



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE
EN LAS MYPES RUBRO VETERINARIAS DEL DISTRITO
VEINTISÉIS DE OCTUBRE, PIURA AÑO, 2022

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

AUTORA:

BOTETANO SANDOVAL, SOLANSH MERCEDES ALICIA
ORCID: 0000-0003-4315-9655

ASESOR:

CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928

PIURA – PERÚ 2023

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Botetano Sandoval, Solansh

ORCID: 0000-0003-1276-5329

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

Piura, Perú

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias

E Ingeniería, Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Canchari Quispe, Alicia (Presidente)

ORCID: 0000 0001 6176 191X

Rosillo De Purizaca, María Del Carmen (Miembro)

ORCID: 0000-0003-2177 -5676

Limo Vásquez, Miguel Ángel (Miembro)

ORCID: 0000-0002-7575-3571

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Canchari Quispe, Alicia

Presidente

Rosillo De Purizaca, María Del Carmen

Miembro

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Centurión Medina Reinerio Zacarias

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios por la vida y la salud

A mis padres por el apoyo incondicional en
el logro de mi meta

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente de las MYPE, rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre, Piura Año, 2022. La metodología fue de tipo Cuantitativo, Nivel Descriptivo Diseño No experimental de corte transversal. La población de gestión de calidad estuvo enfocada por 5 empresarios y de igual muestra la muestra, para atención al cliente fueron los mismos, siendo una muestra infinita desconocida obtenido el tamaño muestral de 68 clientes. La técnica fue la encuesta y el instrumento el cuestionario elaborado con un total de 25. Los principales resultados fueron: el 100% (5) de los administradores no cuentan con el certificado de gestión de calidad, el 79% (50) de los clientes indicaron que el servicio que brindan es satisfactorio, el 21% (18) de los clientes indican lo contrario, el 83% (48) de los clientes opina que el personal veterinario dan la bienvenida y muestra amabilidad al momento de recibir al cliente y asimismo con el paciente, el 87% (51) de los clientes opina que la veterinaria si cuenta con personal capacitado para orientar a los clientes. Se concluye que la totalidad de los representantes no cuentan con un certificado de gestión de calidad; asimismo aplican los principios de gestión de calidad; es decir, dan prioridad al enfoque al cliente, liderazgo, mejora continua, demuestran que ponen énfasis en el cliente, generando valor. Por otro lado la mayoría de los clientes de las MYPES indicaron el que el personal trasmite y muestra empatía, amabilidad, cortesía y confianza. Además la mayoría de los clientes indicaron que los médicos veterinarios muestran interés por atender y resolver sus necesidades, y asimismo la mayoría de los clientes de las MYPES tienen buena referencia de las clínicas porque demuestran credibilidad y confianza

Palabras clave: Gestión, calidad, servicio, atención

ABSTRACT

The objective of the research was: Determine the characteristics of quality management and customer service of MYPE, Veterinary category - Veintisés de Octubre District, Piura Year, 2022. The methodology was Quantitative Type, Descriptive Level Non-experimental Design of cross-section. The quality management population was focused on 5 businessmen and the sample had the same sample, for customer service they were the same, with an unknown infinite sample obtaining the sample size of 68 clients. La técnica fue la encuesta y el instrumento el cuestionario elaborado con un total de 25. Los principales resultados fueron: El 100% (5) de los administradores no cuentan con el certificado de gestión de calidad, el 79% (50) de los clientes indicaron que el servicio brindan es satisfactoria, el 21% (18) de los clientes indican lo contrario, el 83% (48) de los clientes opinan que el personal veterinario acoge y muestra amabilidad al recibir al cliente y así mismo con el paciente, el 87% (51) de los clientes piensan que el veterinario sí tiene personal capacitado para orientar a los clientes. It is concluded that all the representatives do not have a quality management certificate; applies the principles of quality management; that is, they give priority to customer focus, leadership, continuous improvement, shows that they put emphasis on the customer, demonstrate value. On the other hand, most of the clients of the MYPES indicated that the staff transmits and shows empathy, kindness, courtesy and trust. In addition, the majority of the clients indicated that the veterinarians show interest in attending and solving their needs, and also the majority of the clients of the MYPES have a good reference from the clinics because they demonstrate credibility and trust.

Keywords: Management, quality, service, attention

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	13
III.HIPÓTESIS	50
IV. METODOLOGÍA	51
4.1 Diseño de Investigación	51
4.2 Población y muestra	52
4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	55
4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	57
4.5 Plan de análisis.....	57
4.6 Matriz de Consistencia.....	58
4.7 Principios éticos	59
V. RESULTADOS	62
5.1 Resultados	62
5.2. Análisis y discusión de resultados.....	68
VI. CONCLUSIONES.....	81
RECOMENDACIONES	83
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92
ANEXO	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Beneficios de la gestión de calidad.....	62
Tabla 2.Principios de la gstión de gestión de calidad.....	62
Tabla 3. Procesos de atención al cliente	63
Tabla 4. Estrategias de la calidad en atención a los clientes.....	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Certificado de Gestión de Calidad.....	103
Figura 2 . Información detallada.....	103
Figura 3. Plan para capacitar al personal	104
Figura 4 Objetivos y metas trazados para el año 2022	104
Figura 5 . La comunicación con sus colaboradores ha mejorado	105
Figura 6 . La certificación ISO 9001 es una buena inversión para su veterinaria	105
Figura 7. Cuenta Usted con cartera de clientes fidelizados	105
Figura 8. Concienciar y sensibilizarse con los clientes para brindar un mejor servicio	106
Figura 9. Ideas creativas para un mejor servicio	106
Figura 10. El servicio que brinda la veterinaria es satisfactorio	107
Figura 11. El personal brinda servicio de calidad.....	107
Figura 12. Colaboradores comprometidos con la clínica veterinaria	108
Figura 13. Inspira confianza	108
Figura 14. Recomendaría esta veterinario a tus familiares y amigos	109
Figura 15. El personal demuestra conocer los procedimientos y técnicas.....	109
Figura 16. La atención de emergencia es óptima.....	110
Figura 17 el personal demuestra eficacia en desempeño de sus funciones.....	110
Figura 18. Brinda información y orientación sobre los cuidados a su mascota.....	110
Figura 19. Recibieron descuento por fidelización	111
Figura 20. Le gustaría que la veterinaria le enviénotificaciones de promociones y descuentos por correo y WhatsApp	111
Figura 21. Le gustaría que la veterinaria le enviénotificaciones de promociones y descuentos por correo y WhatsApp	112
Figura 22. Le explicó claramente sobre la salud de la mascota, así como orientaciones sobre el tratamiento de los medicamento y alimentación	112
Figura 23. Le parece a Usted que la infraestructura y la limpieza está acorde con el servicio brindado.....	113
Figura 24. El personal te brinda credibilidad y confianza al momento de la atención ..	113

Figura 25. El personal da bienvenida y muestra amabilidad al momento de la entrevista con el cliente.	114
Figura 26. El médico veterinario le brindo el diagnóstico y receta para su mascota.....	114
Figura 27. Se encuentra usted satisfecho con el costo del servicio y productos.....	115
Figura 28. Siente Usted que los colaboradores están comprometidos con la clínica. ...	115
Figura 29. La atención de la veterinaria le inspira confianza.	116
Figura 30. Recomendaría esta veterinario a tus familiares y amigos.	116
Figura 31. Ha recibo algún descuento por fidelización.	117
Figura 32 . La atención de emergencia es óptima.....	117
Figura 33. Cree Usted que el personal demuestra eficacia en el desempeño de su servicio.....	118
Figura 34 . Visita con frecuencia la veterinaria.	118

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Relación de la MYPE.....	52
Cuadro 2. Criterios de inclusión y de exclusión	54
Cuadro 3. Operacionalización de las variables	55
Cuadro 4. Matriz de consistencia.....	58
Cuadro 5. Propuesta de mejora de la Gestión de calidad y la atención al cliente.....	66
Cuadro 6. Diagnostico empresarial.....	88

I. INTRODUCCIÓN

En el Perú las MYPES son un componente clave en la economía regional y nacional, son las que aportan la mayor cantidad de puestos de trabajo son generadoras del 75 % del empleo, teniendo una fuerte preponderancia en el desarrollo económico y social para el crecimiento de todo el país, conformando el 95 % de las Micro y Pequeñas Empresas, aportando un 45 % al PBI Producto Bruto Interno (ComexPerú, 2020), es así que en Piura donde se analiza el presente estudio existen una infinidad de micro empresas especialmente en el rubro de veterinarias las cuales presentan problemas de gestión de calidad y atención al cliente, principalmente desconocen de los beneficios y principios que tienen la calidad, la falta de capacitación al personal, como en procesos o protocolos de atención al cliente, por motivo que el empleado no está debidamente capacitado y como consecuencias tenemos insatisfechos, esto impacta en la parte interna de las empresas, significando que las veterinarias se caracterizan por el mal servicio al cliente no en todas, afectando a la rentabilidad, este problema no solo se da a nivel regional, sino también nivel nacional e internacional.

El panorama de las MYPES en el ámbito internacional, nacional, regional, local. En el rubro veterinaria el 40% de las familias cuentan con una mascota, señala Solana, director general de AEDPAC (Asociación Española de la Industria y el Comercio del Sector del Animal de Compañía). (Casas, 2019)

Se dice que hay cierta tendencia de comida saludable productos biológicos naturales para las mascotas de casa, la demanda ha evolucionado debido a la mejora y transformación de

los emprendimientos. El mercado de mascotas ha dado un giro 360 ya que en la actualidad la atención ha mejorado cuenta con la creación de hoteles para los como miembros de la familia. En Europa e costo de 10 euros por noche, y ha generado mayores cuidados de alimentación, medicina, salud: demandando e incrementando más servicios en el mercado en pro del bienestar del propietario (Casas, 2019)

Para la expositora Rosana Builes de la Universidad de Lima en un webinar señaló que los problemas que limitan el crecimiento de las MYPES en América Latina se divide en dos aspectos, primero que cuenta con una baja productividad donde existe una amplia brecha entre las grandes empresas y los segundo es que existe una brecha enorme en poca inversión en conocimiento, tecnología y en capital. Otros de los problemas que aqueja son los costos logísticos, la cual no le permite desarrollarse y ser competitiva en el mercado, por lo que no sería una economía de escala. Por otro lado son los elevados trámites de formalidad, ya que los emprendedores buscan abarcar más mercados. (Builes, 2021)

En un artículo publicado en la revista Cielo señala que las MYPES en rubro Veterinarias de Ecuador reciben un 19,7% a canes de razas mestizas y el 80.3% razas puras; identificando las razas como labrador, cokker, pastor alemán, bulldog, sharpeis, entre ellos machos y hembras. Las enfermedades diagnosticadas, se identificó en la gran mayoría neoplasias, tales como tumores, cáncer y otras enfermedades. En comparación con nuestro país vemos que en la actualidad hay cierta similitud en cuanto al servicio de atención entre razas puras y mestizas. (Vinueza, Cabrera, Donoso, Pérez & Díaz 2017)

López, (2022) menciona que en México las clínicas veterinarias son una oportunidad de emprendimiento, los propietarios invierten 300 a 800 pesos sólo en alimentos, es tan

inmenso el amor que sienten por sus mascotas que les brindan una excelente calidad de vida, en los últimos tiempo el amor, el cariño, la responsabilidad se ha incrementado por lo cual se ha generado innovaciones en servicios, en vestimentas, en accesorios(hablamos de correas, juguetes, camas ,trajes típicos y alimentos) en pleno estado de emergencia se ha incrementado estos tipos de negocios, con especialistas que atienden además de canes otra variedades de animales. De las líneas escritas arriba podemos ver un cambio de conducta de los humanos hacia los animales. La demanda de productos de mascotas creció un 9% respecto alimentos 27%. El principal gasto es el alimento con un 60% y de la mano va el cuidado de la salud, seguidamente los accesorios cuidado de la salud, seguidamente los accesorios.

Economía Verde, (2019) el Covid 19 a dejado enormes perdidas en la economía a nivel mundial afectando principalmente a las micro y pequeñas empresas; las afectadas han sido restaurantes, centros comerciales, hoteles, agencias de viaje, textilera, etc, asimismo se dio una serie de disposiciones en las entidades financieras y bancarias, aplazamiento de los créditos, exonerandose de pagar los impuestos, ganerandose más tiempo a las MYPE para el pago de deudas.

En nuestro país según la Cámara de Comercio de Lima (CCL) señaló que el PBI cayó un 3,7% en el año 2020 por causa del Covid 19 afectando principalmente a las empresas privadas, cayendo la demanda de los productos y servicios, los cuales se dieron una serie de medidas restrictivas afectando a la mano de obra y dejando muchos sin empleo. Por otro lado las Superintendencia de Banca y seguro aplico créditos flexibles a las empresas.

Según el Decreto Supremo 006-2022-SA, Reglamento de la Ley que regula el Régimen Jurídico de Canes señala que las clínicas veterinarias deben contar obligatoriamente con dos requisitos principales con un médico veterinario licenciado y colegiado hábil, así mismo con el permiso del Ministerio de Salud Minsa, exhibido así mismo la licencia de funcionamiento por parte de la Municipalidad a donde pertenece. De no cumplir con establecido en la norma INDECOPI sancionaría con multas a quienes incumplan las obligaciones. Por otro lado también señala que los proveedores deben comunicar sobre la salud, además de la custodia de las mascotas, durante su hospitalización, deben contar con colaboradores capacitados para brindar un servicio de atención las 24 horas del día, que sobrepase las expectativas del propietario y de la mascota. (Diario El Peruano, 2022)

En la actualidad los especialistas veterinarios requieren mayores competencias y capacidades en la práctica del diagnóstico ya que ha evolucionado en ámbito tecnológico contando con equipos de alta calidad, tales como electrocardiograma, ecografías abdominales, exámenes de gestación y postparto análisis de enfermedades vulnerables, examen de hipertensión pulmonar, entre otros. Por tal motivo los profesionales muchas veces no están capacitados para desempeñarse con eficacia y efectividad para brindar un buen servicio en la salud de las mascotas. (Tábares, 2018)

los servicios veterinarios podemos ver que ofertan a las 24 horas del día, tales como, baños, desparasitaciones, ecografías, partos, cirugías, esterilizaciones, hospedaje, paseos caninos, adiestramientos y medicinas, incluyendo delivery. Por ello está importante la atención personalizada logrando así una fidelización y captación de más clientes potenciales. Con la finalidad de contribuir con el control y prevención de las principales

enfermedades que puedan contagiar los animales al seres humanos. Por otro lado según la ordenanza 1855 el régimen de protección animal indica que deben contar con registro municipal obligatorio para algunas zonas de la capital, así mismo en diferentes departamentos deben contar con su DNI, certificado de vacuna antirrábica vigente, firmando por un médico veterinario. (Municipalidad de Lima, 2020)

En Piura se ha venido incrementando Micros y Pequeñas Empresas en el rubro de centros veterinarios en las diferentes zonas de la ciudad, la cual vienen brindando asesorías y consultorías permanentes, por especialistas médicos, basándose en la atención de calidad oportuna muchas veces brindando la confianza y expectativas en relación a los clientes, aplicando un mejoramiento continuo, en base a su desarrollo y crecimiento. Muchas de estas MYPES no cuentan con personal que conocen sobre los protocolos de brindar una buena atención al cliente, tales como: el saludo y la bienvenida, la escucha activa, la empatía, dar solución a las inquietudes y preocupaciones del cliente, tomando el historial clínico y obteniendo los datos precisos de las necesidades del clientes, generándole resultados satisfactorios al cliente, agregando algún producto o servicio de valor agregado. Así mismo debe realizar la despedida y fidelizar agradeciéndole la visita al momento que termina la visita médica. (Rodriguez, 2019)

Las MYPE deben de buscar mejoras en sus procesos de productos y servicios, aceptando recomendaciones y opiniones de los colaboradores y clientes, para mejorar un servicio y se adapte mas al cliente de esta manera fidelizar al cliente y asismo buscar el posicionamiento de la empresa (Pollak, 2021), ademas señala el autor que las MYPES buscan siempre siempre alternativas de financiento, como linea de credito, programas del

estado como por ejemplo hoy en días se han beneficiados por el programa reactivas Perú. Por otro lado El objetivo de las veterinarias debería de ser lograr obtener el certificado de gestión de calidad, independiente mente del tamaño de la empresa y de las actividades que desarrollen, que en la actualidad no se cumple, por que las MYPES no cuentan con personal calificado, formado y con experiencia e idoneo; se requiere que implementen personal capacitado idoneo para atención al cliente de acuerdo a norma ISO; Por otro lado muchas de las mypes son empresas que recién empiezan han logrado insertarse en el mercado con mucho esfuerzo y para lograr la certificación requiere de recursos económicos y mucho no cuenta con el costo, para obtener el certificado; otro de los problemas es que la dilatación de los plazos en la certificación eso impide que no se le otorgue el certificado, significaría y redundaría en la productividad y en la garantía de el servicio y productos. (Gómez, 2018)

Generalmente el plazo que demanda una certificación para una empresa es de tres meses para empresas medianas y para empresas grandes demanda de aproximadamente 9 meses. El seguimiento de la certificación debería de hacerse de un consultor debidamente calificado, quien se encargara de iniciar los trámites al culminación de los mismos, el costo aproximado de la certificación de de aproximadamente 2.500 euros a 5,000 , dependiendo del tamaño de la empresa (Gómez, 2018)

En el rubro de veterinarias, estamos ante un segmento de cliente específico, puesto que los clientes son sólo los que requieren de productos y servicios para reproducción de mascotas. Los productos giran en torno a vacunas, vitaminas, tratamientos virales, plagas, edades, etc. Es por ello que el personal debe estar sumamente capacitado y ser conocedor

de las medicaciones, dosis y los diferentes casos; así mismo, la capacitación que se debe impartir al personal que atenderá al público, debe ser alta y especializada, para que pueda estar en condiciones de asesorar y absolver las dudas de su cliente, ya que de eso depende el prestigio, la responsabilidad y la preferencia que irá captando de sus clientes (Ferrero, 2020).

Para tener una mejor visión global de las MYPES en estudio, se analizó el entorno **interno y externo**. En el entorno interno se analizó cuatro factores: Infraestructura, financiamiento, tecnología, administración; en cuanto a **infraestructura** de las MYPE el local donde se desempeñan es alquilado pagando impuesto como: alquiler, luz, agua, teléfono; son locales remodelados atractivos para los clientes, hay una buena infraestructura, piso de losetas mayólicas, jaulas especiales, así como ofrecen diferentes artículos para las diferentes mascotas, almohadas, camas, shampoo, como limpieza y aseo. Gozan de buena área, perímetros, ubicada en zonas urbanizadas, también cuenta con movilidad para el transporte de las mascotas.

El **financiamiento** en su mayor parte las veterinarias son personas que pertenecen a una clase media alta donde los doctores son los hijos y han recibido apoyo por parte de su familia. Se encuentran insertadas en el sistema financiero comercial; la mayoría de las veterinarias se asocian entre familias para aumentar el capital.

En **tecnología** cuenta con servicios telefónicos, medios de comunicación por redes sociales, televisión por cable, servicios de pagos por tarjeta, servicios de rayos x, termómetros electrónicos, ecógrafos. En cuanto a la parte **administrativa**, son ellos

mismo quienes desarrollan la parte administrativa, se encarga del pago de los empleados, servicios, tecnología, mano de obra.

Se pudo analizar el **entorno externo** considerando a factores como: político, económico, tecnológico, social, legal, eco ambiental. Se realizó el estudio sobre el factor **político**, Cantero(2016) señala que los sistemas gubernamentales garantizan la propiedad intelectual haciendo cumplir los contratos o pactos de obra todo por igualdad ante la ley, además indica una serie de puntos a tener en cuenta en una MYPE para un entorno global: convenios comerciales, estímulos y beneficios para la inversión externa, actualidad, objetivos y política de la administración, corporación y acuerdo pública, leyes y su aplicación.

El congreso de la república dio la Ley que promulga y promueve los servicios veterinarios asistenciales en las veterinarias municipales (2017) La finalidad de esta ley es promover y regular el conjunto de acciones de protección ante la salud pública, cuidados y bienestar de los diferentes animales. Los gobiernos locales están facultados a otorgar los permisos hacia las MYPES rubro veterinarias, dentro de su entorno deben ofrecer asistencias veterinarias tales como: vacuna, desparasitación interna y externa, esterilización, castración, eutanasia, atención de emergencia, registro e identificación(dni), diferentes curaciones, etc.

Realizando el estudio sobre el factor **económico**, el Economista Perú(2019) describe que las familias están dispuestas a invertir en sus mascotas entre 200 a 300 soles mensuales en promedio en el cuidado de sus animales, siendo uno de los servicios más solicitados las consultas, desparasitación, vacunación, alimentación, vestimenta, etc. También señala que el rubro veterinarias ha crecido en el 2019 un 10% anual, aportando al PBI.

Gestión (2016) en su artículo define la **tecnología** móvil para las mascotas que las personas que trabajan pueden controlar a través de su celular por medio de un aplicativo alimentar y cuidar a las mascotas. Hoison es un equipo tecnológico dispensador y alimentador inteligente, donde puede dar a comer a las mascotas a la hora establecida, permite interactuar persona y equipo, otras tecnologías que se encuentran en el mercado peruano son los comedores programables, así como bebedores de agua para perros y gatos.

El Comercio (2018) señala que los veterinarios juegan un papel fundamental e importante en la **sociedad**. La existencia de sobrepoblaciones de perros y gatos en las calles es la problemática de hoy en día en el rubro de las veterinarias, es por ello que las veterinarias ofrecen hoy en día una serie de productos y servicios. El director de la UPC señala que es tarea de los dueños de velar por el cuidado y bienestar de las mascotas, ver lo como un integrante más de la familia.

El factor **legal** se analizó la ley de protección y bienestar animal publicada en el diario EL PERUANO (2016) el principal ente de dar las pautas para el cuidado y bienestar de los animales domésticos y silvestre es el estado, mediante la ley N° 30407 y para reconocerlos como animales sensibles que gozan de ambiente natural y el buen trato por parte de las personas. La finalidad de la ley es garantizar la salud y la vida de las diferentes especies.

El factor **Eco ambiental** en el rubro veterinarias los gobiernos locales son los encargados de dotar y garantizar las medidas a la población. Ley de flora, fauna y silvestre señala que está prohibido comercializar o hacer experimentos en animales debido al peligro de extinción que se está dando en algunas especies. Del análisis realizado se planteó en

problema ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la atención al cliente de las MYPES, rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre, Piura año, 2022?

Teniendo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente de las MYPE, rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre, Piura Año, 2022. Para dar respuesta a la presente investigación se planteo los objetivos específicos: Identificar las características de los beneficios de la gestión de calidad de las MYPE rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre, Piura año 2022. Describir los principios de Gestión de calidad de las MYPE rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre, Piura año 2022. Identificar las características de los procesos de la atención al clientes de las MYPE rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre, Piura año, 2022. Describir las estrategias de calidad en atención al clientes de las MYPE rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre, Piura año, 2022. Elaborar una propuesta de mejora de la Gestión de calidad y la atención al cliente de las MYPE rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre, Piura año 2022

La investigación se justifica teóricamente Según Spangenberg, (2014) se realiza con el propósito de mejorar la gestión de calidad y el servicio al cliente de las MYPE, cuyos resultados de esta investigación pueden ser favorables en una propuesta de implementar la información obtenida.

Por lo descrito líneas arriba se justifica ésta investigación de manera **práctica** debido a que tiene como finalidad determinar de las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las MYPE rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre; ya

que debido a ello se mejora su desempeño económico y productivo creando un ambiente de negocios favorable.

En cuanto a la justificación **metodológica**, la investigación se utilizó la recolección de datos y la técnica de la encuesta para recabar información sobre los objetivos planteados. Metodológicamente se justifica ya que la investigación aplica la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información.

Finalmente, la investigación contribuirá al **entorno social**, mediante el aprovechamiento de la gestión de calidad para el direccionamiento del recurso humano hacia la mejora de la atención al cliente, así mismo servirá como fuente para futuros estudios relacionados con la misma problemática respecto a las MYPE.

Arias (2017) manifiesta que existen cuatro dimensiones para **delimitar** estas son: geográfica (Veintiséis de Octubre) temporal (2022), psicográfica (MYPE rubro veterinarias) y temática (gestión de calidad y atención al cliente). Por ultimo las limitaciones que se encontraron son la parte económica y de acceder a la información directa con los emprendedores y colaboradores, teniendo en cuenta la pandemia que se está viendo a nivel mundial

Por otro lado se propuso la metodología de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, de diseño no experimental de corte transversal, además para la solución del problemas se elaborara los objetivos, para dar respuesta al problema, asimos se implementó un plan de mejora. La población de gestión de calidad estuvo enfocada por 5 empresarios y de igual muestra la muestra, para atención al cliente fueron los mismos, siendo una muestra infinita desconocida obtenido el tamaño muestral de 68 clientes. La técnica fue la encuesta y el instrumento el cuestionario elaborado con un total de 25.

Los principales resultados fueron: el 100% (5) de los administradores no cuentan con el certificado de gestión de calidad, el 79% (50) de los clientes indicaron que el servicio que brindan es satisfactorio, el 21% (18) de los clientes indican lo contrario, el 83% (48) de los clientes opina que el personal veterinario dan la bienvenida y muestra amabilidad al momento de recibir al cliente y asimismo con el paciente, el 87% (51) de los clientes opina que la veterinaria si cuenta con personal capacitado para orientar a los clientes. Se concluye que la totalidad de los representantes no cuentan con un certificado de gestión de calidad; asimismo aplican los principios de gestión de calidad; es decir, dan prioridad al enfoque al cliente, liderazgo, mejora continua, demuestran que ponen énfasis en el cliente, generando valor. Por otro lado la mayoría de los clientes de las MYPES indicaron el que el personal trasmite y muestra empatía, amabilidad, cortesía y confianza. Además la mayoría de los clientes indicaron que los médicos veterinarios muestran interés por atender y resolver sus necesidades, y asimismo la mayoría de los clientes de las MYPES tienen buena referencia de las clínicas porque demuestran credibilidad y confianza

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

A nivel Internacional

Cedeno, Catuto & Silva (2021) en su estudio: *El uso de aplicaciones Web para la Gestión de clínicas veterinarias y su incidencia en la mejora de procesos administrativos*. Actualmente en Ecuador, el problema que existe en el ámbito de la medicina veterinaria, es que en la mayoría de las clínicas no cuentan con herramientas tecnológicas para llevar una gestión centralizada y digitalizada de la información, siendo que aún lo realizan de forma manual lo que conlleva a que la organización de los expedientes almacenados se dificulte y en muchos casos ocasione la pérdida o la duplicidad de información. Este trabajo tiene como objetivo mostrar una aplicación web mediante el uso de software libre para la administración de información en clínicas veterinarias que contribuya al mejoramiento de los procesos administrativos y facilite el trabajo a los empleados. En cuanto a la metodología utilizada para el desarrollo de esta aplicación, fue un modelo de proceso iterativo e incremental, el cual permitió lograr los objetivos propuestos y entregar un producto de calidad que resuelva la problemática existente en las veterinarias. Por lo tanto, el resultado de esta aplicación web generó los siguientes beneficios: reducir el tiempo de atención a las mascotas, acceder a la información de manera ágil, lograr que el manejo de la información sea más eficiente, mejorar la búsqueda de registros, así como la gestión de expedientes clínicos y aportar con el cuidado del medio ambiente al reducir la generación de desperdicios. Finalmente, se propone esta aplicación web como una solución para mejorar los procesos manejados en la clínica veterinaria, todo con el fin de

incorporar nuevas tecnologías en esta área para alcanzar su máximo desarrollo y rentabilidad.

e esta gestión está centralizada en una sola persona que normalmente es el jefe de taller.

Castro y Avendaño (2019) en su estudio: *Impacto del servicio de la clínica veterinaria móvil del gobierno autónomo descentralizado de pichincha en la productividad de los pequeños productores pecuarios de la parroquia Pintag*, La parroquia de Pintag está ubicada en la provincia del Pichincha; esta localidad cuenta con pocos centros veterinarios privados con una mano de obra no calificada, médicos empíricos y altos costos de atención veterinaria pecuaria, la población al no contar con centros de atención veterinaria calificada no cumple con las normas de seguimiento en el control de enfermedades, en relación aquellos productores con limitados recursos económicos, estos quedan restringidos de esta posibilidad de servicios; consecuentemente ,la producción lechera baja al no contar con un trato adecuado en su hato lechero ,llevando al productor a percibir precios notablemente bajos ante la calidad de leche producida. Por consiguiente, la población baja su rentabilidad por el alto índice de mortalidad, afectando su economía; Sobre este antecedente, este trabajo analiza de impacto de las clínicas veterinarias móviles del Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Pichincha en la productividad de los pequeños productores pecuarios de la parroquia Pintag. Para esto se aplican herramientas como encuesta a productores pecuarios de la zona.

Facal (2016) en su tesis: *Atención al cliente en las clínicas veterinarias*. Estudio presentado en la universidad de la república de Uruguay, para obtener el grado de doctor. Esta revisión monográfica se plantea frente a la percepción de la necesidad de incorporar habilidades y conocimientos de tipo no médico para lograr el éxito en los resultados de un centro veterinario moderno. El abordaje de la atención al cliente se presenta frecuentemente en foros y congresos internacionales de la Gestión de la Clínica Veterinaria. Encuestas realizadas a usuarios de clínicas veterinarias en el año 2006 en España concluyen en que el buen trato y la amabilidad son los aspectos más valorados por parte de los clientes. La profesionalización del médico veterinario implica, entre otros nuevos aprendizajes, redefinir algunos conceptos; cliente, recepción de la clínica, psicología médica, comunicación efectiva, negociación, manejo de redes sociales y nuevas tecnologías. Se presentan protocolos de actuación desarrollados por reconocidos especialistas frente a diversas situaciones, buscando sirvan de guía o documento base, para ser considerados por los responsables de los emprendimientos veterinarios. Conocer las necesidades y opiniones de los clientes, son insumos fundamentales para las clínicas que apuntan al servicio de calidad, buscando lograr de esta manera, su diferenciación. Para ello, resulta necesario que el profesional responsable de la clínica conozca la importancia del manejo de las encuestas de satisfacción y otras técnicas de investigación de mercado

Pacheco (2021) en su estudio: *Entre Patitas Servicios de aseo, estética y relajación para mascotas a domicilio*- Lo que hace diferente a Entre Patitas es que, en la atención del primer servicio, se creará un código único para la mascota, que le permitirá tener un perfil a modo de tarjeta virtual en la página web llamado Patitas Card, que tendrá como

objetivos archivar los datos de la mascota (edad, peso, talla, entre otros) y el historial de los servicios adquiridos, para crear una herramienta de venta proactiva y gestionar acciones de post venta. Adicionalmente esta tarjeta virtual beneficiará al dueño con la acumulación de puntos por cada servicio adquirido, que posteriormente podrán ser canjeados por saldo de dinero en su tarjeta virtual, nuevos servicios o productos del pet store. El pet store será un servicio adicional que brindará Entre Patitas y consistirá en poner a disposición del dueño previo a la reserva del servicio, una serie de productos como alimentos, accesorios, ropa, juguetes, a fin de que puedan ser llevados el día del servicio sin costo adicional por delivery. Entre Patitas será sinónimo de seguridad, debido a los protocolos de atención a domicilio, confianza, por el equipamiento y personal de calidad, así mismo, recompensa, por la acumulación y canje de puntos por servicios recurrentes de aseo, estética y relajación, el dueño de mascota no podrá dejar en mejores manos al engreído de su hogar

Yañez (2019) en su estudio *“La gestión por procesos y la atención al cliente en una clínica veterinaria de la ciudad de Pacasmayo en el año 2019”*. El presente proyecto tiene como objetivo de investigación, diseñar una Gestión por Procesos para una clínica veterinaria con el fin de influenciar positivamente en la atención al cliente. Se realizó un diagnóstico situacional de la clínica haciendo uso de la matriz PESTEL, 5 fuerzas de Porter, AMOFITH, EFE, EFI y FODA cruzado para analizar la situación de la clínica veterinaria “Mi Mejor Amigo”. Así también, se identificaron los procesos existentes, se realizó una entrevista al gerente y se aplicaron encuestas de satisfacción a una muestra de 187 clientes, siendo el resultado de satisfacción de pre – test 56%, frente a un resultado

post – test de 65%, existiendo un incremento en la satisfacción de 9%. Además, se diagramaron y documentaron los procesos de la clínica veterinaria, con sus respectivas fichas e indicadores y se evaluó el nivel de cumplimiento de cada una de las actividades presentes en los procesos evaluados, los cuales fueron: proceso financiero, proceso de ventas, proceso de servicio y proceso logístico. Luego de la aplicación pre y post de las encuestas se obtuvo un coeficiente de correlación de Pearson de 0.8718 (alta) y un valor de significancia de 0.000 que es menor a 0.05, lo que significa que la gestión por procesos influye significativamente en la atención al cliente de la clínica veterinaria mi mejor amigo. El nivel de cumplimiento de los procesos mejoró en un 25% siendo el porcentaje de cumplimiento post 79.7% frente a un 54.5% de la evaluación de cumplimiento pre. Finalmente, se comprobó la viabilidad del proyecto a partir de implementación de la gestión por proceso, con una inversión de S/.11,437.00, un VAN de S/. 92,314.91, una TIR de 235%, un costo beneficio de 2.1 lo cual significa que por cada nuevo sol invertido se obtendrá un beneficio de 1.1 y un PRI de 0,4 o su equivalente de 4 mese

A nivel Nacionales

Hinostroza (2018) en su tesis: *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las MYPES del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Callería, año 2018*. El objetivo de la presente investigación ha sido determinar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Calleria, año 2018. Como características de la metodología de investigación: tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal y descriptiva. Con la técnica de encuesta y un cuestionario estructurado de 19 preguntas se entrevistó a los

propietarios de los consultorios veterinarios, con los resultados: Respecto al propietario: edad, en su mayoría jóvenes-adultos de “29 a 39 años” (53.8%) y joven de “18 a 28 años” (23,1%); sexo masculino 69,2% y femenino 30,8%. El 69,2% de los propietarios tienen estudios de nivel “universitario” y 30,8% “sin estudios concluidos”. Respecto a la gestión de la empresa: el 84,6% de las MYPES tiene a su gerencia comprometida con la calidad y la dirección es acorde con su visión y misión. El 61,5% hace uso de herramientas para monitorear el desarrollo de la empresa. Respecto a Atención del Cliente: el 84,6% de las gerencias de las MYPES entiende el comportamiento del mercado y necesidades del cliente, conoce las tendencias a futuro y está involucrada en mejoras del servicio; se han realizado inversiones en equipamientos para satisfacer las necesidades del cliente. Sin embargo, el 69,2% no cuenta con un servicio de post venta y 23,1% no realiza ningún tipo de medición de satisfacción al cliente. Finalmente, el 76,9% indica que no existe impedimento para brindar un buen servicio al cliente.

Cribillero (2022) en su estudio: *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020*. La presente investigación tuvo como objetivo general Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, para el recojo de información se utilizó una población muestral de 10 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con 23 preguntas obteniendo los siguientes

resultados: El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene entre 31 y 50 años, el 80% cuentan con educación universitaria, el 70% son dueños, el 100% de las micro y pequeña empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancia, el 80% de los representantes conoce el termino atención al cliente, el 60% presenta dificultades para la implementación de la gestión de calidad debido a la poca iniciativa, el 70% utiliza la observación para medir el rendimiento del personal, el 80% considera que con una buena atención se logra fidelización de clientes. La investigación concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas dicen conocer sobre atención al cliente, también tienen dificultades para implementar la gestión de calidad, lo que ocasionaría que los clientes no se sientan satisfechos con la atención brindada, teniendo como resultado perdida para el negocio.

Vera (2019) en su estudio: *La competitividad como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinaria, jirón José Olaya, ciudad de chimbote, 2019*, tuvo por objetivo: Determinar las características de la competitividad como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinaria, Jirón José Olaya, ciudad de Chimbote, 2019. El diseño fue no experimental–transversal–descriptivo. Se utilizó una población y muestra de 9 micro y pequeñas empresas aplicándoles un cuestionario de 20 preguntas a través de la técnica encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 55.56% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años de edad, el 55.56% son género masculino, el 77.78% son administradores. El 77.78% de las micro y pequeñas empresas tiene de 7 años a más en el

rubro, el 88.89% posee de 1 a 5 vi trabajadores, el 66.67% se crearon para generar ganancias. El 100% conocen el termino competitividad como factor relevante de la gestión de calidad, el 100% afirma que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 100% conoce sus principales competidores. Esto concluye que: Las micro y pequeñas empresas son dirigidas por personas adultas, de sexo masculino, ocupando el cargo de administradores. Tienen dentro del rubro más de 7 años, de 1 a 5 trabajadores y fueron creados para generar ganancias. Conocen el termino competitividad como factor relevante de la gestión de calidad, la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio y conocen sus principales competidores

Alba (2019) en su tesis *Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro actividades veterinarias de atención médica y control de animales domésticos, distrito de nuevo Chimbote, 2019*. tuvo como objetivo general Determinar si la propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad permite un óptimo funcionamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades veterinarias de atención médica y control de animales domésticos, del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, para el recojo de información se utilizó una población muestral de 14 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplico un cuestionario estructurado con 22 preguntas obteniendo los siguientes resultados: El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene entre 31 y 50 años, el 80% cuentan con educación universitaria, el 70% son dueños, el 100% de las micro y pequeña

empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancia, el 80% de los representantes conoce el termino atención al cliente, el 60% presenta dificultades para la implementación de la gestión de calidad debido a la poca iniciativa, el 70% utiliza la observación para medir el rendimiento del personal, el 80% considera que con una buena atención se logra fidelización de clientes. La investigación concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas dicen conocer sobre atención al cliente, también tienen dificultades para implementar la gestión de calidad, lo que ocasionaría que los clientes no se sientan satisfechos con la atención brindada, teniendo como resultado perdida para el negocio

Basauri (2019) en su estudio *“La gestión por procesos y la atención al cliente en una clínica veterinaria de la ciudad de Pacasmayo en el año 2019”*. Objetivo de investigación, diseñar una Gestión por Procesos para una clínica veterinaria con el fin de influenciar positivamente en la atención al cliente. Se realizó un diagnóstico situacional de la clínica haciendo uso de la matriz PESTEL, 5 fuerzas de Porter, AMOFITH, EFE, EFI y FODA cruzado para analizar la situación de la clínica veterinaria *“Mi Mejor Amigo”*. Así también, se identificaron los procesos existentes, se realizó una entrevista al gerente y se aplicaron encuestas de satisfacción a una muestra de 187 clientes, siendo el resultado de satisfacción de pre – test 56%, frente a un resultado post – test de 65%, existiendo un incremento en la satisfacción de 9%. Además, se diagramaron y documentaron los procesos de la clínica veterinaria, con sus respectivas fichas e indicadores y se evaluó el nivel de cumplimiento de cada una de las actividades presentes en los procesos evaluados, los cuales fueron: proceso financiero, proceso de ventas, proceso de servicio y proceso logístico. Luego de la aplicación pre y post de las encuestas

se obtuvo un coeficiente de correlación de Pearson de 0.8718 (alta) y un valor de significancia de 0.000 que es menor a 0.05, lo que significa que la gestión por procesos influye significativamente en la atención al cliente de la clínica veterinaria mi mejor amigo. El nivel de cumplimiento de los procesos mejoró en un 25% siendo el porcentaje de cumplimiento post 79.7% frente a un 54.5% de la evaluación de cumplimiento pre. Finalmente, se comprobó la viabilidad del proyecto a partir de implementación de la gestión por proceso, con una inversión de S/.11,437.00, un VAN de S/. 92,314.91, una TIR de 235%, un costo beneficio de 2.1 lo cual significa que por cada nuevo sol invertido se obtendrá un beneficio de 1.1 y un PRI de 0,4 o su equivalente de 4 meses. Palabras clave: Proceso

Cribillero (2022) en su tesis: *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en el Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020*. Tuvo como objetivo general Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, para el recojo de información se utilizó una población muestral de 10 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con 23 preguntas obteniendo los siguientes resultados: El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene entre 31 y 50 años, el 80% cuentan con educación universitaria, el 70% son dueños, el 100% de las micro y pequeña empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancia, el 80% de los representantes

conoce el termino atención al cliente, el 60% presenta dificultades para la implementación de la gestión de calidad debido a la poca iniciativa, el 70% utiliza la observación para medir el rendimiento del personal, el 80% considera que con una buena atención se logra fidelización de clientes. La investigación concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas dicen conocer sobre atención al cliente, también tienen dificultades para implementar la gestión de calidad, lo que ocasionaría que los clientes no se sientan satisfechos con la atención brindada, teniendo como resultado perdida para el negocio.

Linares (2018) en su tesis "*Propuesta de mejora de la calidad del servicio para aumentar la satisfacción al Cliente de la Clínica Veterinaria Small Friends, Lima 2018*" o objetivo general diseñar una propuesta de mejora de la calidad del servicio para aumentar la satisfacción al cliente de la Clínica Veterinaria Small Friends, Lima 2018. Esta investigación corresponde al tipo aplicado, con diseño no experimental, de nivel descriptivo y de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 60 clientes de la Clínica Veterinaria Small Friends, a los cuales se aplicaron dos cuestionarios tipo escala de Likert. Para el diagnostico se usaron estadísticos descriptivos y para propuesta se establecieron criterios como: facilidad de ejecución, menor costo de ejecución, innovación a la vanguardia, impresión sobre el cliente y eficacia para realizar el servicio. Los resultados de la valoración de los especialistas concluyeron que la propuesta de mejora de la calidad del servicio es viable para puesto que la importancia del tema seleccionado, sus fundamentos, estructura, ajuste al nivel que se persigue y factibilidad fueron aprobados como Muy Adecuado (93%) y Adecuado (7 %), teniendo como conclusión que la presente propuesta si cumpliría el objetivo para el cual fue elaborada. Asimismo, el análisis de

viabilidad demostró que la propuesta de mejora de la calidad del servicio es viable y que incrementaría la rentabilidad de la empresa en un 15 % adicional semestral.

a) A Nivel Regionales o locales

Maldonado (2022) en su tesis: *gestión de calidad y estrategias atención al cliente en la veterinaria Sullana SRL. En el distrito de Sullana 2020*. El objetivo general de la investigación fue determinar las principales características de la gestión de calidad y estrategias de atención al cliente en veterinaria Sullana SRL del distrito de Sullana 2020. Se utilizó el diseño no experimental descriptivo y se construyó un cuestionario de 28 preguntas cerradas, aplicado a una muestra de 68 clientes, bajo la técnica de la encuesta. Se concluye que Veterinaria Sullana SRL ejecuta satisfactoriamente 07 principios de la Gestión de Calidad, logrando identificar las 10 ventajas que le otorga esta adecuada gestión, pero es preciso reforzar la gestión de la Mejora Continua. En Veterinaria Sullana se ejecutan satisfactoriamente las 04 fases de atención al cliente, pese a ello, se considera oportuno que refuerce la gestión en la cuarta fase; finalización y despedida. Se ha logrado identificar que Veterinaria Sullana SRL no utiliza al 100% todos los canales de atención, siendo las redes sociales las menos conocidas por los clientes.

Moreno (2018) en su tesis : “*Características de la calidad de los servicios y la atención al cliente en las veterinarias de la ciudad de Sullana año 2018*”. La presente investigación “Características de la calidad de los servicios y la atención al cliente en las veterinarias de la ciudad de Sullana año 2018”, tuvo como objetivo general, Determinar las Características de la calidad de los servicios y la atención al cliente de las veterinarias de la ciudad de Sullana año 2018. La investigación fue descriptiva – no experimental y de

nivel cuantitativa, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 68 clientes, a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta utilizando como instrumento un cuestionario de 27 preguntas y se obtuvieron los siguientes resultados: el 60% está totalmente de acuerdo con las instalaciones de la veterinaria y su distribución, el 60% está totalmente de acuerdo en que los equipos son de última generación, el 50% está de acuerdo con que la veterinaria cumple con los servicios contratados, el 60% considera que el servicio es eficiente y cortés, el 90% de los clientes están de acuerdo en que el personal de la veterinaria explica y despeja sus dudas, 70% de los clientes se sienten seguros dentro de las instalaciones de la veterinaria, el 60% de los clientes están totalmente de acuerdo en que se atienden inmediatamente las emergencias de sus mascotas y el 90% de los clientes está de acuerdo con la terminología utilizada por el médico para explicar el diagnóstico de la mascota. Se concluyó que las veterinarias tienen instalaciones confortables y están distribuidas adecuadamente con la finalidad de dar una atención de calida

Ruiz (2018) en su tesis: *“Auditoria de calidad basada en ISO 22000 para mejorar la calidad del servicio y rentabilidad en el centro recreativo Riosol Eirl – Chulucanas”*. La investigación a Rio Sol EIRL, se inició con el diagnóstico a su rubro Restaurantes, Bares Y Cantinas y Otros sectores en donde se desenvuelve, siendo su actividad económica hoteles, campamentos y otras actividades empresariales, en la cual se comprobó que La Aplicación de la certificación del sistema de inocuidad para la seguridad alimentaria; El sistema Haccp previene la seguridad de los alimentos y mejora la inocuidad de los alimentos; SI garantizó la calidad del servicio y contribuyo con la

rentabilidad para la empresa. Observó que presentan debilidades al no aplicar la Auditoría de Calidad Basada en ISO 22000. Esto motivó la presente investigación. Ante esta situación se formuló el siguiente problema: ¿De qué manera, con la aplicación del ISO 22000 mejora la calidad del servicio y rentabilidad?; El objetivo planteado fue: Determinar los efectos de su aplicación. viii El tipo de investigación corresponde a una investigación no experimental, Descriptiva, y transversal. A su vez para la selección de la muestra se utilizó el método del estudio de caso. Las técnicas de investigación utilizadas se han considerado: la encuesta mediante dos cuestionarios con 19 preguntas de las cuales 8 para los clientes y 11 para el Dueño y Colaboradores; tomando 30 clientes y de los 16 usuarios internos de la empresa 8 tomados como muestra; se hizo uso de la observación, fuentes primarias de información, entre los cuales se han considerado tesis y revistas de investigación de diferentes Autores. Asimismo, en las fuentes secundarias de información, se han incluido las bibliografías referentes al tema de investigación. De acuerdo a los resultados obtenidos se ha contrastado la hipótesis general de la investigación, concluyendo que al aplicar auditoría de calidad basada en ISO 22000 SI se mejora la Calidad del servicio y rentabilidad en RIO SOL EIRL y empresas del mismo rubro

Madrid (2019) en su estudio: *“Evaluación del bienestar de la población de perros callejeros del distrito de Veintiséis de octubre, Piura. Perú. 2019”* Con el objetivo de evaluar el bienestar de la población de perros callejeros del distrito de Veintiséis de Octubre, la metodología se realizó mediante la observación directa, La mitad de la población canina callejera del distrito de Veintiséis de Octubre presenta bienestar bueno a óptimo. 2. Los perros callejeros del distrito de Veintiséis de Octubre son en su mayoría

machos, independientes, mestizos y de tamaño grande. 3. La mayoría de perros callejeros del distrito de Veintiséis de Octubre presentan condición corporal delgada y caquéctica. 4. Más del 30% de la población canina callejera del del distrito Veintiséis de Octubre presenta lesiones visibles en piel y menos del 10% presenta cojeras. 5. Más del 20% de la población canina callejera del distrito Veintiséis de Octubre demuestra comportamiento agresivo con otros animales y/o personas. 6. Más del 15% de los canes callejeros del distrito de Veintiséis de Octubre mostraron expresiones corporales compatibles con miedo frente a la presencia humana.

Escobedo (2018) en su tesis *“Características de la calidad de los servicios y la atención al cliente en las veterinarias de la ciudad de Sullana año 2018.”* tuvo como objetivo general, determinar las características de la calidad de los servicios y la atención al cliente de las veterinarias de la ciudad de Sullana año 2018. La investigación fue descriptiva – no experimental y de nivel cuantitativa, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 68 clientes, a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta utilizando como instrumento un cuestionario de 27 preguntas y se obtuvieron los siguientes resultados: el 60% está totalmente de acuerdo con las instalaciones de la veterinaria y su distribución, el 60% está totalmente de acuerdo en que los equipos son de última generación, el 50% está de acuerdo con que la veterinaria cumple con los servicios contratados, el 60% considera que el servicio es eficiente y cortés, el 90% de los clientes están de acuerdo en que el personal de la veterinaria explica y despeja sus dudas, 70% de los clientes se sienten seguros dentro de las instalaciones de la veterinaria, el 60% de los clientes están totalmente de acuerdo en que se atienden inmediatamente las emergencias

de sus mascotas y el 90% de los clientes está de acuerdo con la terminología utilizada por el médico para explicar el diagnóstico de la mascota. Se concluyó que las veterinarias tienen instalaciones confortables y están distribuidas adecuadamente con la finalidad de dar una atención de calidad.

2.2 Bases Teórica de la investigación

2.1 Gestión de calidad

La gestión de la calidad es un grupo de herramienta que evita algún tipo de falla en el producto y servicios permitiendo mejorar la rentabilidad de la organización. Por otra parte define que la gran parte de errores se dan por los mismos procedimientos y no por los colaboradores, que no están debidamente capacitados en gestión de calidad. Para ello es necesario capacitar en mejoramiento de los procesos conjuntamente con los encargados de las operaciones y todo el personal detectando oportunidades de mejoras, implementando una mejora de servicio para los consumidores. Además la gestión de calidad permite generar competencia, productividad, en el ámbito comercial, permite mejorar el desempeño y poder así aprovechar las oportunidades. La globalización ha permitido el mejoramiento y la competencia en la industria del comercio. Las organizaciones se han visto obligadas a mejorar su rendimiento, trazándose nuevos retos para llegar a satisfacer a los clientes (Diaz & Salazar (2021)

Los clientes son más exigentes y menos leales para ello es necesario implementar la gestión de calidad, desde el equipo directivo hasta los colaboradores, todos se deben comprometer en hacer las cosas bien para evitar posibles riesgos y esmerarse en satisfacer

a los clientes todo ello atraerá beneficios tales como: Liderazgo, aumentar competencia profesional, la comunicación, evitar pérdidas de tiempos, además el autor señala que la calidad comienza con actitud e innovación continua, las gestión de calidad debe ser implementada como una “filosofía de trabajo” la organización alcanzara las metas y objetivos. (Lteam, 2019)

Es un conjunto de sistemas que planificar, efectuar, examinar y dirigir las actividades que se realizaran, la gestión de calidad puede variar de acuerdo al rubro de la empresa. Permite un mejor desenvolvimiento de la organización para poder establecerse en el mercado y evitar cualquier tipo de variación. (Silva, 2022)

Es importante que las mypes implementen la gestion de calidad, con la finalidad de mejorar la productividad, impleemtando la norma ISO 9001, (estandar a nivel internacional), atavez de la norma residen tres haspectos principales: la fidelizacion y confianza, posicionamiento de marca, y las mejoras continuas, ademas el liderazgo de sus colaboradores, siendo una problemática para las mypes, por lo que no se cumple en las mypes, por lo que se debe capacitar a los emprendedores y colaboradores en cuanto a la gestion de calidad, la atención al cliente (Geoinnova, 2021)

Un sistema de gestión de la calidad va a certificar que un centro veterinario cumple con sus propios requisitos y objetivos relacionados con la satisfacción del cliente o con l medio ambiente y, por otra parte, que todos sus procedimientos tienen una certificación adecuada al mercado y que sus desviaciones son corregidas de manera preventiva, no correctiva.Los servicios sanitarios tanto en la rama humana como animal, constituyen uno delos sectores

respecto a los cuales los usuarios están más sensibilizados. Hasta hace poco hablar de calidad, en el mundo veterinario.

Documentos necesarios para la implantación de la Normativa ISO

- Manual de calidad: documento que recoge una presentación de la clínica, el alcance del sistema, (ejemplo: consulta veterinaria), y una disciplina de los procedimientos establecidos y su interrelación.
- Manual de procedimientos: es el documento que recoge el objeto y campo de aplicaciones de una actividad, qué debe hacerse, cuándo, dónde y cómo se debe llevar a cabo; qué materiales, equipos y documentos deben utilizarse y cómo debe controlarse y registrarse.
- Instrucciones de trabajo: documentos que recogen ciertas operativas con un mayor detalle, como es el caso de protocolos veterinarios, consultas, cirugías, etc (Cedeno, 2020) (Cáceres, 2019)

Conjunto de proceso que tiene como fin corregir los posibles cuellos de botella en las diferentes etapas de producción y así mismo en los servicios, es decir saber identificar los errores y no incurrir en ellos, es aquí donde inicia su importancia en aplicar la calidad en las empresas, no podemos dejar pasar por alto, sino vamos a mejorar continuamente, se debe anticiparse ante que sucedan. Astudillo (2021)

Normativa ISO

Una clínica veterinaria certificada en el sistema de calidad bajo normas ISO, siendo la más popular la ISO 9001:2000, va a fomentar la seguridad y confianza del cliente

y del centro al que se dirige Esta norma ISO 9001 sirve para crear una mejora continua en la atención al cliente y en todos los servicios que presta al mismo. Va a motivar y concienciar a todo el personal, desde el gerente hasta el servicio de peluquería, creando un clima de empeño y esfuerzo conjunto. Por otra parte potencia al equipo hacia unos objetivos claros y cuantificables que servirán para que todos trabajen con unas metas bien definidas. Es de clara importancia en centros de alta especialización con un personal muy cualificado, por ejemplo en hospitales, donde todos los departamentos tienen que funcionar de una manera coordinada y adecuada y en general en cualquier centro veterinario que tenga unas miras de mejora continua de sus servicios al mercado (Cáceres, 2019)

Dimensión 1. Beneficios de la gestión de calidad en las MYPE

A continuación se describen los beneficios que genera al implementar la certificación de gestión de calidad ISO 9001 en una MYPE, según el consultor (Enríquez, 2020) señala que:

Indicadores de la gestión de calidad

Permite mejorar el rendimiento de los colaboradores, explotando así sus habilidades, teniendo claro sus objetivos y funciones en la organización.

Mejorar los estándares de la empresa.

Aumentar los niveles de diálogo en la organización y poder tomar así buenas decisiones, evitar menos equivocaciones o errores.

Reconocimiento mundial

Satisfacer las necesidades los clientes

Fortalecimiento empresarial, incorporando el riesgo a las MYPES y fortalece sus procesos para hacer frente al panorama actual

Generar más negocios y facilita acceder nuevos mercados y cumplir con sus objetivos

Sostenible que se mantenga en tiempo y de buenos resultados en materia económica, así mismo ambiental y social

Garantiza la calidad del producto y servicio (satisfacción del cliente)

Además el autor señalan las MYPES que cuentan con certificación de ISO 9001 cuentan con Beneficios y oportunidades con las contrataciones del estado (fomentar la participación de las MYPES)

Beneficios a obtener

Todo esto conllevará una serie de ventajas y beneficios, no sólo para los clientes y el mercado sino también para los propios profesionales, entre los que se encuentran los siguientes: Mejora de la imagen en general entre sus clientes y colegas, creando una gran motivación del personal de la clínica, los cuales estarán dentro de un aprendizaje continuo que redundará en un mejor servicio al público y en un mayor desarrollo profesional. A través del personal de la clínica se seguirá un protocolo determinado. Esto traerá consigo una mejoría continuada en la atención profesional, técnica y científica, en los aspectos humanos, en formación y en la comunicación a los clientes. Empatía y comunicación desde la recepcionista hasta el veterinario, con la mirada puesta en dar la más alta calidad asistencial a los animales de compañía de nuestros clientes. .Controlar los circuitos de

servicio de calidad de la clínica, evaluados por un certificador oficial (APPLUS, AENOR, etc.). Honorarios apropiados a un servicio de calidad con un gran valor añadido. “Vender” las instalaciones como un valor hacia los clientes y sus animales de compañía. Tratar de forma ordenada y sistemática las quejas y reclamaciones que realicen sobre los servicios, así como conocer la opinión de los clientes. Disponer de folletos apropiados donde queden reflejados todos los servicios del centro. Consultores veterinarios especializados en gestión de la calidad trabajarán por un periodo determinado en el centro que se va a certificar, para que tenga todos los documentos en regla para su implantación y al recibir la visita del auditor oficial ésta se lleve a cabo con éxito y obtener la certificación oficial de la norma. (Cáceres, 2019)

(Colvema, 2021) Beneficios y ventajas certificando el centro veterinario podemos mencionar

Dimension 2. Principios de la gestion de calidad

Enfoque al cliente: El primero enfoque al cliente, el enfoque principal de la gestión de la calidad es cumplir con los requisitos del cliente y tratar de ceder sus expectativas esto quiere decir entender las necesidades actuales y futuras de los clientes y de otras partes interesadas para contribuir al éxito sostenido de la organización algunos beneficios claves de implementar este principio son: se incrementa el valor para el cliente se incrementa la satisfacción de nuestros clientes hay una mejora en la fidelización del cliente hay un incremento en la repetición del negocio hay un incremento de la reputación de la organización hay una ampliación de la base de clientes y hay un incremento de las ganancias y el accesos de mercados nuevos

Acciones que recomienda la norma ISO 9001 son:

Entender las necesidades y expectativas actuales y futuras de los clientes

Relacionar los objetivos de la organización con las necesidades y expectativas del cliente

Comunicar las necesidades y expectativas del cliente a través de la organización.

Planificar, diseñar, desarrollar, producir y entregar y dar soporte a los productos y servicios para cumplir las necesidades y expectativas del cliente

Medir y realizar el seguimiento de la satisfacción del cliente y tomar las acciones adecuadas

Liderazgo: El liderazgo este principio refleja que los líderes en todos los niveles de la organización establecen la unidad de propósito y la dirección quiere decir que marcan las pautas hacia donde quieren que la compañía marque y además crean condiciones en la que las personas se implican en el logro de los objetivos de la calidad de la organización. La creación de la unidad de propósito, la dirección y gestión de las personas permiten a una organización alinear sus estrategias políticas, procesos y recursos para el logro de sus objetivos. Para ello los beneficios son las claves de este principio tales como: aumentar la eficacia y la eficiencia al cumplir los objetivos de la calidad con la organización. Mejora en la coordinación de los procesos de la organización mejora en la comunicación entre los niveles y funciones de la organización desarrollo y mejora de la capacidad de la organización y de sus personas para entregar los resultados deseados

Acciones y recomendaciones de la norma ISO 9001(2015) para implementar este principio de liderazgo son:

Comunicar en toda la organización la misión, la visión, la estrategia, las políticas y los procesos de la organización para crear y mantener los valores compartidos

La imparcialidad y los modelos éticos para el comportamiento en todos los niveles de la organización.

Establecer una cultura de confianza y de integridad fomentar un compromiso con la calidad en toda la organización

Asegurarse que los líderes en todos los niveles son ejemplos positivos para las personas de la organización.

Proporcionar a las personas los recursos la formación y la autoridad requerida para actuar con responsabilidad y obligación de rendir

Participación de personal: Compromiso de las personas la norma ISO 9001 2015 nos indica que para gestionar una organización de manera eficaz y eficiente es importante respetar e implicar activamente a todas las personas en todos los niveles: el reconocimiento, el empoderamiento y la mejora de la competencia facilitan el compromiso de las personas en el logro de los objetivos de la calidad de la organización algunos beneficios de comprometer a las personas son que en la organización hay una mejora en la comprensión de los objetivos de calidad por parte de las personas y el aumento de la motivación para lograrlo existe un incremento de la participación activa de las personas en las actividades de mejora hay un aumento en el desarrollo iniciativa y creatividad de las personas y hay un aumento de la satisfacción de las personas

Las acciones para fomentar el compromiso de las personas pueden ser:

Promover la colaboración en toda la organización

Facilitar el diálogo abierto y que se compartan los conocimientos y la experiencia

Empoderar a las personas para determinar las restricciones que afectan el desempeño y para tomar iniciativas sin temor

Reconocer y agradecer la contribución el aprendizaje y la mejora de las personas
posibilitar el auto evaluación del desempeño frente a los objetivos personales

Realizar encuestas para evaluar la satisfacción de las personas

Comunicar los resultados y tomar acciones adecuadas

Enfoque de procesos: Enfoque a procesos. El sistema de gestión de calidad consta de procesos interrelacionados debemos entender cómo funciona este sistema produce los resultados y permite a una organización optimizar el sistema y su desempeño. La norma se enfoca a que se alcancen resultados coherentes y previsibles de manera eficaz y eficiente cuando las actividades se entienden y se gestionan como procesos que van interrelacionados y que funcionan como un sistema coherente. Los beneficios son:

Aumento de la capacidad de centrar los esfuerzos en los procesos es clave

Establecer la autoridad, la responsabilidad y la obligación de rendir cuentas para la gestión de los procesos como un sistema para lograr los objetivos de la calidad de la organización de una manera eficaz y eficiente

Mantener los niveles actuales de desempeño y reaccione a los cambios en sus condiciones internas y externas para crear nuevas oportunidades

Mejora del desempeño del proceso de las capacidades de la organización y de la satisfacción del cliente

Aumento de la capacidad de anticiparse y reaccionar a los riesgos y oportunidades internas y externas

Aumento de la promoción de la innovación.- algunas acciones posibles para implementar la mejora; incluir promover el establecimiento de objetivos de mejora en todos los niveles de la organización educar y formar a las personas en todos los niveles sobre cómo aplicar las herramientas básicas y las metodologías para lograr los objetivos de mejor integrar las consideraciones de la mejora en el desarrollo de productos servicios y procesos nuevos o modificados

Toma decisiones basadas en evidencia y hechos: Analizar la información de la calidad y cantidad y poder así llegar saber en qué nivel de competencia se encuentra la empresa. Es un proceso complejo que implica cierta incertidumbre con frecuencia implica múltiples fuentes, es importante entender las relaciones de causa y efecto y las consecuencias potenciales no previstas el análisis de los hechos las evidencias y los datos conduce a una mayor objetividad y confianza en la **toma de decisiones**. Algunos beneficios potenciales son, Mejora en los procesos de toma de decisiones, Mejora de la evaluación del desempeño del proceso y de la capacidad de lograr los objetivos, Mejora de la eficacia y la eficiencia operativa

Para implementar este principio la norma sugiere determinar, medir y hacer el seguimiento de los indicadores claves para demostrar el desempeño de la organización

poner a disposición de las personas pertinentes todos los datos necesarios, también asegurarse que los datos y la información son suficientemente precisos, fiables y seguros a la vez analizar y evaluar los datos y la información utilizando un métodos adecuados, asegurarse que las personas son competentes para analizar y evaluar los datos según sea necesario, tomar decisiones y tomar acciones basadas en la evidencia equilibrando la experiencia y la intuición

El enfoque de sistema para la gestión: Que todo tipo de mecanismo o herramienta sea puesto en marcha en la organización y ponerlo en función con cada tipo de elemento del sistema de gestión.

La mejora continua: Realizar siempre un tipo de seguimiento para poder así evaluar la calidad de servicio de cada rubro y poder así pulir las estrategias de avances y perfeccionamiento en la organización.

Gestión de las relaciones: El vínculo que se debe tener con ellos deber ser más cercana y de confianza, ya que permite que ambos se van beneficiados, ya que la competencia y los ingresos mejoraran constantemente con una buena relación con nuestros abastecedores.

Es importante saber que las partes interesadas pertinentes influyen en el desempeño de una organización y es más probable lograr el éxito sostenido cuando una organización gestiona las relaciones con sus partes interesadas para optimizar el impacto de su desempeño. Algunos beneficios potenciales de la gestión de las relaciones son aumentó el desempeño de la organización y de sus partes interesadas respondiendo a las

oportunidades y restricciones relacionadas con cada parte interesada, aumento de la capacidad de crear valor para las partes interesadas compartiendo los recursos y la competencia y gestionando los riesgos relativos a la calidad una cadena de suministro bien gestionada que proporciona un flujo estable de productos y servicios.

Las acciones para implementar este principio incluyen determinar las partes interesadas pertinentes tales como **proveedores, socios, clientes, inversionistas, empleados y la sociedad en su conjunto** y su relación con la organización determinar y priorizar las relaciones con las partes interesadas es necesario gestionar y establecer relaciones que equilibren las ganancias a corto plazo con las consideraciones a largo plazo. Reunir y compartir la información la experiencia y los recursos con las partes interesadas pertinentes medir el desempeño y proporcionar. Retroalimentación del desempeño a las partes interesadas cuando sea apropiado para aumentar las iniciativas

2.2 Atención al Cliente

Ucha (2022) son acciones que permiten interactuar con el cliente, en cuanto a sus necesidades, requerimientos, inquietudes, reclamos e insatisfacciones de un producto o servicio, ya que a través de ello se brinda asesoría, orientación y la solución a sus peticiones, la satisfacción de los clientes también depende de que la empresa brinde buen servicio y cuente con personal capacitado, e idóneo, con talentos: carismático, empático, servicial, escucha activa, respetuoso, brindando un buen trato al público

Por Douglas da Silva, (2020) define la atención al cliente que es una herramienta de marketing que se brinda mediante distintos medios de comunicación para establecer

una relación afine con el cliente, antes, durante, y después, con la finalidad que el producto y servicio se garantizado para la satisfacción del cliente, logrando que este nos recomiende como empresa, captando un gran potencial de clientes, para Raymond Joabar, vicepresidente ejecutivo de American Express, señaló que el servicio al cliente es una ventaja competitiva de suma importancia para las empresas priorizando las inquietudes y requerimientos, los clientes están dispuestos a pagar más por recibir a cambio una buena y excelente atención por parte del colaborador de la empresa. Por otra parte el cliente es la razón la razón de ser, para el crecimiento de la empresa, más consumidores

Blanco (2019) son todas aquellas acciones que realiza una empresa o negocio para mejorar la atención de los clientes antes, durante y posterior de realizar una compra de un producto y/o servicio en cumplimiento con los niveles de satisfacción.

Martín y Díaz (2018) manifiesta como aquellas acciones enfocadas a solución de problemas y/o quejas durante el servicio con la finalidad de mejorar el nivel atención y satisfacción de los clientes.

Cortés (2017) la atención al cliente se basa en las relaciones duraderas en función a poder responder con aquellas manifestaciones respecto a los reclamos, sugerencias o solicitudes ante sus requerimientos. Silva (2020) define la atención al cliente como un instrumento de marketing, teniendo contacto directo con el cliente, brindándole información detallada del producto o servicio utilizando diferentes medio o canales de atención, asimismo se brinda garantías del producto o servicio siendo el principal objetivo

Importancia de la atención al cliente permite la fidelización a los clientes, ya que si los colaboradores están correctamente capacitados podrán atender las necesidades de los clientes con rapidez, efectividad, profesionalismo y excelencia; siendo una ventaja competitiva para la empresa

Questionpro (2020) precisa que el servicio al cliente es el conjunto de acciones interrelacionadas antes de la compra, durante y después satisfaciendo el servicio al cliente, considerándose una serie de procesos y etapas.

Procesos de la atención al cliente en las MYPE

Importancia de la atención al cliente Martín y Díaz (2018), es fundamental en toda empresa, debido a que tiene un enfoque al cliente, que comprende las necesidades y requerimientos de los clientes; por el contrario, son pocas las empresas que logran establecer dicha calidad, durante el servicio de atención, que permite el aseguramiento de su crecimiento. Para ello la empresa debe cumplir con una serie de elementos relacionados con la infraestructura, confianza y seguridad en los servicios, así como la empatía del personal de atención y sobre todo la capacidad de atención, la cual debe ser rápida e inmediata, para influir en la valoración del cliente.

Da Silva (2020) en su blog manifiesta que es parte principal y fundamental para la supervivencia del negocio. Según el informe de tendencia en las expectativas del cliente 2021 zendesk, describe que el 75% de clientes están dispuestos a gastar más de lo debido, siempre y cuando el empleado les brinde una excelente calidad de atención. A continuación se describen los pasos claves en la calidad de atención:

Indicadores de atención al cliente

Brinda una buena impresión al cliente.-Se refiere es la imagen, la presentación, el estado en que se presenta el negocio,dando la bienvenida, seguidamente el saludo, acompañado de una sonrisa natural, comunicación clara, precisa, empática, y con mucha amabilidad.

Empatía.- Es la clave para que el cliente se sienta cómodo, agusto, satisfecho, saber resolver las necesidades y lo más importante que se escuchado dándole las orientaciones necesarias, brindándole información detallada del precio, sus atributos, calidad, ofertas, promociones, descuentos.

Atención personalizada.- en la actualidad los clientes están más informados, y son exquisitos y exigentes a la hora de brindarles el servicio, para ello el personal debe estar debidamente capacitado , conocer y saber brindar calidad de atención al cliente, siendo así una persona amable, con mucho carisma, rapidez y eficaz.

Compartir valores.- debemos saber que no todos los cliente comparte la misma cultura, ideología o religión, es por ello que se debe tener un personal capacitado con principios y valores, respetando los comportamientos tratando a todos por igualdad, para llevar un clima de paz dentro de la empresa.

Brindar información detallada .- el personal debe idoneo en el puesto o equipo en calidad de atención a cliente, éste debe saber dar la información detallada, como es promociones, precio, calidad, oferta, descuentos, ya sea del producto o servicio al que se esta ofreciendo; y lo más importante dar una buena imagen de la empresa.

Atencion de servicio con rapidez y eficacia.- la atención al cliente se debe brindar con la brevedad posible haciendo que el cliente ahorre su tiempo, así se sentirá satisfecho, para ello el personal de atención al cliente debe estar preparado, debe ser eficiente, debe ser ágil, inteligente, coherente, en todo lo que hace y lo que dice.

Uso de tecnología digitales .- hoy en día se ha desarrollado el comercio electrónico, gracias a la tecnología de la información existente en brindar, promocionar y ofertar el producto y servicio, sea por redes sociales, aplicativos móviles, y páginas web ya que desde los hogares puedes hacer diferentes pago de servicios, productos, etc. Para este paso es muy importante que el equipo de atención al cliente conozca sobre los procesos de venta a través de ésta herramienta.

Protocolos en una clínica veterinaria

Para López, (2018) el objetivo de estas actuaciones es conseguir que las personas que acudan al centro sientan un clima de profesionalidad, seguridad y tranquilidad en todo momento para que su sensación al terminar la visita sea positiva y vuelvan a confiar en el centro la próxima vez. Por eso, es necesario llevar a cabo ciertas acciones en las diferentes fases del proceso.

Recepción de las visitas

Antes de que el cliente llegue al centro veterinario, ya es posible generar esa experiencia positiva a través de mensajes recordatorios, llamadas telefónicas, etc. Una vez en la clínica, el cliente debe recibir un buen trato por la persona encargada de la recepción, que tendrá que controlar el historial del paciente y hacer las preguntas pertinentes sobre

el estado del animal, generando así una sensación en el cliente de importancia. Cuanto más rápido se realicen los trámites administrativos, antes podrá pasar a consulta, algo que todos los clientes valoran especialmente.

Consulta veterinaria

Dentro de la consulta, el profesional deberá mostrar un aspecto adecuado, amable y cercano tanto con el cliente como con el paciente. Siempre es recomendable que se relacione con la mascota, que la conozca personalmente y que genere una relación de confianza entre ellos. Además, durante la exploración, debería explicar al propietario cuáles son los pasos que da y qué descubre con ellos. Es importante que el lenguaje utilizado sea cercano, tratando de evitar términos técnicos que podrían causar un estado de nervios en el propietario.

Finalizar el servicio

Para terminar la consulta, hay que resumir al cliente todo lo acontecido, y explicarle todo lo que tendrá que hacer con su mascota o el tratamiento a seguir, además de fijar la fecha para la siguiente cita. Nunca está de más asegurarse de que está todo claro haciendo alguna pregunta al propietario, y despedirse cordialmente y con amabilidad.

Estos son algunos protocolos veterinarios a seguir en una clínica. La clave para fidelizar clientes parte de conseguir una buena experiencia desde que llegan al centro hasta que salen, algo que está directamente en manos de los profesionales que trabajan allí.

Dimension 2. Beneficios de la calidad en la atención al cliente

Fernandez (2020) en su blog menciona que los clientes debe ser atención como se merecen y para la empresa la calidad de atención será una ventaja competitiva ya que el cliente debe ser atendido con rapidez y con profesionalismo. Muchas de las MYPES fracazan por no tener un personal capacitado y por no saber brindar una atención de calidad, será importante reforzar los conocimientos de los empleados capacitandolos a diario, brindadoles las pautas de cómo deben presentarse ante el cliente. El líder del negocio debe ser una persona inteligente y debe estar actualizado de todas las tendencias nuevas del mercado. Para ello a continuación se detallará los beneficios principales de una buena calidad de atención al cliente:

Indicadores de atención al cliente

-Lealtad y fidelización .- Uno de los beneficios para la empresa es hacer que los clientes se enamoren de tus productos y servicios, volviéndose así uno de tus clientes exclusivos, ya que por medio de ellos atraeran nueva cartera de clientes, esto lo hará muy frecuente y no irá a la competencia ya que hay una conexión emocional entre el cliente y la empresa.

- Variedad de productos y servicios.- Como su nombre mismo lo indica hoy en día existen MYPES que ofrecen diferentes productos o servicios, aquello hace un beneficio para el cliente y dicha empresa, teniendo la opción de tener más rentabilidad, rendimiento y para el cliente podrá tener distintas opciones de productos al que puede elegir acorde a sus necesidades.

-Referencia.- Uno de los beneficios más importante es hacer que tu cliente quede satisfecho y recomiende el producto o servicio que ofrece dicha empresa. Este lo hará de

manera presencial con nuevos clientes por eso es importante no sólo brindar un servicio o producto , si no dar calidad de servicio de atención.

-Mejora el clima y la motivación en el trabajo.- Uno de los beneficios de estar preparado, informado y anticipado a la hora de la atención al cliente será armonioso, teniendo un buen clima organizacional y de presentarse alguna queja, reclamo, sugerencia de parte de los clientes será de inmediata escuchada y resuelta por parte del equipo de trabajo o atención al cliente “El líder”.

-Incremento de las ventas.- Otros de los beneficios que atrae la nueva cartera de clientes es el aumento de la rentabilidad y esto hará que empresa tenga más producción, recursos y mano de obra, así mismo será más competitiva y tenga un mejor posicionamiento en el mercado

-Imagen de la empresa.- La reputación de la empresa se debe planificar e implementar, es esencial que el área de marketing y publicidad tengan muy en claro la imagen de dicha empresa, debe tener una buena trayectoria para que los clientes perciban y recomienden a la empresa por su buena reputación.

Cómo último beneficio hablaremos de la **competitividad**, la empresa obtendrá una ventaja competitiva por la existencia de diferentes competidores, por que mientras más competencia ayudará para mejoras en calidad de producto, en atención al cliente, en servicio; esto hará que la empresa se posicione en el mercado y se diferencie del resto.

2.3 Marco Conceptual

Calidad

Calidad se trata de ser eficaz y que las cosas vayan alineadas. se define con el a gestión de la calidad como conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos a través de él se debe enfatizar que no desea identificar los errores cuando ya han ocurrido aunque sí evitarlos antes de que ocurran de ahí su importancia dentro del sistema de gestión de una organización es inútil corregir errores continuamente si no se trabaja para tratar de anticipar su aparición

La gestión de la calidad reúne un conjunto de acciones y procedimientos que buscan garantizar la calidad no de los productos en sí sino del proceso con el cual se obtienen estos productos.

Sistema de gestión de calidad –SGC

Un sistema de gestión de calidad sirve para demostrar y dar confianza a los clientes, que satisfagan sus expectativas, asimismo a la propia organización, para tomar decisiones basadas en indicadores, cifras y en objetivos, asimismo solucionar las quejas de los clientes, para acceder a otros mercados, que exigen que cuenten con la certificación

Norma ISO 9001

Norma ISO 9001: Consiste en un conjunto de directrices para llegar a resultados óptimos, asimismo define las políticas, procesos y procedimientos de como a la empresa

la manera de como ofrece el producto y servicio, de demostrar capacidad para hacer frente a la competitividad

Aprendisaje continuo

Hoy en día en las empresas vivimos una situación de volatilidad a nivel mundial, ya que es necesario adquirir nuevos nuevos conocimientos, desarrollar nuevas habilidades y destrezas, para poder adaptarnos a la competencia y cumplir con los objetivos de la organización, que radica en que los seres humanos se renueven en conocimientos, nuevas habilidades para afrontar la competitividad

Atención al cliente

La atención al cliente se basa en las relaciones duraderas en función a poder responder con aquellas manifestaciones respecto a los reclamos, sugerencias o solicitudes ante sus requerimientos.

Empatía

Es la clave para que el cliente se sienta cómodo, agusto, satisfecho, saber resolver las necesidades y lo más importante que se escuchado dándole las orientaciones necesarias, brindándole información detallada del precio, sus atributos, calidad, ofertas, promociones, descuentos.

Escucha activa

Se define como la disposición del interés y concentración por la persona, de recibir el mensaje del cliente, para brindar una rápida respuesta de solución a su petición, consiste

en preguntar y recibir el mensaje, debiendo de mantener la mirada en el interlocutor, ofreciendo gestos o palabras de nuestra de la escucha, es importante mantener el tono de voz, la postura, la apariencia y las emociones.

III.HIPÓTESIS

La presente investigación no se planteará la hipótesis, porque fue de tipo descriptivo. Según manifiesta Hernández, Fernández y Batista (2014) las hipótesis proponen tentativamente las respuestas a las preguntas de investigación.

Hipótesis Descriptiva.- Recopila la información de cada una de las variables de como es y cómo se manifiesta, es decir pretenden medir la información, centrándose en medir con la mayor precisión

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de Investigación

El diseño que se aplicó para su elaboración de la tesis fue no experimental – de corte transversal y descriptivo

Según Hernández (2014), es de corte transversal, debido a que la recolección de los datos se realizará en un periodo único y limitado en función al tiempo y espacio, debido a que no comprenderá otros hechos observacionales en periodos continuos. Para Reyes (2016), los estudios no experimentales son aquellos que tiene como característica que no se efectuará manipulación alguna de las variables y más aún no realizará algún tipo de experimentos sino se observarán y registrarán los hechos de manera natural.

El tipo de investigación fue cuantitativo, según Hernández (2014) indica que los estudios básicos son aquellos que comprenden hechos o datos medibles cuantificablemente en función a la información que se expone respecto a la recolección datos; para finalmente ser procesados estadísticamente para su representación de los resultados a través de datos de frecuencia y porcentaje

Nivel **descriptivo**, son aquellos que tiene como objetivo analizar y evaluar la problemática del estudio respecto a aquellos hechos, acontecimientos o hallazgos que se puedan producir, describiéndolos en función a los grupos o sujetos de estudio, en cumplimiento con los objetivos establecidos (Hernández y Mendoza, 2018).

4.2 Población y muestra

Población

Hernández (2014) define población como el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado.

Para la variable gestión de calidad la población está integrada 5 propietarios de las MYPE rubro veterinarias del Distrito Veintiséis de Octubre - 2022, los cuales serán objeto de análisis, siendo una población finita conocida

Para la variable atención al cliente, la población son los clientes, se tuvo en cuenta el registro de clientes de las MYPE de rubro Veterinaria durante el último semestre del periodo 2022. Siendo una población infinita desconocida. A continuación, se detallan:

Cuadro 1. Relación de la MYPE

N°	Razón social	Dirección	Ruc	Propietarios
1	V.PETS	Veintiséis de octubre	XXXXXX	1
2	V.M.A	Veintiséis de octubre	XXXXXX	1
3	V.O	Veintiséis de octubre	XXXXXX	1
	MS	Veintiséis de octubre	XXXXXX	1
4	M y S	Veintiséis de octubre	XXXXXX	1
Total				5

Nota: Elaboración propia

Muestra

Hernández (2014) lo definen como el segmento representativo que conforma la población, la cual comparten ciertas características o rasgos sociales que serán fundamental para su evaluación.

M1: Para la variable gestión de calidad fueron los dueños de las MYPE como se indicó líneas arriba, se estudiará a toda la población que está conformada por N=5 propietarios de las MYPES del rubro veterinarias del Distrito Veintiséis de Octubre – 2022, para ello se aplicó la encuesta a los propietarios, llegando a la conclusión que la población es igual a la muestra $n=N$ por lo tanto $n=5$

M2: Para la variable atención a los clientes. La muestra que comprendió fue los clientes de las MYPES del rubro veterinarias del Distrito Veintiséis de Octubre – 2022, Hernández (2014) para determinar el muestreo, comprende una serie de técnicas que por su clasificación puede ser probabilística o no probabilística en base al tipo de muestra.

De esta manera en el estudio, se aplicó un muestreo probabilístico simple, teniendo en cuenta un nivel de confianza al 90% y un margen de error al 10%, en consideración a una población que comprende los clientes registrados en las MYPE. A continuación, se aplica la formula estadística: cuando no hay estudios anteriores:

Dónde: se requiere un conjunto más pequeño

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Datos que conforman el método estadístico:

Niveles de significancia más usados para Z; Grado de confianza y precisión al 90% =0.90.
(1.645) prestablecido

p: Nivel de probabilidad al 50% =0.05

q: Nivel de fracaso al 50% = 0.05

e : Error muestral al 10% (0.1)

n= Valor por determinar

Remplazo la formula estadística:

$$n = \frac{(1.645)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.10)^2}$$

$$n = \frac{2.706025 \times 0.5 \times 0.5}{(0.01)^2}$$

$$n = 67.650625$$

$$nn = 0.67650625/0.01$$

$$= 68 \text{ personas}$$

Significa que la muestra que vamos a tomar de la población va a ser de 68

personas (clientes) sé que aplicó en el estudio n = 68 encuesta

Cuadro 2. Criterios de inclusión y de exclusión

Criterios	Inclusión	Exclusión
Gestión de calidad	Propietarios de la MYPE de veintiséis de octubre- Piura	No se excluyó a nadie
Atención al cliente	Se permitió a clientes mayores de 19 años de edad	Se excluye a clientes que no desean participar en la encuesta.

Nota: Elaboración propia

4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores

Cuadro 3. Operacionalización de las variables

Variables	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadore	Escala
Gestión de Calidad	Es un conjunto de actividades que se planifica, efectúa y examina para cumplir la gestión de calidad puede variar de acuerdo al rubro de la empresa. Permite un mejor desenvolvimiento de la organización para poder establecerse en el mercado y evitar cualquier tipo de variación. (Silva, 2022)	Las variables y dimensiones serán medidas con un cuestionario con escala ordinal	Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> -Mejora de rendimiento -Aumenta de sus Habilidades -Mejora de estándares -Evitar menos o errores frecuentes. -Reconocimiento mundial - Satisfacer las necesidades los clientes 	Ordinal
			Principios	<ul style="list-style-type: none"> Enfoque al cliente -Mejora Liderazgo Mejora de procesos El enfoque de sistema para la gestión. La mejora continua. -Mejora en la toma de decisiones Buena relación con los proveedores. 	

Atencion al Cliente	Blanco (2019), son todas aquellas acciones o procesos que realiza una empresa o negocio para mejorar la atención de los clientes antes, durante y posterior de realizar una compra de un producto y/o servicio en cumplimiento con los niveles de satisfacción.	Las variables y dimensiones serán medidas con un cuestionario con escala ordinal	Procesos	<ul style="list-style-type: none"> - Empatía - Valores - Comunicación - Eficacia - Uso de tecnología - Atencion personalizada 	Ordinal
			Estrategias de atención	<ul style="list-style-type: none"> - Lealtad y fidelización - Variedad de productos y servicios - Referencia - Mejora el clima y la motivación en el trabajo. - Incremento de las ventas Imagen de la empresa 	

Nota: *Elaboración propia*

4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

La encuesta: Comprende a un conjunto de interrogantes relacionados a una problemática existente, que tiene como finalidad ser aplicado a un grupo o segmento representativo de individuos (Muñoz, 2016). Para la recolección de datos se utilizará la técnica la escueta y la recabar la información se realizara por medio del cuestionario, para ello se elaborará preguntas

- 9 preguntas de gestión de calidad dirigida a los representantes
- 10 preguntas referidas a atención al cliente dirigidas a los clientes concurrentes a las MYPE de rubro Veterinaria del distrito de Veintiséis de Octubre, para dar respuesta a la problemática mediante los diferentes objetivos propuestos en la investigación.

Por su parte Arias (2016), lo define como aquella técnica fundamental para la recolección de datos que tiene como finalidad obtener información necesaria mediante preguntas y en escala, en una población de interés para conocer la problemática existente.

4.5 Plan de Análisis

- Para el desarrollo de la investigación se utilizó el programa Word
- El análisis de la información cuantitativa se realizó a través del cuestionario aplicado a los propietarios y clientes, para ello se utilizó el Microsoft Excel para realizar el cálculo y procesamiento de la información y media respecto a las respuestas obtenidas, los datos recopilados se representaran mediante tablas y figuras para el informe final se utilizara el programa PDF y así mismo el Turnitin

4.6 Matriz de Consistencia

Cuadro 4. Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>Gestión de calidad y la atención al cliente de las MYPES, rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre, Piura año, 2022</p>	<p>¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la atención al cliente de las MYPES, rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre, Piura año, 2022?</p>	<p>OG. Determinar las características de la gestión calidad y la atención al cliente de las MYPE, rubro Veterinarias Distrito Veintiséis de Octubre Piura año, 2022</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Identificar las características de los beneficios de la gestión de calidad de las MYPE rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre, Piura año 2022</p> <p>Describir los principios de Gestión de calidad de las MYPE rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre, Piura año 2022</p> <p>Identificar las características de los procesos de la atención al clientes de las MYPE rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre, Piura año, 2022.</p> <p>Describir las estrategias en atención al clientes de las MYPE rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre, Piura año, 2022.</p> <p>Elaborar una propuesta de mejora de la Gestión de calidad y la atención al cliente de las MYPE rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre, Piura año 2022</p>	<p>La presente investigación no se planteó la hipótesis, porque es de tipo descriptivo. Según manifiesta Hernández, Fernández y Batista (2014) las hipótesis proponen tentativamente las respuestas a las preguntas de investigación.</p>	<p>Gestión de calidad</p> <p>Atención al cliente</p>	<p>Tipo: Cuantitativo</p> <p>Nivel Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental de corte transversal</p> <p>P:V1:Propietarios P: V2: Clientes</p> <p>Muestra: V1: 5 enfocada a personal administrativo</p> <p>Muestra: V2:68 clientes</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Nota: elaboración propia

4.7 Principios éticos

La universidad Uladech en su código de ética para la investigación publicó: Los principios éticos descritos en el presente código, deben regir 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 (Uladech, 2019).

Principios que rigen la actividad investigadora

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 determinó de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. Este principio no solamente implicaron 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.

Beneficencia y no maleficencia: Se debe asegurar el bienestar de los individuos 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.

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.

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 moralidad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su carrera, se evalúan y expresan 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.

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.

Libre participación y derecho a estar informado: Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien enterados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de anunciar en ella, por voluntad propia. En toda investigación se debe contar

con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos poner en claro o titular de los datos consiente el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

v. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1. Beneficios de la gestión de calidad en las MYPE rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre Piura año, 2022

Beneficios de la gestión de calidad	N	%
¿Cuenta Ud. con el Certificado de Gestión de Calidad?		
Si	5	100.00
No	0	000.00
Total	5	100.00
¿Cuenta usted con un plan para capacitar al personal en tema de gestión de calidad?		
Si	0	000.00
No	5	100.00
Total	5	100.00
¿El personal informa y explica claramente sobre la salud de las mascotas?		
Si	3	59.00
No	2	49.00
Total	5	100.00
¿La comunicación con sus colaboradores ha mejorado?		
Si	5	100.00
No	0	000.00
Total	5	100.00
¿Creé Ud. que la certificación ISO9001 es una buena inversión para su veterinaria?		
Si	3	60.00
No	2	40.00
Total	5	100.00
¿Cuenta Usted con cartera de clientes fidelizados?		
Si	3	60.00
No	2	40.00
Total	5	100.00

Nota: Beneficios de la gestión de calidad fueron obtenidos con la aplicación del cuestionario

Tabla 2. Principios de la gestión de gestión de calidad en las MYPE rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre, Piura año 2022

Principios de la gestión de calidad	N	%
¿Usted creé que el servicio que brinda la veterinaria es satisfactorio		
Si	50	79.00
No	18	21.00
Total	68	100.00

¿Cree Usted que el personal de la veterinaria brinda un servicio de calidad?		
Si	50	76.00
No	18	24.00
Total	68	100.0
¿Siente Usted que los colaboradores están comprometidos con la clínica?		
Si	48	88.00
No	20	22.00
Total	68	100.00
¿La atención de la veterinaria le inspira confianza?		
Si	50	76.00
No	18	24.00
Total	68	100.00
Recomendaría ésta veterinaria a tus familiares y amigos?		
Si	62	92.00
No	6	8.00
Total	68	100.00
Se encuentra satisfecho con el personal que atiende en la veterinaria		
Si	55	87.00
No	13	13.00
Total	68	100.00
¿En la veterinaria el personal demuestra conocer los procedimientos, técnicas, los beneficios y características de los servicios que ofrece?		
Si	58	90.00
No	10	10.00
Total	68	100.00
¿La atención de emergencia es óptima?		
Si	68	100.00
No	00	000.00
TOTAL	68	100.00
¿Cree Usted que el personal demuestra eficacia en el desempeño de su servicio?		
Si	43	55.00
No	25	45.00
Total	68	100.00
¿Ha recibido algún descuento por fidelización?		
Si	68	100.00
No	00	0.00
Total	68	100.00

Nota: Principios de la gestión de calidad fueron obtenidos con la aplicación del cuestionario

Tabla 3. *Procesos de atención al cliente de las MYPE rubro veterinarias – distrito veintiséis de Octubre, Piura año 2022*

Procesos de la Atención al cliente	N	%
------------------------------------	---	---

¿El personal da bienvenida y muestra amabilidad al momento de la entrevista con el cliente?		
Si	51	83.00
No	17	17.00
Total	68	100.00
¿El personal de las veterinarias le brinda Tips de información y orientación sobre los cuidados de la mascota?		
Si	68	100.00
No	00	0.00
Total	68	100.00
¿Le gustaría que la veterinaria le envíe notificaciones de promociones y descuentos por correo y WhatsApp?		
Si	66	93.00
No	2	7.00
Total	68	100.00
¿Le explican claramente sobre la salud de la mascota, así como orientaciones sobre el tratamiento de los medicamento y alimentación?		
Si	66	93.00
No	2	7.00
Total	68	100.00
¿El personal de la clínica veterinaria brinda atención rápida?		
SI	68	100.00
No	0	0.00
Total		100.00
¿El personal te brinda credibilidad y Confianza al momento de la atención?		
Si	58	83.00
No	10	17.00
Total	68	100.00
¿La publicidad que brinda la veterinaria es objetiva?		
Si	65	92.00
No	3	8.00
Total	68	100

Nota: Procesos de la atención al cliente fueron obtenidos con la aplicación del cuestionario

Tabla 4. Estrategias de la calidad en atención a los clientes de las MYPE rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre, Piura año 2022

Estrategias de la atención al cliente	N	%
¿Le parece a Ud. ¿Que la infraestructura y la limpieza está acorde con el servicio brindado?		
Si	62	90.00
No	6	10.00

Total	68	100.00
¿La veterinaria comparte su historia como cliente en su red social desde el punto de vista de la lealtad?		
Si	62	90.00
No	6	10.00
Total	68	100.00
¿La publicidad que brinda la veterinaria es objetiva?		
Si	65	93.00
No	3	7.00
Total	68	100.00
¿Hay posibilidad de que vuelva a visitar la clínica veterinaria?		
Si	68	100.00
No	0	00.00
Total	68	100.00
¿la veterinaria cuenta con máquinas, materiales y equipos modernos para la atención de su mascota		
Si	62	89.00
No	6	11.00
Total	68	100.00
¿La atención de la veterinaria la inspira confianza?		
Si	51	85.00
No	17	15.00
Total	68	100.00
¿Recomendaría esta veterinaria a tus familiares y amigos?		
SI	51	85.00
No	17	15.00
Total	68	100.00
Cree usted que los colaboradores están comprometidos con la clínica veterinaria		
Si	53	88.00
No	15	12.00
Total	68	100.00

Notas: Beneficios de la atención al cliente fueron obtenidos con la aplicación del cuestionario

Tabla 5

Cuadro 5. Propuesta de mejora de la Gestión de calidad y la atención al cliente de las MYPE rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre, Piura año 2022

Problemas encontrados	Problema	Causa del problema	Consecuencias del problema	Acciones de mejora	Responsable
En su mayoría las MYPES no cuentan certificado de gestión de calidad	El 100% (5) de los administradores de las MYPE rubro veterinarias de distrito Veintiséis de Octubre -Piura, 2022, manifestaron que no cuentan con una propuesta para capacitación para su personal en el tema de gestión de calidad	Los administradores de las clínicas veterinarias no tienen como prioridad capacitar al personal, solo desean incrementar su rentabilidad	Los administradores recibirán reclamos por parte de los clientes son más exigentes, al momento de recibir un servicio	El administrador y el personal debe estar debidamente capacitado para liderar a su empresa	Administrador
En su mayoría de aplican en cuento de gestión de calidad	El 87% (55) clientes disconformidad con el personal que deben mejorar su desempeño laboral y el 13% (13) opina lo contrario	Los administradores algunos no establecen principios de la gestión de calidad, debido falta de interés y desconocimiento.	Los clientes son más informados y actualizados	Implementar un plan de capacitación, en gestión de calidad así mismo talleres, cursos, feedback. que eleve el desempeño de los colaboradores	Colaboradores
En su gran mayoría los clientes indican que el personal aplica procesos de la atención	95% (66) de clientes manifiestan que el personal aplica los procesos de la atención al cliente	El personal cumple con los procesos que ayuda en las mejoras para su buen desarrollo de las actividades	Clientes satisfechos	Implementar incentivos económicos	

En su gran mayoría las MYPES no recibe beneficios	El 85 % considera que se mejorar la calidad de atención al cliente y el 15% no considera	Los propietarios desconocen de los beneficios, de calidad de atención al ya que con una buena atención puedes aumentar la cartera de clientes Los propietarios	La mayoría de las empresas optan por capacitar más al personal, ya que así su organización eleva su prestigio en el mercado		
---	--	---	---	--	--

Notas: Cuestionario aplicado a los clientes y representantes MYPE rubro veterinarias – distrito veintiséis de octubre, Piura año 2022

5.2. Análisis de resultados

Objetivo 1. Beneficios de la gestión de calidad de las MYPE rubro Veterinarias – Distrito Veintiséis de Octubre Piura año, 2022

En tabla 1 denominada beneficios de gestión de calidad, con respecto a mejorar los estándares, se observa que el 100 % (5) de los administradores de las MYPE, indicaron que no contaban con el certificado de control de calidad, esto no coincide con los resultados Narváez, (2020) que 100% de encuestados no aplicamos un SGC determinado debido a que demanda costos y nos representaría como costo indirecto para nuestros clientes, resultados que no coinciden con Cribillero (2022) donde encuentro que el 60% presenta problemas para la ejecución de la gestión de calidad debido a la falta de iniciativa; por otro lado los resultados encontrados por el autor Vera (2019) son diferentes a lo encontrado con la presente investigación, lo cual señala que, el 100% afirma que la gestión de calidad contribuye a mejorar el gestión de calidad ya que obteniendo el certificado ISO 9001 va a fomentar la credibilidad y confianza a los consumidores, asimismo brindaría un mejoramiento continuo rendimiento del negocio. Estos resultados demuestran que la mayoría de los representantes de las no ponen en práctica los beneficios y ventajas a obtener el certificado de Garantiza la calidad del producto y servicio (satisfacción del cliente)

Se observa que el 100 % (5) si brinda información detallada de los servicios y productos, lo cual no concuerda con el estudio de Cribillero (2022) señala que el 100% de las micro y pequeña empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancia; asimismo no coincide con el estudio de Maldonado (2022) logrando identificar las 10

ventajas que le otorga esta adecuada gestión de calidad de los resultados encontrados nos indica que la mayoría del personal de las MYPES brindan información objetiva, a los clientes que llegan y los que sacan cita por teléfono y otro medio

Con respecto al plan para capacitar al personal en gestión de calidad, se observa que el 100 % (5) de los administradores veterinarias, indicaron que no contaban con un plan para capacitar al personal en tema de los beneficios de la gestión de calidad, resultados encontrados que es diferente con lo encontrado en el estudio de Cribillero (2022) que indica el 70% utiliza la observación para medir el rendimiento del personal; asimismo no coincide con la investigación de Maldonado (2022) quien señala que el 100.00% de los representantes manifiestan que las actividades que desempeña el personal son fundamentales para las MYPES. Por lo tanto, los resultados encontrados demuestran que la totalidad de los propietarios no capacitan a su personal, lo cual genera quiebres al momento de la atención al cliente

Los médicos veterinarios, indicaron que si explican claramente sobre la salud de la mascotas y la orientación sobre el tratamiento de los medicamentos y alimentos y 41%(2), se observa que el 59% (3) de los clientes manifestaron que brindan información detallada Narváez, (2020) señala que en relación a conocimiento o aplicación de un SGC, en la pequeña empresa 1 se afirma: “la empresa se maneja con estándares de calidad de precios y menores desperdicios; asimismo, resultado que es diferente de Cedeno, Catuto & Silva (2021) evidencia que no tienen un concepto claro para implantar un modelo de calidad estandarizado. De los resultados obtenidos podemos señalar que la mitad los representantes señalan que sería importante contar con un certificado de calidad ya que

les garantizaran la calidad de productos y servicios, por lo que será un respaldo para ser más competitivos en el mercado

Con respecto a la cartera de clientes fidelizados, se observa que el 60 % (3) de los administradores, cuenta con una cartera de cliente ya fidelizados el 40 % (2) indican que no, estudio parecido a con los resultados del autor Cribilleros (2022) encontró que el 80% considera que con una buena atención se logra fidelización de clientes; por otro lado Hinostroza (2018) el 84,6% de las gerencias de las MYPES entiende el comportamiento del mercado y necesidades del cliente, conoce las tendencias a futuro y está involucrada en mejoras del servicio; se han realizado inversiones en equipamientos para satisfacer las necesidades del cliente. Podemos decir que la mitad de los representantes cuenta con una cartera de clientes lo cual resulta beneficiosos para ello incrementando las ventas, la competencia mejora la imagen de la empresa etc.

En la tabla 2, denominada principios de la gestión de calidad, con indicador *enfoque al cliente*, se observa que el 79 % (50) de los clientes encuestados de las MYPE, indicaron que el servicio que brindan es satisfactorio, el 21 % (18) de los clientes indican que no es satisfactorio, comparando con los resultados encontrados por Hinostroza (2018) encontró que 84,6% de las gerencias de las MYPES entiende el comportamiento del mercado y necesidades del cliente; Lizarzaburu (2018) señala las empresas grandes y pequeñas depende de sus clientes es por ello que se debe de trabajar en satisfacción y requerimientos y darles un valor agregado a ante sus expectativas. Por lo consiguiente, se demuestra que la mayoría de los clientes se encuentran satisfechos con los servicio y atención recibida por parte del médico veterinario, asimismo las veterinarias ponen énfasis

en el cliente. Por tanto, es sumamente relevante que las empresas realicen un correcto enfoque hacia el cliente en la generación de valor, diferenciándose y posicionándose entre sus competidores, dejando atrás el modelo tradicional donde la eficiencia de la producción era la principal ventaja competitiva

En la tabla 2, denominada participación de personal, se observa que el 76 % (50) de los clientes encuestados de las MYPE, indicaron que el personal de la veterinaria brinda un servicio de calidad y el 24 % (18) de los clientes encuestados indicaron que no brindan un servicio de calidad, resultado diferente con lo encontrado en la tesis de Cribillero (2022) encontró que 70% utiliza la observación para medir el rendimiento del personal, para Lizarzaburu (2018) indica la participación del personal es uno de los pilares fundamentales en la gestión de la calidad, aportando conocimiento, compromiso y responsabilidades; asimismo la norma ISO (2015) nos indica que para gestionar una organización de manera eficaz y eficiente es importante respetar e implicar activamente a todas las personas esto demuestra que la mitad de los clientes reciben buen servicio de atención por parte del personal de la MYPE, sintiéndose a conforme con el personal que brinda el servicio

Se observa que el 88 % (48) de los clientes encuestados, sienten que los colaboradores están comprometidos y 22% (20) clientes encuestados sienten que los colaboradores no están comprometidos; por su parte la ISO 9001 (2015) Señala que el compromiso y las habilidades de las personas son un beneficio para el éxito de la empresa, por su parte, Madrid (2019) sostiene en su tesis que el 80% de las MYPES capacitan a sus trabajadores con el mismo propósito, La norma ISO 9001:(2015) establece que la organización debe determinar y proporcionar las personas necesarias para la

implementación eficaz de un sistema de gestión de la calidad y para la operación y control de sus procesos; por ello, es necesario disponer de personal con educación, formación, habilidades y experiencia apropiada. Es decir, el personal debe contar con: competencia, formación y comunicación

Esto demuestra que la mitad de los colaboradores de las MYPES veterinarias cuentan con habilidades y capacidades y muestran seguridad con los clientes

Con respecto a principio de liderazgo, en la tabla 2, observa que el 76 % (50) de los clientes encuestados de las MYPE, indicaron que la atención les inspira confianza al momento de hacer los exámenes y el diagnóstico, asimismo, del cuidado para con los animales, el 24 % (18) de los clientes encuestados indicaron que nos les inspira confianza la atención. el autor Pinedo (2016) encontró que el 50% del personal muestra buena comunicación, transparencia y disposición al momento de la atención con los dueños y con los animales, esto garantiza un servicio adecuado mostrando amabilidad y empatía ; por otro lado autor VETS (2021) encontró que los clientes de la clínica VET salud se encuentran satisfechos con los servicio, esto demuestra que la mitad de los clientes están contentos ya que sin el liderazgo de las personas no podría ser posible el éxito de las empresas . En la tabla 2 y figura 11, se observa que el 96 % (60) de los clientes de las, indicaron que si recomendarían la clínica veterinaria con sus familiares y amigos y 4% (8) clientes encuestados de la MYPE rubro veterinaria del distrito Veintiséis de Octubre – Piura, 2022, indicaron que no recomendarían la clínica veterinaria con sus familiares y amigos

Con respecto al principio enfoque por procesos, en la tabla 2 y figura , se observa que el 90 % (58) de los clientes de las MYPE, creen que el personal demuestra conocer los procedimientos, técnicas, beneficios y características de los servicios que ofrece y el 10% (10) creen que el personal no conoce los procesos, técnicas, beneficios y características de los servicios que ofrece, resultados que coinciden con el estudio de Gutiérrez (2018) encontró que el 88% de los auxiliares veterinarios conoce los diferentes procesos la cual desarrollan sus actividades en base a ello; por otro lado Narváez, (2020) en contro que el 90% de estas organizaciones gestionan procesos operativos, poseen planificación simple (prácticamente del día a día) e implementan controles de procesos productivos con políticas básicas de calidad. Esto demuestra que la mayoría de las MYPES gestionan sus procesos que van interrelacionados y que funcionan como un todo

Con respecto al principio basado en toma de decisiones, se observa que el 100 % (68) de los clientes encuestados de las MYPE indicaron que la atención al cliente es óptima, los veterinarios manejan los riesgos y consecuencias y toma decisiones en base a la salud del animal, Rojas (2020) encontró que el 50% los clínicos veterinarios pueden y deben estar al corriente del riesgo de tomar malas decisiones que los clientes pueden cuestionar, ya que Este riesgo es mayor cuando se trata de una decisión terapéutica que requiere la administración o la prescripción de medicamentos, Gonzales (2018) señala que es un proceso complejo que implica cierta incertidumbre en propiciar la mejora de sus resultados. Esto demuestra que la mayoría de las MYPES los médicos veterinarios se muestran calmados y corteses, siempre están listos y preparados dando la atención oportuna

En cuanto al principio de mejora continua en la tabla 2, se observa que el 67 % (43) de los clientes encuestados de las MYPE, indicaron que el personal no demuestra eficacia en el desempeño de su servicio y el 33 % (25) de los clientes encuestados indicaron que el personal demuestra eficacia en el desempeño de su servicio, González (2021) este principio se orienta al aprendizaje y a la innovación, emprenden nuevas actividades mejoradas, las organizaciones se han visto obligadas a mejorar su rendimiento, trazándose nuevos retos para llegar a satisfacer a los clientes, por otro lado Cribillero (2022) encontró que el 60% presenta dificultades para la implementación de la gestión de calidad debido a la poca iniciativa. Podemos decir que la mitad de las microempresas aplican la mejora continua en las habilidades del personal, cuentan con los equipos con el fin de brindar satisfacer la atención al cliente, lo cual conlleva al éxito de la clínica. Por otro lado necesitan mejorar su gestión de la calidad para lograr una mayor satisfacción del cliente

Objetivo 3. Procesos de la atención a los clientes de las MYPE rubro veterinarias – distrito Veintiséis de Octubre, Piura Año 2022

Con respecto al indicador “ denominado” la buena impresión y empatía al cliente en la tabla 3, se observa que el 83 % (51) de los clientes encuestados opina que el personal veterinario dan la bienvenida y muestra amabilidad al momento de recibir al cliente y asimismo con el paciente, 17 % (17) opina lo contrario. Por otro lado Facal (2016) en su estudio concluyó que el buen trato y la amabilidad son los aspectos más valorados por parte de los clientes; resultados que coincide con lo encontrado en el estudio de Pacheco, (2021) Entre Patitas será sinónimo de seguridad, debido a los protocolos de atención a domicilio, confianza, por el equipamiento y personal de calidad, así mismo, recompensa,

por la acumulación y canje de puntos por servicios recurrentes de aseo, estética y relajación, el dueño de mascota no podrá dejar en mejores manos al engréido de su hogar. Esto nos demuestra que la mayoría de los clientes de las MYPES veterinarias el personal muestra empatía, amabilidad, cortesía y confianza, lo cual es base fundamental, permitirá la fidelización. Por otro lado, Silva (2020) encontró que el 74% de los encuestados opinan que es muy importante la imagen de las veterinarias, porque les transmite confianza, seguridad

Con respecto al indicador denominado, información detallada, en la tabla 3, se observa que el 100 % (68) de los clientes encuestados de las MYPE manifestaron que personal de las veterinarias le brindan Tips de información y orientación sobre los cuidados de la mascota y el 67 % (53) de los clientes encuestados indicaron que el personal no brinda información y orientación sobre los cuidados de la mascota. Resultados que son diferentes al de la Organización Mundial de la Salud (OMS) en diferentes estudios aclara que las mascotas no trasmiten virus, si bien el virus de coronavirus, nos se trasmiten como tal. Por otro lado Privatiner (2020) es importante tener en cuenta el abastecimiento de la comida, el agua. Silva (2020) encontró que el 70.00% de las veterinarias encuestadas considera importante que existan pruebas preventivas. Esto se debe a que, en muchos de los casos, se requiere que el laboratorio disponga de análisis o exámenes acordes con los casos más comunes que se presentan en los animales. Ortega (2020) hallo que 76.67% considera que es importante la existencia de un laboratorio para cubrir la alta demanda que hay en la zona. Estos resultados demuestra que en el distrito 26 de Octubre existen diversas clínicas la cuales una minoría no están preparadas para brindar información

oportuna y orientar al clientes en servicio, productos, asimismo brindar un mejor diagnostico a los canes y una gran mayoría si lo hace

Con respecto al indicador uso de las tecnologías digitales, en la tabla 3, se observa que el 93 % (66) de los clientes encuestados, que si les gustaría recibir notificaciones de promociones y descuentos por correo y WhatsApp y el 2 % (7) y que no están de acuerdo con recibir notificaciones y descuentos por correo y WhatsApp. Contractando con lo investigado por Pacheco, (2021) se creará un código único para la mascota, que le permitirá tener un perfil a modo de tarjeta virtual en la página web llamado Patitas Card, que tendrá como objetivos archivar los datos de la mascota (edad, peso, talla, entre otros) y el historial de los servicios adquiridos, para crear una herramienta de venta proactiva y gestionar acciones de post venta. Ortega (2020) el 73.30% la considera importante que las clínicas veterinarias desean contar con un usuario y contraseña para revisar o verificar sus análisis enviados y, de esta forma, visualizar un historial de los enviados para un control interno, Maldonado (2022) Se ha logrado identificar que Veterinaria Sullana SRL no utiliza al 100% todos los canales de atención, siendo las redes sociales las menos conocidas por los clientes. lo que favorecerá su almacenamiento. Del análisis realizado nos demuestra que la mayoría de MYPES realizan seguimiento a sus clientes por los medios electrónicos muchas veces para entregar resultados y evitar de almacenamiento físico.

Con respecto al indicador atención rápida y eficaz, en la tabla 3, se observa que el 100 % (68) de los clientes encuestados de las MYPE, indicaron que la atención al cliente es óptima, Da Silva (2020) para ello el personal de atención al cliente debe estar preparado,

debe ser eficiente, debe ser ágil, inteligente, coherente, en todo lo que hace y lo que dice. Maldonado (2022) en su tesis encontro que en las veterinarias Sullana se ejecutan satisfactoriamente las 04 fases de atención al cliente, pese a ello, se considera oportuno que refuerce la gestión en la cuarta fase; finalización y despedida. Por otro lado Silvia (2017) hallo que la agilidad en el procesos de atención es de 62% opinan que la agilidad es excelente, el 15% regular por lo que se debe mantener el nivel de satisfacción, por lo que deben ser cubiertas las necesidades en su totalidad. Del análisis hallado demuestra que la mayoría de del personal de la clínica veterinaria actúan con rapidez que es la acción que se gana al cliente, ya que el cliente espera la respuesta inmediata, aplicando los protocolos

Con respecto al indicador atención personalizada en la tabla 4, se observa que el 88 % (62) de los clientes encuestados de las MYPE, opina que les está de acuerdo con la atención personalizada el 22% (28) no está de acuerdo con que la veterinaria ofrezca servicios personalizados indican pueden ser online, resultados que son parecidos con lo encontrado con Silva (2020), si bien de acuerdo a la norma, es de carácter opcional contar con una “ambulancia” en una Clínica Veterinaria, (RA N° 144/02 SENASAG) eso no debe de ser una condición para que un Centro Veterinario tenga o deje de tener un área de estacionamiento- Estos resultados nos demuestran que en su la mayor parte de las microempresas clínicas veterinarias realizan atención personalizada ya los pacientes saben cuándo empiezan y cuando terminan el tratamiento de sus mascotas

Con respecto al indicador la infraestructura y la limpieza está acorde con el servicio brindado, En la tabla 9 y figura 19, se observa que el 92 % (62) de los clientes encuestados, que si les parece que la infraestructura y la limpieza está acorde con el servicio brindado y el 8 % (6) le parece que la infraestructura y la limpieza no está acorde

con el servicio brindado. Fernandez (2020) en su blog menciona que los clientes debe ser atención como se merecen y para la empresa la calidad de atención será una ventaja competitiva, Castillo (2017) Está establecido que las paredes, pisos y techos de los CV deben de ser elaborados de material impermeable; según la RM N° 708-94-SA/DM, la impermeabilidad permite una fácil limpieza y desinfección del local, logrando un adecuado control higiénico-sanitario; los CV considerados en el estudio han sido construidos con material noble, el cual es de fácil mantenimiento y limpieza, cumpliendo de esta manera con parte de las condiciones sanitarias establecidas para un Centro de Salud, que también comprenden las instalaciones de agua, desagüe, ventilación, sistema contra incendios, drenaje para residuos sólidos, entre otros. (DGIEM, 2013

Con respecto al indicador lealtad, en la tabla4, se observa que el 97 % (62) de los clientes encuestados de las MYPE, opinan que la veterinaria si respeta el orden de las consultas a las mascotas y el 3% (6) opina lo contrario, Moreno (2018) el 60% de los clientes está totalmente de acuerdo en que se atienden inmediatamente las emergencias de sus mascotas, Sánchez (2018) el 88.2% espera que el establecimiento tenga buen respaldo médico y buena reputación. Resultados nos muestran que la mayoría de los clientes indicaron que los veterinarios muestran interés por saber sus necesidades y creen que es importante contar con una mascota en casa

Con respecto al indicador denominado, imagen de la empresa; en la tabla 4, se observa que el 93 % (65) de los clientes encuestados de las MYPE, opina que la publicidad que brinda la veterinaria es objetiva el 7 % (3) opina que la publicidad no es objetiva- Vera (20219) hallo que las clínicas en sus estudio cuentan instalaciones

especializadas para el bienestar del animal, por otro lado Rojas (2021) en su estudio en control que el 100% de encuestados indicaron que la clínica cuenta un ambiente amigable con el cliente y un personal atento añade valor al servicio realizado. Gómez (2019) el 80% de las veterinarias usan servicios web para mostrar información, llegar a más clientes y ofrecer nuevas formas de interactuar con los clientes. Resultados muestran que la mayoría de los clientes de las MYPES tienen buena referencia de las clínicas porque demuestran credibilidad, confianza, y sus accionar es muy bueno, asimismo la imagen profesionalizada es clave para confiar en el servicio

En el indicador equipos y materiales en la tabla, se observa que el 89 % (62) de los clientes encuestados de las MYPES, opina que la veterinaria cuenta con máquinas, materiales y equipos modernos para la atención de su mascota y el 6% (11) opina que la veterinaria no cuenta con máquinas, materiales y equipos modernos para la atención de su mascota. Resultados que coinciden con lo hallado por el estudio de Moreno (2018) encontró que el 60% está totalmente de acuerdo en que los equipos son de última generación, el 50% está de acuerdo con que la veterinaria cumple con los servicios contratados Por otro lado, este resultado no contrasta con Borunda (2017) quien determinó que sólo el 8% de los clientes consideran que las instalaciones estén en óptimas condiciones

Examen físico antes de su consulta, en el indicador en la tabla 4, se observa que el 92 % (58) de los clientes encuestados de las, opina que si se le realiza un previo examen físico a su mascota y el 8% (10) opina a la mascota que no se le realizó un examen antes de su consulta. Moreno (2018) el 90% de los clientes de la veterinaria manifiestan que el médico explica sus hallazgos durante la consulta

Redes sociales en la tabla 4, se observa que el 96 % (60) de los clientes encuestados de las, opina que siguen por redes sociales a la veterinaria y el 4% (8) que no siguen por redes sociales a la veterinaria. Maldonado (2022) se ha logrado identificar que Veterinaria Sullana SRL no utiliza al 100% todos los canales de atención, siendo las redes sociales las menos conocidas por los clientes.

Con respecto al indicador denominado, personal capacitado para poder orientar a los cliente, en la tabla 4, se observa que el 87 % (51) de los clientes encuestados de las MYPE, opina que la veterinaria si cuenta con personal capacitado para orientar a los clientes y el 13% (17) opina que la veterinaria no cuenta con personal capacitado para orientar a los clientes. Escobedo (2018) el 90% de los clientes están de acuerdo en que el personal de la veterinaria explica y despeja sus dudas asimismo, el 90% de los clientes está de acuerdo con la terminología utilizada por el médico para explicar el diagnóstico de la mascota; Moreno (2018) hallo que el 70% de los clientes de las veterinarias están totalmente de acuerdo en que el personal está preparado y cuenta con el conocimiento necesario para atender a sus mascotas. Sánchez (2018) El 86% de encuestados respondieron que la sensibilidad o capacidad de respuesta es un factor muy importante para ellos, porque les transmite la sensación de sentirse especiales e importantes así como también que todo gire en torno al cliente en busca de su satisfacción, y así colmar sus expectativas. Resultados nos muestran que la mayoría de veterinaria cuenta con personal capacitado, haciendo muy importante ya que se ganara la confianza del clienta y generándole motivos para que regrese, así contar con más cliente y incrementar las ventas.

VI. CONCLUSIONES

Respecto a los beneficios de la gestión de calidad

Se identificó que en la totalidad de los representantes no cuentan con un certificado de gestión de calidad, la mayor parte no ponen en práctica los beneficios de la misma; debido a que no han implementado un programa de gestión de calidad para mejorar sus servicios y atención al cliente, asimismo la totalidad de los propietarios no capacitan a su personal, lo cual genera quiebres al momento de la atención al cliente, por otro lado se encontró que la mitad de los representantes cuenta con una cartera de clientes permanentes lo cual resulta beneficiosos para ello incrementando las ventas, la competencia mejora la imagen de la empresa etc.

Respecto a principios de la gestión de calidad

Se identificó que la mayoría de los clientes se encuentran satisfechos con los servicio y atención recibida por parte del médico veterinario, demuestran que ponen énfasis en el cliente, generando valor, diferenciándose y posicionándose entre sus competidores, asimismo la mayoría empresarios aplica enfoque por procesos, mejora continua y la toma de decisiones ya que el personal pone en práctica y desarrolla sus habilidades blandas. Por otro lado la mitad de microempresarios aplican los principios como la participación de personal y liderazgo esto demuestra que los clientes están contentos ya que sin el liderazgo de las personas no podría ser posible el éxito de las empresas

Procesos de la atención a los clientes

Se identificó que la mayoría de los clientes de las MYPES veterinarias indicaron el que el personal trasmite y muestra empatía, amabilidad, cortesía y confianza, lo cual es base fundamental para las veterinarias, que permitirá la fidelización; la totalidad de los empresarios de clínicas veterinarias realizan atención personalizada, es decir que los pacientes saben cuándo empiezan y cuando terminan el tratamiento de sus mascotas. Por otro lado se encontró que en el distrito de 26 de Octubre existen diversas clínicas la cuales una minoría no están preparadas para brindar información oportuna y orientar a los clientes en los productos y servicios, asimismo brindar un mejor diagnóstico a los canes y una gran mayoría si lo hace. Además la mayoría del personal de las clínicas veterinaria actúan con rapidez, ganándose al cliente, brindan la respuesta inmediata y sobre todo, aplicando los protocolos; así también se encontró que la mayoría de MYPES realizan seguimiento a sus clientes por los medios electrónicos muchas veces para entregar resultados y evitar de almacenamiento físico.

Con respecto a estrategias de la calidad en atención a los clientes

Se identificó que la mayoría de los clientes indicaron que los veterinarios muestran interés por atender y resolver sus necesidades y creen que es importante contar con una mascota en casa, asimismo la mayoría de los clientes de las MYPES tienen buena referencia de las clínicas porque demuestran credibilidad, confianza, y sus accionar es muy bueno, es decir la imagen profesionalizada es clave para confiar en el servicio. También se encontró la que una minoría de veterinaria no cuenta con personal capacitado, siendo muy importante ya que se ganara la confianza del cliente así generando motivos para que regrese y recomiende a la veterinaria y así contar con más cliente e incrementar las ventas

RECOMENDACIONES

- Implementar un programa de capacitación en la gestión de la calidad para lograr una mayor satisfacción del cliente
- Implementar un curso de orientado a los a los principios de la gestión de calidad
- Implementar talleres de capacitación en protocolos de atención en clínicas veterinarias
- Crear un curso de formación y capacitación para mejorar las habilidades de los colaboradores

PLAN DE MEJORA PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO VETERINARIAS -VEINTISEIS DE OCTUBRE - AÑO 2022 – PIURA

1. Datos Generales de la empresa

- **Nombre o razón social:** Micro y pequeñas empresas rubro veterinarias de Piura.
- **Giro de la empresa:** Servicios
- **Dirección:** Urb. Miraflores-Mz. y Lt. 13 Etapa II Castilla-Piura
- **Nombre del representante:** Franco Diaz de Lama
- **Historia:**

La clínica veterinaria Mundo Animal, fue creada en febrero del año 2000, cuando abrió las puertas de unos de sus primeros locales en la ciudad de Piura, atendiendo como Pet Shop, y agregó a esto el servicio veterinario que se apertura un año después con “Mundo Animal Spa” donde los consumidores y asistentes en general son atendido con el más alto profesionalismo.

2. Misión

Nuestra misión es ofrecer los mejores productos y servicios de calidad, optimizando la relación mascota-amigo, mejorando así la calidad de vida de nuestra mascota.

3. Visión

Ser la veterinaria más exclusiva y recomendada por ustedes en todo el norte del Perú; ofreciéndoles productos de calidad, y encontrando en nosotros un buen diagnóstico, tratamiento adecuado y un trato amable y personalizado.

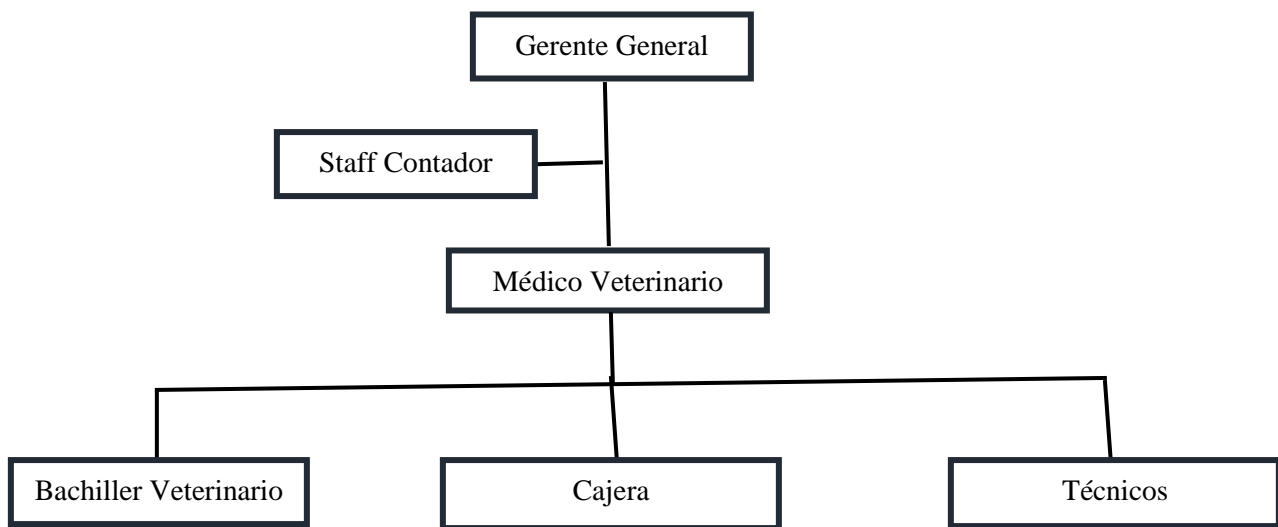
4. Objetivos

Ser un centro veterinario donde la prevención de enfermedades sea el punto de partida de la salud de nuestras mascotas, siempre apoyados un buen servicio tanto a nivel veterinario como humano.

5. Productos y/o servicios

Consultas, vacunas, antiparásitos, tratamiento, hospedaje y accesorios para mascota

6. Organigrama



Nota: Elaboración propia.

6.1 Descripción de Funciones

Gerencia	
Cargo	Gerente General
Perfil	Licenciatura en ciencias administrativas. Conocimiento de los aspectos económicos y legales. Tener habilidad de liderazgo y toma decisiones Tener experiencia mínima de 3 años Amplitud, ingenio, originalidad.
Funciones	Percibir, conocer y dominar las obligaciones de la organización. Perfeccionar el procedimiento de decisiones en caso de alguna amenaza que pueda afectar el futuro de la empresa.

	Efectuar una investigación Planear y poner en marcha un método de datos y control.
Cargo	Contador
Perfil	Estudios universitarios o bachiller, Aportar orientación finanzas y tributos. Tener conocimiento de las estimas invertidas. Planifica , realiza y efectúa las estrategias de las economía de la veterinaria Análisis de las utilidades y las inversiones.
Funciones	Ejecuta el informe de contabilidad para la planificación y el monitoreo. Distribuye y controla los estados contables. Garantiza que las ganancias y los gastos de dinero hayan registrados.
Cargo	Médico Veterinario
Perfil	Un año como mínimo de experiencia. Conocer sobre la conducta del animal, genética, alimentación, reproducción y salud. Respeto por la tranquilidad y la vida animal. Tener la capacidad de interés y pasión para afrontar los retos
Funciones	Habilidad de desinfectar heridas, hacer intervenciones quirúrgicas. Instruir y recomendar a los dueños sobre los cuidados de las mascotas. Otorgar el tratamiento apto para su rehabilitación haciendo poniendo en práctica conocimiento.
Cargo	Bachiller Veterinario
Perfil	Experiencia de 1 año Afinidad y destreza comunicación. Compromiso comunitario Capacidad de trabajar en equipo.
FUNCIONES	Elaboración y desinfección de implementos. Control de la temperatura corporal. Evaluar y tratar la higiene de los animales. Emplear tratamientos.
Cargo	Cajera
Perfil	Especialista en cajeros bancarios Experiencia mínima de 2 años

	Tiene responsabilidad directa con dinero en efectivo directo de dinero en efectivo, transferencias bancancarias y otros.
Funciones	Administra la caja registradora. Verifica el efectivo recibido. Atención a los clientes. Contabilidad y cambio del efectivo.
Cargo	Operario De Limpieza
Perfil	Asegurar el cumplimiento higiene de las instalaciones. mantener el control tanto de los equipos e instrumentos como de los recursos utilizados
Funciones	Vaciado de papeleras o eliminación de residuos. Reposición de materiales Limpieza de suelos, muebles y cristales

Nota: Elaboración propia

7.-Diagnóstico empresarial

Cuadro 6. Diagnostico empresarial

Análisis Foda	Oportunidades	Amenazas
<p style="text-align: center;">Entorno externo</p> <p style="text-align: center;">Entorno interno</p>	<p>01 Diversidad de mercado de servicio SPA (Corte de pelo, venta de alimentos son los más frecuentes, Baños), así como medicamentos</p> <p>02 Tendencia de abrir más sucursales</p> <p>03 Atraer nueva cartera de clientes</p> <p>04 redes sociales con contenidos relacionados de mascotas, atraerá nuevos segmentos</p> <p>05 Dueños de mascotas que buscan alimentos Premium con nutriente con proteínas que alarguen la vida de los animales</p>	<p>A1 Diversidad de competidores entre Clínicas</p> <p>A2 mejores productos o servicios que la competencia no tenga</p> <p>A3 Mejores precios</p> <p>F4 Nuevos competidores que ofrecen nuevos servicios alternativos, tales como terapias, tratamientos etc.</p>
<p>Fortalezas</p> <p>F1 Mercado potencia de demanda de servicios veterinarios</p> <p>F2 Mejora continua de la calidad del servidos</p> <p>F3 Buna ubicación</p> <p>F4 Usos de tecnologías</p> <p>F5 Médicos veterinarios con experiencia</p> <p>F6 Personal apasionado y que ama a por los animales</p>	<p>Estrategia F-O</p> <p>-Implementar Servicios y atención las 24 horas del días (F1,01.02)</p> <p>-Mejorar la comunicación con los clientes (F2.03.04)</p> <p>-Implementar el Marketing y publicidad a través de las redes sociales (F3- 04)</p> <p>-Cuors de capacitación y aplicación (F4 -05-02) permanente de protocolos de atención al cliente</p>	<p>Estrategia F-A</p> <p>-Implementar diversidad de productos o servicios, asimismo orientaciones y asesorías permanentes parta canes de diferentes razas (F1,F2-A1,A2</p>
<p>Debilidades</p> <p>D1 No realizan planeación estratégica</p> <p>D2 muchas veces el local es adaptado y no es adecuado</p> <p>D3 Mala atención al cliente, por falta de capacitación</p> <p>D4 Poca formación veterinaria y negocio</p> <p>D5 No aplican marketing</p>	<p>Estrategia D-O</p> <p>-Ofrecer mejores productos y servicios (D1- 01,03)</p> <p>- Implementar mejores plataforma tecnológica para ofrecer buen servicio (D2, O4,O5)</p>	<p>Estrategia D-A</p> <p>-Implementar estrategia de marketing para captar y fidelizar futuros clientes, implementar cirugías terapias, hospedaje etc (D1, A1,A3)</p> <p>-Implementar estrategia de posicionamiento, en un plazo de 4 años convertirse en la clientes más importante (D2, A2, A4</p>

Nota: Elaboración propia

8. Indicadores de buena gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de la MYPE
Beneficios de la gestión de calidad	Los propietarios de las clínicas veterinarias no tienen como prioridad implementar la ISO 9001, solo desean incrementar su rentabilidad
Principios de la gestión de calidad	No establecen planes de capacitación en gestión de calidad, debido a desconocen de la existencia de los principios
Procesos de atención al cliente	Los colaboradores aplican los protocolos de atención al cliente, pero no reciben capacitación para brindar un servicio de calidad una buena asesoría al cliente
Estrategias de la calidad de atención al cliente	Los propietarios desconocen de los beneficios, de calidad de atención al cliente, ya que con una buena atención puedes aumentar la cartera de clientes y mantenerlos felices, asimismo aumenta sus ventas

Nota: *Elaboración Propia*

9 Problema

Indicadores	Problemas	Causas del problema
Beneficios de la gestión de calidad	El 100% (5) de los administradores de las MYPE rubro veterinarias de distrito Veintiséis de Octubre -Piura, 2022, manifestaron que no cuentan con una propuesta para capacitación para su personal en el tema de gestión de calidad	Los administradores de las clínicas veterinarias no tienen como prioridad capacitar al personal, solo desean incrementar su rentabilidad
Principios de gestión de calidad	El 87% (55) clientes disconformidad con el personal que deben mejorar su desempeño laboral y el 13% (13) opina lo contrario	Los administradores algunos no establecen principios de la gestión de calidad, debido falta de interés y desconocimiento.
Procesos de atención al cliente	95% (66) de clientes manifiestan que el personal aplica los procesos de la atención al cliente	El personal cumple con los procesos que ayuda en las mejoras para su buen desarrollo de las actividades
Estrategias de la calidad de atención al cliente	El 85 % considera que se mejorar la calidad de atención al cliente y el 15% no considera	Los propietarios desconocen de los beneficios, de calidad de atención al cliente, ya que con una buena atención puedes aumentar la cartera de clientes Los propietarios

Nota: *Elaboración Propia*

10 Establecer soluciones

10.1 Establecer acciones de mejora

Indicadores	Problema	Acciones de mejora
Beneficios de gestión de calidad	El 100% (5) de los administradores de las MYPE rubro veterinarias de distrito Veintiséis de Octubre - Piura, 2022, manifestaron que no cuentan con una propuesta para capacitación para su personal en el tema de gestión de calidad	Él debe de estar infirmado y debe conocer en el tema de gestión de calidad
Principios de gestión de calidad	El 87% (55) clientes disconformidad con el personal que deben mejorar su desempeño laboral y el 13% (13) opina lo contrario	El propietario debe estar involucrado y en constante capacitación
Procesos de atención al cliente	95% (66) de clientes manifiestan que el personal aplica los procesos de la atención al cliente	Implementar un plan de capacitación en gestión de calidad, así mismos talleres, cursos, feedback. que eleve el desempeño de los colaboradores
Estrategias de la calidad de atención al cliente	El 85 % considera que se mejorar la calidad de atención al cliente y el 15% no considera	Implementar incentivos económicos

Nota: Elaboración Propia

11. Recursos económicos para implementar estrategias de mejora

N°	Estrategia	Recursos humanos	Recursos económicos	Recursos tecnológicos	Tiempo
1	El propietario debe estar debidamente capacitado para liderar a su empresa	Propietario Trabajadores	s/ 4.000	Internet Cable Teléfono Computador Proyector	2 meses
2	El propietario debe estar involucrado y en constante capacitación	Propietario Trabajadores	s/ 2,500	Internet Cable Teléfono Computador Proyector	4meses

3	Implementar un plan de capacitación, así mismo talleres, cursos, feedback. que eleve el desempeño de los colaboradores	Propietario Trabajadores	s/ 2,500	Internet Cable Teléfono Computador Proyector	1 mes
4	Implementar incentivos económicos	Propietario Trabajadores	s/ 2,500	Internet Cable Teléfono Computador Proyector	3 Meses

Nota: *Elaboración Propia*

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Basauri Núñez, A. M. (2019). *Centro de protección y capacitación de animales menores*.
- Escobedo, M. (2018). *Características de la calidad de los servicios y la atención al cliente en las veterinarias de la ciudad de Sullana año 2018*.
- Falla, M. B. (2019). *“La gestión por procesos y la atención al cliente”*.
- Florián, B. E. (2018). *“Plan de negocios para abrir una sucursal de la empresa Agroveterinaria Rabanal catacaos e.i.r.l. en el centro poblado la Legua”*
- Hinostroza, .. H. (2018). *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Calleria, año 2018*.
- Karen, Q. B. (2015). *Implementación de un sistema web para atención de clínica veterinaria “Huellitas y Garritas” en la ciudad de Guayaquil*.
- Linares Alva, A. L. (2018). *Propuesta de mejora de la calidad del servicio para aumentar la satisfacción al Cliente de la Clínica Veterinaria Small Friends, Lima 2018*
- Masias, P. M. (2019). *“evaluación del bienestar de la población de perros callejero del distrito de Veintiséis de Octubre, Piura. . Peru. 2019”*.
- Navarro, D. P. (2019). *Caracterización de la calidad del servicio y el marketing en la clínica veterinaria Medic Vets - medicos veterinarios, ciudad de Sullana, año 2018*.
- Ojeda, P. M. (2017). *“Caracterización de la Oferta de los de los Servicios Veterinarios en los Centros Veterinarios del distritode Ate- Lima*.
- Racines, C. S. (2016). *"Proyecto de factibilidad para la creación de una clínica veterinaria en la ciudad de Iatacunga provincia de Cotopaxi"*.
- Ricardo, F. L. (2016). *atención al cliente en las clínicas veterinarias*.
- Rodríguez, E (2017). *Atención al cliente en veterinarias*.
- Victor, O. Q. (2016). *La calidad de servicios y ventas en el área de atención al cliente en la veterinaria Pet´s family Eirl Chiclayo 2016* .
- Vets (2016). *Protocolo veterinario para mejorar la atención al cliente. Vets Affinity*.
Disponibile en:
- Hernández, R.; Fernández, C.; Baptista, P. (1994). *“Metodología de la Investigación”*.

McGraw Hill 1994. Colombia.

Mi empresa propia. (2016). *Promulgan Ley N° 30056 que modifica la actual Ley MYPE y otras normas para micro y pequeñas empresas.*

Alba. (2019). *Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades veterinarias de atención médica y control de animales domésticos, distrito de Nuevo Chimbote, 2019 .*

Avendaño, C. &. (2019). *Impacto del servicio de la clínica veterinaria móvil del gobierno autónomo descentralizado de pichincha en la productividad de los pequeños productores pecuarios de la parroquia Pintag Quito.*

Basauri, A. M. (2019). *Centro de protección y capacitación de animales menores.*

Builes. (2021). *El Presente de las MYPES en la LatinoAmericano.*

Casas, D. L. (2019). *Las 'START UP' ganan mercado en el mundo de las mascotas.*

Cedeno. (2020). *El uso de aplicaciones Web para la Gestión de clínicas veterinarias y su incidencia en la mejora de procesos administrativos.*

Cribillero. (2022). *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020 .*

Diaz. (2021). *La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial.*

Dorado. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de una clínica veterinaria bajo la modalidad de medicina preparada en la Ciudad de Popayán.*

EALDE. (2021). *Qué es la norma ISO 9001 y para qué sirve.*

Enríquez. (2020). *¿Qué beneficios genera la implementación del Sistema de Calidad ISO 9001:2015 para las PYMES?*

Escobedo, M. (2018). *Características de la calidad de los servicios y la atención al cliente en las veterinarias de la ciudad de sullanaaño 2018. .*

Facal. (2016). *Atención al cliente en las clínicas veterinarias.*

Florián, B. E. (2018). *“Plan de negocios para abrir una sucursal de la empresa agroveterinaria rabanal catacaos E.I.R.L. en el centro poblado la Legua”*

Gómez. (2018). *Certificación ISO 9001 en PYMES. Problemas y soluciones.*

- Grupopya. (2016). *Practica la escucha activa: definición y técnicas*.
- Hinostroza, .. H. (2018). *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Calleria, año 2018*.
- Latorre. (2015). *Capacidades, destrezas y procesos mentales - educación inicial, primaria y secundaria*
- Lima, M. d. (2020). *Clinica veterinaria Integral*.
- Linares A, A. L. (2018). *Propuesta de mejora de la calidad del servicio para aumentar la satisfacción al Cliente de la Clínica Veterinaria Small Friends, Lima 2018*.
- López. (2022). *Sector de mascotas, oportunidad de emprendimiento*.
- Lorenzo. (2021). *¿Qué es un sistema de gestión de la calidad (SGC)?*
- Lteam. (2019). *Beneficios de un Sistema de Gestión de Calidad*.
- Lucero-N. (2020). *Gestión de calidad en micro y pequeñas empresas de servicio automotriz ecuatoriano*.
- Maldonado. (2022). *Principales características de la gestión de calidad y estrategias de atención al cliente en veterinaria Sullana SRL del distrito de Sullana 2020* .
- Masias, P. M. (2019). *“evaluación del bienestar de la población de perros callejero del distrito de veintiséis de Octubre, Piura. . Peru. 2019”*
- Matín. (2017). *El aprendizaje continuo, factor crítico de supervivencia*.
- Méndez. (2021). *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias en el centro de chimbote, del distrito de Chimbote, 2019*.
- Morales. (2017). *“Diseño de una guía para el establecimiento de una clínica veterinaria con condiciones óptimas de calidad, en el departamento de Guatemala”*
- Moreno. (2018). *Características de la calidad de los servicios y la atención al cliente en las veterinarias de la ciudad de Sullana año 2018*.
- Navarro, D. P. (2019). *Caracterización de la calidad del servicio y el marketing en la clinica veterinaria medic Vets - Medicos veterinarios, Ciudad de Sullana, Año 2018*.
- Ojeda, P. M. (2017). *“Caracterización de la oferta de los de los servicios veterinarios en los centros veterinarios del distritode Ate- LIMA*.
- Orellana, A. A. (2018). *“Desarrollo del plan de marketing para la veterinaria*.
- Pacheco. (2021). *Servicios de aseo, estética y relajación*.

- Peruano, D. E. (2022). *Entérese sobre las responsabilidades y obligaciones de las clínicas veterinarias.*
- Pollak. (2021). *Cómo iniciar la gestión de calidad en una PyME.*
- Racines, C. S. (2016). "Proyecto de factibilidad para la creación de una clínica veterinaria en la ciudad de latacunga provincia de cotopaxi"
- Ricardo, F. L. (2016) *Atención al cliente en las clínicas veterinarias.*
- Rivero. (2018). *Nuevas tecnologías aplicadas en veterinarias.*
- Rodriguez. (2019). *Tips de atención al cliente en la clínica veterinaria.*
- Rodriguez. (2021). *Habilidades blandas y el desempeño docente en el nivel superior de la educación.*
- Rondon, P. y. (2019). *Propuesta de plan estratégico para una clínica veterinaria en Lima.*
- Ruiz, P. (2018). "Auditoria de calidad basada en iso 22000 para mejorar la calidad del servicio y rentabilidad en el centro recreativo Riosol Eirl – Chulucanas"
- Santos, F. J. (2018). *Capacitación y desempeño laboral.*
- Sarmiento, C. (2019). *Desarrollo de un prototipo de software de gestión de clientes para veterinarias en la provincia de Piura.*
- Silva. (2022). *Gestión de calidad.*
- Silva, d. (2020). *¿Qué es atención al cliente? Definición, elementos e importancia para las empresas en la actualidad.*
- Stefano, D. (2020). *La generación de información para la gestión bajo la mirada de la RSE "Análisis de implementación de RSE en clínicas veterinarias de Córdoba, Año 2020"*
- Ucha. (2022). *Definición de Atención al cliente [...] | vía D.ABC*
<https://www.definicionabc.com/economia/atencion-al-cliente.php>.
- Vera. (2019). *La competitividad como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinaria, jirón José Olaya, Ciudad De Chimbote, 2019.*
- Victor, O. Q. (2016). *La calidad de servicios y ventas en el área de atención al cliente en la veterinaria Pet'S Family Eirl Chiclayo 2016*
- Vinueza. (2017). *Frecuencia de neoplasias en caninos en Quito, Ecuador*

Yañez. (2019). *“La gestión por procesos y la atención al cliente en una clínica veterinaria de la ciudad de pacasmayo en el año 2019”*

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N o	Actividades	Año 2023								Año 2023							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Elaboración del Proyecto	X	X														
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación			X	X												
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación					X											
4	Exposición del proyecto al JI o asesor.									X							
5	Mejora del marco teórico										X						
6	Redacción de la revisión de la literatura											x					
7	Elaboración del consentimiento o informado (*)												x				

Transportes para la investigación				150.00
Libros	Unidad	2		60.00
Material de escritorio	Unidad	Varios		80.00
USB 16 GB				70.00
Total				1,860.00
Servicios				
Digitalizar				320.00
Asesoría				1,500.00
Biblioteca				40.00
Internet	Horas	10 h	1.5	15.00
Total				1,875.00

Resumen del proyecto

Rubro	Importe
Bienes	1,860.00
Servicios	1,875.00
Total	3,735.00

Financiamiento

Proyecto de investigación totalmente autofinanciado por el alumno que investiga

ANEXO 3 Instrumento de recolección de datos

Cuestionario aplicado administradores de las MYPE veterinarias

UNIVERSIDAD CATÓLICA Fecha.: ____/____/____	LOS ÁNGELES CHIMBOTE N° ____
Estimado personal, el presente cuestionario es de carácter confidencial basado principalmente en sustentar la recolección de los datos respecto al estudio titulado; “ <i>GESTION DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE MYPE RUBRO VETERINARIAS - VEINTISEIS DE OCTUBRE - AÑO 2022 - PIURA</i> ”, siendo de vital consideración su apoyo y valoración respecto a las alternativas seleccionadas. A continuación, se describen:	
I. INSTRUCCIONES El cuestionario estará basado una serie de alternativas, las cuales permitirán medir las dimensiones del estudio, para ello lea adecuadamente cada ítem y marque con una (X) la alternativa correcta, teniendo en consideración a cada respuesta:	
VARIABLE I: GESTION DE CALIDAD	
¿Cuenta Ud. con el Certificado de Gestión de Calidad? Si () No () ¿Cuenta Ud. Con un plan para capacitar al personal en tema de gestión de calidad? Si () No () ¿La empresa le ayuda a concienciary sensibilizarse con los clientes para brindar un mejor servicio? Si () No () ¿Le explican claramente sobre la salud de la mascota, así como orientación sobre el tratamiento de los medicamento y alimentación? Si () No ()	¿Los objetivos y metas trazados para el año 2022 se lograron concretar? Si () No () ¿Cree Ud. que la certificación ISO9001 es una buena inversión para su veterinaria? Si () No () ¿Cuenta Ud. con cartera de clientes fidelizados? Si () No () ¿La empresa brinda información adicional para que usted pueda desarrollar ideas creativas para un mejor servicio? Si () No () ¿La empresa brinda información adicional para pueda desarrollar conceptos de mejora de la calidad del servicio? Si () No ()

Anexo 3: Cuestionario aplicado a los Clientes



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

Fecha.: ____/____/____ N° ____

Estimado personal, el presente cuestionario es de carácter confidencial basado principalmente en sustentar la recolección de los datos respecto al estudio titulado; “GESTION DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE MYPE RUBRO VETERINARIAS - VEINTISEIS DE OCTUBRE - AÑO 2022 - PIURA”, siendo de vital consideración su apoyo y valoración respecto a las alternativas seleccionadas. A continuación, se describen:

I. INSTRUCCIONES

El cuestionario estará basado una serie de alternativas, las cuales permitirán medir las dimensiones del estudio, para ello lea adecuadamente cada ítem y marque con una (X) la alternativa correcta, teniendo en consideración a cada respuesta:

VARIABLE I: ATENCIÓN AL CLIENTE

¿Ud. creé que el servicio que brinda la veterinaria es satisfactorio? Si () No ()	¿La atención de la veterinaria la inspira confianza? Si () No ()
¿Cree Ud. que el personal de la veterinaria brinda un servicio de calidad? Si () No ()	¿Recomendaría esta veterinaria a tus familiares y amigos? Si () No ()
¿La atención de la veterinaria le inspira confianza? Si () No ()	¿Se encuentra satisfecho con el personal que atiende en la veterinaria? Si () No ()
¿Siente Ud. que los colaboradores están comprometidos con la clínica? Si () No ()	¿En la veterinaria el personal demuestra conocer los procedimientos, técnicas, los beneficios características de los servicios que ofrece? Si () No ()
¿La atención de emergencia es óptima? Si () No ()	¿Le gustaría que la veterinaria le envíe notificaciones de promociones y descuentos por correo y WhatsApp? Si () No ()
¿Cree Ud. que el personal demuestra eficacia en el desempeño de su servicio? Si () No ()	¿Le explican claramente sobre la salud de la mascota, así como orientaciones sobre el tratamiento de los medicamentos y alimentación? Si () No ()
¿La publicidad que brinda la veterinaria es fidedigna? Si () No ()	¿Le parece a Ud. que la infraestructura y la limpieza está acorde con el servicio brindado? Si () No ()
¿Ha recibido algún descuento por fidelización? Si () No ()	¿El personal te brinda credibilidad y Confianza al momento de la atención? Si () No ()
¿Hay posibilidad de que vuelva a visitar la clínica veterinaria? Si () No ()	¿El personal da bienvenida y muestra amabilidad al momento de la entrevista con el cliente?
¿Visita con frecuencia la veterinaria? Si () No ()	

	Si () No ()
--	------------------

Anexo 4 Consentimiento Informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias sociales)

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

La presente investigación se titula gestión de calidad y la atención al cliente MYPE rubro veterinarias-veintiséis de octubre – Piura año, 2022, y es dirigido por Botetano Sandoval, Solansh mercedes, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es Determinar los beneficios de la Gestión de calidad en las MYPE Rubro veterinarias para el aumento de las ventas y fidelización de clientes en la ciudad de Piura.

Para ello se le invita a participar en una encuesta que le tomara 5 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del WhatsApp 986 653 195. Si desea también podrá escribir al correo solbotetano17@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre _____

Fecha _____

Correo electrónico _____

Firma del participante _____

Firma del investigador _____

Anexo 5. Figuras

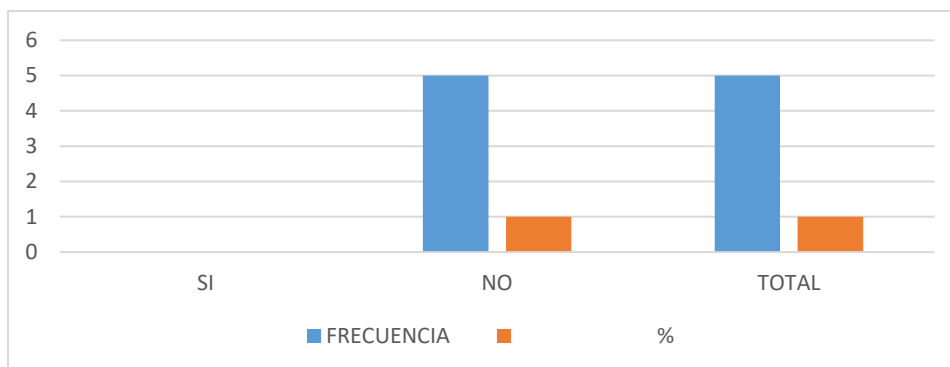


Figura 1. Certificado de Gestión de Calidad
Fuente. Tabla 1

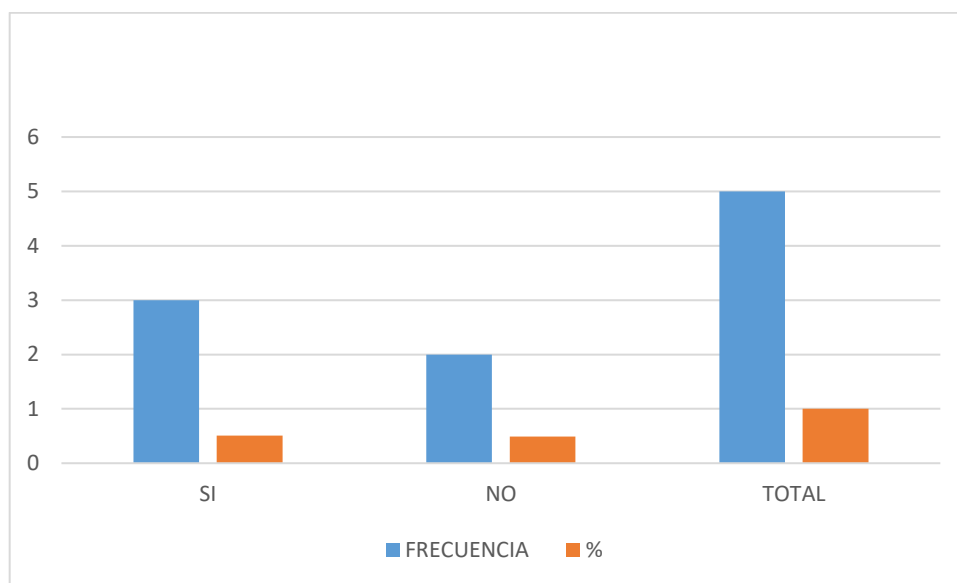


Figura 2. Información detallada
Fuente. Tabla 1

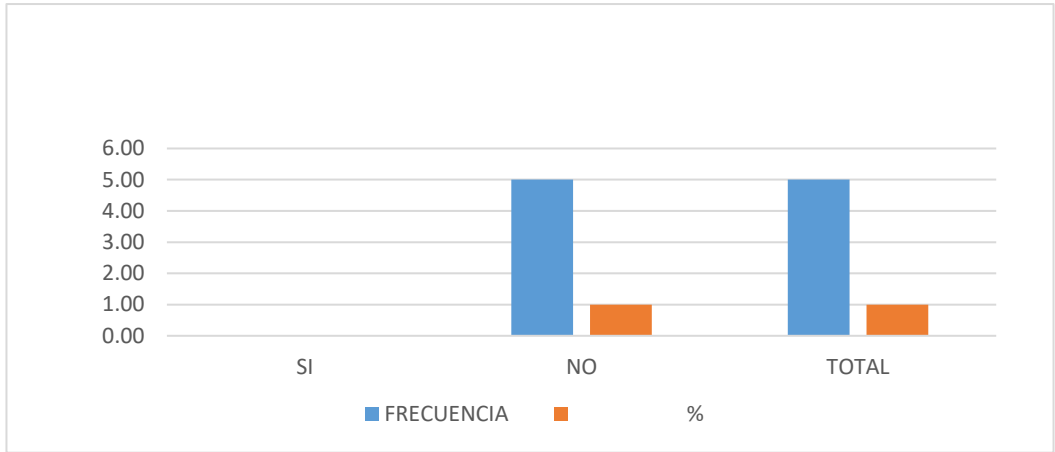


Figura 3. Plan para capacitar al personal

Fuente. Tabla 1

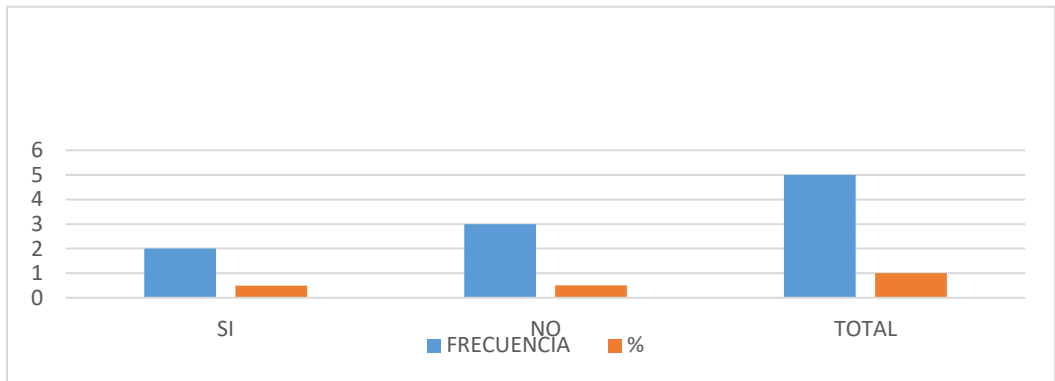


Figura 4. Objetivos y metas trazados para el año 2022

Fuente. Tabla 1

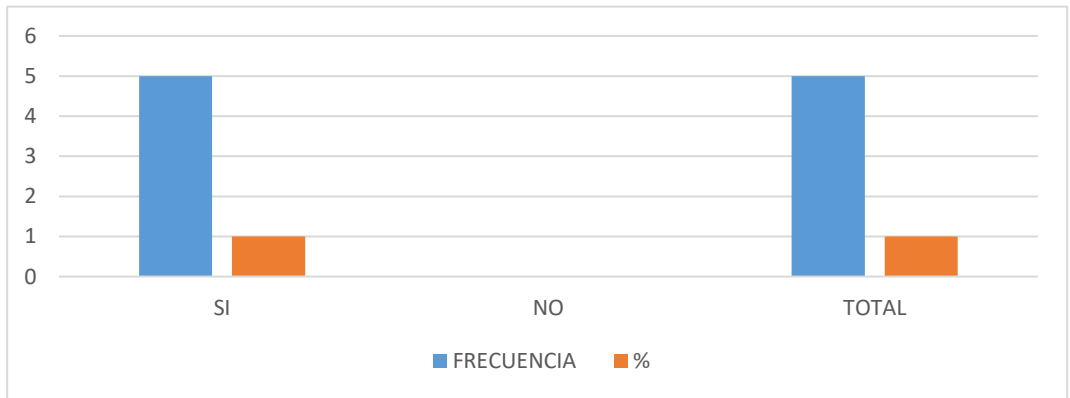


Figura 5 . La comunicación con sus colaboradores ha mejorado

Fuente. Tabla 1

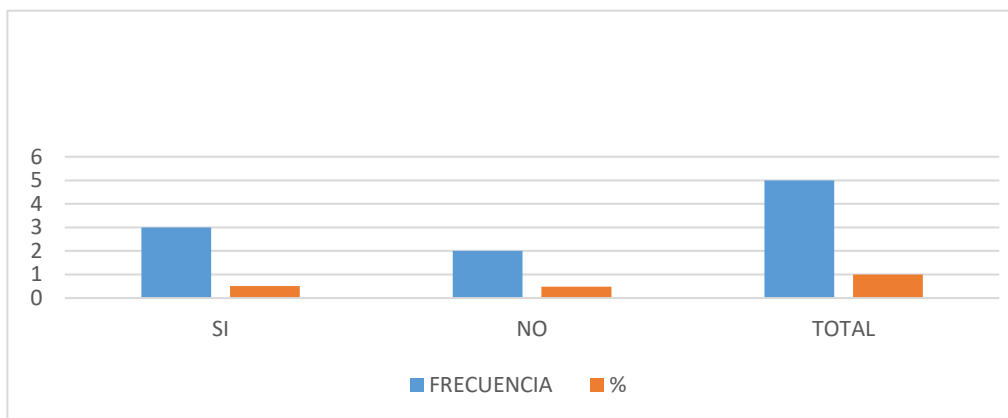


Figura 6 . La certificación ISO 9001 es una buena inversión para su veterinaria

Fuente. Tabla 1

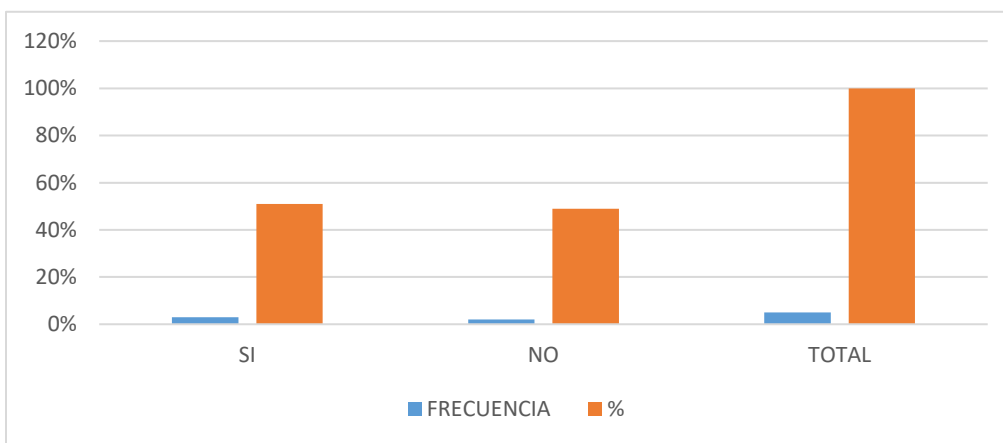


Figura 7. Cuenta Usted con cartera de clientes fidelizados

Fuente. Tabla 1

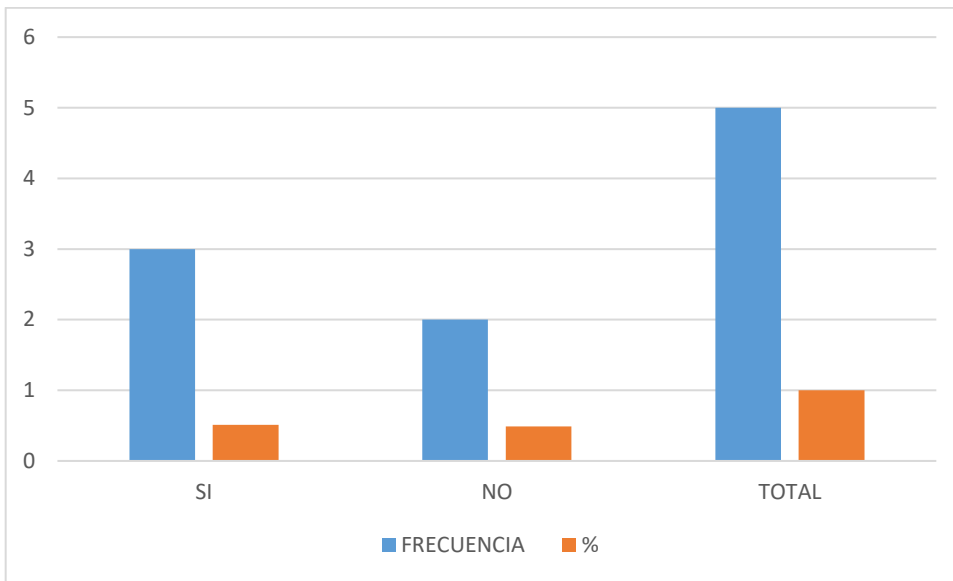


Figura 8. Concienciar y sensibilizarse con los clientes para brindar un mejor servicio

Fuente. Tabla 1

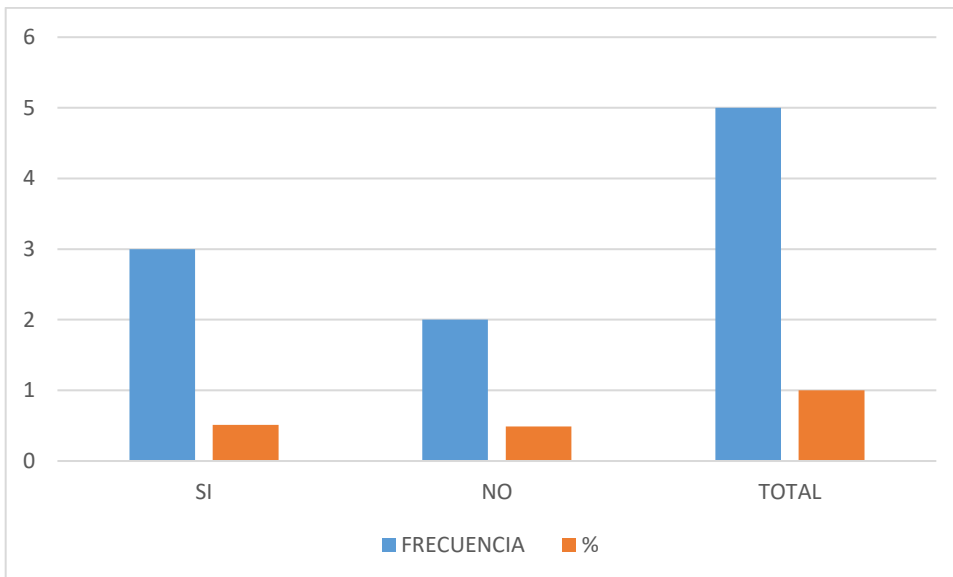


Figura 9. Ideas creativas para un mejor servicio

Fuente. Tabla 2

Principios

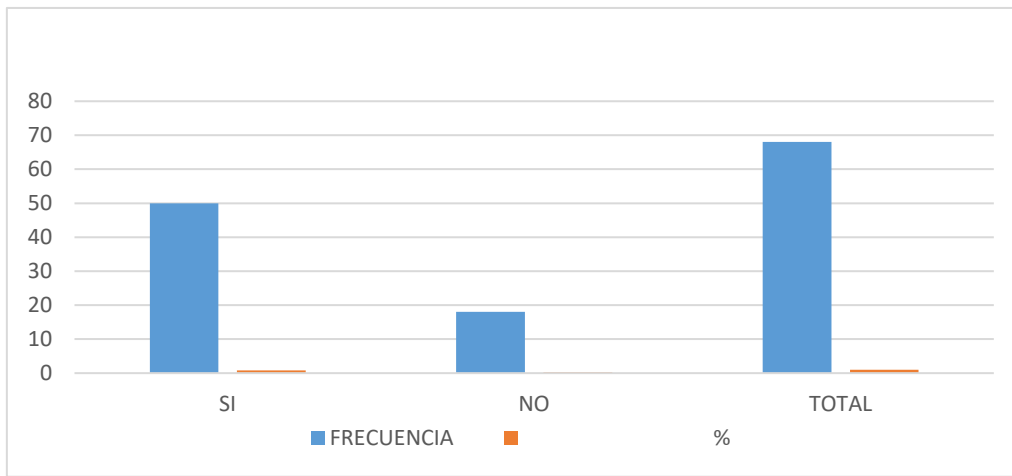


Figura 10. El servicio que brinda la veterinaria es satisfactorio

Fuente. Tabla 2

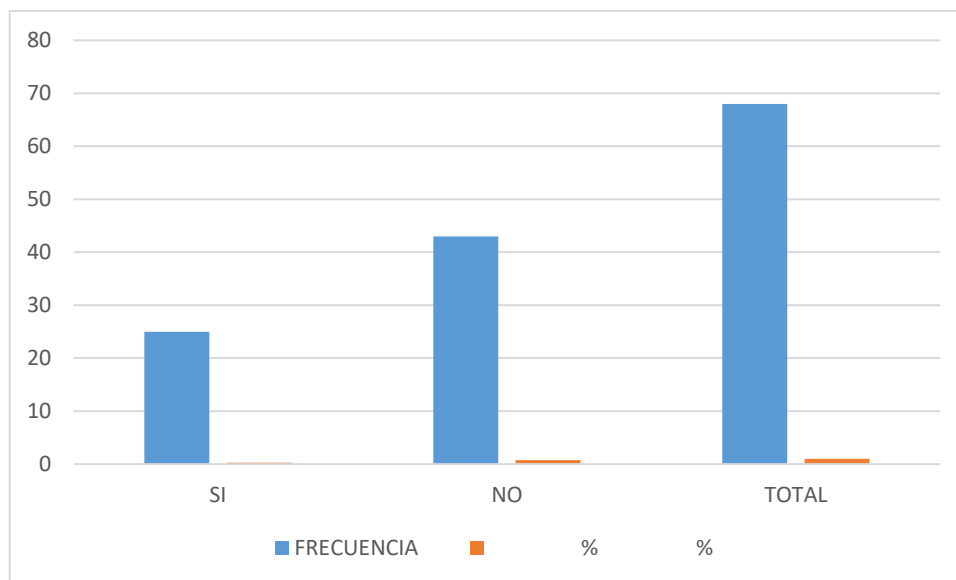


Figura 11. El personal brinda servicio de calidad

Fuente. Tabla2

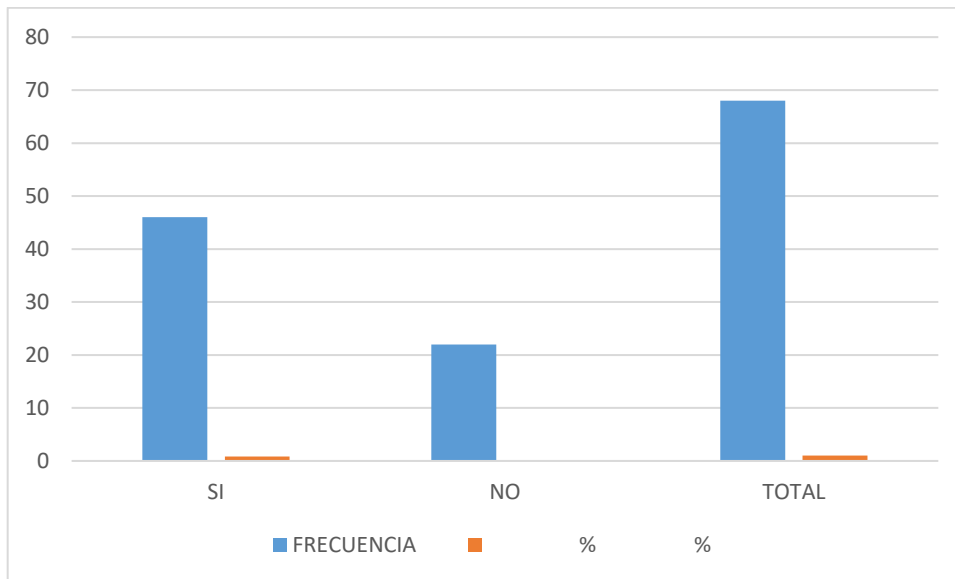


Figura 12. Colaboradores comprometidos con la clínica veterinaria

Fuente. Tabla 2

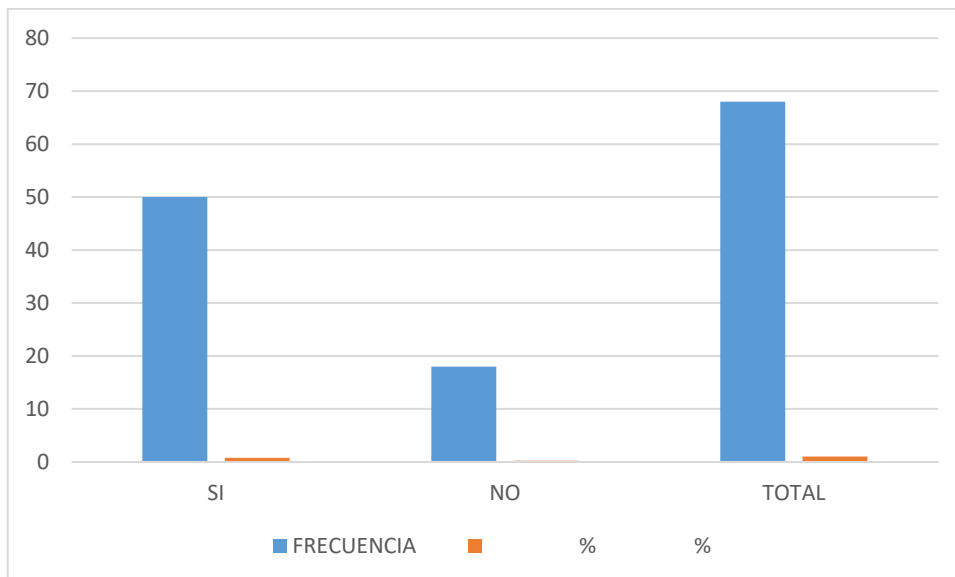


Figura 13. Inspira confianza

Fuente. Tabla 2

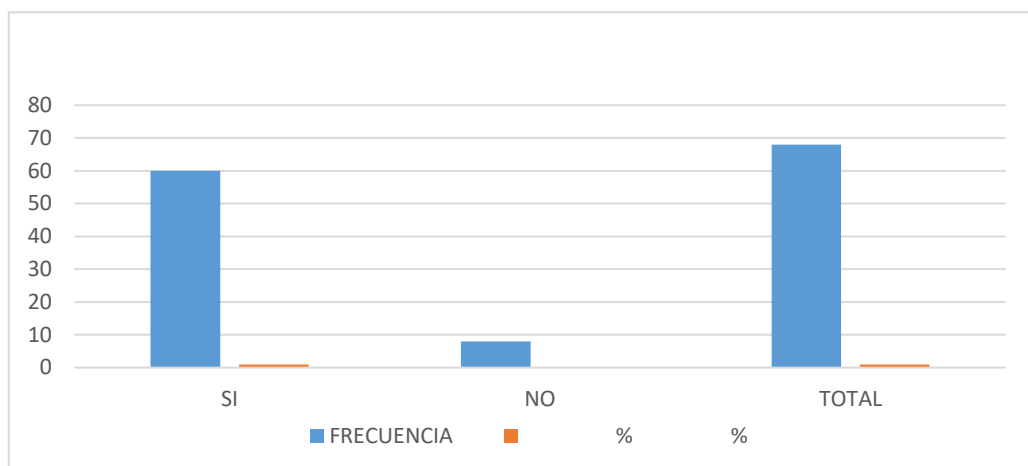


Figura 14. Recomendaría la veterinaria a tus familiares y amigos

Fuente. Tabla 2

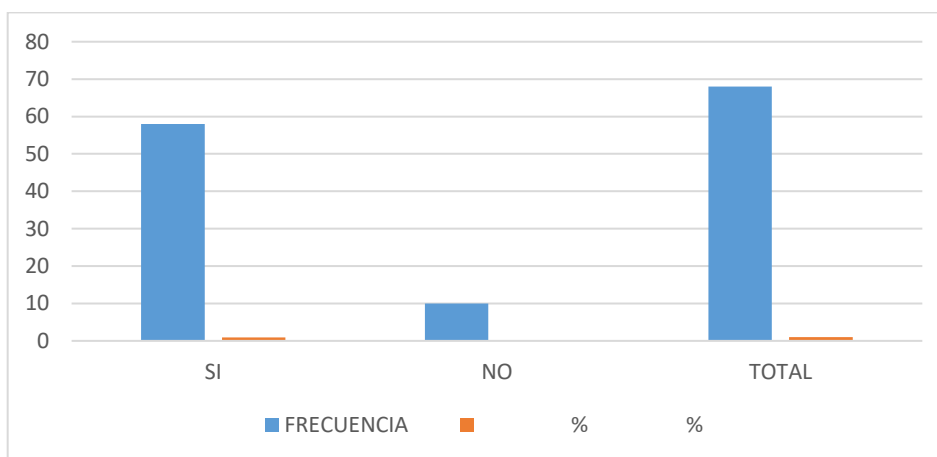


Figura 15. El personal demuestra conocer los procedimientos, técnicas, los beneficios

Fuente. Tabla 2

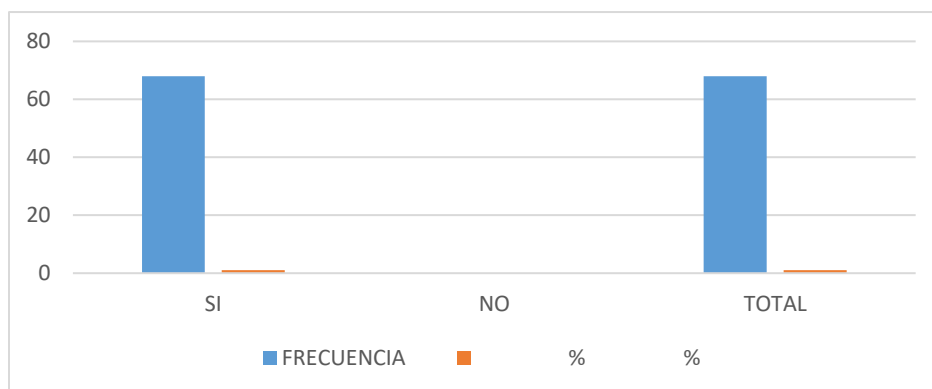


Figura 16. La atención de emergencia es óptima

Fuente. Tabla 2

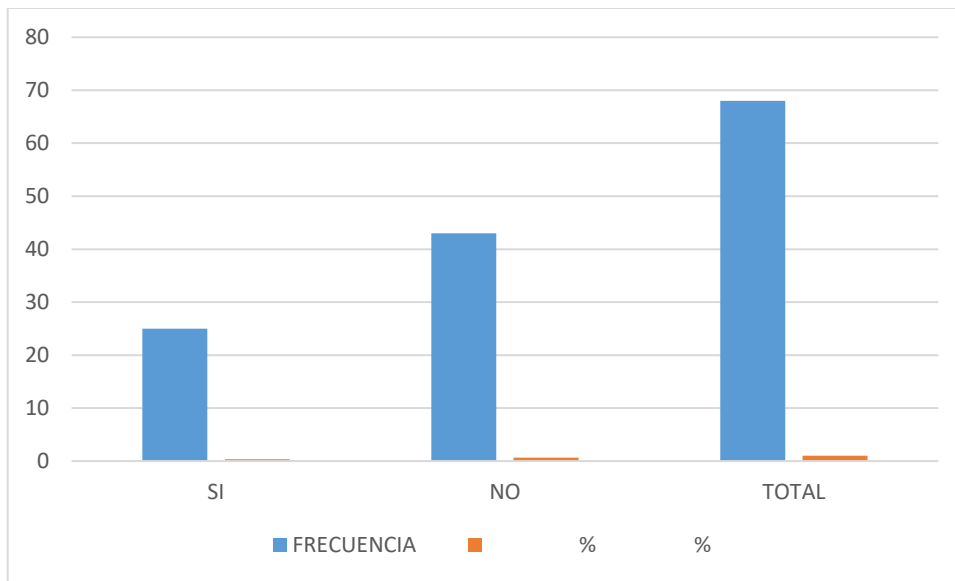


Figura 17 el personal demuestra eficacia en desempeño de sus funciones

Fuente. Tabla 2

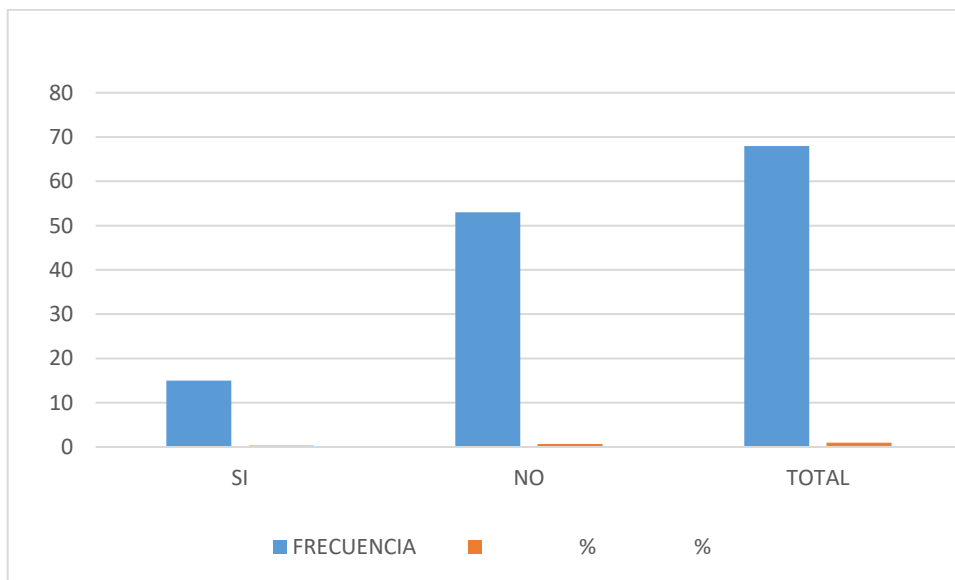


Figura 18. Brinda información y orientación sobre los cuidados a su mascota

Fuente. Tabla 2

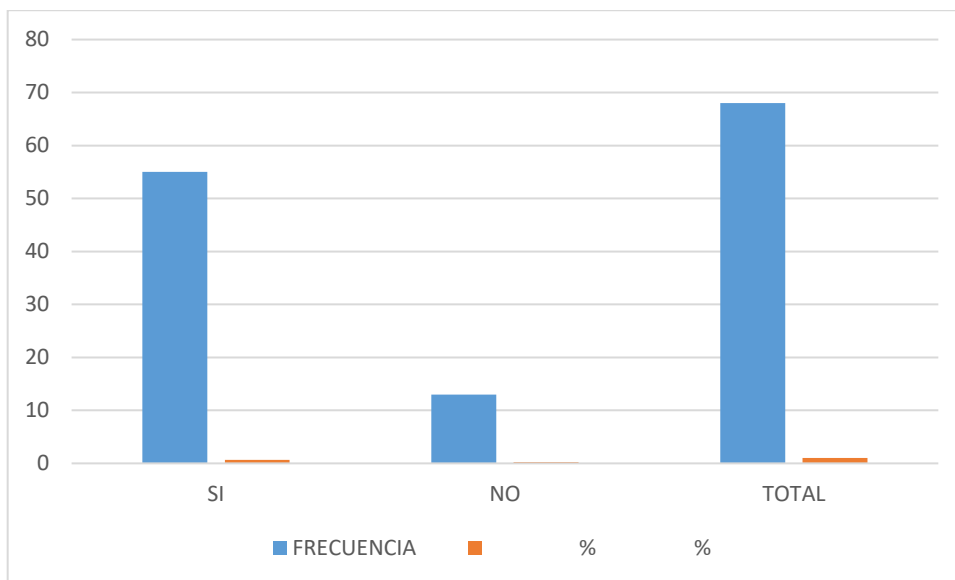


Figura 19. Recibieron descuento por fidelización

Fuente. Tabla 2

Atención al cliente

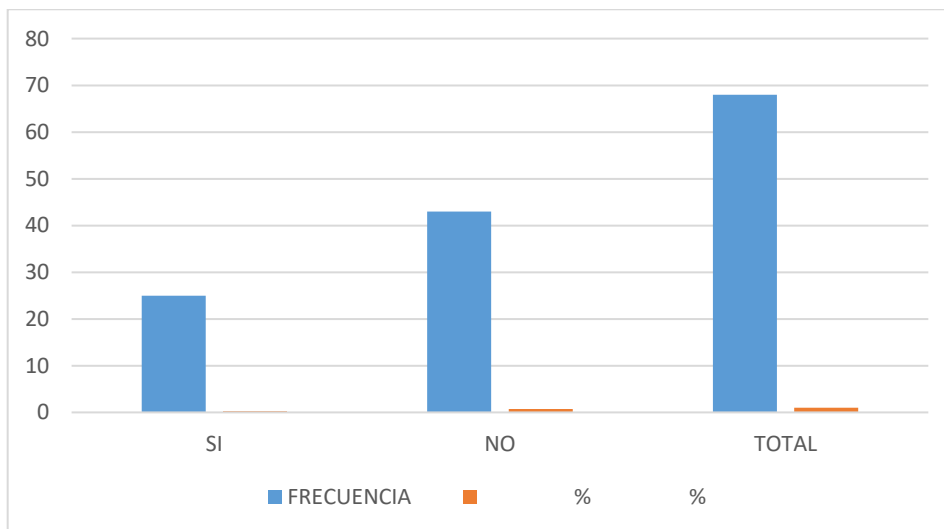


Figura 20. Le gustaría que la veterinaria le envíenotificaciones de promociones y descuentos por correo y WhatsApp

Fuente. Tabla 3

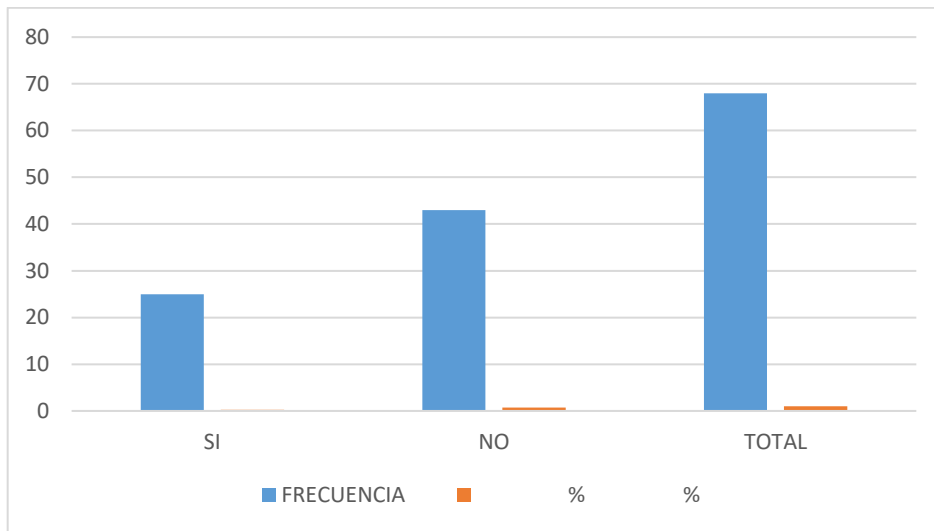


Figura 21. Le gustaría que la veterinaria le envíenotificaciones de promociones y descuentos por correo y WhatsApp

Fuente. Tabla 3

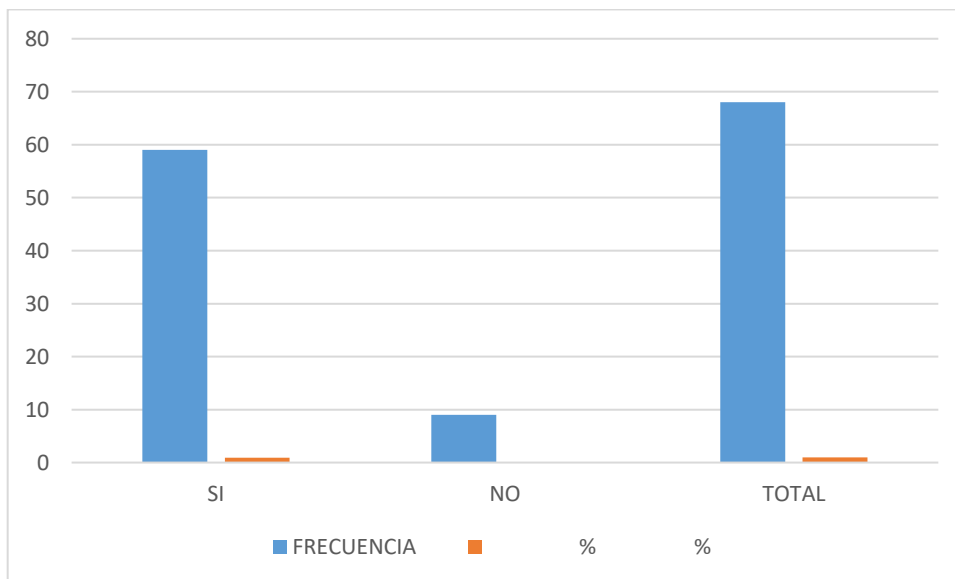


Figura 22. Le explicó claramente sobre la salud de la mascota, así como orientaciones sobre el tratamiento de los medicamento y alimentación

Fuente. Tabla 3

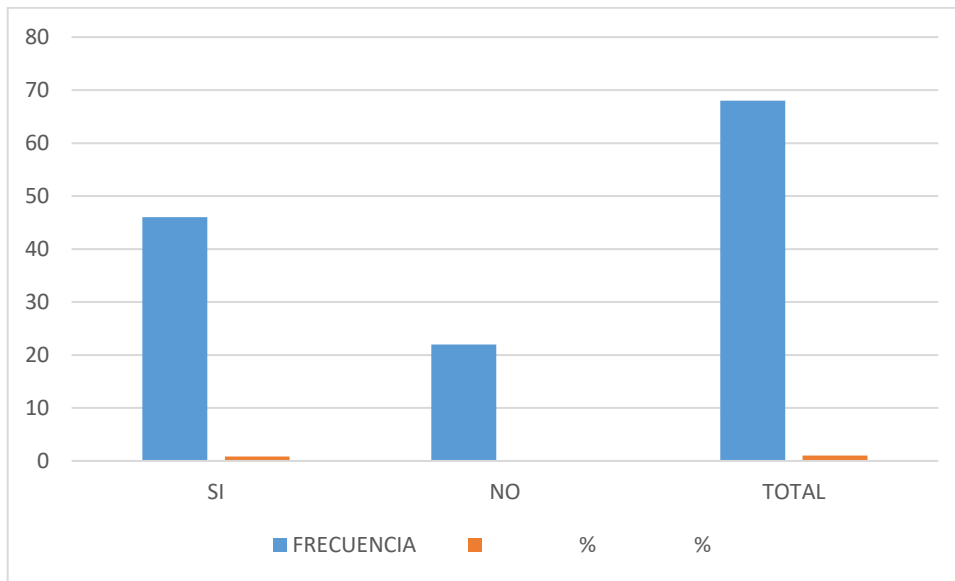


Figura 23. Le parece a Usted que la infraestructura y la limpieza está acorde con el servicio brindado

Fuente. Tabla3

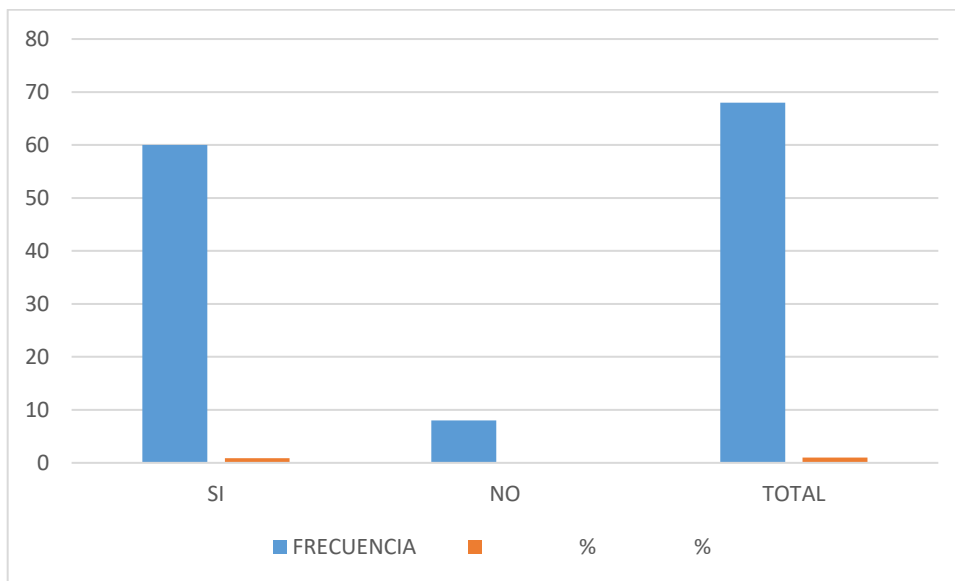


Figura 24. El personal te brinda credibilidad y confianza al momento de la atención

Fuente. Tabla3

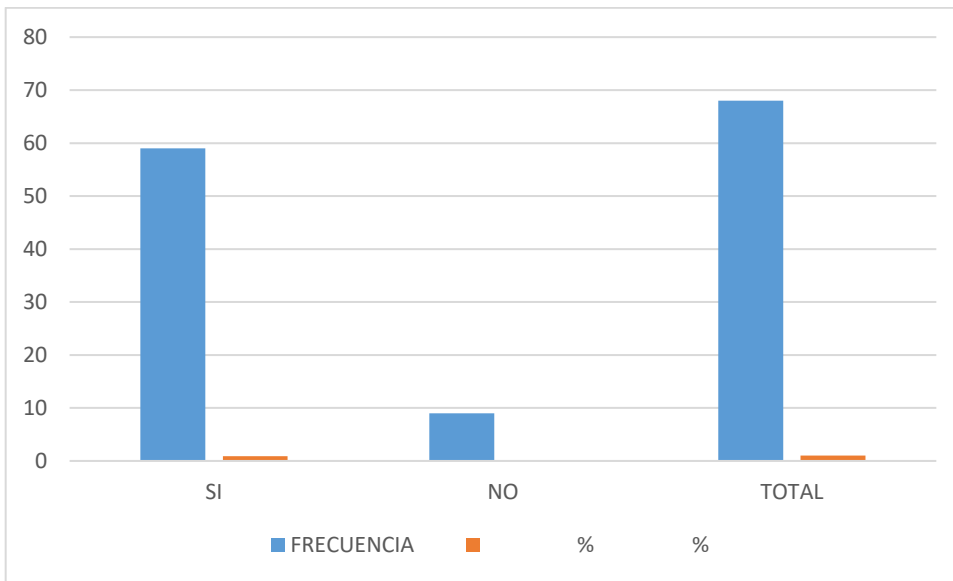


Figura 25. El personal da bienvenida y muestra amabilidad al momento de la entrevista con el cliente.

Fuente. Tabla3

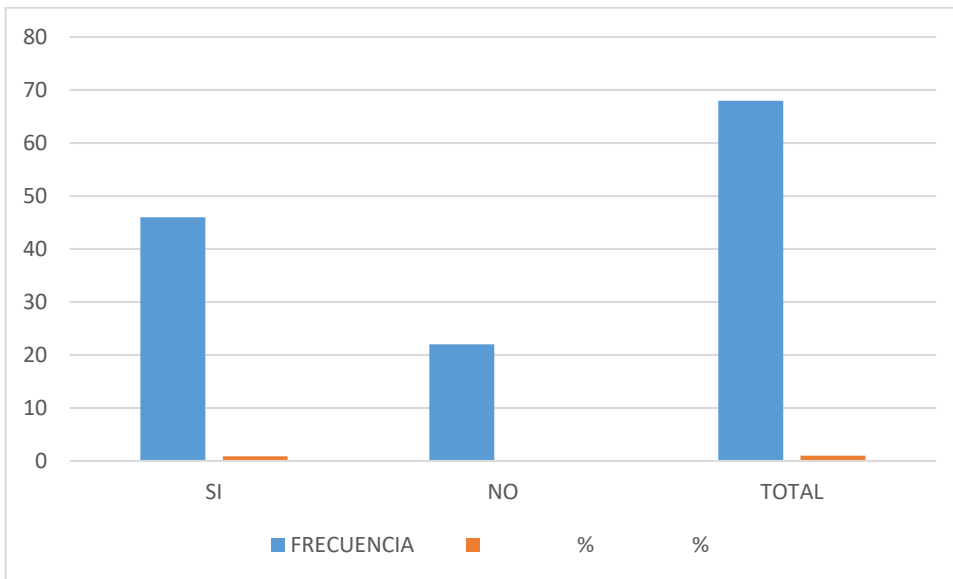


Figura 26. El médico veterinario le brinda el diagnóstico y receta para su mascota.

Fuente. Tabla3

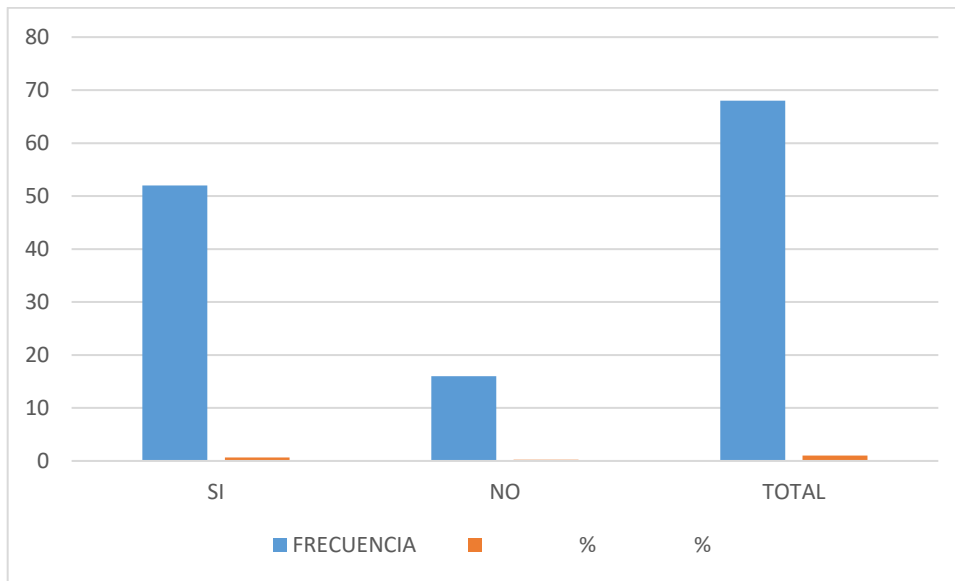


Figura 27. Se encuentra usted satisfecho con el costo del servicio y productos.

Fuente. Tabla3

Procesos de la calidad en la atención al cliente

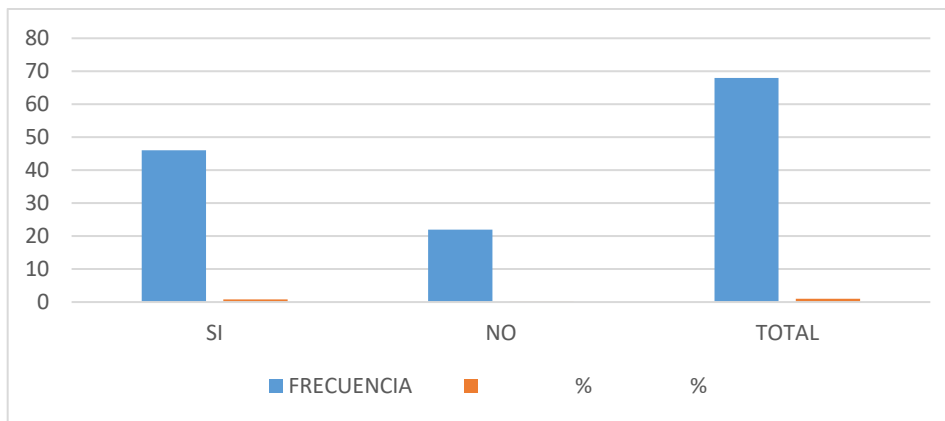


Figura 28. Siente Usted que los colaboradores están comprometidos con la clínica.

Fuente. Tabla 4

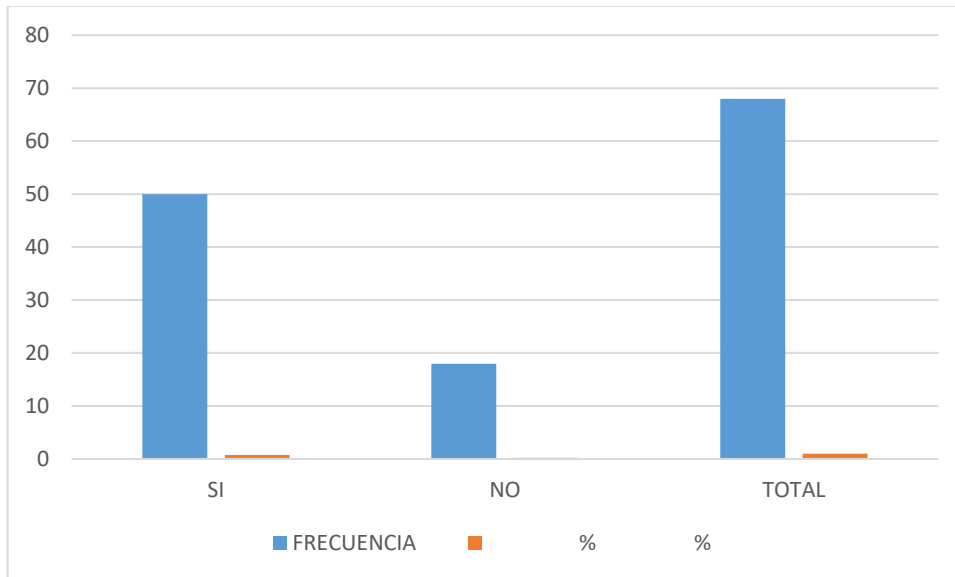


Figura 29. La atención de la veterinaria le inspira confianza.

Fuente. Tabla 4

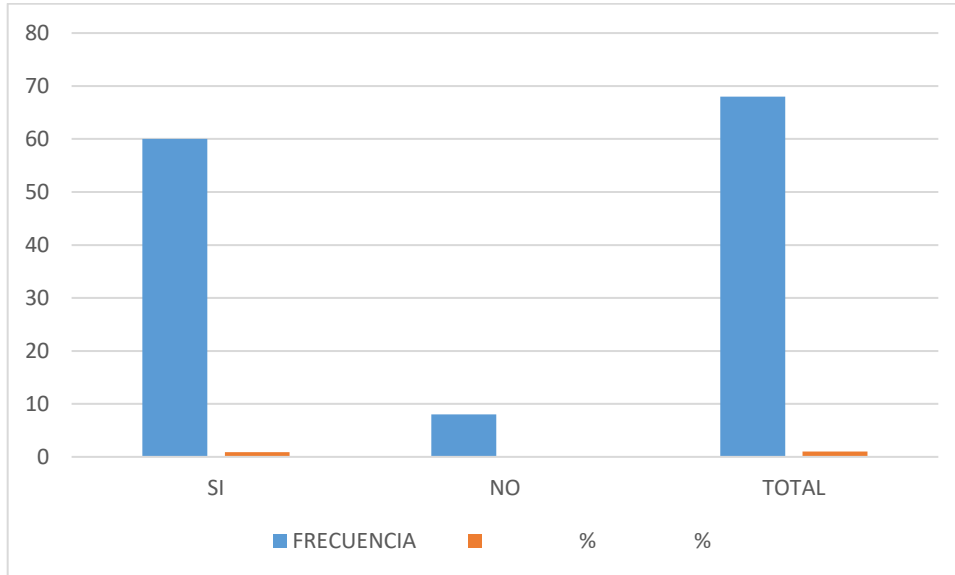


Figura 30. Recomendaría esta veterinario a tus familiares y amigos.

Fuente. Tabla 4

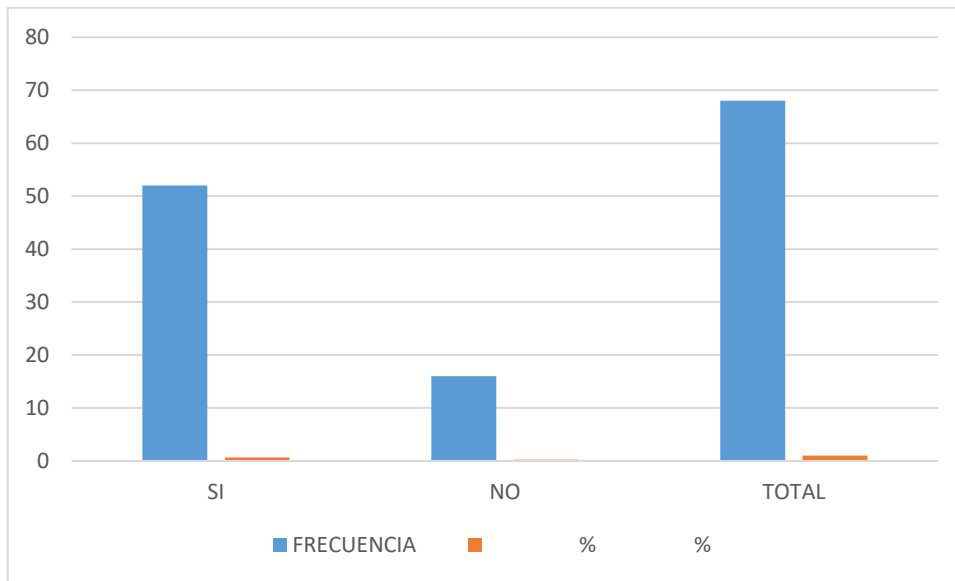


Figura 31. Ha recibido algún descuento por fidelización.

Fuente. Tabla 4

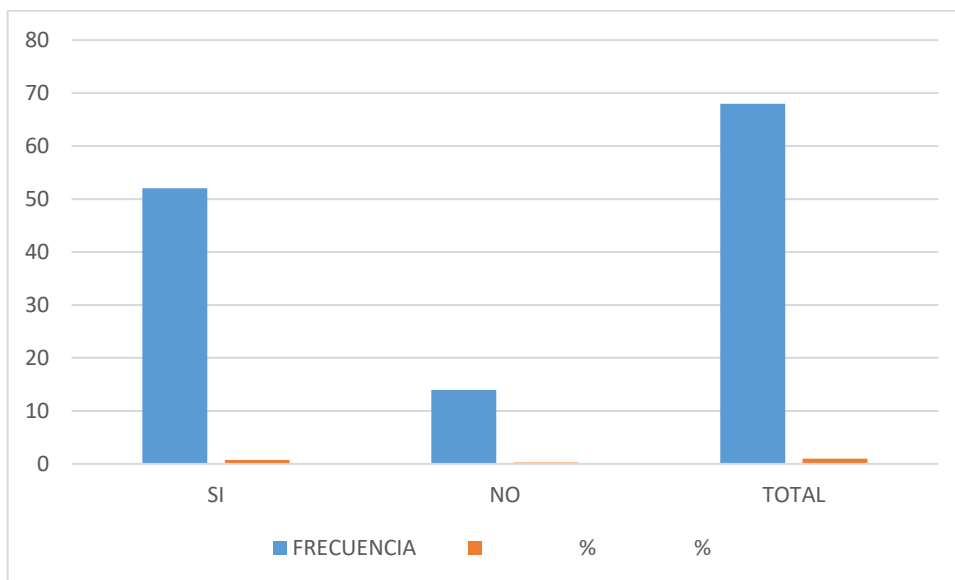


Figura 32. La atención de emergencia es óptima.

Fuente. Tabla 4

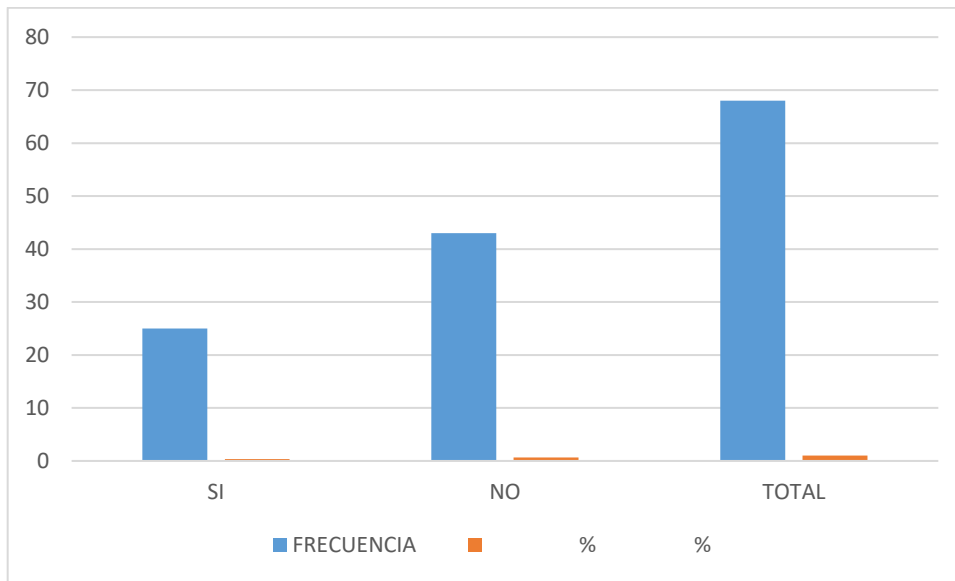


Figura 33. Cree Usted que el personal demuestra eficacia en el desempeño de su servicio.

Fuente. Tabla4

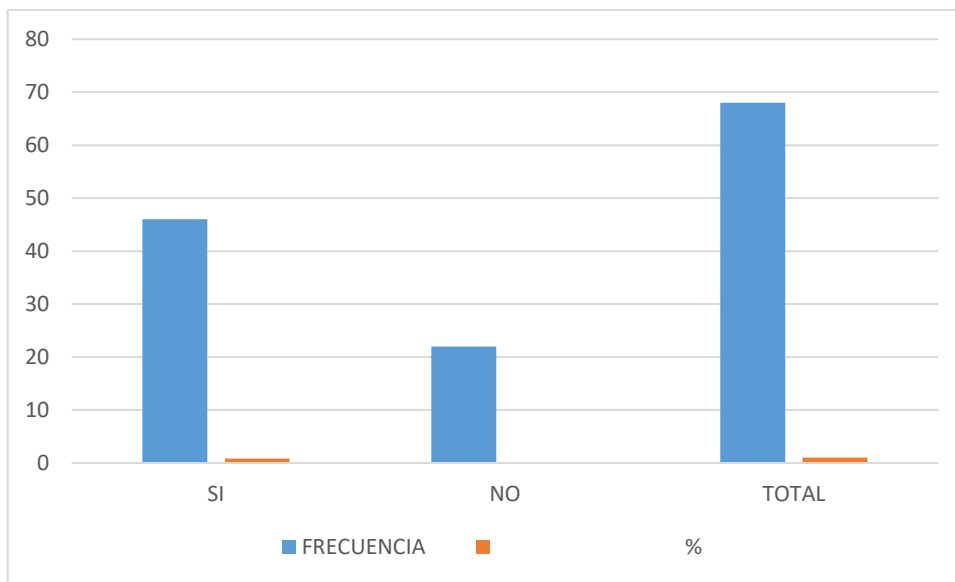


Figura 34 . Visita con frecuencia la veterinaria.

Fuente. Tabla 4

Anexo 6. VALIDACIONES DE CUESTIONARIO


VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TITULO DE LA INVESTIGACION

Gestión e calidad y la atención al cliente MYPE rubro veterinarias- veintiséis de Octubre – Piura Año, 2022

Tesista- Botetano Sandoval Solansh Mercedes A.

DECISION: Después de haber revisado el cuestionario, SE PROCEDIÓ A VALIDARLO, teniendo en cuenta la estructura, profundidad y coherencia de cada uno de ellos; por tanto permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad



Mg Miguel A. Limo Vásquez
DNI: 18215927
CLAD 04926

APROBADO: Si

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES: **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Limo Vásquez, Miguel Ángel

Grado Académico: Magister

Profesión: Licenciado en Administración

Institución donde labora: ULADECH

Cargo que desempeña: Docente

Denominación del instrumento: Cuestionario

Autor del instrumento: Botetano Sandoval Solansh Mercedes A

Carrera: Administración

VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento -Variable: GESTION DE CALIDAD

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Beneficios							
1. ¿Cuenta Ud. con el Certificado de Gestión de Calidad?	X		X		X		
2. ¿Se le da conocer información detallada de los servicios que brinda la empresa?	X		X		X		
3. ¿Cuenta usted con un plan para capacitar al personal en tema de gestión de calidad?	X		X		X		
4. ¿Los objetivos y metas trazados para el año 2022 se lograron concretar?	X		X		X		
5. ¿La comunicación con sus colaboradores ha mejorado?	X		X		X		
6. ¿Cree Usted que la certificación ISO9001 es una buena inversión para su veterinaria?	X		X		X		
7. ¿Cuenta Usted con cartera de clientes fidelizados?	X		X		X		
8. ¿La empresa le ayuda a concienciar y sensibilizarse con los clientes para brindar un mejor servicio?	X		X		X		
9. ¿La empresa brinda información adicional para que usted pueda desarrollar ideas creativas para un mejor servicio?	X		X		X		

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Beneficios							
1. ¿Cuenta Ud. con el Certificado de Gestión de Calidad?	X		X		X		
2. ¿Se le da conocer información detallada de los servicios que brinda la empresa?	X		X		X		
3. ¿Cuenta usted con un plan para capacitar al personal en tema de gestión de calidad?	X		X		X		
4. ¿Los objetivos y metas trazados para el año 2022 se lograron concretar?	X		X		X		
5. ¿La comunicación con sus colaboradores ha mejorado?	X		X		X		
6. ¿Cree Usted que la certificación ISO9001 es una buena inversión para su veterinaria?	X		X		X		
7. ¿Cuenta Usted con cartera de clientes fidelizados?	X		X		X		
8. ¿La empresa le ayuda a concienciarse y sensibilizarse con los clientes para brindar un mejor servicio?	X		X		X		
9. ¿La empresa brinda información adicional para que usted pueda desarrollar ideas creativas para un mejor servicio?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento- Variable: ATENCIÓN AL CLIENTE


N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Pasos de la atención al cliente							
¿Hay posibilidad de que vuelva a visitar la clínica veterinaria?	X		X		X		
¿Visita con frecuencia la veterinaria?	X		X		X		

Dimensión 2: Beneficios de la calidad en la atención al cliente							
¿Le gustaría que la veterinaria le envíe notificaciones de promociones y descuentos por correo y whatsapp?	X		X		X		
¿Le explicó claramente sobre la salud de la mascota, así como orientaciones sobre el tratamiento de los medicamento y alimentación?	X		X		X		
¿Le parece a Usted que la infraestructura y la limpieza está acorde con el servicio brindado?	X		X		X		
¿El personal te brinda credibilidad y confianza al momento de la atención?	X		X		X		
¿El personal da bienvenida y muestra amabilidad al momento de la	X		X		X		

entrevista con el cliente?							
¿El médico veterinario le brindo el diagnóstico y receta para su mascota?	X		X		X		
¿Se encuentra usted satisfecho con el costo del servicio y productos?							

Otras observaciones generales:

Nota: se adjunta el proyecto de investigación


 Mg Miguel A. Limo Vásquez
 DNI: 18215927
 CLAD 04926

VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TITULO DE LA INVESTIGACION: Gestión De Calida Y La Atención Al Cliente MYPE
 Rubro Vetei inarias- Veintiséis De Octubre

TESISTA : Botetano Sandoval Solansh Mercedes A

DECISION

Después de haber revisado el cuestionario, SE PROCEDIÓ A VALIDARLO, teniendo en cuenta la estructura, profundidad y coherencia de cada «no de ellos; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad

APROBADO: Si


Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro
 LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
 CLAD. N° 5107

Fecha 19 de enero del 2023

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES:

1.1 Apellidos y nombres del informante (Experto): **Guzmán Castro Iván**

1.2 Grado Académico: Magister

1.3 Profesión: Licenciado en Administración

1.4 Institución donde labora: Joyería Guzmán

1.5 Cargo que desempeña: **Administrador**

1.6 Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7 Autor del instrumento: Botetano Sandoval Solansh Mercedes A

1.8 Carrera: Administración

VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento -Variable: GESTION DE CALIDAD

N° de Item	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio	
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Dimensión 1: Beneficios	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1. ¿Cuenta Ud. con el Certificado de Gestión de Calidad?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ¿Se le da conocer información detallada de los servicios que brinda la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ¿Cuenta usted con un plan para capacitar al personal en tema de gestión de calidad?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. ¿Los objetivos y metas trazados para el año 2022 se lograron concretar?	X		X		X	
5. ¿La comunicación con sus colaboradores ha mejorarlo?	X				X	
6. ¿Cree Usted que la certificación ISO 9001 es una buena inversión para su veterinaria?	X		X		X	
7. ¿Cuenta Usted con cartera de clientes fidelizados?	X		X		X	
8. ¿La empresa le ayuda a concienciar y sensibilizarse con los clientes para brindar un mejor servicio?	X		X		X	
9. ¿La empresa brinda información adicional para que usted pueda desarrollar ideas creativas para un mejor servicio?	X		X		X	

10. ¿La veterinaria brinda información adicional para que pueda desarrollar conceptos de mejora de la calidad del servicio?	X		X		X	
Dimensión 2: Principios	X		X		X	
11. ¿Usted creó que el servicio que brinda la veterinaria es satisfactorio?	X		X		X	
12. ¿Cree Usted que el personal de la veterinaria brinda un	X		X		X	

servicio de calidad?							
13. ¿Siente Usted que los colaboradores están comprometidos con la clínica veterinaria	X		X		X		
14. ¿La atención de la veterinaria le inspira confianza?	X		X		X		
15. ¿Recomendaría la veterinaria a sus familiares y amigos?	X		X		X		
16. ¿Se encuentra satisfecho con el personal que atiende en la veterinaria?	X		X		X		
17. ¿En la veterinaria el personal muestra conocer los procedimientos, técnicas, los beneficios y características de los servicios que ofrece?	X		X		X		
18. ¿La atención de emergencia es óptima?	X		X		X		
19. ¿Cree Usted que el personal demuestra eficacia en el desempeño de su servicio?	X		X		X		
20. ¿La publicidad que brinda la veterinaria es fidedigna?	X		X		X		
21. ¿Ha recibido algún descuento por fidelización?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento- Variable: ATENCIÓN AL CLIENTE

N° de Item	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio	
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Dimensión 1: Procesos de la atención al cliente	X		X		X	
¿Hay posibilidad de que vuelva a Visitar la clínica veterinaria?	X		X		X	
¿Visita con frecuencia la veterinaria?	X		X		X	
Dimension 2: Beneficios de las atención al cliente.						
¿Le gustaría que la veterinaria le envíe notificaciones de promociones y descuentos por correo y whatsapp?	X		X		X	
¿Le explicó claramente sobre la salud de la mascota, así como orientacionessobre el tratamiento de los medicamente y alimentación?	X		X		X	
¿Le parece a Usted que la infraestructura y la limpieza está acorde con el servicio brindado?	X		X		X	
El personal te brinda credibilidad y confianza al momento de la atención?	X		X		X	
¿El personal da bienvenida y muestra amabilidad al momento de la entrevista con el cliente?	X		X		X	
¿El médico veterinario le brindo el diagnóstico y receta para su mascota?	X		X		X	

Otras observaciones generales



Mgr. Iván Arturo Guzmán Castro
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD. N° 5107

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

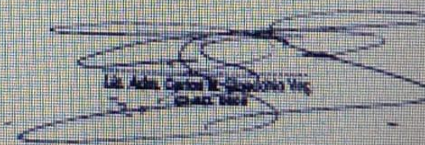
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO: Carlos Manuel Ginocchio Vega identificado con DNI 02867439 Licenciado en Ciencias Administrativas con Maestría concluida en Administración y Dirección de Empresas.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumentos (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por la estudiante: Botetano Sandoval Solansh, para efecto de su aplicación a su sujeto de la población(muestra), seleccionada para el trabajo de investigación : "CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE MYPE, RUBRO VETERINARIAS - VEINTISEIS DE OCTUBRE - AÑO 2021 - PIURA" 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 sus resultados.

PIURA 26 DE MAYO 2021



Lic. Carlos Manuel Ginocchio Vega
DNI 02867439

17	¿Considera que en la MYPE veterinaria se le ofrece una atención personalizada respecto al orden de llegada?	X			X		X		X
18	¿Usted cree que la atención que brinda la MYPE es personalizada y profesionaliza?	X			X		X		X
19	¿Se cumple adecuadamente con la atención o citas programadas en la MYPE veterinaria?	X			X		X		X
20	¿Le brindan información y orientación detalladamente de los servicios y productos para canes?	X			X		X		X
21	¿La confianza en su atención le a permitido concurrir continuamente a la MYPE veterinaria?	X			X		X		X
22	Usted recomendaría los servicios de la MYPE veterinaria debido a la atención que recibe?	X			X		X		X



 Lic. Adm. Daniel E. Sánchez

Anexo 7. Libro de datos

Gestión de Calidad	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10
Administrador 1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
Administrador 2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2
Administrador 3	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1
Administrador 4	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2
Administrador 5	2	2	2	2	2	1	1	2		1


Atención al cliente	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	T12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19
C-1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
C-2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
C-3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2
C-4	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
C-5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2
C-6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
C-7	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
C-8	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
C-9	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
C-10	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
C-11	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
C-12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
C-13	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
C-14	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
C-15	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2
C-16	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2
C-17	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
C-18	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
C-19	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
C-20	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2




C-21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
C-22	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
C-23	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
C-24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
C-25	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
C-26	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
C-27	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2
C-28	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
C-29	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
C-30	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
C-31	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1
C-32	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
C-33	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
C-34	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
C-35	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
C-36	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2
C-37	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
C-38	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2
C-39	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
C-40	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
C-41	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
C-42	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
C-43	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

C-44	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	NO
C-45	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
C-46	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
C-47	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
C-48	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
C-49	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
C-50	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	NO	SI
C-51	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
C-52	SI	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI
C-53	SI	NO	NO	SI	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
C-54	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	NO
C-55	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
C-56	SI	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI
C-57	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
C-58	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO
C-59	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
C-60	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI

Anexo 8. Turnitin

Título	Fecha de inicio	Fecha limite de entrega	Fecha de publicación
Turnitin: proyecto de investigación - Sección 1	26 dic 2022 - 00:10	21 ene 2023 - 23:59	26 dic 2022 - 00:10

 Actualizar entregas

	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
 Ver recibo digital	<u>TALTESIS 821</u> <u>-SBOTETANOS</u> <u>-TURNITIN -</u> <u>PROYECTO TESIS</u> <u>2022-03</u>	1988887003	5/01/2023 11:33	4% 	

15% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...




Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 150 palabras)

Exclusiones

- ▶ N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 14%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 6%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.