco viene desarrollando; para ello, debe tratar de ayudar en la mejora de la gestión empresarial, para que obtengan un aumento sólido y sostenible; al mismo tiempo deben tener un enfoque de innovación y utilizar nuevas técnicas de mercado para poder hacer frente a competidores potenciales.

Factor tecnológico, sin duda, en estos tiempos presenta un impacto importante en cuanto a aspectos fundamentales, como son la comunicación, el teletrabajo, la inteligencia artificial y el internet de las cosas. Sacando a flote la creatividad de las personas, en lo que respecta las nuevas tecnologías y las redes sociales que juegan un papel fundamental, las imágenes de helados resplandecen en diferentes “redes sociales” como Facebook e Instagram en todo su resplandor y desde estas plataformas se tiente al consumidor con imágenes deseables, concursos y descuentos, es ahí que el helado adquiere protagonismo, a raíz de ello, el viceministro de MYPE e industria **Velarde Marco (2017)** señala que el uso de la tecnología a través de la plataforma Kit Digital permitirá que las MYPE puedan duplicar sus ventas. “Si bien el 93% de las empresas formales tienen acceso a Internet, solo el 60% usa algún tipo de herramienta digital, muchas MYPE no las usan por falta de conocimiento, acceso u alto costo” (Diario El Comercio.)

Factor ambiental, las MYPE se interesan por el ambiente donde se basan en la Ley N° 28611, Ley general de medio ambiente, la cual establece que el estado y toda persona jurídica o natural deben preservar, optimizar, restituir la calidad del aire el agua y los suelos. Por lo que las MYPE en el rubro heladerías aseguran tener un gran compromiso, con el ambiente donde realizan sus actividades, cuidando el lugar donde habitan, es decir, reciclando lo que utilizan, cuidando el agua y los materiales de servicio que emplean.

En el campo legal Villarán (2007) menciona la Ley de desarrollo constitucional de la micro y pequeña empresa, nos dice que las MYPE son entes de carácter económico conformadas por una persona de tipo natural o jurídica, que basa su gestión en un modo empresarial, sujeta a la normativa vigente, la misma que tiene dentro de sus principales objetivos hacia actividades de comercialización, producción, transformación de bienes o prestación de servicios, abarcando entre uno hasta diez trabajadores como máximo. La conceptualización de MYPE en Perú es identificada por Unidades Económicas según la Ley primigenia y su modificatoria con la Ley 30056.

Según Romero (2018) en el Perú las MYPE se rigen y regulan por diversidad de normas legales, Decreto Legislativo N° 1269 y su reglamento aprobado con Decreto Supremo N°203-2016-EF, sobre el régimen tributario del impuesto a la renta; Decreto Ley N° 21621, Ley de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada. Ley 28015, Ley de promoción y formalización de la Micro y Pequeña Empresa, y la Ley 30056, instrumentos legales que fortalecen a las MYPEs y se constituyen en oportunidades de trabajo que tienen las personas, las mismas que a partir de ello ven la necesidad de generar sus propios ingresos a través de la creación de medianas y pequeñas empresas, desarrollando actividades en la producción y comercialización del producto que ellos establezcan dentro del mercado. Decreto Supremo N° 007-2008-TR, Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad,

Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente) son las que se encuentran vigentes a la fecha, y que han sido modificadas por la Ley N° 30056.

En ese sentido las cinco **fuerzas de Porter** es uno de los sistemas más famosos que tiene el economista, el cual lo dio a conocer en 1979 y lo publico en 2008 en Harvard, este decía que, si no se cuenta con un plan perfecto estratégico, no se podrá sobrevivir en el mundo empresarial. Debido a ello el ser competitivo en este aspecto es la demostración de la organización responsable que tiene una empresa en el mercado, por lo cual se debe tener en cuenta el poder de negociación tanto con los clientes como proveedores, además de las amenazas que se pueden dar por la aparición de nuevos competidores o productos sustitutos, así como la rivalidad entre empresas.

Por tanto, el poder y la definición de las 5 fuerzas, nos muestran que la mayoría de los emprendedores deben tener una estrecha relación con los proveedores, garantizando con ello continuidad en el abastecimiento de sus negocios, y la negociación de los proveedores. Los emprendedores deben tener una especial relación con cada uno de ellos para garantizar la continuidad del abastecimiento de los productos frescos, de calidad y asegurar la sostenibilidad de las cantidades y los precios. Ibarra (s.f.).

De esta manera las fortalezas que plantea Porter, aplicándolo al rubro heladerías, servirá para analizar que otra MYPE puede entrar en el mercado con características similares a las que se ofrecen, ya que los clientes tienen conocimiento sobre el precio que están dispuestos a recompensar por el servicio brindado, e inclusive los microempresarios de este sector deben establecer de manera correcta su marca de productos, por lo tanto esto contribuirá a que los consumidores tengan en cuenta la calidad de atención que se brinda, de manera en que la entrada de nuevos competidores no afecte directamente su economía de negocio.

Respecto a los **bienes sustitutos**, en Perú, existen estándares mínimos de los productos, en el caso de las MYPEs estudiadas deben realizar esfuerzos por mantener activa la innovación y especialidad de forma que el cliente siempre pueda encontrar diferentes ofertas y promociones en la venta de helados, como utilizar el reparto a domicilio o la tecnología en temas de pedidos para despachos, es decir tenerlos listos, promoviendo una rapidez en la distribución de productos.

Además, la entrada **potencial de competidores**, organiza a los empresarios en mantener la innovación, bajos precios, creatividad, pago de registros de formalización y mantenerse bien posicionado en el mercado. Las MYPE por su parte en el rubro de heladerías que son materia de investigación, deberán incidir en las estrategias de Marketing para lograr diferenciarlas, con la finalidad de fidelizar los canales de distribución y proveedores. Al mismo tiempo la **rivalidad entre competidores** de las MYPE se presenta a manera de competencia en precios, nuevos productos, publicidad, nuevas técnicas, diseños y sabores.

Por tal motivo las MYPES del rubro heladerías en el cercado de Piura año 2019, son pequeños negocios que siempre han estado vigentes y son parte del consumo diario de la población piurana, en donde la innovación de sabores y presentaciones del producto originan consecutivamente que los precios varíen, por ende, el principal problema que se presenta en las MYPE de heladerías del cercado de Piura es que existe demasiada competencia en este rubro, debido a que hay varios sitios de venta de helados en esta zona y es por eso de que en la estación de invierno los empresarios tienen una gran preocupación debido a que las ganancias disminuyen por las bajas temperaturas.

A todo lo antes expresado surge el problema de investigación:

Se encuentra plasmado en la siguiente pregunta ¿Qué características tiene la gestión de la calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019?

Objetivos de la Investigación

El proyecto de investigación ha planteado el siguiente objetivo general con sus respectivos objetivos específicos.

Objetivo General

Describir las características que tiene la gestión de la calidad y atención al cliente en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.

Objetivos Específicos

- a) Describir los elementos que tiene la gestión de la calidad en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.
- b) Conocer los principios de gestión de la calidad que se aplican en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.
- c) Conocer los factores que se dan en la Atención al cliente de las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.
- d) Identificar las claves que mejoran la Atención al cliente en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.

Justificación de la Investigación

La presente investigación de “Gestión de la calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019” se justificará con la finalidad de reflejar la realidad que viven las MYPEs, en donde identifiquen las características de la gestión de la calidad y atención al cliente que se ofrece en el rubro heladerías, esto sirve para que los microempresarios analicen las diversas estrategias que pueden aplicar en estas variables de estudio. Debido a que en el Perú las medianas y pequeñas empresas actualmente son las encargadas de conformar el rubro empresarial, puesto que el 95% están en el régimen de

MYPES, de manera en que se les considera como una gran influencia económica en lo que respecta a la alta concentración y correlación de emprendimientos, lo que hace que este sector sea muy llamativo para aquellas personas que desean empezar a tener sus propias ganancias por esfuerzo propio ya que aquí conseguirían entradas de dinero de manera rápida y continua, por consiguiente, deberían tener buenas prácticas de gestión de la calidad y atención al cliente en sus negocios para que estos prosperen.

En base a ello este proyecto se realiza porque nuevos empresarios que se suman al mercado de las MYPE quieren innovar en estos negocios de heladerías, debido al clima en el que nos encontramos cotidianamente y a su vez buscan ofrecer buenos servicios, decoración y una opción en innovación de que los clientes que acudan a estos establecimiento puedan preparar sus helados y pedidos desde su mesa, lo cual favorecería mucho a que estos negocios sean vistos como una excelente alternativa para los amantes de los helados, esto haría de que atraigan a muchos consumidores potenciales.

Asimismo, la indagación del tema de estudio sirve para poder identificar las características que se presentan en la gestión de la calidad y servicio de atención al cliente que se le proporciona al consumidor de este producto en el mercado de Piura año 2019, ya que si los microempresarios practican bien estas variables les generara una gran rentabilidad en sus organizaciones.

Teniendo en cuenta ello se decidió justificar este estudio mediante: Teórica, Práctica, Metodológica, Relevancia social, Universitaria y Profesional.

Dentro de la **Justificación Teórica**: Bernal, A (2010) “Dirigido a resaltar los supuestos que pretende profundizar el investigador, sea para generar la reflexión y el debate académico

sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar resultados a encontrar nuevas explicaciones del conocimiento existente.”

Este punto en la investigación sirve para su desarrollo en lo que respecta a las definiciones, teorías y postulados que se dan por parte de autores Nacionales, Regionales e Internacionales, esto se plasmaría con el motivo de darle un sustento teórico al proyecto de “Gestión de la calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro Heladerías del cercado de Piura, año 2019.”

Justificación Práctica: Bernal, A (2010) “Cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema concreto que afecta directa e indirectamente a una realidad social o por lo menos proponer estrategias que al aplicarse contribuirían a resolverlo.”

En este aspecto los resultados que se obtengan en la investigación servirán para el marco teórico que se plasmará en la “Gestión de la calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro Heladerías del cercado de Piura, año 2019.”

En la **Justificación Metodológica:** Bernal, A (2010) “Es referida al uso o propuesta de métodos, estrategias y técnicas específicas que pueden generar conocimiento válido y confiable, o servir de aporte y aplicación para otros investigadores que aborden problemas similares.”

Se aprovechará para desarrollar nuevos métodos en este rubro, de manera en la que sirva de elaboración en los instrumentos de medición en la compilación de datos, en lo que respecta a indicadores y variables del proyecto “Gestión de la calidad y Atención al cliente rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.”

Por otro lado, la **Justificación de Relevancia Social:** Hernández (2014) precisa que “Se investigará de acuerdo a las siguientes preguntas “¿Cuál es su trascendencia para la

sociedad?, ¿Quiénes se beneficiarán con los resultados de la investigación?, ¿De qué modo? En resumen, ¿Qué alcance o proyección social tiene?”.

Se justifica de manera social, con la intención de saber el impacto que tendrá la investigación en la sociedad y quienes serán los beneficiados con su desarrollo, además que, mediante la obtención de resultados de la indagación se busca mejorar aspectos negativos que existen en el rubro de heladerías.

Justificación Universitaria, está en el artículo 45°, inciso 45.1 de la ley universitaria 30220 para la obtención de grado de Bachiller, se requiere la aprobación de un trabajo de investigación.

Por ultimo como **Justificación Profesional** se explica los intereses y motivaciones que tiene el estudiante en relación a la orientación de su proyecto.

- Delimitación geográfica y/o espacial: Cercado de Piura.
- Delimitación temporal: año 2019
- Delimitación muestral y/o Psicográfica: Heladerías
- Delimitación temática: Gestión de la calidad y Atención al cliente

La presente investigación tuvo como principales conclusiones: los gerentes mantienen un ambiente interno propicio que involucra a los trabajadores al logro de objetivos; por lo tal se considera que dentro de estas MYPEs si se planifican estrategias que le ayudan a trazar objetivos claros y precisos, los cuales les indican hacia dónde quieren llegar, que van a necesitar y como lo van hacer. Respecto a la variable Atención al cliente, los consumidores consideran que las empresas si los priorizan, ante todo, asimismo les brindan una atención personalizada para conocer el producto de su preferencia.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Variable Gestión de la Calidad.

Quezada Bayron (2016) en su tesis titulada “Propuesta de un modelo de Gestión de Calidad para la mejora de los restaurantes de la ciudad de Ambato – Ecuador; Facultad de Dirección de Empresas; Universidad Regional Autónoma de los Andes “Uniandes”, tiene como objetivo general proponer un modelo de calidad, para la mejora continua en la presentación de productos y servicios en los restaurantes del Cantón de Ambato, así mismo presenta en su metodología, tipo descriptivo de nivel cuantitativo con diseño no experimental, con una muestra de 405 personas y población que habita actualmente en la ciudad de Ambato, por lo tal tiene como conclusión mediante un diagnóstico situacional se consigue verificar en qué punto se encuentra el problema de desconocimiento de factores de calidad en los propietarios o administradores de la empresa gastronómicas de la ciudad de Ambato. Por lo que se propone el modelo de gestión de calidad P.D.C.A, que coadyuve en la solución de los procesos de producción de empresas”.

Sánchez Aby (2017), en su tesis titulada “Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán, Zacapa – Guatemala; Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la universidad Rafael Landívar, tiene como objetivo general evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán, presenta una investigación de tipo descriptiva, diseño no experimental, con una muestra de 88 clientes, la población está determinada por los gerentes, colaboradores y directivos del restaurant pizza Burger Diner y su conclusión fue que, según la evaluación realizada, el índice de Calidad del Servicio -ICS- en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán es de -0.18, lo que indica que existe insatisfacción en los clientes por el servicio recibido”.

Burgos Gonzáles (2017), en su estudio denominado: “Desarrollo del sistema de Gestión de calidad en el Restaurante - Bar Ouzo Agave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008, Facultad de Ingeniería de la universidad Libre de Colombia, tiene como objetivo general desarrollar el sistema de gestión de calidad para el restaurante bar-ouzo agave azul S.A.C bajo los lineamientos de la norma ISO9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008 que estandarice sus procesos y valore el riesgo del sistema, presenta un tipo de investigación cualitativa, ya que se hizo levantamiento directo de la información y análisis de opiniones de clientes y empleados; y cuantitativa ya que se usaron métodos matemáticos como el uso de tableros de control y métodos estadísticos para evaluación de resultados de encuestas, además de datos numéricos para evaluar las condiciones iniciales de la entidad y la manera en que dichas condiciones afectaban los costos de la empresa. Por consiguiente, la investigación fue de tipo mixta, porque se recolectaron, analizaron, reportaron e interpretaron los datos cuantitativos y cualitativos que representan métodos mutuamente complementarios para lograr el objetivo principal del presente proyecto, siendo su conclusión de que la organización presentaba falencias graves en aspectos de planificación para el sistema de gestión de calidad como consecuencia del recién inicio en el desarrollo del mismo y de la falta de conocimiento tanto de directivas como de trabajadores, por otro lado en cuestiones de evaluación del desempeño de la prestación del servicio y liderazgo se evidenció poco progreso, en cuanto a que no se identificaron métodos específicos de evaluación ni los medios para obtenerla; a continuación y gracias a la realización de encuestas y entrevistas con clientes del establecimiento se estableció de manera cualitativa que esta falta de control y medición derivada en la insatisfacción de los clientes sobre procesos específicos como la gestión del servicio al ingreso y durante los momentos claves del mismo. Por otro lado, los procesos

orientados a las labores de operación del objetivo de servicio de la organización y el soporte de los mismos, mostraron resultados de avance superiores”.

Souza Yhuaraqui (2017) en su estudio titulado: “Gestión de calidad bajo el enfoque de Marketing en las MYPE del sector comercial, rubro heladerías, distrito de Calleria, año 2017, Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Escuela profesional de administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Pucallpa, tuvo como objetivo general determinar la gestión de la Calidad bajo el enfoque de marketing en las MYPEs del sector comercial, rubro heladerías, Distrito de Callería, año 2017, por lo cual se desarrolló bajo la metodología de investigación del tipo descriptivo – correlacional - no experimental, donde se aplicó un cuestionario estructurado de 24 preguntas a través de la técnica de encuesta, obteniéndose como conclusión que los emprendedores son en su mayoría jóvenes de sexo femenino que buscan su autonomía económica y profesional y ganas de salir a delante por su familia, en lo que respecta a Gestión de calidad los emprendedores no tienen conocimiento de los principios de calidad y/o los pasos para administrar con calidad, por lo cual no han definido su misión y visión de negocio, esto demuestra que toda actividad respecto al mercado es empírica ya que no realizaron un análisis FODA, muy básico para tener claro el análisis situacional de la empresa, puesto que la gran mayoría de los emprendedores del rubro buscan un posicionamiento a través de factores como son un buen servicio, un buen producto y un ambiente acogedor.”.

Sandoval Fiorella (2018), en su tesis titulada “El sistema de gestión de calidad y la Atención al cliente en el Restaurante el Gourmet Urbano en el Distrito de San Isidro, 2015; Facultad de ciencias de la comunicación, turismo y psicología; Universidad San Martín de Porres Lima, tuvo como objetivo general Determinar de qué manera el sistema de gestión de calidad se relaciona con la atención al cliente en el restaurante el Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro en el 2015, asimismo en su metodología que presenta el tipo de

investigación es descriptiva correlacional, de nivel no experimental y diseño transaccional correlacional, con muestra de 89 personas y la población está determinada por los gerentes, personal administrativo y personal operativo, por lo tal las conclusiones presentadas fueron de que si existe una relación entre el sistema de gestión de la calidad y la atención al cliente en los empleados y consumidores, debido a que el estudio comprueba que el nivel de sistema de gestión de la calidad en los empleados es malo en la devolución del servicio e insatisfacción del cliente, ya que quedó en evidencia de que el restaurante debe elaborar talleres de planificación mediante técnicas de diseño de procedimiento, procesos y manuales para lograr una adecuada atención al cliente que provoca la devolución del servicio de parte del cliente”.

Buttgenbach Wilder (2018), en su tesis titulada “Gestión de Calidad bajo el Enfoque del Neuromarketing en las MYPE rubro restaurantes de comida típica en el distrito y provincia de Oxapampa, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, tuvo como objetivo general Determinar la influencia de la gestión de calidad bajo el enfoque del Neuromarketing en las MYPE rubro restaurantes de comida típica en el distrito, provincia de Oxapampa, año 2018, por lo cual la investigación presenta como metodología, tipo cuantitativo, nivel descriptivo, no experimental y corte transversal, dado que la población en estudio es pequeña, para el recojo de la información se tomó la totalidad de la población; por lo tanto, se trató de una muestra poblacional universal de 05 MYPEs, así mismo las conclusiones fueron respecto al objetivo general, concluye que la influencia de la gestión de calidad bajo el enfoque del Neuromarketing en las MYPEs de estudio, es un proceso el cual está en inicios al ser Neuromarketing un término nuevo para los representantes de las MYPEs, esto conlleva a inducir mayor capacitación y formalidad, para incrementar utilidades con mejor gestión de calidad”.

Saavedra Mendoza (2018), en su estudio “Caracterización de la gestión de calidad y productividad de las MYPE rubro panaderías del centro de Tambogrande año 2018; Facultad de

ciencias contables, financieras y administrativas; Escuela profesional de administración; Universidad Católica los Ángeles de Chimbote Piura. Tuvo como objetivo general Identificar las características de gestión de calidad y productividad en las MYPE de panaderías de Tambogrande, por lo cual su metodología empleada fue de tipo descriptivo con diseño no experimental y de nivel cuantitativo, en donde su población y muestra en la variable gestión de calidad fueron 68 clientes de las MYPE del rubro panaderías y en la variable productividad fueron 10 MYPES, esta investigación tuvo como conclusión de que los elementos de la gestión de calidad están determinadas por la calidad, higiene, precio y desempeño, lo cual les permite tener en cuenta a las MYPES del rubro panaderías de Tambogrande la atención, tiempo, servicio ofrecido, consumo y seguridad de sus clientes”.

Chulli Isaac (2016), en su tesis titulada “Caracterización Gestión de Calidad y Control administrativo en las MYPE rubro restaurantes de la urbanización la Providencia los Tallanes Piura, año 2016; Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas; Escuela Profesional de Administración; Universidad Los Ángeles de Chimbote, tuvo como objetivo general Identificar qué características tiene gestión de calidad y el control administrativo en las MYPE rubro restaurantes de Urb. La Providencia los Tallanes Piura – 2016, por lo cual la investigación presenta como metodología, diseño descriptiva, tipo cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal, la muestra está constituida por 25 trabajadores y la población por los trabajadores de la urbanización la Providencia – los Tallanes, como conclusión indican que los beneficios de la gestión de calidad en las MYPE investigadas, en los resultados se registraron porcentajes mayores donde indican que son: La satisfacción del desempeño de sus trabajadores, tiempo de entrega y la rentabilidad del negocio. Por lo tanto, se recomienda que los propietarios incentiven a sus trabajadores para que tengan un buen desempeño, reducir el tiempo de entrega de los productos para potenciar la rentabilidad de la MYPE”

Chuyes Johan (2019), en su tesis titulada “Caracterización de la gestión de calidad y capacitación de las MYPE rubro hamburgueserías en urb. Piura - Piura, año 2018, Facultad de Ciencias contables, financieras y administrativas, Escuela profesional de Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Piura, tuvo como objetivo general Conocer la Gestión de calidad y la capacitación en las MYPE rubro hamburgueserías en Urb. Piura - Piura, año 2018, a través de la metodología de investigación tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal. Asimismo, se planificó recabar información de naturaleza cuantitativa, en donde las unidades económicas en estudio son hamburgueserías; es decir 09 propietarios y 26 trabajadores, se diseñó un instrumento de recojo de información que fue validado por expertos, realizando 12 preguntas para la variable capacitación y 13 gestión de calidad, un total de 25 preguntas. Se llegó a concluir respecto a la gestión de calidad que existe un bajo cumplimiento de los principios ya que la mayoría de los trabajadores no ejecutan sus funciones dentro de la MYPE, y esto se debe a que desconocen y no cumplen con las normas ISO 9001:2015, y referente a la capacitación, que la mayoría de los trabajadores tienen presente el beneficio que brinda capacitarse y forma parte de su desarrollo laboral, pero la mayoría toman este método para lograr ascensos y obtener mejoras futuras”.

2.1.2. Variable Atención al Cliente.

Mendoza Gándara (2015), en su tesis de grado denominada: “El servicio de Atención al cliente en los restaurantes ubicados en la cabecera Municipal de Jutiapa – Guatemala, Facultad de ciencias económicas y empresariales, Licenciatura en Administración de empresas, Universidad Rafael Landívar, presentó como objetivo general Determinar cómo se brinda el servicio de atención al cliente en los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa, en donde se aplicó una metodología con diseño descriptivo y con los instrumentos para recolectar información se procedió a la estructuración de 3 cuestionarios. Uno era dirigido a 13 propietarios y 4 administradores, el otro a 49 colaboradores y el último a 185 clientes, la

conclusión obtenida demostró que los gustos de los clientes son: higiene, comodidad y seguridad en el establecimiento. Mientras que las preferencias son: buena atención, precios cómodos y accesibles, trato amable, que les sirvan con rapidez, y disponibilidad de todos los productos que ofrecen”.

López Daniela (2018), en su tesis titulada “Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil, Maestría en Administración de empresas, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, tuvo como objetivo general Determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy’s encontrando como conclusión una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente, además se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas a profundidad para tener un mayor conocimiento de las variables de estudio y se pudo evidenciar falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Una vez conocido los hallazgos principales, se propone programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa”.

Villalba Silvana (2016) en su estudio titulado: “Análisis de calidad del servicio y Atención al cliente en Azuca Beach, Azuco Bistro y Q Restaurant, y Sugerencias de mejora en Quito – Ecuador, Facultad de ciencias humanas, Escuela de Hotelería y Turismo, Universidad Pontificia Católica del Ecuador, tuvo como objetivo general Analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos. La metodología empleada fue de tipo

descriptivo, con la finalidad de que se evalué la calidad en el servicio y atención al cliente de tres restaurantes ubicados en la Plaza Foch sitio de entretenimiento y turístico de la ciudad de Quito. Para esta evaluación se tomó una muestra representativa de la población de clientes tanto internos como externos, a quienes se les aplicaron estas encuestas con la intención de que se conozcan sus experiencias y expectativas para formular una propuesta de mejora tanto para el servicio como para el clima laboral que permita alcanzar el desempeño de las operaciones de estos restaurantes. Por lo tanto se obtuvo como conclusión de que es importante el servicio al cliente en todo tipo de organización, ya que esto conlleva a grandes beneficios para la empresa, como la ventaja competitiva dentro del mercado, asimismo la mayor fortaleza de los establecimientos es el ambiente y la limpieza del lugar, la decoración, y el tipo de música de cada uno de los restaurantes influyen en el ambiente, mientras que las debilidades detectadas fueron: la amabilidad del personal, la presentación y elaboración de bebidas y la rapidez del servicio, las que pueden ser mejoradas a través de las propuestas de mejora, ya que permitirá una buena calidad en el servicio de atención”.

Arroyo Díaz (2017), en su tesis titulada: “Diseño de un modelo de Gestión de la calidad basado en la herramienta EFQM para mejorar la atención al cliente del restaurant Marako’s Grill S.A.C. – Chiclayo 2015-2016, Facultad de ciencias administrativas y recursos humanos, Escuela profesional de Administración, Universidad San Martín de Porres, tuvo como objetivo general Diseñar un modelo de gestión de la calidad basado en la herramienta EFQM para mejorar la atención al cliente del restaurante Marako’s Grill S.A.C. – Chiclayo 2015- 2016. La metodología que emplea es un diseño descriptivo - cualitativo, asimismo presenta como población a los 22 trabajadores que laboran en el restaurante Marako’s Grill S.A.C. de Chiclayo y la muestra será la misma de la población, es decir se trabajará con la totalidad de los trabajadores. En cuanto a la conclusión se obtuvo que la gestión de la calidad en la atención al cliente del restaurante Marako’s Grill S.A.C. –Chiclayo, es considerada buena. Sin embargo,

se pueden mejorar, la rapidez en la atención al cliente, la aceptación del servicio brindado e higiene; la seguridad y la percepción que tienen los clientes, además se propuso un Modelo de Calidad basado en el Modelo EFQM. La autoevaluación es importante, ya que permitiría detectar cuáles son los puntos fuertes y débiles de la organización y establecer los criterios de mejora”.

Acosta Piña (2017), en su tesis presentada: “Gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de Atención al cliente en las MYPES del sector industrial elaboración de productos de Panadería, distrito de Mantay, año 2017. Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Escuela profesional de Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Pucallpa, la investigación presento como objetivo general Establecer las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de atención al cliente en las MYPES del sector industrial rubro elaboración de productos de panadería en el distrito de Manantay, año 2017, se desarrolló utilizando la investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal, para llevar a cabo la investigación se eligió una muestra poblacional de 08 MYPES, representando el 100% de la población, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose como conclusión que respecto a la gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de atención al cliente el totalidad de las panaderías planifican los objetivos de la empresa, en donde los propietarios califican como buena la atención al cliente ofrecida por sus colaboradores, sin embargo no elaboran ni manuales ni tienen organigrama, pero la mayoría se capacitan en la elaboración de panes y pasteles, es así que consideran que sus clientes prefieren su negocio por la buena calidad y el sabor de sus productos, y que están satisfechos con sus productos, por lo cual la atención brindada en estas panaderías es buena ya que ofrecen promociones para retener a sus clientes y en estas panaderías la retroalimentación de las opiniones de sus clientes les permite ganar más clientes”.

Yzaguirre Ventura (2019), en su investigación: “Gestión de la calidad en la Atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicio, Rubro Pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018, Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Escuela profesional de Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, se presenta como objetivo general Determinar las principales características de la gestión de la calidad en la Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, su metodología que empleo fue no experimental – transversal descriptivo, con una muestra de 12 MYPEs, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, por lo cual se obtuvo como conclusión que los encargados de las compañías si conocen lo que es la gestión de calidad y la técnica atención al cliente, ya que esto les indica que la gestión de calidad ayuda alcanzar sus objetivos, en donde la mayoría de ellos aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda”.

Medina Chunga (2018), en su estudio: “Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del distrito de Vice – Sechura año 2018, Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Escuela profesional de Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en su tesis se plantea como objetivo general Conocer qué características tiene la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro Pollería, Distrito de Vice – Sechura, año 2018, por ende su metodología presentada es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal, para la recolección de datos se seleccionó como técnica el cuestionario y el instrumento la encuesta, obteniendo así como conclusión que la gestión de calidad, en cuanto a principios la consideran importante dentro del enfoque al cliente, el liderazgo, participación del personal, el enfoque basado en procesos y en cuanto a mejora continua consideran importante en su totalidad la planeación para lograr los objetivos, por otro lado, respecto a atención al cliente: se destacó la importancia a través de la fidelización y valoración de los clientes, y se

identificó estrategias para mejorar el servicio, implementando canales de atención, comunicación, y satisfacer las necesidades de los clientes. Por lo que, en los trabajadores, así como los clientes debe existir una estrecha relación en el producto ofrecido y servicio brindado, y la gestión de los recursos utilizados”.

Montero Yuri (2019) en su tesis titulada “Características de la Calidad de Servicio y la Atención al Cliente en la Heladería “Don Carlos” en la Provincia de Sullana, Año 2018, Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Escuela profesional de Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, tuvo como objetivo general Determinar las características de la calidad de servicio y atención al cliente en la heladería “Don Carlos” en la provincia de Sullana, año 2018, presenta un tipo de investigación descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. La población se considera infinita para ambas variables, la cual se encuentra conformada por los clientes que acuden a la heladería “Don Carlos” ubicada en el distrito de Sullana, la muestra establecida fue de 68 clientes a los cuales se les aplicó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario estructurado de 35 preguntas. Con la cual se obtuvo como conclusión que, respecto a la calidad de servicio, la mayoría de los clientes estaban de acuerdo en que la heladería cumple con los servicios contratados y tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes. Respecto a la atención al cliente, los consumidores estaban de acuerdo que los encargados de atención se muestran tolerantes para adquirir este servicio, asimismo la MYPE cumple con las cinco dimensiones de la calidad para ofrecer un excelente servicio, además emplea diferentes tipos de atención al cliente con el objetivo de lograr su fidelización”.

Almestar Adrianzén (2017), en su tesis: “Caracterización de la competitividad y Atención al cliente en las MYPE del rubro pollerías en la urbanización Ignacio Merino – Piura, año 2017, Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Escuela profesional de Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, tuvo como

objetivo general Determinar las características de la competitividad y atención al cliente de las MYPE, rubro pollerías en la urb. Ignacio Merino I y II etapa – Piura, año 2017. La metodología empleada en esta investigación es de tipo descriptiva, nivel cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal. Este proyecto estuvo basado en una muestra de 384 personas, las cuales se aplicaron 64 encuestas por pollería con un cuestionario de 32 preguntas cerradas, es así que los resultados obtenidos en cuenta a la atención al cliente es que cuentan con una deficiencia en la atención y resolución de consultas o dudas, por lo tal los dueños necesitaran plantearse como saber que necesitan los clientes, ya que hay un sector de consumidores que piensan que no se ha mejorado en lo absoluto para aumentar su participación en el mercado”.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Gestión de la Calidad.

Se entiende por gestión, al conjunto de acciones que una empresa lleva a cabo con la misión de administrar un negocio. En cuanto a la calidad, es una propiedad positiva que implica superioridad, es así que la gestión de calidad en un aspecto fundamental de la actividad empresarial que sirve para satisfacer a los clientes. Por lo tal es el conjunto de acciones planificadas y sistemáticas que son necesarias para poder proporcionar una confianza adecuada en lo que respecta al producto y servicio.

2.2.1.1. Definición

ISO (2018) La gestión de calidad, es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como misión esquivar probables errores en el desarrollo de producción tanto en los productos como servicios obtenidos, debido a que reúne procedimientos que tratan de garantizar la calidad de una organización y no de los productos obtenidos sino en si del proceso por el cual se están obteniendo los recursos, es así que es necesario implantar este “sistema de calidad” con el fin de evaluar continuamente el proceso productivo, de forma que no sólo se identifiquen desviaciones, sino que se pueda adelantar a ellas para encontrarles solución.

(Significados, 2020) manifiesta en su portal web que son la G.C son los procesos que toda organización ejecuta para poder optimizar cada una de sus actividades, por lo tal con cada uno de estos métodos con los que se cuentan, se asocian en una estructura exclusiva conocida como el **sistema de gestión de calidad**, que cambia en función al tipo de empresa, los objetivos que posee y el rubro en el que se incursionara.

2.2.1.2. Elementos de la Gestión de calidad.

Un sistema de “gestión de calidad”, no es más que una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos que se ofrecen al cliente, es decir controlar, mejorar y planear aquellos elementos que influyen en el cumplimiento de los requisitos del cliente.

Monroy Tania (2019) nos informa que existen cinco elementos importantes en el sistema de gestión de calidad, los cuales son clasificados de la siguiente manera:

Liderazgo: Es un elemento fundamental dentro del Sistema de Gestión de Calidad; ya que permite tener esa visión clara de hacia dónde ir y de los elementos humanos clave para comunicar esa visión a otros es fundamental, por lo tanto, es importante trabajar el liderazgo de la calidad y fortalecerlo para beneficio de todo el sistema, porque sin este elemento se pierde la vitalidad del sistema, es así que el liderazgo se combina con una comunicación eficaz hacia los miembros de la empresa.

Planificación: Sirve para entender en qué lugar nos encontramos “punto de salida” y también entender muy bien nuestro “punto de llegada”, lo que nos permite conocerlos y describirlos con claridad, para encontrar más fácilmente el camino que luego fragmentaremos con el fin de orientar las acciones del equipo de trabajo.

Apoyo y Operación: Hace referencia a la manera cómo la organización decide enfrentar los retos diarios de producir los servicios o productos para sus clientes con el fin de entenderlos.

Evaluación del desempeño: Observa claramente qué es lo que estamos haciendo muy bien y podemos continuar fortaleciendo, para satisfacer a nuestro cliente, así como a la empresa. Asimismo, también observar qué cosas no salieron bien, replantearse y hacer los ajustes para poder avanzar en ese camino de mejorar.

Mejora continua: Sirve para fortalecer y diseñar mecanismos adecuados para atender asuntos de la empresa. Aquí radica lo mejor de un Sistema de Gestión de Calidad, lo que sirve en darnos cuenta que es lo que debemos mejorar con el tiempo. Por lo tanto, en este elemento nuestro cliente tiene nuevas perspectivas y exigencias que hacen que continuamente tengamos retos en la calidad del producto o servicio por atender.

(Mateo Rafael, 2009) En base a ello los principales elementos que tiene un sistema de “Gestión de calidad” son los siguientes:

Estructura Organizacional

Es la jerarquía de responsabilidades y funciones que define una empresa para lograr sus objetivos, debido a que es la manera en la que una compañía organiza a su personal, de acuerdo a sus funciones y tareas, definiendo así el papel que ellos tienen en la misma.

Planificación

Constituye el conjunto de actividades que le permiten a la organización trazar un mapa para llegar al logro de los objetivos que se han planteado, de manera en que una correcta planificación permite responder las preguntas: ¿A dónde queremos llegar?, ¿Qué vamos hacer para lograrlo?, ¿Cómo lo vamos hacer? y ¿Qué vamos a necesitar?

Recurso

Es todo aquello que se va a necesitar para poder alcanzar el logro de los objetivos planteados que se tiene en la organización “personas, infraestructura, dinero, equipos, etc.”

Procesos

Son el conjunto de actividades que transforman elementos de entradas en servicios, ya que todas las organizaciones tienen procesos, pero no siempre se encuentran identificados debido a que estos requieren de planificaciones, procedimientos, recursos y actividades de sus responsables.

Procedimientos

Son la forma de llevar a cabo un proceso, siendo así el conjunto de pasos detallados que se deben realizar para poder transformar los elementos de entradas del servicio, el cual depende de la complejidad y la organización de las decisiones en que si se documentan o no los procedimientos.

2.2.1.3. Principios Gestión de la Calidad

Según **Gonzales (2015)** menciona que los principios de la gestión de la calidad en los que sustenta la norma “**ISO 9000:2015**” son los siguientes:

a. Enfoque al cliente

Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deben comprender las necesidades actuales - futuras de los clientes, satisfaciendo sus requisitos y esforzarse en exceder las expectativas.

b. Liderazgo

Establece la unidad de propósito y orientación en la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos.

c. Compromiso de personas

Debido a que se deben contar con personas competentes, comprometidas y capacitadas en todos los niveles que se den a lo largo de la compañía, debido a que ello es un componente

esencial que debe tener una organización de manera en la que sirva para mejorar su capacidad de ofrecer y crear valor.

d. Enfoque basado en procesos

Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso, con la finalidad de que se logren resultados consistentes y predecibles que funcionen con un sistema coherente.

e. Mejora continua

Del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de esta, ya que las organizaciones exitosas tienen un enfoque continuo de mejora, en la que se toma decisiones basadas en evidencias para poder producir los resultados que se tienen deseados.

f. Gestión de las relaciones

Para obtener un éxito sostenido, en donde las organizaciones gestionen sus relaciones con las partes interesadas, como es el caso de los proveedores o el entorno social cercano al que se encuentren.

Por su lado **Fernández Alfonso (2010)** nos dice que los principios de la gestión de la calidad es una regla universal y fundamental para liderar y operar una organización, con la intención de ayudar a los usuarios a lograr el éxito organizacional, por lo tal existe ocho principios:

- a) Enfoque al cliente:** La prioridad ahora es dejar al cliente satisfecho, en lo que ay que conocer las expectativas y necesidades de los clientes, ya que un cliente contento representa ganancias y más trabajo.
- b) Liderazgo:** Todas las organizaciones necesitan líderes que guíen, es así que las ideologías de un líder deben de traer beneficios para todos, deben crear y mantener un ambiente

interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

- c) **Participación del personal:** Es necesaria la implicación de todo el personal en la organización, ya que así se pueden obtener las mejores ideas, de todos los trabajadores de todas las áreas de trabajo.
- d) **Enfoque basado en procesos:** Las actividades y recursos deben ser gestionados en base a procesos estratégicos, operativos y de soporte, los cuales tienen que llevar su propio control. Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.
- e) **Enfoque fundamentado en sistemas:** Identifica, entiende y gestiona los procesos interrelacionados como un sistema contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.
- f) **Mejora continua:** La organización debe comprender y llevar a cabo nuevos y mejores métodos de trabajo y procesos organizativos para no estancarse e ir mejorando continuamente en su actividad. Se realiza al examinar los resultados que se van obteniendo de forma continua y realizando las modificaciones que permitan mejoras o la superación de los problemas existentes.
- g) **Enfoque basado en hechos para la toma de decisión:** A la hora de tomar una decisión, ésta debe estar basada en hechos datos e información que se posea, y que garantice una baja posibilidad de errores o la no existencia de ellos.
- h) **Relación mutuamente beneficiosa con proveedores:** Debe existir una correcta relación de interdependencia de manera que las condiciones y criterios para seleccionar proveedores se mantengan actualizados, ya que una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

2.2.2. Atención al Cliente

El cliente en la actualidad, es el centro en el que giran todos los intereses de una organización. Por tal motivo la atención que se le da, hace referencia al trato que se le brinda al consumidor cuando se interactúa con él, con la finalidad de mejorar la calidad de sus productos, en donde esta herramienta de atención es muy útil, puesto que pone en contacto al productor con el consumidor, lo cual permite que se esté al tanto de las necesidades y exigencias que requieren los compradores.

2.2.2.1. Definición por autor

Ariza Ramírez (2014), la Atención al cliente se define “como el conjunto de actuaciones, mediante las cuales la empresa gestiona la relación con sus clientes actuales o potenciales, antes o después de la compra del producto, y cuyo fin último es lograr en él nivel de satisfacción lo más posible.”

(Silva, 2020) hace mención de que es una “herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos de contacto con los clientes, a través de diferentes canales, para establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta con el fin de garantizar que el producto o servicio llegue a su público objetivo”.

2.2.2.2. Factores de Atención al cliente

Las empresas siempre deben prestar un servicio de alta calidad, el cual debe ser transmitido en la Atención al cliente a través de la lealtad y fidelidad entre ambos.

En relación a este punto **Concha Verdú (2013)**, afirma que los factores para que los clientes se sientan bien atendidos son:

Confiabilidad

Significa entregar correcta y oportunamente el servicio acordado, ya que todos los clientes esperan que, si se les ha prometido algo, esto se cumpla. De manera en que su

experiencia de compra implique “riesgo cero” o los menores riesgos posibles, además de evitarse molestias por lo tal el cumplimiento de las promesas para el cliente es el FACTOR MÁS IMPORTANTE.

Actitud de servicio

Debido a que la buena actitud hacia el servicio ha de traducirse en una atención al cliente caracterizado básicamente por la cortesía, simpatía y atención rápida, siendo así el segundo más importante, debido a que las actitudes de los colaboradores es el factor que cotidianamente se critica.

Empatía y Atención personalizada

Al cliente le agrada y le hace sentir importante cuando se le atiende de forma personalizada, lo que permite que este perciba que se es capaz de ponerse en su lugar, de empatizar y comprender sus deseos. Asimismo, mantendrá esta valoración positiva si el trato recibido incluye facilidad de contacto.

Personal competente y bien informado

El personal debe ser capaz de transmitirle al cliente un grado de confianza en lo que respecta a conocimientos que se les pida para una orientación de información segura y completa, de tal manera en que se perciba el saber de la empresa en que se trabaja y los productos que se venden a través de las condiciones de venta y política de la empresa.

Elementos físicos y Ambientales

Sirven para que el cliente evalúe satisfactoriamente la atención, debido a que en este punto intervienen la instalación del lugar, la decoración, la presentación del personal y los equipos que poseen.

Desde otro punto de vista la página virtual **Sodexo (2019)**, nos informa que se pueden aplicar siete factores para una excelente atención al cliente, los cuales son:

Sociabilidad

En la “atención al cliente” pretende “interrelacionar a las personas”, con la finalidad de saber iniciar una conversación amigable y demostrar un auténtico interés por las personas.

Comunicación clara y directa

Se debe crear una buena comunicación con nuestros usuarios, donde se tomen en consideración las fortalezas de la empresa y los beneficios que se puede ofrecer en cada caso.

Honestidad

Jamás debemos engañar a los consumidores. Recuerda siempre que la expectativa que le vendes debe ser cumplida, puesto que un cliente decepcionado es un cliente perdido.

Conocimiento del cliente

En este paso se debe conocer al usuario, para que se mantengan informados sobre sus gustos para anticiparse a lo que quieren los clientes.

Saber escuchar

Es muy importante que estemos atentos a lo que requiera el comprador, ya que este será el que mida la “excelencia del servicio”, además los negocios deben asegurarse de escuchar las sugerencias y quejas.

Se efectivo y creativo

Preséntale a tu “cliente” soluciones novedosas y de una manera rápida y efectiva, con la finalidad de hacerles sentir que la satisfacción de sus necesidades son prioridad.

Buscar respuestas

Tendremos que salir a buscar las respuestas que necesitamos de nuestros clientes para el mejoramiento del servicio. Muchas veces el usuario no sabe bien lo que quiere, así que investiga y ofrécele soluciones a inquietudes que ni él sabe que tiene.

2.2.2.3. Claves para mejorar la Atención al Cliente

Chamorro Susana (2016), nos fundamenta que para perfeccionar el servicio en atención al cliente se deben seguir las siguientes nueve claves:

El cliente es lo primero

Debido a que consumidor que adquiere un producto es la razón del servicio al cual se le debe poner por encima de todo.

Escuchar

De forma activa, en donde el receptor se prepara para atender en lo que le dice el emisor, el cual debe estar listo para proporcionarle respuestas, ya que este es el factor más significativo para el éxito de un proceso de atención al cliente.

Transmitir una imagen

Ligada a los valores de confianza, profesionalidad, credibilidad, amabilidad, respeto y sobre todo de simpatía.

Actuar

No consiste tan solo en escuchar al cliente de manera activa y cortés sino también en seguir el procedimiento para solventar algún problema, es decir de que se debe tomar nota de su necesidad para resolverla, además de que esta actuación debe estar de acuerdo con lo eficiente en resolver el dilema con el menor volumen de recursos, con lo simple que no le complique la vida al cliente y que sea ágil.

Hacer que el servicio de atención al cliente sea accesible

Esto es tanto para la accesibilidad del lugar, espacio y tiempo, en donde el acceso al servicio sea un proceso fácil y con horario de atención amplio.

Empoderar el departamento de atención

En conocimientos sobre los productos y servicios que tenga una organización, en el que se le de autonomía para adoptar acuerdos con el cliente, de manera que, al tener un buen

departamento bien seleccionado y motivado, hará que los trabajadores sean los clientes internos que permitan tener su satisfacción en cuenta.

Trabajar en equipo

Todo el departamento de atención al cliente ha de trabajar de manera cooperativa, con el objetivo que se tiene en común de cumplir con las expectativas de los consumidores.

Contar con un sistema de control de calidad

Que valore la satisfacción al cliente con el servicio que permita dar posibilidades de mejora continua.

Cumplir con todo lo que se promete

De lo contrario se tendrá clientes frustrados que perjudicaran la reputación de una compañía. Por ello la “Atención al Cliente” es vital para la buena marcha de cualquier organización, siendo el cliente el centro de compromiso y acción, el cual debe sentir que se le atiende de manera correcta, amable y ágil con la intención de que vea sus expectativas superadas.

III. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

En todas las investigaciones cuantitativas no es necesario referirse a una hipótesis, debido a que esta debe basarse en la importancia inicial que tendrá la investigación. Por lo tanto, Hernández (2014) nos dice que “Las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacionar o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho.” De tal manera se estableció que el presente proyecto de investigación no cuenta con una hipótesis, ya que no se busca predecir un acontecimiento al problema determinado.

IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Tipo de investigación

Cuantitativo, ya que, en la recolección de datos para la Gestión de la calidad y Atención al cliente en las MYPE, se utilizaron instrumentos de medición y procedimientos estadísticos. En base a ello Hernández, Fernández y Baptista (2015) asegura que “para que una investigación sea aceptada y creíble por otros investigadores, debe demostrarse tales procedimientos, este enfoque pretende medir los fenómenos estudiados para poder referirse al mundo real.”

4.2. Nivel de investigación

Descriptivo, ya que se buscó obtener las características que tiene tanto la Gestión de la calidad y Atención al cliente, para recoger información independiente de cada variable sin manipular ningún dato. Debido a ello Hernández, Fernández y Baptista (2015) nos afirma “con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, características y perfiles de las personas, grupos, comunidades, objetos, procesos o cualquier fenómeno que se someta a un análisis.”

4.3. Diseño de la investigación

El diseño que se empleara es no experimental, debido a que estas investigaciones se basan en la observación de los hechos que suceden en la realización de la indagación, además de presentar un corte transversal.

Por tal razón Hernández (2014) comenta que el diseño no experimental “se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que nos hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables.”.

Según Roberto (2014) afirma que la investigación de corte transversal “Se utiliza cuando la investigación se centra en analizar cuál es el nivel de una o diversas variables en un punto en el tiempo. Este tipo de diseño se recolectan datos en un solo momento. Su propósito es describir variables y analizar su interrelación en un momento dado”.



Representación

Dónde:

M: representa la muestra que se realizara para el estudio.

O: representa las mediciones de la variable de interés.

4.4. Población y Muestra

4.4.1. Población

Hernández (2014) menciona que la calidad de un trabajo investigativo se fundamenta en delimitar la población en base al planteamiento del problema, a través de las características en contenido, lugar y tiempo. Por lo tanto, la población está constituida por tres (3) MYPEs del rubro heladerías, objeto de investigación.

P1: La población de la variable Gestión de la Calidad, está conformada por los gerentes (3) en la dimensión principios y elementos de la misma. Siendo finita.

P2: La población de la variable Atención al cliente, está conformada por los consumidores que asisten a estas MYPE siendo infinita, tanto en las dimensiones de factores y claves.

Cuadro N° 1 Relación de MYPES

N°	Nombre	N° de Gerentes
1	0737220762501	1
2	0737220762502	1
3	0737220762503	1
TOTAL		3

Cuadro 1 Relación de MYPES
Fuente: Elaboración Propia

4.4.2. Muestra

Cavada (2019) señala que la muestra es el subconjunto posible que puede poseer una población, a la cual se puede tener entrada y que cumple con las cualidades necesarias para realizarles conclusiones a través de la medición.

M1: La muestra para la variable gestión de calidad es de 3 encargados de tienda para la dimensión principios y dimensión elementos. Fernández y Hernández, (2015) dijeron que cuando los elementos son igual o menor de cincuenta, no es necesario aplicar métodos estadísticos, por tanto, en función de este concepto la muestra queda identificada por el número de 3 gerentes para la dimensión principios y 3 para la dimensión elementos.

Cuadro N° 2 Número de gerentes de las MYPEs

MYPE	N° de Gerentes
MYPE 1	1
MYPE 2	1
MYPE 3	1
TOTAL	3

Cuadro 2 Relación de MYPES

Fuente: Elaboración Propia

M2: La muestra para la variable Atención al cliente, en la dimensión factores y claves de atención está dirigida a los consumidores, es por ello que no se conoce la cantidad exacta de clientela que asiste a estos establecimientos. Para este caso se aplicará una fórmula de población infinita, la cual es la siguiente:

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

Z: Nivel de confianza (90% $Z= 1.645$)

p: Probabilidad de éxito 0.5%

q: Probabilidad de fracaso 0.5%

e: Error permitido 0.10%

$$n = \frac{z^2 * x * q}{e^2} \quad \text{Fuente: Fernández y Hernández, (2015)}$$

$$n = \frac{1.645^2 (0.50) (0.50)}{0.10^2}$$

$$n = \frac{2.607025 \times 0.50 \times 0.50}{0.01}$$

$$n = 68 \text{ clientes}$$

Criterios de inclusión

La aplicación de la técnica - encuesta estará orientada a las MYPE formales del rubro heladerías, asimismo para hacer operativo el cálculo de la muestra se considerarán los siguientes criterios:

- Personas mayores de 18 años
- Gerentes u encargados que tengan más de 6 meses en el puesto

Criterios de exclusión

La aplicación de la técnica - encuesta en las MYPE del rubro heladerías, para hacer operativo el cálculo de la muestra se considerarán los siguientes criterios:

- MYPES que son informales
- Personas que no acuden a estos establecimientos
- Menores de edad

4.5. Definición y Operacionalización de las variables

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Fuente	Escala		
Gestión de la calidad	ISO (2018) determina que la gestión de la calidad es el conjunto de acciones y herramientas que se tienen como misión para esquivar probables errores que se pueden cometer durante el desarrollo de producción tanto en los productos como servicios obtenidos.	Elementos	Se operacionalizará los elementos que tiene la gestión de la calidad como dimensión a través de sus indicadores: estructura organizacional, planificación, recursos, procesos y procedimientos.	Estructura Organizacional	Gerentes	Nominal		
				Planificación				
				Recursos				
				Procesos				
				Procedimientos				
		Principios	Se operacionalizará los principios que tiene la gestión de la calidad como dimensión a través de sus indicadores: Enfoque al cliente, liderazgo, compromiso de personas, enfoque basado en procesos, mejora continua y gestión de las relaciones.			Enfoque al cliente	Gerentes	Nominal
						Liderazgo		
						Compromiso de personas		
						Enfoque basado en procesos		
						Mejora continua		
Gestión de las relaciones								

Atención al cliente	Silva (2020) define que la Atención al cliente son las herramientas de marketing, que se encargan de hallar puntos de contacto con los clientes, con el fin de establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de su compra.	Factores	Se operacionalizará los factores de Atención al cliente a través de sus indicadores: confiabilidad, actitud de servicio, empatía y atención personalizada, personal competente y bien informado y elementos físicos-ambientales.	Confiabilidad	Clientes	Nominal
				Actitud de servicio		
				Empatía y Atención personalizada		
				Personal competente y bien informado		
				Elementos físicos y ambientales		
		Claves	Se operacionalizará las claves de Atención al cliente como dimensión mediante sus indicadores: el cliente es lo primero, escuchar, transmitir una imagen, actuar, hacer que el servicio de atención sea accesible, empoderar el departamento de atención, trabajar en equipo, contar con un sistema de control de calidad y cumplir con todo lo que se promete.	El cliente es lo primero	Clientes	Nominal
				Escuchar		
				Transmitir una imagen		
				Actuar		
				Hacer que el servicio de atención sea accesible		
				Empoderar el departamento de atención		
				Trabajar en equipo		
				Contar con un sistema de control de calidad		
				Cumplir con todo lo que se promete		

Elaboración propia

4.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Técnicas

En el trabajo de investigación “Gestión de la calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019” se usará la técnica de encuesta, a través de un total de (26) preguntas elaboradas para las variables en estudio, a través de ello se busca obtener una recolección de datos, en donde (05) corresponde a la dimensión de elementos, (08) son de la dimensión principios en donde ambas son dirigidos a los gerentes, asimismo (05) son de la dimensión factores de atención las cuales son orientadas a los clientes, (08) para la dimensión claves son encaminadas para los consumidores que asisten a las MYPEs. Por lo tanto, “la encuesta es una técnica que consiste en obtener información acerca de una parte de la población o muestra mediante el uso del cuestionario o entrevista” (Aguar, 2016)

Instrumentos

En la presente investigación el instrumento que se utilizara es el cuestionario ya que mediante esto se podrá realizar las preguntas programadas, en donde se tiene la meta de plantear preguntas que estén enfocadas a la variable gestión de la calidad dirigida a los gerentes y en la variable Atención al cliente, serán dirigidas a los consumidores que asisten a las heladerías, por lo tanto para la realización del mismo se contó con la participación de (03) personas, (01) persona dirigió el cuestionario dirigido a los gerentes en la dimensión principio y elementos, (02) personas para aplicar el cuestionario a los clientes, en donde una aplico a (34) consumidores y la restante a los otros (34). Es por ello que “el cuestionario es un formato redactado en forma de interrogatorio para obtener información acerca de las variables que se investigan” (Aguar, 2016)

4.7. Plan de Análisis

El plan de análisis detalla las medidas en las que se resume cada variable y como estas serán presentadas, en donde se indican las técnicas estadísticas a usar y los modelos, el software a usar es el procedimiento, nivel de significancia fijado para las pruebas estadísticas. (Díaz, 2015)

Para el análisis de los datos que se obtendrán en la aplicación de la investigación se hará un estudio de las variables gestión de la calidad y atención al cliente en las MYPE del rubro heladerías, en la elaboración de cuadros de Operacionalización de las variables y su matriz de consistencia. Por tal motivo en la elaboración del presente proyecto de investigación se emplearán programas como Microsoft Word que se utilizó para la redacción digital de los antecedentes e información que se investigó en Google Académico y Microsoft Excel los cuales servirán para el proceso de datos posteriores en gráficos, tablas y análisis estadístico.

4.8. Matriz de consistencia

TÍTULO	ENUNCIADO	OBJETIVOS		VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
		GENERAL	ESPECÍFICOS			
Gestión de la calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro Heladerías del cercado de Piura, año 2019.	¿Qué características tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019?	Describir las características que tiene la gestión de la calidad y atención al cliente en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.	Describir los elementos que tiene la gestión de la calidad en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.	Gestión de la Calidad	Principios	Tipo: cuantitativa Nivel: descriptiva Diseño: no experimental Corte: transversal Población: P1: gestión de la calidad - finita muestra 3 gerentes P2: atención al cliente - infinita muestra: no probabilística por conveniencia n=68 clientes
			Conocer los principios de gestión de la calidad que se aplican en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.		Elementos	
			Conocer los factores que se dan en la Atención al cliente de las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.	Atención al cliente	Factores	
			Identificar las claves que mejoran la atención al cliente en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.		Claves	

Elaboración propia

4.9. Principios Éticos

ULADECH (2019) en su Código de Ética para la investigación refiere que Los principios éticos en los que se rigen, están basados en las normativas de elaboración de los proyectos de investigación en la universidad, realizados para los distintos niveles de estudios y modalidad; así como para los proyectos del Instituto de Investigación; teniendo como propósito la promoción del conocimiento y bien común expresada en principios y valores éticos que guían la investigación en la universidad los cuales se basan en la normativa legal y los principios éticos definidos en el presente Código, y su mejora continua, basada en las experiencias que genere su aplicación o a la aparición de nuevas circunstancias. La aceptabilidad ética de un proyecto de investigación se guía por seis principios éticos en cuanto se involucre a seres humanos o animales. (Uladech, 2019)

Estos principios éticos tienen como base legal a nivel Internacional: El Código de Nuremberg, La Declaración de Helsinki y La Declaración Universal sobre bioética y derechos Humanos de la UNESCO asimismo en el plano nacional, para realizar trabajos de investigación se tiene en cuenta la legislación peruana. (Uladech, 2019)

- **Protección a las personas**

La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos

fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad (Uladech, 2019).

- **Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad**

Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios. (Uladech, 2019).

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

Las personas que participan en actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados, sobre los propósitos y finalidades de la investigación y la libertad de participar en ella por voluntad propia a través de un consentimiento informado (Uladech, 2019).

- **Beneficencia y no maleficencia**

Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios (Uladech, 2019).

- **Justicia**

El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a

sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación (Uladech, 2019).

- **Integridad científica**

La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados (Uladech, 2019).

V. RESULTADOS Y ANÁLISIS

5.1. Variable Gestión de la Calidad

Objetivo específico 1: Describir los elementos que tiene la gestión de la calidad en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.

Tabla 1 *¿La heladería cuenta con una misión, visión y valores que identifican a la organización?*

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	100%
NO	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora

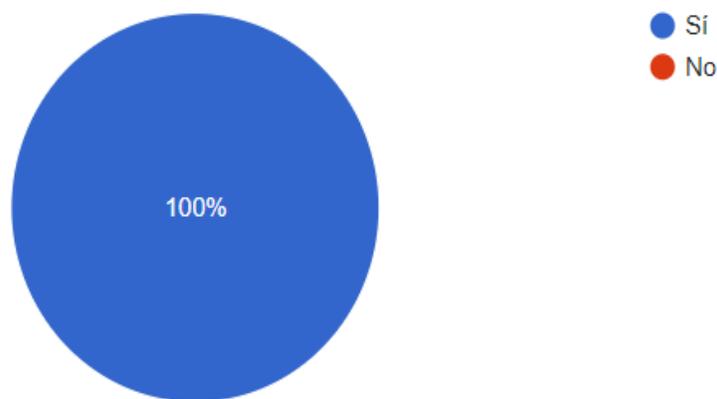


Gráfico 1 *¿La heladería cuenta con una misión, visión y valores que identifican a la organización?*

Gráfico y Tabla N° 1 Diagrama circular que representa a la pregunta 1 - *¿La heladería cuenta con una misión, visión y valores que identifican a la organización?*, del total de gerentes encuestados, el 100% afirmo que la heladería si cuenta con una visión, misión y valores que identifican plenamente a la organización.

Tabla 2 *¿Considera usted que la estructura organizacional de la heladería está bien establecida por funciones y responsabilidades?*

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	100%
NO	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura
Elaboración: Investigadora

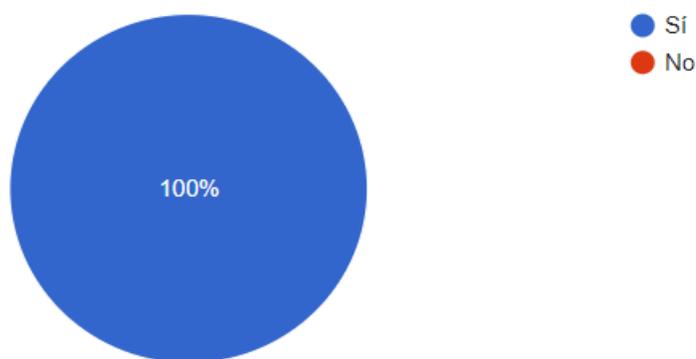


Gráfico 2 *¿Considera usted que la estructura organizacional de la heladería está bien establecida por funciones y responsabilidades?*

Gráfico y Tabla N° 2 Diagrama circular que representa a la pregunta 2 - *¿Considera usted que la estructura organizacional de la heladería está bien establecida por funciones y responsabilidades?*, del total de gerentes encuestados, el 100% afirmo que la heladería si mantiene una buena estructura organizacional tanto para responsabilidad y funciones.

Tabla 3 *¿Usted como encargado de la heladería, planifica las actividades necesarias hacia donde quieren llegar, como lo van hacer y que van a necesitar para alcanzar el éxito?*

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	100%
NO	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora

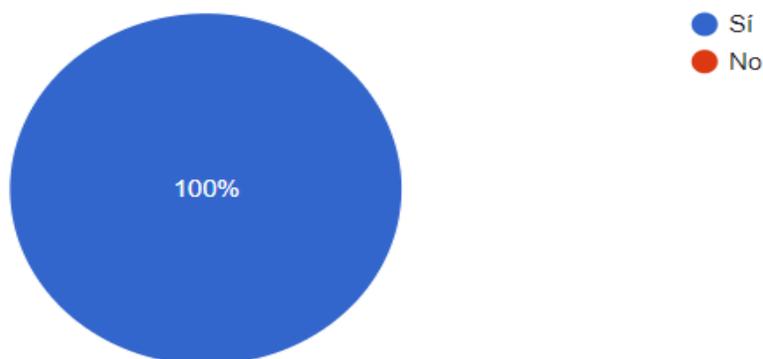


Gráfico 3 *¿Usted como encargado de la heladería, planifica las actividades necesarias hacia donde quieren llegar, como lo van hacer y que van a necesitar para alcanzar el éxito?*

Gráfico y Tabla N° 3 Diagrama circular que representa a la pregunta 3 - *¿Usted como encargado de la heladería, planifica las actividades necesarias hacia donde quieren llegar, como lo van hacer y que van a necesitar para alcanzar el éxito?*, del total de gerentes encuestados, el 100% afirmo que dentro de la heladería si se planifican cada una de las actividades que les va a permitir identificar hacia donde quieren llegar, como lo van hacer y qué es lo que van a necesitar para alcanzar el éxito deseado.

Tabla 4 ¿Cuentan con procesos eficientes dentro de las actividades que se planifican en la organización, desde la elaboración de los helados, hasta la entrega final del mismo?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	100%
NO	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora



Gráfico 4 ¿Cuentan con procesos eficientes dentro de las actividades que se planifican en la organización, desde la elaboración de los helados, hasta la entrega final del mismo?

Gráfico y Tabla N° 4 Diagrama circular que representa a la pregunta 4 - ¿Cuentan con procesos eficientes dentro de las actividades que se planifican en la organización, desde la elaboración de los helados, hasta la entrega final del mismo? del total de gerentes encuestados, el 100% afirmo que, si se cuentan con procesos eficientes dentro de cada actividad en la heladería, desde la elaboración del producto hasta la entrega final del helado.

Tabla 5 ¿Usted como encargado de la heladería aprovecha las oportunidades que se le presenta, con el fin de eliminar los obstáculos que le impiden crecer a la empresa?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	100%
NO	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del mercado de Piura

Elaboración: Investigadora

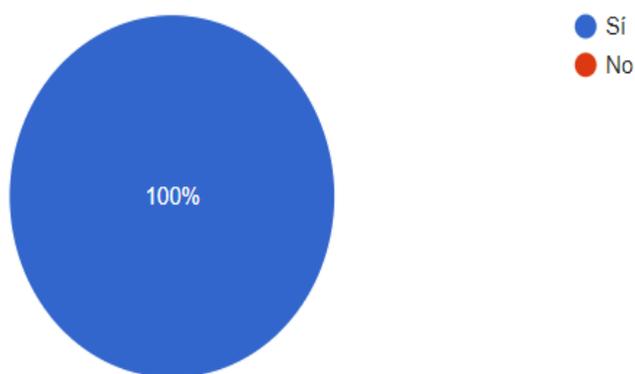


Gráfico 5 ¿Usted como encargado de la heladería aprovecha las oportunidades que se le presenta, con el fin de eliminar los obstáculos que le impiden crecer a la empresa?

Gráfico y Tabla N° 5 Diagrama circular que representa a la pregunta 5 - ¿Usted como encargado de la heladería aprovecha las oportunidades que se le presenta, con el fin de eliminar los obstáculos que le impiden crecer a la empresa?, del total de gerentes encuestados, el 100% afirmo que si aprovechan cada una de las oportunidades que se les presente dentro del mercado, ello lo hacen con la finalidad de eliminar cada uno de los obstáculos que le impidan crecer a la heladería.

Objetivo específico 2: Conocer los principios de gestión de la calidad que se aplican en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.

Tabla 6 *¿Cree usted que dentro de la heladería se cuenta con un estudio de mercado que le permite identificar las necesidades de sus consumidores?*

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	100%
NO	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora

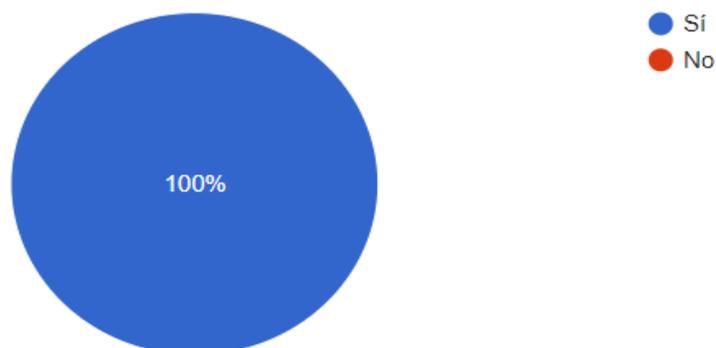


Gráfico 6 *¿Cree usted que dentro de la heladería se cuenta con un estudio de mercado que le permite identificar las necesidades de sus consumidores?*

Gráfico y Tabla N° 6 Diagrama circular que representa a la pregunta 6 - *¿Cree usted que dentro de la heladería se cuenta con un estudio de mercado que le permite identificar las necesidades de sus consumidores?*, del total de gerentes encuestados, el 100% afirmó que si realizan estudios de mercado para identificar las necesidades que tiene cada consumidor.

Tabla 7 ¿Considera usted que el brindarles una buena atención y servicio a sus clientes, le garantiza mantenerlos satisfechos para conservar una continuidad en el mercado?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	100%
NO	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora

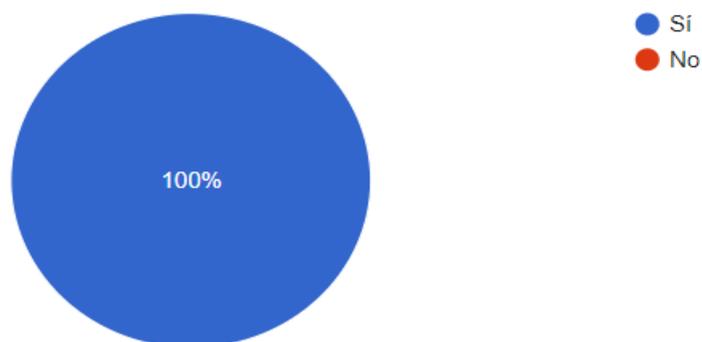


Gráfico 7 ¿Considera usted que el brindarles una buena atención y servicio a sus clientes, le garantiza mantenerlos satisfechos para conservar una continuidad en el mercado?

Gráfico y Tabla N° 7 Diagrama circular que representa a la pregunta 7 - ¿Considera usted que el brindarles una buena atención y servicio a sus clientes, le garantiza mantenerlos satisfechos para conservar una continuidad en el mercado?, del total de gerentes encuestados, el 100% afirmo que, si es importante brindarles un buen servicio y atención a sus consumidores, ya que gracias a ello podrán conservarlos siempre satisfechos en cada producto de helado ofrecido.

Tabla 8 *¿Brinda capacitaciones de liderazgo, las cuales le permiten mantener un ambiente interno favorable para el cumplimiento de los objetivos organizacionales?*

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	33.3%
NO	2	66.7%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora

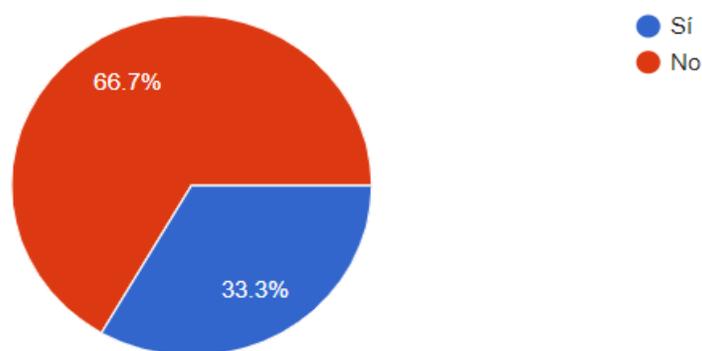


Gráfico 8 *¿ Brinda capacitaciones de liderazgo, las cuales le permiten mantener un ambiente interno favorable para el cumplimiento de los objetivos organizacionales?*

Gráfico y Tabla N° 8 Diagrama circular que representa a la pregunta 8 - *¿Brinda capacitaciones de liderazgo, las cuales le permiten mantener un ambiente interno favorable para el cumplimiento de los objetivos organizacionales?*, del total de gerentes encuestados, el 66.7% afirmó que no se brindan capacitaciones de liderazgo dentro de la heladería, sin embargo el 33.3% indicó que si realizan estas capacitaciones , con el fin de mantener un ambiente favorable en el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Tabla 9 *¿El personal de la heladería se involucra dentro de las decisiones que se pueden tomar en la organización, con el objetivo de que demuestren sus habilidades de negocio que poseen?*

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	100%
NO	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora

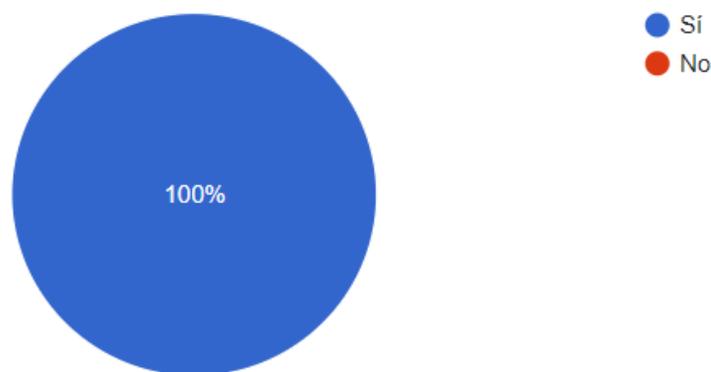


Gráfico 9 *¿ El personal de la heladería se involucra dentro de las decisiones que se pueden tomar en la organización, con el objetivo de que demuestren sus habilidades de negocio que poseen?*

Gráfico y Tabla N° 9 Diagrama circular que representa a la pregunta 9 - *¿El personal de la heladería se involucra dentro de las decisiones que se pueden tomar en la organización, con el objetivo de que demuestren sus habilidades de negocio que poseen?* del total de gerentes encuestados, el 100% afirmo, que el personal que labora dentro de las heladerías si se involucran en cada una de las decisiones que se pueden tomar y ejecutar dentro de la compañía.

Tabla 10 *¿Considera usted, que se cuentan con los procesos suficientes y eficientes en cada actividad para la buena elaboración y entrega de los productos?*

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	66.7%
NO	1	33.3%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora

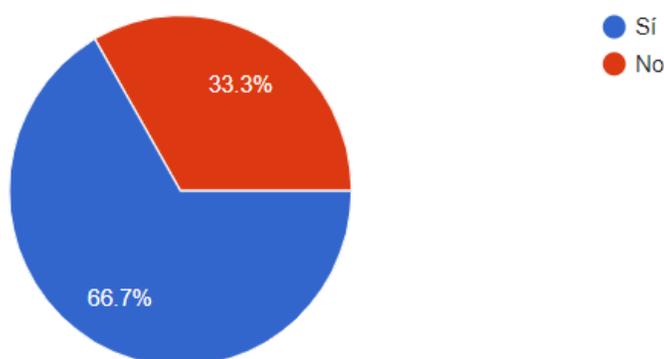


Gráfico 10 *¿ Considera usted, que se cuentan con los procesos suficientes y eficientes en cada actividad para la buena elaboración y entrega de los productos?*

Gráfico y Tabla N° 10 Diagrama circular que representa a la pregunta 10 - *¿Considera usted, que se cuentan con los procesos suficientes y eficientes en cada actividad para la buena elaboración y entrega de los productos?*, del total de gerentes encuestados, el 66.7% afirmo que si cuentan con suficientes y eficientes procesos en cada actividad elaborado para su respectiva entrega al consumidor, en cambio el 33.3% indico que no.

Tabla 11 *¿Considera usted que en la heladería se realiza una evaluación constante del desempeño que tiene cada colaborador en la organización, asimismo implementa un plan de mejora continua tanto en productos y servicios?*

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	100%
NO	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora

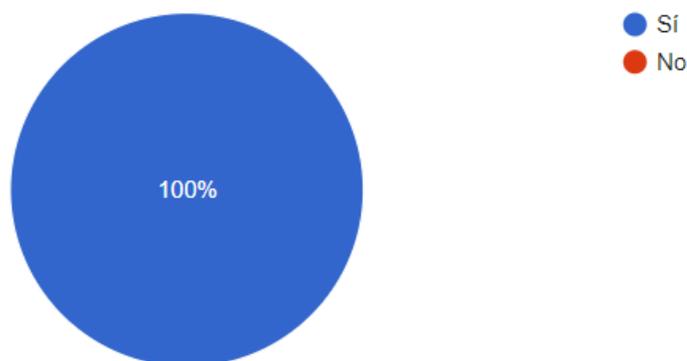


Gráfico 11 ¿ Considera usted que en la heladería se realiza una evaluación constante del desempeño que tiene cada colaborador en la organización, asimismo implementa un plan de mejora continua tanto en productos y servicios?

Gráfico y Tabla N° 11 Diagrama circular que representa a la pregunta 11 - *¿Considera usted que en la heladería se realiza una evaluación constante del desempeño que tiene cada colaborador en la organización, asimismo implementa un plan de mejora continua tanto en productos y servicios?*, el 100% de los gerentes encuestados afirmaron que si se realiza una evaluación constante del rendimiento que tiene cada colaborador en la heladería, ello se realiza con la intención de implementar un plan de mejora continua tanto en los servicios como productos

Tabla 12 ¿Para la toma de decisiones que se tiene dentro de la heladería, se realizan investigaciones previas de la situación en que se encuentra el mercado, para tener una buena elección?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	100%
NO	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora

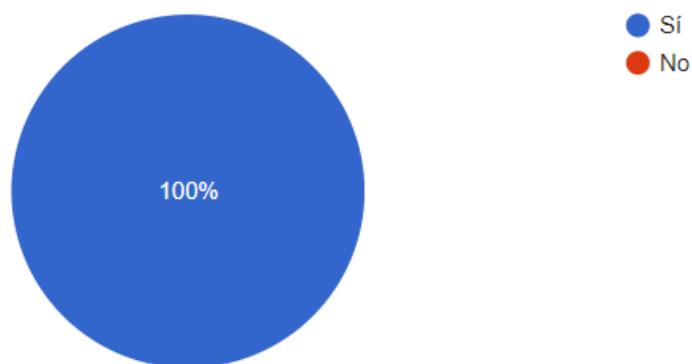


Gráfico 12 ¿ Para la toma de decisiones que se tiene dentro de la heladería, se realizan investigaciones previas de la situación en que se encuentra el mercado, para tener una buena elección?

Gráfico y Tabla N° 12 Diagrama circular que representa a la pregunta 12 - ¿Para la toma de decisiones que se tiene dentro de la heladería, se realizan investigaciones previas de la situación en que se encuentra el mercado, para tener una buena elección?, del total de gerentes encuestados, el 100% afirmo que en la heladería si se realizan investigaciones previas de la situación actual en la que está el mercado para tomar las mejores decisiones.

Tabla 13 *¿Usted considera que mantiene una relación beneficiosa con los proveedores que les proporciona los materiales e insumos para la elaboración de los helados?*

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	100%
NO	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora

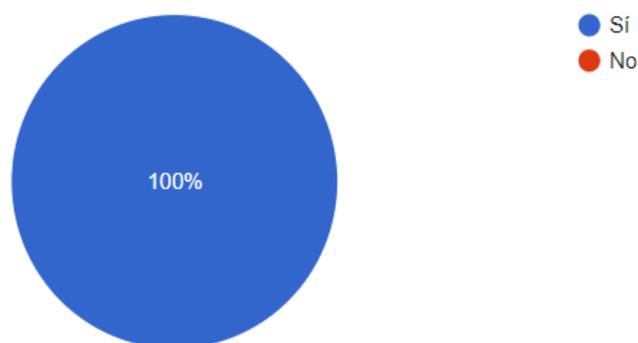


Gráfico 13 *¿Usted considera que mantiene una relación beneficiosa con los proveedores que les proporciona los materiales e insumos para la elaboración de los helados?*

Gráfico y Tabla N° 13 Diagrama circular que representa a la pregunta 13 - *¿Usted considera que mantiene una relación beneficiosa con los proveedores que les proporciona los materiales e insumos para la elaboración de los helados?*, del total de gerentes encuestados, el 100% afirmó que si mantienen una relación beneficiosa con cada uno de los proveedores que le proporciona insumos y materiales para la elaboración de cada helado.

5.2. Variable Atención al Cliente

Objetivo específico 3: Conocer los factores que se dan en la Atención al cliente de las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.

Tabla 14 ¿Usted como consumidor de la heladería, considera que le ofrecen una confianza tanto en calidad de sabor, como servicio de los productos que le brindan?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	64	94.1%
NO	4	5.9%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora

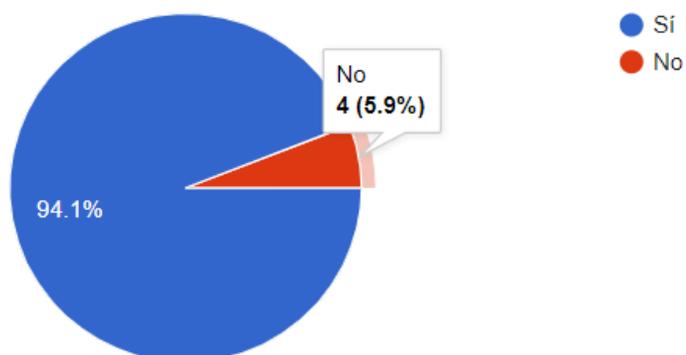


Gráfico 14 ¿Usted como consumidor de la heladería, considera que le ofrecen una confianza tanto en calidad de sabor, como servicio de los productos que le brindan?

Gráfico y Tabla N° 14 Diagrama circular que representa a la pregunta 14 - ¿Usted como consumidor de la heladería, considera que le ofrecen una confianza tanto en calidad de sabor, como servicio de los productos que le brindan?, del total de clientes encuestados, el 94.1% afirmó que, como consumidor de la heladería, si le ofrecen una confianza tanto en servicio y calidad de sabor.

Tabla 15 ¿Dentro de la heladería, cree usted que el personal que trabaja en ella, lo(a) trata de manera cortés, amable y educada?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	66	97.1%
NO	2	2.9%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora

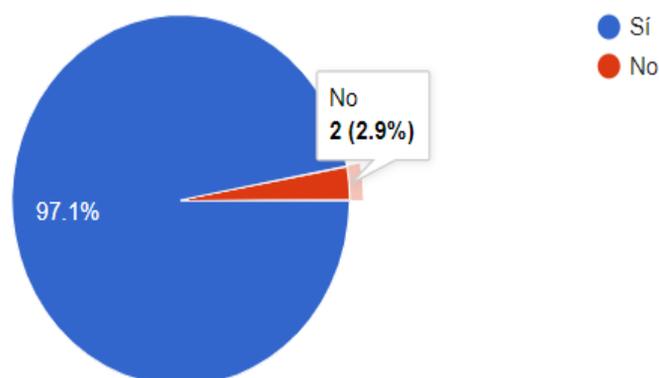


Gráfico 15 ¿Dentro de la heladería, cree usted que el personal que trabaja en ella, lo(a) trata de manera cortés, amable y educada?

Gráfico y Tabla N° 15 Diagrama circular que representa a la pregunta 15 - ¿Dentro de la heladería, cree usted que el personal que trabaja en ella, lo(a) trata de manera cortés, amable y educada?, del total de clientes encuestados, el 97.1% consideran que el personal que labora en las heladerías si los tratan de manera educada, amable y cortés, mientras que el 2.9% indico que no.

Tabla 16 ¿Usted considera que le proporcionan una atención personalizada y empática para conocer sus gustos y preferencias?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	50	73.5%
NO	18	26.5%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora

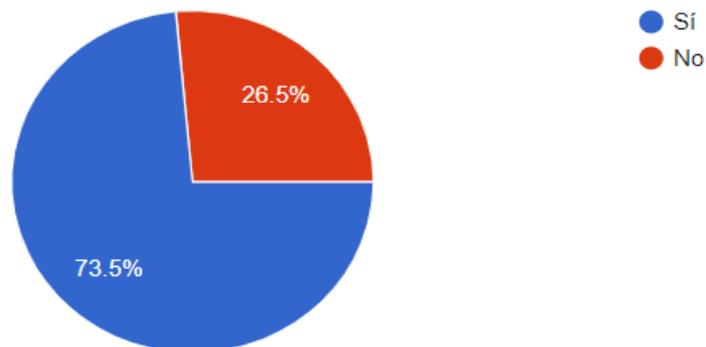


Gráfico 16 ¿Usted considera que le proporcionan una atención personalizada y empática para conocer sus gustos y preferencias?

Gráfico y Tabla N° 16 Diagrama circular que representa a la pregunta 16 - ¿Usted considera que le proporcionan una atención personalizada y empática para conocer sus gustos y preferencias?, del total de clientes encuestados, el 73.5% consideran que el personal que labora en las heladerías si les proporcionan una atención personalizado y empática para conocer sus gustos y preferencias, sin embargo, el 26.5% indico que no.

Tabla 17 ¿Cree que el personal que trabaja en la heladería es competente y está bien informado sobre cada uno de los productos y servicios de helados que ofrecen?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	58	85.3%
NO	10	14.7%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora

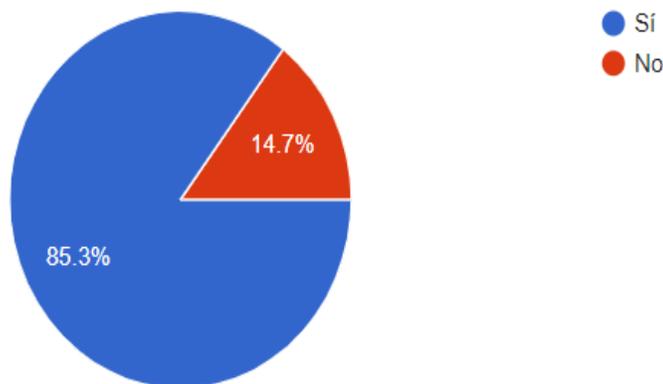


Gráfico 17 ¿Cree que el personal que trabaja en la heladería es competente y está bien informado sobre cada uno de los productos y servicios de helados que ofrecen?

Gráfico y Tabla N° 17 Diagrama circular que representa a la pregunta 17 - ¿Cree que el personal que trabaja en la heladería es competente y está bien informado sobre cada uno de los productos y servicios de helados que ofrecen?, del total de clientes encuestados, el 85.3% consideran que los colaboradores que trabajan en las heladerías si son competentes y sobre todo están informados sobre cada uno de los servicios y productos de helados que se proporcionan en ellas, sin embargo el 14.7% indico que no.

Tabla 18 *¿Según su perspectiva, la heladería cuenta con una instalación adecuada del lugar, una decoración acorde al producto y una buena presentación del personal, que labora en ella?*

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	57	83.8%
NO	11	16.2%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura
Elaboración: Investigadora

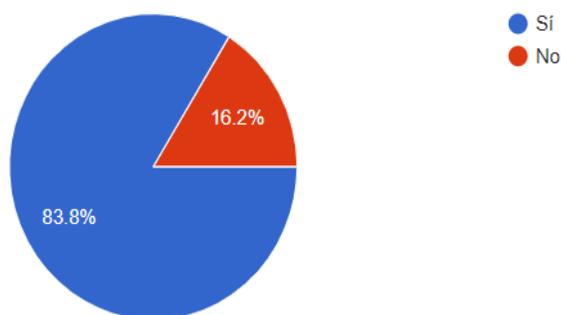


Gráfico 18 *¿Según su perspectiva, la heladería cuenta con una instalación adecuada del lugar, una decoración acorde al producto y una buena presentación del personal, que labora en ella?*

Gráfico y Tabla N° 18 Diagrama circular que representa a la pregunta 18 - *¿Según su perspectiva, la heladería cuenta con una instalación adecuada del lugar, una decoración acorde al producto y una buena presentación del personal, que labora en ella?*, de los clientes encuestados, el 83.8% manifestó que las heladerías si cuentan con instalaciones adecuadas tanto en la ubicación del lugar, decoración del producto, y una buena presentación del personal que trabajan en ellas, por el contrario el 16.2% indico que no

Objetivo específico 4: Identificar las claves que mejoran la atención al cliente en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.

Tabla 19 ¿Usted como cliente, siente que la heladería lo prioriza ante todo?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	44	64.7%
NO	24	35.3%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora

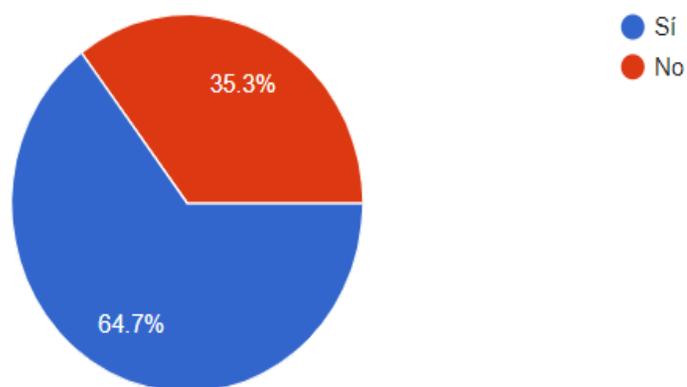


Gráfico 19 ¿Usted como cliente, siente que la heladería lo prioriza ante todo?

Gráfico y Tabla N° 19 Diagrama circular que representa a la pregunta 19 - ¿Usted como cliente, siente que la heladería lo prioriza ante todo?, del total de clientes encuestados, el 64.7% consideran que en las heladerías si los priorizan, ante todo, mientras que el 35.3% indico que no.

Tabla 20 ¿Considera usted, que el personal de heladería lo(a) escucha atentamente en su pedido, con la finalidad de proporcionarle respuestas rápidas con respecto al producto de su preferencia?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	50	73.5%
NO	18	26.5%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora

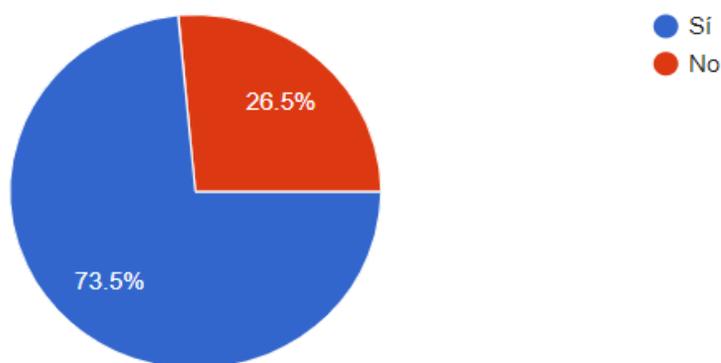


Gráfico 20 ¿Considera usted, que el personal de heladería lo(a) escucha atentamente en su pedido, con la finalidad de proporcionarle respuestas rápidas con respecto al producto de su preferencia?

Gráfico y Tabla N° 20 Diagrama circular que representa a la pregunta 20 - ¿Considera usted, que el personal de heladería lo(a) escucha atentamente en su pedido, con la finalidad de proporcionarle respuestas rápidas con respecto al producto de su preferencia?, del total de clientes encuestados, el 73.5% indicó que sí se le escucha con atención su pedido con el fin de darles respuestas inmediatas con respecto al producto que les gusta en helado, mientras que el 26.5% dijo que no.

Tabla 21 ¿La heladería le transmite una buena imagen con relación al producto y servicio que brinda?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	59	86.8%
NO	9	13.2%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del mercado de Piura

Elaboración: Investigadora

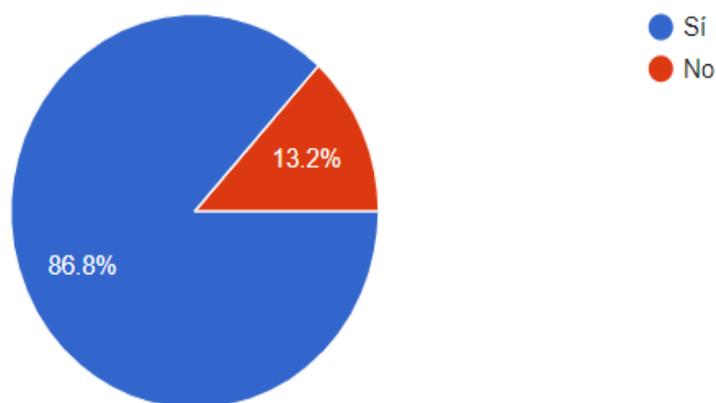


Gráfico 21 ¿La heladería le transmite una buena imagen con relación al producto y servicio que brinda?

Gráfico y Tabla N° 21 Diagrama circular que representa a la pregunta 21 - ¿La heladería le transmite una buena imagen con relación al producto y servicio que brinda? del total de clientes encuestados, el 86.8% manifestó que las heladerías si les transmiten una buena imagen con relación al servicio y producto que brindan, sin embargo, el 13.2% dijo que no.

Tabla 22 ¿Si usted tiene algún inconveniente en la heladería, considera que actúan de inmediato para remediarlo?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	49	72.1%
NO	19	27.9%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del mercado de Piura

Elaboración: Investigadora

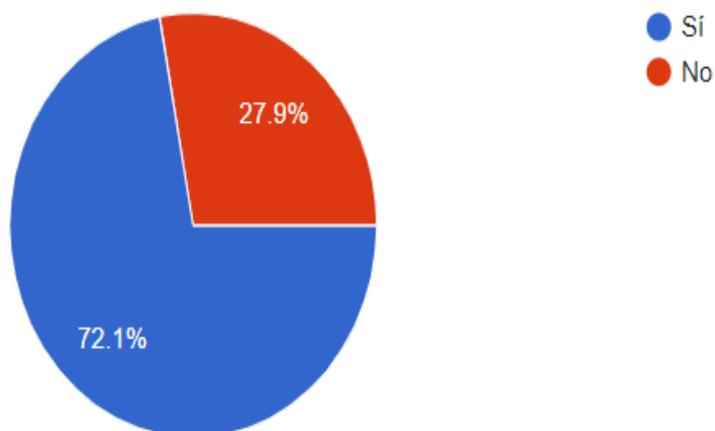


Gráfico 22 ¿Si usted tiene algún inconveniente en la heladería, considera que actúan de inmediato para remediarlo?

Gráfico y Tabla N° 22 Diagrama circular que representa a la pregunta 22 - ¿Si usted tiene algún inconveniente en la heladería, considera que actúan de inmediato para remediarlo?, del total de clientes encuestados, el 72.1% respondió que, si ellos tienen un inconveniente en las instalaciones de la heladería, consideran que en ella si actúan de inmediato para remediarlo y que no se retire insatisfecho, en cambio el 27.9% indico que no.

Tabla 23 *¿Considera usted que el lugar y horario con los que cuenta la heladería son accesible a sus necesidades?*

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	61	89.7%
NO	7	10.3%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del mercado de Piura

Elaboración: Investigadora

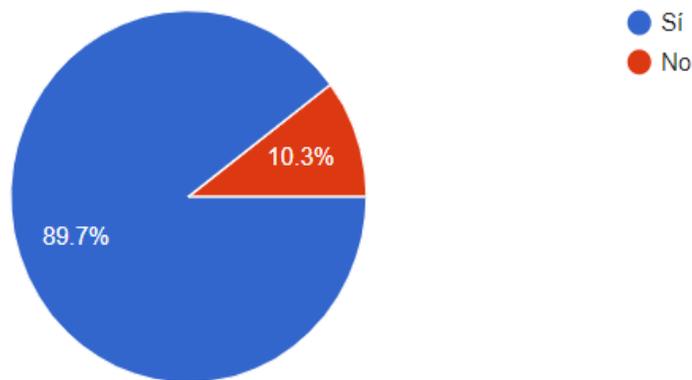


Gráfico 23 *¿Considera usted que el lugar y horario con los que cuenta la heladería son accesible a sus necesidades?*

Gráfico y Tabla N° 23 Diagrama circular que representa a la pregunta 23 - *¿Considera usted que el lugar y horario con los que cuenta la heladería son accesible a sus necesidades?*, del total de clientes encuestados, el 89.7% opinaron que tanto el lugar como los horarios que se proporcionan en las heladerías si son los adecuados de acuerdo a sus necesidades, por el contrario, el 10.3% manifestó que no.

Tabla 24 *¿Cree usted que el personal con el que cuenta la heladería trabaja en equipo con el fin de mantenerlo satisfecho en la atención brindada?*

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	56	82.4%
NO	12	17.6%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del mercado de Piura

Elaboración: Investigadora

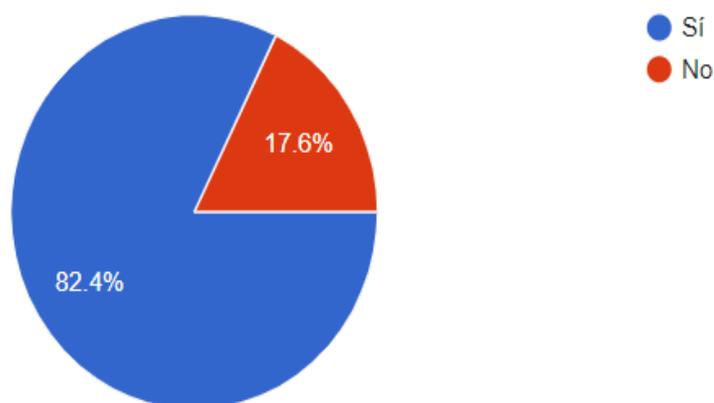


Gráfico 24 *¿Cree usted que el personal con el que cuenta la heladería trabaja en equipo con el fin de mantenerlo satisfecho en la atención brindada?*

Gráfico y Tabla N° 24 Diagrama circular que representa a la pregunta 24 - *¿Cree usted que el personal con el que cuenta la heladería trabaja en equipo con el fin de mantenerlo satisfecho en la atención brindada?*, del total de clientes encuestados, el 82.4% manifestaron que el personal de las heladerías si trabajan en equipo con el único fin de mantenerlos satisfechos en la atención brindada, en cambio el 17.6% respondió que no.

Tabla 25 ¿Usted considera que la heladería cuenta con un control de calidad en los productos que le ofrece?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	63	92.6%
NO	5	7.4%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora

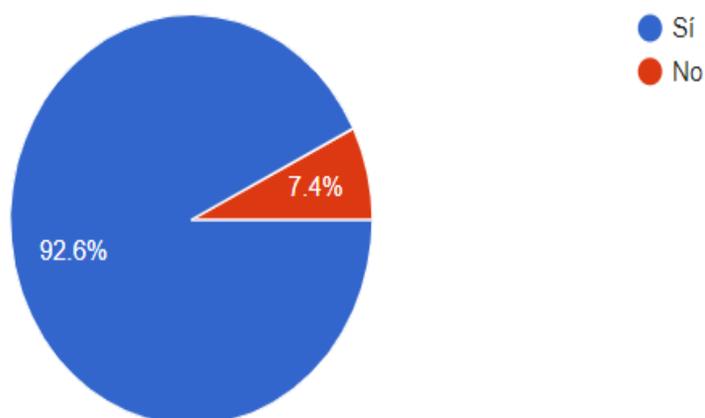


Gráfico 25 ¿Usted considera que la heladería cuenta con un control de calidad en los productos que le ofrece?

Gráfico y Tabla N° 25 Diagrama circular que representa a la pregunta 25 - ¿Usted considera que la heladería cuenta con un control de calidad en los productos que le ofrece?, del total de clientes encuestados, 92.6% de ellos si consideran que en cada heladería se cuenta con un control de calidad por los productos que les ofrecen, por su lado el 7.4% señalo que no.

Tabla 26 ¿Con respecto a las promociones, considera usted que la heladería cumple con la publicidad que ofrece en las redes sociales?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	54	79.4%
NO	14	20.6%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuesta realizada a los gerentes de las heladerías del cercado de Piura

Elaboración: Investigadora

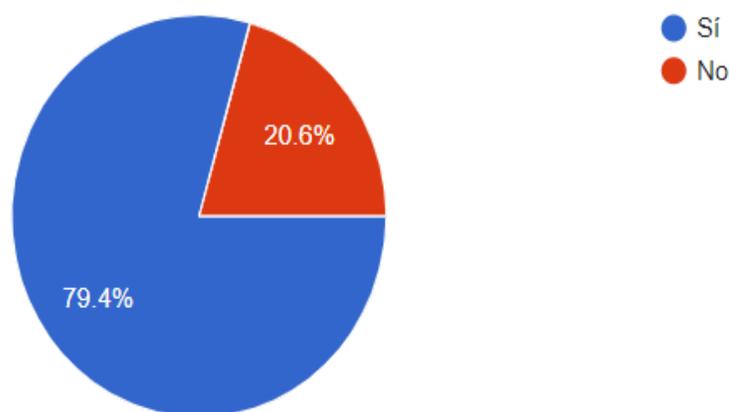


Gráfico 26 ¿Con respecto a las promociones, considera usted que la heladería cumple con la publicidad que ofrece en las redes sociales?

Gráfico y Tabla N° 26 Diagrama circular que representa a la pregunta 26 - ¿Con respecto a las promociones, considera usted que la heladería cumple con la publicidad que ofrece en las redes sociales?, del total de clientes encuestados, el 79.4% confirmaron que, si se les cumple con lo prometido en las publicidades de redes sociales que se les ofrece, sin embargo, el 20.6% indico que no

5.3. Análisis de Resultados

5.3.1. Variable Gestión de la Calidad

Primer objetivo específico: Describir los elementos que tiene la gestión de la calidad en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.

Tabla N° 01, se observa que el 100% de los encargados de tienda encuestados afirmaron que las heladerías si cuentan con una misión / visión realista y alcanzable, asimismo con buenos valores por parte del personal que labora en ellas. Discrepa con Souza Yhuaraqui (2017) quien en su estudio concluye que las MYPE investigadas no han definido su misión y visión de negocio, esto demuestra que toda actividad respecto al mercado es empírica ya que no realizaron un análisis FODA, muy básico para tener claro el análisis situacional de la empresa. Por otra parte, Monroy Tania (2019), nos informa que la planificación sirve para entender en qué lugar nos encontramos y entender muy bien nuestra “misión – visión”, ya que ello permite conocer y describir con claridad el camino que se tomara con el fin de orientar las acciones del equipo de trabajo.

Tabla N° 02, se observó que el 100% de encargados encuestados afirmaron que en las MYPE si se mantiene una buena estructura organizacional para funciones y responsabilidades. Lejano con Burgos Gonzáles (2017) quien menciona que al no tenerse una buena estructura en el sistema de calidad se tendrá desconocimiento de las actividades a ejecutar, lo que genera un buen inicio y desarrollo de las mismas. Por otro lado, Mateo Rafael (2009) indica que el definir una jerarquía organizacional, permite lograr los objetivos de la empresa, debido a que se organiza al personal de acuerdo a las tareas que deben cumplir.

Tabla N° 03, se observó que, de los encargados encuestados el 100% confirmo que, en la heladería, si planifican las actividades necesarias que les permite identificar hacia donde quieren llegar, como lo van a realizar y que van a necesitar para alcanzar ese éxito. Cercano a Saavedra Mendoza (2018) indica en su estudio que el tener claro los elementos que involucra la gestión de calidad se podrá ofrecer un buen servicio, atención, tiempo, seguridad a los clientes lo que les va a permitir obtener éxitos seguros en las MYPEs. Mateo Rafael (2009) señala que el constituir un conjunto de actividades necesarias, les permite a las compañías trazar un mapa para llegar al logro de las metas planteadas.

Tabla N° 04, se observa que, de los gerentes encuestados 100% de ellos aceptaron que, si tienen procesos eficientes dentro de cada actividad ejecutada en la organización, desde la elaboración del producto hasta la entrega final del helado. Cercano con Sandoval Fiorella (2018) indica que se deben elaborar talleres de planificación mediante técnicas de procedimiento, proceso y manuales para lograr una adecuada atención a sus clientes. Por su lado, Mateo Rafael (2009) señala que se deben seguir procesos para transformar elementos de entradas en servicios con el fin de identificar lo que se requiere en procedimientos y recursos.

Tabla N° 05, se observó que la totalidad de los gerentes encuestados, es decir el 100% confirmaron que si aprovechan las oportunidades de negocios que se les presenta en el mercado, ello lo hacen con la finalidad de eliminar cada uno de los obstáculos que les impide crecer. Coincide con Quezada Bayron (2016) quien propone un modelo de gestión de calidad que ayude a identificar el punto central de oportunidad que puede tener la organización para identificar un problema. Asimismo, Monroy Tania (2019) identifica que una empresa decide como enfrentara los retos diarios para producir sus bienes y servicios.

Segundo objetivo específico: Conocer los principios de gestión de la calidad que se aplican en las MYPE rubro heladerías del Cercado de Piura, año 2019.

Tabla N° 06, se observa que el 100% de encargados encuestados manifestaron que si realizan estudios de mercados para identificar las necesidades que tiene cada consumidor respecto al producto. Próximo a Souza Yhuaraqui (2017) en su estudio señala que se debe tener un FODA para mantener un posicionamiento en la calidad ofrecida a los consumidores. Mateo Rafael (2009) menciona que se deben seguir pasos detallados como son los análisis de mercado para transformar las decisiones que se deben tomar.

Tabla N° 07, se observa que de los encuestados el 100% afirmo que, si consideran importante brindarles una buena atención y servicio a sus consumidores, ya que gracias a ello podrán mantenerlos satisfechos con cada producto de helado ofrecido. Discrepa con Sandoval Fiorella (2018) quien señala en su investigación que al tener falencias en el servicio brindado por el personal de las empresas no se logra tener una adecuada atención al cliente, lo que genera una incomodidad. Monroy Tania (2019) informa que el observar que es lo que se está haciendo bien o mal, permite fortalecer la satisfacción del consumidor asimismo como a la empresa con el único fin de ir mejorando en el camino.

Tabla N° 08, se observó que, del total encuestados, el 66.7% de encargados no realizan capacitaciones de liderazgo dentro de la heladería, sin embargo, el 33.3% indico que si las realizan para mantener un ambiente favorable en el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Similar a Chuyes Johan (2019) propone que se debe capacitar al personal que trabaja en una compañía con el fin de proporcionarles un desarrollo laboral para que así se observen mejor futuras. Por lo cual Monroy Tania (2019) indica que el generar un liderazgo como elemento

fundamental en el S.G.C se puede obtener una comunicación eficaz con cada miembro de la empresa.

Tabla N° 09, se observa que el 100% de los encargados encuestados afirmaron que el personal que labora en las heladerías si se involucran en cada una de las decisiones que se pueden tomar y ejecutar en la compañía. Coincide con Chulli Isaac (2016) quien manifiesta que la satisfacción del cliente es debido al desempeño que tiene cada colaborador en el compromiso de la empresa, lo que genera que ellos se puedan involucrar en los diversos aspectos. Por su lado Mateo Rafael (2009) indica que la el tener un personal comprometido con la organización permite que se logren los objetivos de las mismas.

Tabla N° 10, se observa que, del total de encuestados, el 66.7% de gerentes si cuentan con eficientes y suficientes procesos que requiere cada actividad elaborada en la empresa para su respectiva entrega al consumidor, un 33.3% expresaron que no. Lejano a Sandoval Fiorella (2018) quien manifiesta que se deben aplicar diversas técnicas en los procesos que necesita toda organización con el fin de poder obtener una adecuada atención al cliente, ya que son ellos los que van a mantener la continuidad del negocio. Por su lado Alfonso (2010) indica que el enfoque basado en procesos ayuda a tener claros las actividades y recursos que serán gestionados en cada uno de ellos, sin embargo, se debe tener un estricto control.

Tabla N° 11, se observó del total de encuestados, el 100% de gerentes encuestados manifestaron que si realizan una evaluación constante del rendimiento que tiene cada colaborador, ello lo realizan con la intención de implementar un plan de mejora continua en los servicios y productos. Discrepa con Burgos Gonzáles (2017) quien en su investigación señala que no se tiene un progreso constante en las evaluaciones tanto de desempeño en la prestación de servicio, así como los medios que se utilizan para obtenerla y manejar mejor la empresa. Monroy

Tania (2019) informa que el llevar una evaluación del desempeño, permite detectar lo que se realiza bien y se puede seguir fortaleciendo para satisfacer al cliente.

Tabla N° 12, se observa que del total de gerentes encuestados el 100% de ellos afirmaron que en la heladería si se realizan investigaciones previas de la situación actual del mercado, con el fin de tomar las mejores decisiones. Lejano a Souza Yhuaraqui (2017) en su estudio manifiesta que no se realizó un estudio, que le permita conocer las fortalezas, amenazas, oportunidades o debilidades que se les pueda presentar durante su estadía en el mercado. Gonzales (2015) indica que para alcanzar un resultado deseado y eficiente se debe gestionar un estudio que permita adecuar las actividades de acuerdo a la situación del mercado, en donde se logren resultados predecibles y consistentes.

Tabla N° 13, se observó que, de los gerentes encuestados, el 100% de ellos afirmaron que si mantienen una relación beneficiosa con cada uno de los proveedores que les proporciona los insumos como los materiales para la elaboración de los respectivos helados. Alejado de Burgos (2017), quien manifiesta que se presentaban dificultades para contactar una prestación de servicios adecuados que le absuelvan los insumos necesarios para su producción. Por ello Gonzales (2015) evidencia que el tener una buena gestión con los proveedores, esto les garantiza una obtención del éxito sostenido de la MYPE para crear un valor.

5.3.2. Variable Atención al Cliente

Tercer objetivo específico: Conocer los factores que se dan en la Atención al cliente en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019.

Tabla N° 14, se observa que, del total de clientes encuestados, el 94.1% si consideran que las heladerías les ofrecen una confianza tanto del servicio y calidad del sabor en los productos.

Coincide con Mendoza Gándara (2015) quien señala el conocer las preferencias y gustos de los clientes garantiza una buena aceptación del negocio en los consumidores, puesto que se les genera una seguridad en el servicio brindado. Sodexo (2019) manifiesta que el generar una honestidad en los consumidores, les permite generar una expectativa que se le puede cumplir, ya que al no realizarse este se encontraría decepcionado del servicio brindado.

Tabla N° 15, se observó que el 97.1% de los consumidores de estos negocios manifestaron que el personal que laboran en estas heladerías si los tratan de manera educada, amable y cortés, mientras que el 2.9% indico que no. Cercano con Medina Chunga (2018) quien afirma el atender de manera correcta a través de la comunicación, es por ello que se genera un valor importante al cliente. Concha Verdú (2013) indica que el tener una actitud de servicio caracterizado por la cortesía, simpatía y atención rápida, permite inducir una buena actitud que recibe el cliente por el servicio ofrecido.

Tabla N° 16, se observa que el 73.5% de los clientes si consideran que el personal que labora en las organizaciones si les proporcionan una atención personalizada y empática para conocer sus gustos el 26.5% dijo que no. Discrepa con López Daniela (2018) menciona en su estudio que se mostró una insatisfacción por parte de los consumidores en lo que respecta empatía, debido a que el personal no se encontraba motivado en la organización. En base a ello Concha Verdú (2013) manifiesta que al cliente le agrada y le hace sentirse importante cuando se le atiende de forma personal, de manera en que sienten que se ponen en su lugar para adquirir el producto de su preferencia.

Tabla N° 17, se observó que del total de clientes que asisten a las heladerías, el 85.3% mencionaron que los trabajadores de estas MYPEs si son competentes y sobre todo están informados sobre cada uno de los productos y servicios de helados que se proporciona, el 14.7%

indico que no. Lejano con López Daniela (2018), quien señala que los trabajadores al no ser capacitados en la labor que debe ejercer dentro de las compañías, estos no saben cuál es la actividad principal que deben ejecutar o cuales son las funciones principales en las que se va a desenvolver, asimismo ello no les permite crear una ventaja competitiva. Concha Verdú (2013) indica que tener un personal capaz de transmitirle al cliente una confianza absoluta en lo que concierne a los productos, ellos se sentirán seguros de brindar una información segura y completa de sus apreciaciones.

Tabla N° 18, se observa que del total de clientes encuestados el 83.8% confirmo que en las heladerías si se cuentan con instalaciones adecuadas en la ubicación del lugar, decoración del producto y buena presentación del personal, un 16.2% manifestó que no. Coincide con Villalba Silvana (2018) manifiesta que la mayor fortaleza que puede tener los establecimientos, es mantener una excelente limpieza del lugar, decoración, tipo de música influyen positivamente en la organización. Asimismo, Concha Verdú (2013) sustenta que el tener buenos elementos ambientales y físicos dentro del local, permite que el cliente evalúe satisfactoriamente la atención tanto por el lugar, presentación, equipos y decoración.

Cuarto objetivo específico: Identificar las claves que mejoran la atención al cliente las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019

Tabla N° 19, se observó que 64.7% de los clientes consideran que, si se les prioriza, ante todo, en cambio el 35.3% señaló que no. Coincide con Mendoza Gándara (2015) quien indica que el cliente siempre debe ser la prioridad de todo, puesto que son ellos los que te garantizan una aceptación con tu negocio. En base a ello Chamarro Susana (2016) fundamenta que el cliente es la base de todo debido a que es el encargado de adquirir un producto u servicio en base a sus preferencias, es el quien te garantiza la continuidad en el mercado en el que te establezcas.

Tabla N° 20, se observa que del total de clientes encuestados el 73.5% si manifiestan que escuchan atentamente su pedido atentamente, con la finalidad de proporcionarles respuestas rápidas con respecto al producto de su preferencia, el 26.5% dijo que no. Próximo a Montero Yuri (2019), manifiesta que los clientes están de acuerdo en que los encargados de estas organizaciones se muestran tolerantes y accesibles al momento de recepcionar su pedido, ello le permite mantenerlos fieles a su empresa y sobre todo contentos con la atención. Por ello Chamorro Susana (2016) afirma que al cliente se le debe escuchar de forma activa, en donde el receptor se prepara para atender lo que le dice el emisor, ello se genera con el objetivo de proporcionarle respuestas.

Tabla N° 21, se observó que 86.8% de clientes dijo que las heladerías si les transmiten una buena imagen con respecto al servicio y producto que brindan. Cercano a Medina Chunga (2018), quien en su estudio determina que se debe dar una rigurosa relación entre el producto ofrecido con el servicio brindado por parte de los trabajadores hacia los consumidores, con la intención de que se lleven un excelente concepto de la atención brindada. Chamorro Susana (2016) evidencia que el transmitir una extraordinaria imagen a sus clientes, le permite a cada empresa generar una confianza, credibilidad y sobre todo profesionalidad en el servicio prometido.

Tabla N° 22, se observa que, del total de consumidores encuestados, el 72.1% indico que, si tuviesen algún inconveniente en las heladerías, el personal que labora en ellas si actúan de inmediato para remediarlo, 13.2% dijo que no. No coincide con Almarstar Adrianzén (2017), debido a que en las organizaciones estudiadas se evidencia una deficiencia por parte del personal administrativo para resolver alguna duda o consulta que tengan los clientes sobre el producto ofrecido. Chamorro (2016) expresa, el actuar no consiste solo en escuchar lo que el cliente necesita, sino también darle solución a un problema que se le presente durante su estadía en el establecimiento, con el fin de simplificarle el dilema.

Tabla N° 23, se observó que del total de clientes encuestados 89.7% dijeron que el lugar y horario con los que cuenta cada heladería son accesibles a sus necesidades, en cambio el 10.3% manifestó que no. Semejante con Montero Yuri (2019), señala que los horarios y servicios contratados deben ser convenientes para cada consumidor, gracias a ello se les permite lograr una fidelización en su compra de venta para adquirir el producto de su preferencia. Chamorro Susana (2016) comunica, que para hacer el servicio de atención alcanzable, se debe tomar en cuenta el tiempo y espacio con los que pueden contar los consumidores, debido a que son los encargados de agendar las posibilidades que tienen por ir a los centros de consumo favoritos para degustar lo que ellos prefieran.

Tabla N° 24, se observa que 82.4% de los consumidores si creen que el personal con el que cuenta la heladería si trabaja en equipo con el fin de mantenerlo satisfecho en la atención brindada, asimismo el 17.6% dijo que no. Semejante con Acosta Piña (2017), puesto que señala que los clientes en su totalidad están conformes con la atención con la atención que reciben por parte de los colaboradores, debido a que trabajan en equipo, lo que les permite retener clientela. Por su lado Chamorro Susana (2016) precisa que todo el departamento de atención al cliente debe trabajar de manera cooperativa, con el objetivo de cumplir con las expectativas que tiene cada consumidor.

Tabla N° 25, se observó que el 92.6% de los clientes sondeados, dijeron que las heladerías si cuentan con un control de calidad en los productos que se les ofrece, el 7.4% indico que no. Similar a Acosta Piña (2017), indica que los colaboradores si se capacitan en la elaboración de los productos que ofrecen con la única finalidad de que sus consumidores, los prefieran por su sabor y buena calidad, para que así estén satisfechos con ellos. La autora Chamorro Susana (2016) expone que el contar con un sistema de control de calidad, permite que el cliente valore su

atención brindada, para que así te brinden una opinión sobre las posibilidades de mejora que se pueden ir implementando.

Tabla N° 26, se observa que 79.4% de clientes encuestados, mencionaron que, si se les cumple con la publicidad que se promueven mediante redes sociales, por ello el 20.6% respondió que no. Coincide con Acosta Piña (2018) quien en su investigación determina que el ofrecerles promociones a los clientes les permite retenerlos para así ganar más confianza en la clientela que acude a estos negocios. Chamorro Susana (2016) menciona que se le debe cumplir todo lo que se le promete al cliente para así mantenerlo satisfecho, de lo contrario se obtendrán consumidores frustrados, los cuales pueden perjudicar la reputación de la compañía.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Como conclusiones del trabajo de investigación, titulado “Gestión de la calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019” se llegó a las siguientes:

- ✓ Respecto a los elementos de la Gestión de calidad llegue a la conclusión, que el indicador de **estructura organizacional** está bien definido en estas MYPEs debido a que se especifica las funciones que debe cumplir cada colaborador, asimismo la **planificación** es eficiente y efectiva, debido a que los miembros que laboran en estas organizaciones están comprometidos con los objetivos que se tienen trazados, lo que les permite conocer la misión, visión y valores de las mismas.
- ✓ Con relación a los principios de la Gestión de calidad, se encontró que en su mayoría de ellas si practican el indicador de **mejora continua**, debido a que constantemente están brindando productos innovadores y de calidad, manteniendo una **relación beneficiosa** con sus proveedores, ya que ellos son los responsables de sugerir los productos que se encuentran con más salida en el mercado para la elaboración de los helados, permitiéndoles mantener una relación directa con sus clientes en relación al producto y atención brindada, asimismo se realiza un estudio de mercado que le permita identificar las necesidades de sus clientes.
- ✓ Respecto a los factores de Atención al cliente, los indicadores de **actitud de servicio** y **personal competente – bien informado** resultaron ser los más favorables para las MYPE, debido a que, si toman en cuenta los gustos y preferencias de los consumidores al momento de adquirir el servicio, asimismo se

les brinda un trato cordial y amable por parte de los trabajadores, lo que genera una confianza absoluta en ellos para que sigan acudiendo a estas heladerías.

- ✓ Con relación a las claves de Atención al cliente que ofrecen las MYPE, el indicador **el cliente es lo primero**, es el más relevante debido a que los clientes son la base fundamental para que el negocio tenga el éxito deseado y la continuidad en el mercado, asimismo se les presenta una buena infraestructura, calidad de sabor y servicio para que estén a gusto con las heladerías. Además, la mayoría de empresas cuentan con un control de calidad en los productos que ofrecen, de la misma forma brindan horarios accesibles, atención inmediata, transmitiendo con todo ello una **buena imagen** de las heladerías para con los clientes.

6.2. Recomendaciones

- Con respecto a los principios de gestión de la calidad se recomienda brindar capacitaciones de liderazgo que ayuden a mantener un ambiente interno y externo favorable en cada colaborador, con el objetivo de que se cumplan los objetivos organizacionales, asimismo contar con suficientes procesos que les permitan ejecutar cada actividad planteada en la producción de los helados.
- Con respecto a los factores de atención al cliente se recomienda proporcionarles a los consumidores una atención mucho más personalizada y empática de cada uno de los sabores que se ofrecen en estas MYPE.
- Con respecto a las claves de atención al cliente se recomienda, tomar más atención a lo que se lanzan en las publicidades mediante redes sociales o flyers ya que muchas veces estas son por tiempo limitados sin ser especificados en el encabezado de la publicación o lo colocan con la letra muy chiquita que muchas veces no son percibidos por los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Quezada Bayron (2016), Propuesta de un modelo de Gestión de Calidad para la mejora de los restaurantes de la ciudad de Ambato – Ecuador, Facultad de Dirección de Empresas, Universidad Regional Autónoma de los Andes Uniandes. Obtenido de:
<http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/5749/1/PIUAESC008-2017.pdf>
- Sánchez Aby (2017). Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán, Zacapa – Guatemala; Facultad de ciencias económicas y empresariales; Universidad Rafael Landívar. Obtenido de:
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- Burgos González (2017). Desarrollo del sistema de Gestión de la calidad en el Restaurante-Bar Ouzo Agave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS – USNA 008 (tesis de pregrado). Facultad de Ingeniería de la Universidad Libre de Colombia. Bogotá.D.C, Colombia. Obtenido de:
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10591/DOCUMENTO%20FINAL.pdf?sequence=1>
- Souza Yhuaraqui (2017). Gestión de calidad bajo el enfoque de marketing en las MYPES del sector comercial, rubro heladerías, distrito de Calleria, año 2017 (tesis de pregrado), Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas,

Escuela profesional de Administración. Universidad Católica los Ángeles de
Chimbote, Pucallpa, Perú. Obtenido de:
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4948/GESTION_
D
E_CALIDAD_MARKETING_DE_SOUZA_YHUARAQUI_LIZ_MARYLIN.p
d f?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4948/GESTION_D
E_CALIDAD_MARKETING_DE_SOUZA_YHUARAQUI_LIZ_MARYLIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Sandoval Fiorella (2018). El sistema de gestión de calidad y la Atención al cliente en el Restaurante el Gourmet Urbano en el Distrito de San Isidro, 2015, Facultad de ciencias de la comunicación, turismo y psicología, Universidad San Martín de Porres Lima – Perú. Obtenido de:
http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4339/3/sandoval_c fe.pdf
- Buttgenbach Wilder (2018). Gestión de Calidad bajo el Enfoque del Neuromarketing en las MYPE rubro restaurantes de comida típica en el distrito y provincia de Oxapampa, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú. Obtenido de:
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10660/GESTI
O
N_DE_CALIDAD_NEUROMARKETING_BUTTGENBACH_GALLO_WILD
ER_LUIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10660/GESTION_DE_CALIDAD_NEUROMARKETING_BUTTGENBACH_GALLO_WILDER_LUIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Saavedra Mendoza (2018). Caracterización de la gestión de calidad y productividad de las MYPE rubro panaderías del centro de Tambogrande año 2018, Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Escuela

profesional de administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote Piura. Obtenido de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5943/GESTION_DE_CALIDAD_PRODUCTIVIDAD_SAAVEDRA_MENDOZA_TERESITA_DE_L_JESUS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Chulli Isaac (2016), Caracterización Gestión de Calidad y Control administrativo en las MYPE rubro restaurantes de la urbanización la Providencia los Tallanes Piura, año 2016 Facultad Ciencias Contables, Financieras y Administrativas; Escuela Profesional de Administración, Universidad Los Ángeles de Chimbote.

Obtenido de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11946/CONTROL_ADMINISTRATIVO_MYPE_CHULLI_ZAPATA_ISAAC_ALEXIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Chuyes Johan (2019). Caracterización de la gestión de calidad y capacitación de las MYPE rubro hamburgueserías en urb. Piura - Piura, año 2018, Facultad de Ciencias contables, financieras y administrativas, Escuela profesional de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Piura. Obtenido de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14364/GESTION_DE_CALIDAD_CAPACITACION_BOBBIO_CHUYES_JOHAN_PAOLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Mendoza Gándara (2015). El servicio de Atención al cliente en los restaurantes ubicados en la cabecera Municipal de Jutiapa – Guatemala, Facultad de ciencias económicas y empresariales, Licenciatura en Administración de empresas, Universidad Rafael Landívar. Obtenido de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/01/01/Mendoza-Fatima.pdf>
- López Daniela (2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, Maestría en Administración de empresas, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Villalba Silvana (2016). Análisis de calidad del servicio y Atención al cliente en Azuca Beach, Azuco Bistro y Q Restaurant, y Sugerencias de mejora en Quito – Ecuador, Facultad de ciencias humanas, Escuela de Hotelería y Turismo, Universidad Pontificia Católica del Ecuador. Obtenido de: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11384/TESIS%20FINAL%20CON%20FORMATO%20DISE%c3%91ADO2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arroyo Díaz (2017). Diseño de un modelo de Gestión de la calidad basado en la herramienta EFQM para mejorar la atención al cliente del restaurant Marako's Grill S.A.C. – Chiclayo 2015-2016, Facultad de ciencias administrativas y

recursos humanos, Escuela profesional de Administración, Universidad San Martín de Porres. Obtenido de: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/3351/arro_y_o_dpc.pdf;jsessionid=B995CA5F6E83874B3AED7EA5C0C57809?sequence=1

- Acosta Piña (2017). Gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de Atención al cliente en las MYPES del sector industrial elaboración de productos de Panadería, distrito de Mantay, año 2017. Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Escuela profesional de Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Pucallpa. Obtenido de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6247/MICROEMPRESAS_GESTION_DE_CALIDAD_ACOSTA_PINA_CESSIO_MANZZINI.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Yzaguirre Ventura (2019). Gestión de la calidad en la Atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicio, Rubro Pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018, Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Escuela profesional de Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9872/GESTION_D

E_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_YZAGUIRRE_VENTURA_ELIZ
A BETH_YSELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Medina Chunga (2018). Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del distrito de Vice – Sechura año 2018, Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Escuela profesional de Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
Obtenido de:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5932/CLIENTES_CALIDAD_MEDINA_CHUNGA_MARY_ESTEFANY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Montero Yuri (2019). Características de la Calidad de Servicio y la Atención al Cliente en la Heladería “Don Carlos” en la Provincia de Sullana, Año 2018, Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Escuela profesional de Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
Obtenido de:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10513/CALIDAD_SERVICIO_MONTERO_GONZALEZ_YURI_MILENA.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Almestar Adrianzén (2017). Caracterización de la competitividad y Atención al cliente en las MYPE del rubro pollerías en la urbanización Ignacio Merino – Piura, año 2017, Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Escuela profesional de Administración, Universidad Católica los Ángeles de

Chimbote. Obtenido de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2370/COMPETITIVIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_ALMESTAR_ADRIANZEN_PATTY_ROSALIA.pdf?sequence=4&isAllowed=y

- Sodexo (2019). 7 factores para una excelente atención al cliente. Sodexo Venezuela, Tips y consejos. Obtenido de: <https://www.sodexo.com.ve/7-factores-para-lograr-la-excelencia-en-la-atencion-al-cliente/>
- Aguiar, A (2016). Técnicas e Instrumento de recolección de datos. Saber metodología. Recuperado de: <https://sabermetodologia.wordpress.com/2016/02/15/tecnicas-e-instrumentos-de-recoleccion-de-datos/#:~:text=La%20recolecti%C3%B3n%20de%20datos%20se,y%20el%20diccionario%20de%20datos.>
- Gómez Escobar (2009). Barreras contra el buen servicio. Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave). 1era edición. Argentina: El Cid Editor.
- Chamorro Susana (2016). Claves para mejorar la Atención al cliente. Gestión de Empresas. Deusto Formación. Recuperado de: <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/10-claves-para-mejorar-atencion-cliente-tu-empresa>
- Mateo Rafael (2009). Elementos de la gestión de calidad. Sistemas de gestión de calidad – un camino hacia la satisfacción del cliente – Parte I. Publicado en Suprema Qualitas. Obtenido de:

<http://www.squalitas.com/site/article/sistemas-de-gestion-de-la-calidad-un-camino-hacia-la-satisfaccion-del-cliente-parte-i>

- Concha Verdú (2013). Factores de la Atención al cliente. Clientelandia, competencias emocionales y atención al cliente. Obtenido de: <https://clientelandia.wordpress.com/2013/03/13/5-factores-basicos-para-que-tus-clientes-se-sientan-bien-atendidos/>
- Velarde Marco (2017). Diario El Comercio, El 60% de las MYPE que utiliza el medio Kit Digital factura casi el doble. Publicado el 21 de setiembre del 2017. Obtenido de: <https://elcomercio.pe/economia/peru/produce-60-mype-utiliza-medio-digital-factura-doble-noticia-459915>
- Pérez Reyes (2018). Agencia Andina. Micro y pequeñas empresas aportan el 24% del PBI nacional. Publicado el 29 de mayo del 2018. Recuperado de: <https://andina.pe/agencia/noticia-produce-micro-y-pequenas-empresas-aportan-24-al-pbi-nacional-711589.aspx>
- Bernal, A (2010). Metodología de la investigación. Tercera Edición PEARSON EDUCACIÓN, Colombia, 2010.
- Hernández (2014). Metodología de la investigación Científica. México: Prentice Hall. Recuperado de Editorial Prentice Hall.
- Osorio (2011). Gestión tecnológica y empresarial. El mercado de helados. Obtenido de: <http://pa814h.blogspot.com/2011/12/el-mercado-de-los-helados.html>
- Casaretto, D. (17 de Marzo de 2019). *Rpp Noticias*. Obtenido de El helado en Perú ¿Cuánto, dónde y por qué se consume?: <https://rpp.pe/economia/economia/el-helado-en-el-peru-cuanto-donde-y-por-que-se-consume-noticia-1186308>

- Coloma, C. (26 de Abril de 2004). Historia de la culinaria peruana. Los helados peruano desde el siglo XVIII. Obtenido de Helados del Perú: <https://sites.google.com/site/historiadela culinariaperuana/helados-del-peru>
- IPE. (2019). PIURA: El crecimiento. *El tiempo*.
- ISO, 9. (16 de octubre de 2018). ¿Quiere saber lo que significa la gestión de calidad? Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/10/quiere-saber-lo-que-significa-la-gestion-de-calidad/>
- León, L. (3 de marzo de 2016). *El mercado de Helados en Perú*. Obtenido de Marketing disruptivo: <http://marketing-disruptivo.com/inicio/que-hace-marketing-disruptivo/mercado-de-helados-en-el-peru/>
- Reyes, R. P. (29 de Mayo de 2018). *Andina, agencia peruana de noticias*. Obtenido de Produce: micro y pequeñas empresas aportan 24% al PBI nacional: <https://andina.pe/agencia/noticia-produce-micro-y-pequenas-empresas-aportan-24-al-pbi-nacional-711589.aspx>
- Silva, D. D. (1 de Junio de 2020). ¿Qué es la atención al cliente?. Definición. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- ULADECH (2019). Aprobado por acuerdo del consejo universitario con resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH católica, 16 de agosto 2019. CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN VERSIÓN 002, 1 – 7.
- Cavada, G (2019). Universo, muestra, tamaño muestral y análisis estadístico. Colombia.
- Díaz, S.C. (2015). Metodología de la investigación Científica. Lima: San Marcos.

ANEXOS

Anexo 01. Cronogramas de actividades

Nº	Semanas Actividades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
		1	Título del proyecto de investigación.	■													
2	Matriz de actividades de investigación, Resumen de la línea de investigación.		■														
3	Introducción del proyecto de investigación.			■													
4	Planteamiento del problema.				■												
5	Justificación de la investigación.					■											
6	Marco teórico y conceptual: organizando el esquema de bases.						■										
7	Antecedentes							■									
8	Bases teóricas de la investigación								■								
9	Hipótesis de la investigación									■							
10	Metodología de la investigación: *Tipo y nivel de la investigación. *Técnicas e instrumentos										■						
11	Plan de análisis											■					
12	Matriz de operacionalización												■				
13	Referencias bibliográficas.													■			
14	Anexos.														■		
15	Presentación y Sustentación del proyecto.																■
																	■

Actividades	Semana 1	S. 2	S. 3	S. 4	S. 5	S. 6	S. 7	S. 8	S. 9	S. 10	S. 11	S. 12	S. 13	S. 14	S. 15	S. 16	S. 17
• Análisis de resultados (socialización de SPA/ elaboración de resultados, conclusiones, recomendaciones, introducción y resumen)	X																
• Avance de Análisis de resultados		X	X														
• Presentación del Análisis de resultados				X													
• Mejora del Análisis de resultados					X												
• Conclusiones y recomendaciones						X											
• Introducción, Resumen y Abstract							X	X									
• Calificación de (redacción del análisis de resultados, conclusiones, recomendaciones, introducción y resumen – Abstract)									X	X	X	X					
• Calificación (redacción del análisis de resultados, conclusiones, recomendaciones, introducción, resumen – Abstract y metodología)													X	X	X		
• Publicación de promedios																	X

Anexo 2: Presupuesto

PRESUPUESTO					
(EXPRESADO EN SOLES)					
RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL	TOTAL
MATERIALES					S/. 104.50
Lapiceros	6		S/. 2.50	S/. 15.00	
USB	1		S/. 30.00	S/. 30.00	
Hojas A4	500		S/. 0.10	S/. 50.00	
Cuaderno	1		S/. 5.00	S/. 5.00	
Lápiz	2		S/. 1.00	S/. 2.00	
Borrador	2		S/. 0.50	S/. 1.00	
Tajador	1		S/. 1.50	S/ 1.50	
SERVICIOS					S/. 357.00
Pasajes	26		S/. 4.50	S/. 117.00	
Internet	3	meses	S/. 50.00	S/. 150.00	
Turnitin			S/. 60.00	S/. 60.00	
Impresiones	30		S/1.00	S/. 30.00	
TOTAL					S/. 461.50

Anexo 3: Cuestionarios – Gestión de la calidad y Atención al cliente



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Tenga Usted buen día, soy estudiante de la carrera profesional de administración de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote de la filial Piura, me encuentro realizando una investigación titulada "Gestión de la Calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro Heladerías del cercado de Piura, año 2019", para ello acudo a usted con la finalidad de que responda algunas preguntas sencillas marcando con un aspa (x) en la respuesta que crea conveniente. Anticipadamente agradezco su participación.

CUESTIONARIO DIRIGIDO AL GERENTE

1. ¿La heladería cuenta con una misión, visión y valores que identifican a la organización?
a) Si b) no
2. ¿Considera usted que la estructura organizacional de la heladería está bien establecida, por funciones y responsabilidades?
a) Si b) no
3. ¿Usted como encargado de la heladería, planifica las actividades necesarias hacia donde quieren llegar, como lo van hacer y que van a necesitar para alcanzar el éxito?
a) Si b) no
4. ¿Cuentan con procesos eficientes dentro de las actividades que se planifican en la organización, desde la elaboración de los helados, hasta la entrega final del mismo?
a) Si b) no
5. ¿Usted como encargado de la heladería aprovecha las oportunidades que se le presenta, con el fin de eliminar los obstáculos que le impiden crecer a la empresa?
a) Si b) no
6. ¿Cree usted que dentro de la heladería se cuenta con un estudio de mercado que le permite identificar las necesidades de sus consumidores?
a) Si b) no
7. ¿Considera usted que el brindarles una buena atención y servicio a sus clientes, le garantiza mantenerlos satisfechos para conservar una continuidad en el mercado?
a) Si b) no
8. ¿Brinda capacitaciones de liderazgo, las cuales le permiten mantener un ambiente interno favorable para el cumplimiento de los objetivos organizacionales?
a) Si b) no
9. ¿El personal de la heladería se involucra dentro de las decisiones que se pueden tomar en la organización, con el objetivo de que demuestren sus habilidades de negocio que poseen?
a) Si b) no
10. ¿Considera usted, que se cuentan con los procesos suficientes y eficientes en cada actividad para la buena elaboración y entrega de los productos
a) Si b) no
11. ¿Considera usted que en la heladería se realiza una evaluación constante del desempeño que tiene cada colaborador en la organización, asimismo implementa un plan de mejora continua tanto en productos y servicio?
a) Si b) no
12. ¿Para la toma de decisiones que se tiene dentro de la heladería, se realizan investigaciones previas de la situación en que se encuentra el mercado, para tener una buena elección?
a) Si b) no
13. ¿Usted considera que mantiene una relación beneficiosa con los proveedores que les proporciona los materiales e insumos para la elaboración de los helados?
a) Si b) no



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Tenga Usted buen día, soy estudiante de la carrera profesional de administración de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote de la filial Piura, me encuentro realizando una investigación titulada "Gestión de la Calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro Heladerías del cercado de Piura, año 2019", para ello acudo a usted con la finalidad de que responda algunas preguntas sencillas marcando con un aspa (x) en la respuesta que crea conveniente. Anticipadamente agradezco su participación.

CUESTIONARIO DIRIGIDO AL CLIENTE

14. ¿Usted cómo consumidor de la heladería, considera que le ofrecen una confianza tanto en calidad de sabor, como servicio de los productos que le brindan?
a) Si b) no
15. ¿Dentro de la heladería, cree usted que el personal que trabaja en ella, lo(a) trata de manera cortés, amable y educada?
a) Si b) no
16. ¿Usted considera que le proporcionan una atención personalizada y empática para conocer sus gustos y preferencias?
A) Si b) no
17. ¿Cree que el personal que trabaja en la heladería es competente y está bien informado sobre cada uno de los productos y servicios de helados que ofrecen?
a) Si b) no
18. ¿Según su perspectiva, la heladería cuenta con una instalación adecuada del lugar, una decoración acorde al producto y una buena presentación del personal, que labora en ella?
a) Si b) no
19. ¿Usted como cliente, siente que la heladería lo prioriza ante todo?
a) Si b) no
20. ¿Considera usted, que el personal de heladería lo(a) escucha atentamente en su pedido, con la finalidad de proporcionarle respuestas rápidas con respecto al producto de su preferencia?
a) Si b) no
21. ¿La heladería le transmite una buena imagen con relación al producto y servicio que brinda?
a) Si b) no
22. ¿Si usted tiene algún inconveniente en la heladería, considera que actúan de inmediato para remediarlo?
a) Si b) no
23. ¿Considera usted que el lugar y horario con los que cuenta la heladería son accesible a sus necesidades?
a) Si b) no
24. ¿Cree usted que el personal con el que cuenta la heladería trabaja en equipo con el fin de mantenerlo satisfecho en la atención brindada?
a) Si b) no
25. ¿Usted considera que la heladería cuenta con un control de calidad en los productos que le ofrece?
a) Si b) no
26. ¿Con respecto a las promociones, considera usted que la heladería cumple con la publicidad que ofrece en las redes sociales?
a) Si b) no

Anexo 4: Validación de los instrumentos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

YO Héctor Orlando Arica Chujó

Identificado con DNI 02786302

Con el grado de MG DOCENCIA UNIVERSITARIA

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos del cuestionario, elaborado por la estudiante **Amanda Emperatriz Jimenez Navarro**, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación titulado: Gestión de la Calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro Heladerías del Cercado de Piura, año 2019, que se encuentra realizando.

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

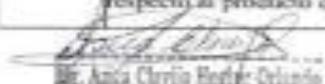
Piura, mayo del 2020.

Mg. Arica Chujó Héctor Orellana
DNI. 02786302
Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Gestión de la Calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro Heladerías del Cercado de Piura, año 2019.									
AUTORA: AMANDA EMPERATRIZ JIMENEZ NAVARRO									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso sesgado?		¿Se necesita más items para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	GESTIÓN DE CALIDAD								
1OE	Describir los elementos que tiene la gestión de calidad en las MYPE rubro heladerías del Cercado de Piura, año 2019.								
1	¿La heladería cuenta con una misión, visión y valores que identifican a la organización?	✓			✓		✓		✓
2	¿Considera usted que la estructura organizacional de la heladería está bien establecida, por funciones y responsabilidades?	✓			✓		✓		✓
3	¿Usted como encargado de la heladería, planifica las actividades necesarias hasta donde quieren llegar, como lo van hacer y que van a necesitar para alcanzar el éxito?	✓			✓		✓		✓
4	¿Cumplan con procesos eficientes dentro de las actividades que se planifican en la organización, desde la elaboración de los helados, hasta la entrega final del mismo?	✓			✓		✓		✓
5	¿Usted como encargado de la heladería aprovecha las oportunidades que se le presenta, con el fin de eliminar los obstáculos que le impiden crecer a la empresa?	✓			✓		✓		✓
2OE	Conocer los principios de gestión de calidad que se aplican en las MYPE rubro heladerías del Cercado de Piura, año 2019.								
6	¿Cree usted que dentro de la heladería se cuenta con un estudio de mercado que le permite identificar las necesidades de sus consumidores?	✓			✓		✓		✓
7	¿Considera usted que al brindarles una buena atención y servicio a sus clientes, le garantiza mantenerlos satisfechos para conservar una continuidad en el mercado?	✓			✓		✓		✓
8	¿Brinda capacitaciones de liderazgo, las cuales le permiten mantener un ambiente interno favorable para el cumplimiento de los objetivos organizacionales?	✓			✓		✓		✓


 Ana Clara Boggio Delgado
 DNI. 92786302
 CLAO 06245

9	¿El personal de la heladería se involucra dentro de las decisiones que se pueden tomar en la organización, con el objetivo de que demuestren sus habilidades de negocio que poseen?	✓			✓		✓		✓
10	¿Considera usted, que se cuentan con los procesos suficientes y eficientes en cada actividad para la buena elaboración y entrega de los productos?	✓			✓		✓		✓
11	¿Considera usted que en la heladería se realiza una evaluación constante del desempeño que tiene cada colaborador en la organización, asimismo implementa un plan de mejora continua tanto en productos y servicios?	✓			✓		✓		✓
12	¿Para la toma de decisiones que se tiene dentro de la heladería, se realizan investigaciones previas de la situación en que se encuentra el mercado, para tener una buena elección?	✓			✓		✓		✓
13	¿Usted considera que mantiene una relación beneficiosa con los proveedores que les proporcionan los materiales e insumos para la elaboración de los helados?	✓			✓		✓		✓
30E	Conocer los factores de atención al cliente que se brindan en las MYPE rubro heladerías del mercado de Piura, año 2019								
14	¿Usted como consumidor de la heladería, considera que le ofrecen una confianza tanto en calidad de sabor, como servicio de los productos que le brindan?	✓			✓		✓		✓
15	¿Dentro de la heladería, cree usted que el personal que trabaja en ella, lo(s) trata de manera cortés, amable y educada?	✓			✓		✓		✓
16	¿Usted considera que le proporcionan una atención personalizada y empática para conocer sus gustos y preferencias?	✓			✓		✓		✓
17	¿Cree que el personal que trabaja en la heladería es competente y está bien informado sobre cada uno de los productos y servicios de helados que ofrecen?	✓			✓		✓		✓
18	¿Según su perspectiva la heladería cuenta con una instalación adecuada del lugar, una decoración acorde al producto y una buena presentación del personal que labora en ella?	✓			✓		✓		✓
40E	Identificar las claves de atención al cliente que aplican las MYPE rubro heladerías del mercado de Piura, año 2019								
19	¿Usted como cliente, siente que la heladería, lo prioriza ante todo?	✓			✓		✓		✓
20	¿Considera usted, que el personal de heladería lo(s) escucha atentamente en su pedido, con la finalidad de proporcionarle respuestas rápidas con respecto al producto de su preferencia?	✓			✓		✓		✓


 D^{ca}. Ana Clavija Borja Delgado
 DNI. 02705302
 CLAD 06246

21	¿La heladería le transmite una buena imagen con relación al producto y servicio que brinda?	✓			✓		✓		✓
22	¿Si usted tiene algún inconveniente en la heladería, considera que actúan de inmediato para remediarlo?	✓			✓		✓		✓
23	¿Considera usted que el lugar y horario con los que cuenta la heladería son accesible a sus necesidades?	✓			✓		✓		✓
24	¿Cree usted, que el personal con el que cuenta la heladería trabaja en equipo con el fin de mantenerlo satisfecho en la atención brindada?	✓			✓		✓		✓
25	¿Usted considera que en la heladería se cuenta con un control de calidad en los productos que le ofrece?	✓			✓		✓		✓
26	¿Con respecto a las promociones, considera usted que la heladería cumple con la publicidad que le ofrece en las redes sociales?	✓			✓		✓		✓


 Mg. Arica Clavijo Hecar Oriando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

YO Raquel Silva Juárez

Identificado con DNI 02846914

Con el grado de Magister en Gerencia Empresarial

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos del cuestionario, elaborado por la estudiante **Amanda Emperatriz Jimenez Navarro**, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación titulado: Gestión de la Calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro Heladerías del Cercado de Piura, año 2019, que se encuentra realizando.

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

Piura, mayo del 2020.


Mg. Raquel Silva Juárez
UC EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD-01899

Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Gestión de la Calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro Heladerías del Cercado de Piura, año 2019.									
AUTORA: AMANDA EMPERATRIZ JIMENEZ NAVARRO									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es demasiado apócrifo?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	GESTIÓN DE CALIDAD								
1OE	Describir los elementos que tiene la gestión de calidad en las MYPE rubro heladerías del Cercado de Piura, año 2019.								
1	¿La heladería cuenta con una misión, visión y valores que identifiquen a la organización?	✓		✓		✓			
2	¿Considera usted que la estructura organizacional de la heladería está bien establecida, por funciones y responsabilidades?	✓		✓		✓		✓	
3	¿Usted como encargado de la heladería, planifica las actividades necesarias hacia donde quieren llegar, como lo van hacer y que van a necesitar para alcanzar el éxito?	✓		✓		✓		✓	
4	¿Cuentan con procesos eficientes dentro de las actividades que se planifican en la organización, desde la elaboración de los helados, hasta la entrega final del mismo?	✓		✓		✓		✓	
5	¿Usted como encargado de la heladería aprovecha las oportunidades que se le presenta, con el fin de eliminar los obstáculos que le impiden crecer a la empresa?	✓		✓		✓		✓	
	2OE								
	Conocer los principios de gestión de calidad que se aplican en las MYPE rubro heladerías del Cercado de Piura, año 2019.								
6	¿Cree usted que dentro de la heladería se cuenta con un estudio de mercado que le permite identificar las necesidades de sus consumidores?	✓		✓		✓		✓	
7	¿Considera usted que el brindarles una buena atención y servicio a sus clientes, le garantiza mantenerlos satisfechos para conservar una continuidad en el mercado?	✓		✓		✓		✓	
8	¿Brinda capacitaciones de liderazgo, las cuales le permiten mantener un ambiente interno favorable para el cumplimiento de los objetivos organizacionales?	✓		✓		✓		✓	
9	¿El personal de la heladería se involucra dentro de las decisiones que se pueden tomar en la organización, con el objetivo de que demuestren sus habilidades de negocio que poseen?	✓		✓		✓		✓	


 Mg. Miguel Soto Torres
 LE. DE GRADUACIÓN ADMINISTRATIVA
 CLAD-01009

10	¿Considera usted, que se cuentan con los procesos suficientes y eficientes en cada actividad para la buena elaboración y entrega de los productos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	¿Considera usted que en la heladería se realiza una evaluación constante del desempeño que tiene cada colaborador en la organización, asimismo implementa un plan de mejora continua tanto en productos y servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	¿Para la toma de decisiones que se tiene dentro de la heladería, se realizan investigaciones previas de la situación en que se encuentre el mercado, para tener una buena elección?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	¿Usted considera que mantiene una relación beneficiosa con los proveedores que les proporciona los materiales e insumos para la elaboración de los helados?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30E	Conocer los factores de atención al cliente que se brindan en las MYPE rubro heladerías del circado de Piura, año 2019						
14	¿Usted como consumidor de la heladería, considera que le ofrecen una confianza tanto en calidad de sabor, como servicio de los productos que le brindan?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	¿Dentro de la heladería, cree usted que el personal que trabaja en ella, lo(s) trata de manera cortés, amable y adecuada?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	¿Usted considera que le proporcionan una atención personalizada y empática para conocer sus gustos y preferencias?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	¿Cree que el personal que trabaja en la heladería es competente y está bien informado sobre cada uno de los productos y servicios de helados que ofrecen?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	¿Según su perspectiva la heladería cuenta con una instalación adecuada del lugar, una decoración acorde al producto y una buena presentación del personal que labora en ella?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40E	Identificar las claves de atención al cliente que aplican las MYPE rubro heladerías del circado de Piura, año 2019						
19	¿Usted como cliente, siente que la heladería, lo prioriza ante todo?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	¿Considera usted, que el personal de heladería lo(s) escucha atentamente en su pedido, con la finalidad de proporcionarle respuestas rápidas con respecto al producto de su preferencia?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	¿La heladería le transmite una buena imagen con relación al producto y servicio que brinda?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	¿Si usted tiene algún inconveniente en la heladería, considera que actúan de inmediato para remediarlo?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	¿Considera usted que el lugar y horario con los que cuenta la heladería son accesible a sus necesidades?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	¿Cree usted, que el personal con el que cuenta la heladería trabaja en equipo con el fin de mantenerlo satisfecho en la atención brindada?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	¿Usted considera que en la heladería se cuenta con un control de calidad en los productos que le ofrece?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	¿Con respecto a las promociones, considera usted que la heladería cumple con la publicidad que le ofrece en las redes sociales?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>


 Mg. Rafael Silva Jaimes
 LICENCIADO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

YO ISELLA DEL SOCORRO PINGO NIMA

Identificado con DNI 00372789

Con el grado de MAGISTER EN GESTIÓN PÚBLICA

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos del cuestionario, elaborado por la estudiante **Amanda Emperatriz Jiménez Navarro**, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación titulado: **Gestión de la Calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro Heladerías del Cercado de Piura, año 2019**, que se encuentra realizando.

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

Piura, mayo del 2020.



Mg. Isella del Socorro Pingo Nima
DECANA REGIONAL
CORLAD TUMBES
REGÚC N° 2624
Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Gestión de la Calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro Heladerías del Cercado de Piura, año 2019.									
AUTORA: AMANDA EMPERATRIZ JIMENEZ NAVARRO									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso o sesgado?		¿Se necesita más items para medir el concepto?	
	GESTIÓN DE CALIDAD	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
IOE	Describir los elementos que tiene la gestión de calidad en las MYPE rubro heladerías del Cercado de Piura, año 2019.								
1	¿La heladería cuenta con una misión, visión y valores que identifican a la organización?	✓			✓		✓		✓
2	¿Considera usted que la estructura organizacional de la heladería está bien establecida, por funciones y responsabilidades?	✓			✓		✓		✓
3	¿Usted como encargado de la heladería, planifica las actividades necesarias hacia donde quieren llegar, como lo van hacer y que van a necesitar para alcanzar el éxito?	✓			✓		✓		✓
4	¿Cuentan con procesos eficientes dentro de las actividades que se planifican en la organización, desde la elaboración de los helados, hasta la entrega final del mismo?	✓			✓		✓		✓
5	¿Usted como encargado de la heladería aprovecha las oportunidades que se le presenta, con el fin de eliminar los obstáculos que le impiden crecer a la empresa?	✓			✓		✓		✓
2OE	Conocer los principios de gestión de calidad que se aplican en las MYPE rubro heladerías del Cercado de Piura, año 2019.								
6	¿Cree usted que dentro de la heladería se cuenta con un estudio de mercado que le permite identificar las necesidades de sus consumidores?	✓			✓		✓		✓

Mg. Isella del Socorro Prado Nima
 DECANA REGIONAL
 CORLAD TUMBES
 REGUC N° 2624

7	¿Considera usted que el brindarles una buena atención y servicio a sus clientes, le garantiza mantenerlos satisfechos para conservar una continuidad en el mercado?	✓		✓	✓	✓
8	¿Brinda capacitaciones de liderazgo, las cuales le permiten mantener un ambiente interno favorable para el cumplimiento de los objetivos organizacionales?	✓		✓	✓	✓
9	¿El personal de la heladería se involucra dentro de las decisiones que se pueden tomar en la organización, con el objetivo de que demuestran sus habilidades de negocio que poseen?	✓		✓	✓	✓
10	¿Considera usted, que se cuentan con los procesos suficientes y eficientes en cada actividad para la buena elaboración y entrega de los productos?	✓		✓	✓	✓
11	¿Considera usted que en la heladería se realiza una evaluación constante del desempeño que tiene cada colaborador en la organización, asimismo implementa un plan de mejora continuo tanto en productos y servicios?	✓		✓	✓	✓
12	¿Para la toma de decisiones que se tiene dentro de la heladería, se realizan investigaciones previas de la situación en que se encuentra el mercado, para tener una buena elección?	✓		✓	✓	✓
13	¿Usted considera que mantiene una relación beneficiosa con los proveedores que les proporciona los materiales e insumos para la elaboración de los helados?	✓		✓	✓	✓
SOE	Conocer los factores de atención al cliente que se brindan en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019					
14	¿Usted, como consumidor de la heladería, considera que se le ofrece una confianza de los productos que le brindan, con la finalidad de cumplir con lo que prometen?	✓		✓	✓	✓
15	¿Dentro de la heladería, cree usted que el personal que trabaja en ella, lo(s) trata de manera cortés, amable y educada?	✓		✓	✓	✓
16	¿Usted, considera que le proporcionan una atención personalizada y empática para conocer sus gustos y preferencias?	✓		✓	✓	✓

Mg. Isela del Socorro Pinedo Niño
 DECANA REGIONAL
 CORLAD TUMBES
 REG-02 N° 2024

17	¿Cree que el personal que trabaja en la heladería es competente y está bien informado sobre cada uno de los productos y servicios que ofrecen?	✓		✓	✓	✓
18	¿Según su perspectiva la heladería cuenta con una instalación adecuada del lugar, una decoración acorde al producto y una buena presentación del personal que laboran en ellas?	✓		✓	✓	✓
4OE	Identificar las claves de atención al cliente que aplican las MYPE rubro heladerías del mercado de Piura, año 2019					
19	¿Usted como cliente, siente que la heladería, lo prioriza antes que todo?	✓		✓	✓	✓
20	¿Considera usted, que el personal de heladería lo(a) escucha atentamente en su pedido, con la finalidad de proporcionarle respuestas rápidas con respecto al producto que elige?	✓		✓	✓	✓
21	¿La heladería le transmite una buena imagen con relación al producto y servicio que brinda?	✓		✓	✓	✓
22	¿Si usted tiene algún inconveniente en la heladería, considera que acción de inmediato para remediarlo?	✓		✓	✓	✓
23	¿Considera usted que el lugar y horario con los que cuenta la heladería son accesible a sus necesidades?	✓		✓	✓	✓
24	¿Cree usted, que el personal con el que cuenta la heladería, trabaja en equipo con el fin de mantenerlo satisfecho en la atención brindada?	✓		✓	✓	✓
25	¿Usted considera que en la heladería se cuenta con un control de calidad en los productos que ofrecen?	✓		✓	✓	✓
26	¿Con respecto a las promociones que la heladería ofrece mediante publicidades de redes sociales, las cumple?	✓		✓	✓	✓


 Mg. Isella del Socorro Pingo Nima
 DECANO REGIONAL
 CORLAD TUMBES
 REGUC N° 2624

Anexo 5: Consentimiento informado

"Año de la Universalización de la Salud"

Piura, 28 de abril de 2020

Propietario o representante de la MYPE:

Yo, **Amanda Jimenez Navarro**, identificada con DNI N° 74653636, estudiante del octavo ciclo de la carrera profesional de **Administración** de la asignatura **Taller de Investigación IV en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (ULADECH)**, filial Piura, con código N° 0811171045, me dirijo ante Ud. con el debido respeto, me presento y expongo lo siguiente:

Que, recorro a su persona con la finalidad de solicitarle permiso para realizar las encuestas para mi Taller de Investigación titulado: **"Gestión de la calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro Heladerías del Cercado de Piura, año 2019"**, para de esa manera obtener mi grado de bachiller en administración.

Sin otro particular, agradezco la atención brindada al presente, no sin antes expresarle mi consideración y estima personal, recordándole que la información solicitada será totalmente anónima y será utilizada exclusivamente para fines académicos.


Propietario o Representante
Gerardo Rojas Palolo.


Amanda Jimenez Navarro
DNI N° 74653636

"Año de la Universalización de la Salud"

Piura, 28 de abril de 2020

Propietario o representante de la MYPE:

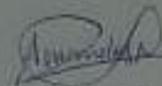
Yo, **Amanda Jimenez Navarro**, identificada con DNI N° 74653636, estudiante del octavo ciclo de la carrera profesional de **Administración** de la asignatura **Taller de Investigación IV** en la **Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (ULADECH)**, filial Piura, con código N° 0811171045, me dirijo ante Ud. con el debido respeto, me presento y expongo lo siguiente:

Que, recorro a su persona con la finalidad de solicitarle permiso para realizar las encuestas para mi Taller de Investigación titulado: **"Gestión de la calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro Heladerías del Cercado de Piura, año 2019"**, para de esa manera obtener mi grado de bachiller en administración.

Sin otro particular, agradezco la atención brindada al presente, no sin antes expresarle mi consideración y estima personal, recordándole que la información solicitada será totalmente anónima y será utilizada exclusivamente para fines académicos.



Propietario o Representante



Amanda Jimenez Navarro
DNI N° 74653636

Departamento de Piura – Distrito Piura.

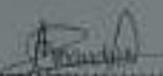
Presente. -

De mi mayor consideración:

YO: Jiménez Navarro Amanda Emperatriz estudiante del VI ciclo de la escuela profesional de Administración, identificada con el DNI 74653636, con el debido respeto que merece su persona, me dirijo a usted con la finalidad de solicitarle permiso para realizar una encuesta en su empresa para la elaboración de mi proyecto de investigación que está referido a la “Gestión de la Calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro heladerías del cercado de Piura, año 2019”.

Debido a lo expuesto le pido que estudie mi solicitud para considerar su aprobación si lo considerara oportuno.

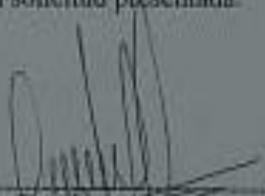
De antemano le agradezco su consideración y atención hacia mi solicitud presentada.



Atentamente

Jiménez Navarro Amanda Emperatriz

DNI 74653636



Encargado de Tienda

Ronald Hernández

Anexo 6: Libros de códigos

RESUMEN DE LIBRO DE CÓDIGO										
Variable	Dimensiones	Indicadores	Pregunta	Categoría	Código	Frecuencia		Porcentaje		
GESTIÓN DE LA CALIDAD	Elementos	Estructura Organizacional	¿La heladería cuenta con una misión, visión y valores que identifican a la organización?	SI	1	3		100%		
				NO	2	0	3	0%	100%	
			¿Considera usted que la estructura organizacional de la heladería está bien establecida por funciones y responsabilidades?	SI	1	3		100%		
				NO	2	0	3	0%	100%	
		Planificación de recursos	¿Usted como encargado de la heladería, planifica las actividades necesarias hacia donde quieren llegar, como lo van hacer y que van a necesitar para alcanzar el éxito?	SI	1	3		100%		
				NO	2	0	3	0%	100%	
		Procesos	¿Cuentan con procesos eficientes dentro de las actividades que se planifican en la organización, desde la elaboración de los helados, hasta la entrega final del mismo?	SI	1	3		100%		
				NO	2	0	3	0%	100%	
		Procedimientos	¿Usted como encargado de la heladería aprovecha las oportunidades que se le presenta, con el fin de eliminar los obstáculos que le impiden crecer a la empresa?	SI	1	3		100%		
				NO	2	0	3	0%	100%	
		Principios	Enfoque al cliente	¿Cree usted que dentro de la heladería se cuenta con un estudio de mercado que le permite identificar las necesidades de sus consumidores?	SI	1	3		100%	
					NO	2	0	3	0%	100%
	¿Considera usted que el brindarles una buena atención y servicio a sus clientes, le garantiza mantenerlos satisfechos para conservar una continuidad en el mercado?			SI	1	3		100%		
				NO	2	0	3	0%	100%	
	Liderazgo		¿Brinda capacitaciones de liderazgo, las cuales le permiten mantener un ambiente interno favorable para el cumplimiento de los objetivos organizacionales?	SI	1	3		100%		
				NO	2	0	3	0%	100%	
	Compromiso de personas		¿El personal de la heladería se involucra dentro de las decisiones que se pueden tomar en la organización, con el objetivo de que demuestren sus habilidades de negocio que poseen?	SI	1	3		100%		
				NO	2	0	3	0%	100%	
	Enfoque basado en procesos		¿Considera usted, que se cuentan con los procesos suficientes y eficientes en cada actividad para la buena elaboración y entrega de los productos?	SI	1	2		67%		
				NO	2	1	3	33%	100%	
	Mejora continua y gestión de las relaciones		¿Considera usted que en la heladería se realiza una evaluación constante del desempeño que tiene cada colaborador en la organización, asimismo implementa un plan de mejora continua tanto en productos y servicios?	SI	1	3		100%		
				NO	2	0	3	0%	100%	
		¿Para la toma de decisiones que se tiene dentro de la heladería, se realizan investigaciones previas de la situación en que se encuentra el mercado, para tener una buena elección?	SI	1	3		100%			
			NO	2	0	3	0%	100%		
¿Usted considera que mantiene una relación beneficiosa con los proveedores que les proporciona los materiales e insumos para la elaboración de los helados?	SI	1	3		100%					
	NO	2	0	3	0%	100%				

RESUMEN DEL LIBRO DE CÓDIGOS									
Variable	Dimensiones	Indicadores	Pregunta	Categoría	Código	Frecuencia		Porcentaje	
ATENCIÓN AL CLIENTE	Factores	Confiabilidad	¿Cómo consumidor de la heladería, considera que le ofrecen una confianza tanto en calidad de sabor, como servicio de los productos que le brindan?	SI	1	64		94%	
				NO	2	4	68	6%	100%
		Actitud de servicio, empatía y atención personalizada	¿Dentro de la heladería, cree usted que el personal que trabaja en ella, lo(a) trata de manera cortés, amable y educada?	SI	1	66		97%	
				NO	2	18	82	3%	97%
			¿Usted considera que le proporcionan una atención personalizada y empática para conocer sus gustos y preferencias?	SI	1	50		74%	
				NO	2	18	68	26%	100%
		Personal competente y bien informado	¿Cree que el personal que trabaja en la heladería es competente y está bien informado sobre cada uno de los productos y servicios de helados que ofrecen?	SI	1	58		85%	
				NO	2	10	68	15%	100%
	Elementos físicos y ambientales.	¿Según su perspectiva, la heladería cuenta con una instalación adecuada del lugar, una decoración acorde al producto y una buena presentación del personal, que labora en ella?	SI	1	57		84%		
			NO	2	11	68	16%	100%	
	Claves	El cliente es lo primero	¿Usted como cliente, siente que la heladería lo prioriza ante todo?	SI	1	44		65%	
				NO	2	24	68	35%	100%
		Escuchar	¿Considera usted, que el personal de heladería lo(a) escucha atentamente en su pedido, con la finalidad de proporcionarle respuestas rápidas con respecto al producto de su preferencia?	SI	1	50		74%	
				NO	2	18	68	26%	100%
		Trasmitir una imagen	¿La heladería le transmite una buena imagen con relación al producto y servicio que brinda?	SI	1	59		87%	
				NO	2	9	68	13%	100%
		Actuar	¿Si usted tiene algún inconveniente en la heladería, considera que actúan de inmediato para remediarlo?	SI	1	49		73%	
				NO	2	19	68	27%	100%
		Hacer que el servicio de atención sea accesible	¿Considera usted que el lugar y horario con los que cuenta la heladería son accesible a sus necesidades?	SI	1	61		90%	
				NO	2	7	68	10%	100%
Empoderar el departamento de atención		¿Cree usted que el personal con el que cuenta la heladería trabaja en equipo con el fin de mantenerlo satisfecho en la atención brindada?	SI	1	56		82%		
			NO	2	12	68	18%	100%	
Trabajar en equipo		SI	1						
		NO	2		0		0%		
Contar con un sistema de calidad	¿Usted considera que la heladería cuenta con un control de calidad en los productos que le ofrece?	SI	1	54		93%			
		NO	2	14	68	7%	100%		
Cumplir con todo lo que se promete		SI	1						
		NO	2			33%	33%		