



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIOS,
CONSULTORIOS VETERINARIOS, DISTRITO DE
IQUITOS, AÑO 2018**

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

AUTORA

ARÉVALO DÁVILA ANA CECILIA

ASESOR

VALDIVIEZO SARAVIA CRYSBER MOISÉS

PUCALLPA – PERÚ

2018

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Sergio O. Ortiz García

Secretario

Mgtr. José Luis Meza Salinas

Miembro

Dr. Geider Grandes García

Presidente

MBA Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, por darme la vida, la salud y la oportunidad de poder realizar esta tesis que me permite crecer profesionalmente. También por acompañarme en cada momento de mi vida y por todas las bendiciones derramadas sobre mí.

A mi madre Victoria Dávila Calderón,
por su apoyo constante y por enseñarme
en cada momento el valor de la
perseverancia para lograr mis metas
personales y profesionales.

A mi hijo Santiago por ser mi motor y motivo de
seguir adelante y brindarme su comprensión a
pesar de mi ausencia muchas veces.

DEDICATORIA

El presente trabajo está dirigido en primer lugar a Dios porque él me dio la dicha de estar en este mundo y cumplir cada una de mis metas porque él es mi guía.

A mi madre por su apoyo incondicional, por siempre darme aliento para seguir adelante con cada meta trazada y por estar siempre conmigo en los momentos más difíciles que me tocó vivir.

RESUMEN

El objetivo de la investigación ha sido determinar la Gestión bajo el enfoque de Atención al Cliente en las mypes del sector servicios, Consultorios Veterinarios, distrito de Iquitos, año 2018; el mismo que se desarrolló bajo la metodología de investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, de diseño no experimental, descriptivo, transversal y correlacional. Mediante un cuestionario estructurado de 19 preguntas y a través de la técnica de encuesta, se obtuvo los siguientes resultados:

Respecto al microempresario: en su mayoría jóvenes de “29 a 39 años” de edad, que representa un 33,3%; la mayoría son del sexo masculino 75,0%; destaca nivel de instrucción “universitario” 50,0%. Respecto de la empresa: 50,0% de las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios tienen presencia en el mercado de “4 a 6 años”; el 58,3% tiene entre “5 a 8 colaboradores”; el 66,7% se gerencia según su misión, visión y valores. Un importante hallazgo es que no se hace uso de herramientas para monitorear el desarrollo empresarial; 75,0% conoce las tendencias del consumidor a futuro. De atención al cliente: el 58,3% ha invertido en equipamiento para mejorar el servicio que brinda; 58,3% también posee procedimientos para atender las sugerencias y reclamos de los clientes; y cuenta con un servicio de post venta; el 100,0% se preocupa en capacitar al recurso humano para garantizar el servicio. Finalmente, los microempresarios de las mypes encuestadas indican que las ventajas que reditúa a la empresa el enfoque al cliente se traduce en “rentabilidad”, “posicionamiento” y “nuevos clientes”.

Palabras clave: Gestión de calidad, atención al cliente, mypes, consultorios veterinarios, servicio.

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the Management under the focus of Customer Service in the mypes of the service sector, Veterinary Clinics, district of Iquitos, year 2018; the same that was developed under the research methodology of the quantitative type, descriptive level, non-experimental, descriptive, transversal and correlational design. Through a structured questionnaire of 19 questions and through the survey technique, the following results were obtained: Regarding the microentrepreneur: mostly young people from "29 to 39 years" of age, representing 33.3%; the majority are of the male sex 75.0%; the "university" level of instruction stands at 50.0%. Regarding the company: 50.0% of the mypes in the service sector, veterinary practices have a presence in the market of "4 to 6 years"; 58.3% have between "5 to 8 employees"; 66.7% are managed according to their mission, vision and values. An important finding is that tools are not used to monitor business development; 75.0% know the consumer trends in the future. Customer service: 58.3% have invested in equipment to improve the service provided; 58.3% also have procedures to deal with the suggestions and complaints of customers; and has a postsale service; 100.0% cares about training human resources to guarantee the service. Finally, the microentrepreneurs of the mypes surveyed indicate that the advantages that the company brings to the customer's focus translate into "profitability", "positioning" and "new customers".

Keywords: Quality management, customer service, mypes, veterinary offices, service.

ÍNDICE GENERAL

<i>TITULO DE LA TESIS</i>	<i>i</i>
<i>FIRMA DEL JURADO Y ASESOR</i>	<i>ii</i>

AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
INDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
CAPITULO I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento del Problema	3
1.1.1 Caracterización del Problema	3
1.1.2 Enunciado del Problema	4
1.2.1 Objetivo General	4
1.2.2 Objetivos Específicos	4
1.3 Justificación de la Investigación	4
CAPITULO II. REVISIÓN DE LITERATURA	6
2.1 Antecedentes	6
2.1.1 Antecedentes Internacionales	6
2.1.2 Antecedentes Nacionales	7
2.2 Bases Teóricas de la Investigación	8
2.2.1 Servicio	8
2.2.1.1 Servicio al Cliente	8
2.2.1.2 Mejora continua de los Servicios	8
2.2.2 Modelo de Calidad del Servicio	9
2.2.2.1 Modelo de Zeithaml, Parasuraman y Berry (SERVQUAL)	9
2.2.3 Gestión de la Calidad	11
2.3 Marco Conceptual	12
2.3.1 Glosarios de Términos	12
CAPITULO III. HIPÓTESIS	18
3.1 Hipótesis General	18

3.2 Hipótesis Específicos.....	18
<i>CAPITULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</i>	<i>19</i>
4.1 Diseño de Investigación	19
4.1.1 Tipo de Investigación.....	19
4.1.2 Nivel de investigación	20
4.2 Universo y Muestra.....	20
4.2.1 Población.....	20
4.2.2 Muestra	20
4.3 Definición y Operacionalización de Variables	23
4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	25
4.4.1 Técnicas.....	25
4.4.2 Instrumentos.....	25
4.5 Plan de Análisis	25
4.6 Matriz de Consistencia	27
4.7 Principios Éticos.....	31
<i>CAPÍTULO V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN.....</i>	<i>32</i>
5.1 Resultados.....	32
A. Datos del Microempresario.....	32
B. De la Empresa.....	35
C. De Atención al Cliente	42
5.2 Análisis de resultados	51
A: Datos del Microempresario.....	52
B: De la Empresa	52
C: De Atención al cliente	54
<i>CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i>	<i>56</i>
6.1 Conclusiones	56
6.2 Recomendaciones	57
<i>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</i>	<i>58</i>
<i>ANEXOS</i>	<i>60</i>

1. Presupuesto.....	60
2. Cronograma	62
3. Encuesta	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	20
Tabla 2: Matriz de consistencia de la investigación.....	22

Tabla 3: ¿Cuál es la edad del microempresario?.....	26
Tabla 4: ¿Cuál es el sexo del microempresario?.....	27
Tabla 5: ¿Cuál es el nivel de instrucción del microempresario?.....	28
Tabla 6: ¿Cuántos años Tiene presencia su empresa en el mercado?.....	29
Tabla 7: ¿Cuántos colaboradores tiene su empresa?.....	30
Tabla 8: ¿La gerencia está comprometida con la calidad?.....	31
Tabla 9: ¿Se gerencia la empresa acorde a su misión, visión y valores?.....	32
Tabla 10: ¿La gerencia utiliza herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial?.....	33
Tabla 11: ¿La gerencia comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente?.....	34
Tabla 12: ¿Conoce las tendencias del consumidor a futuro?.....	35
Tabla 13: ¿La gerencia propicia y lidera una experiencia agradable de atención al cliente?.....	36
Tabla 14: ¿La gerencia ha invertido en equipamiento para mejorar el servicio?.....	37
Tabla 15: ¿Existe procedimiento para atender las sugerencias y reclamos de los clientes?.....	38
Tabla 16: ¿La empresa cuenta con un servicio de post venta?.....	39
Tabla 17: ¿Existe algún impedimento para brindar una mejor atención al cliente?.....	40
Tabla 18: ¿Se capacita al recurso humano antes de atender al cliente?.....	41
Tabla 19: ¿Brindar la mejor experiencia de atención al cliente que ventajas reditúa al cliente?.....	42
Tabla 20: ¿Con que frecuencia realiza la medición de satisfacción al cliente?.....	43
Tabla 21: ¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?....	44

Tabla 22: Presupuesto.....	54
Tabla 23: Cronograma de Actividades.....	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Principales Resultados de la Calidad Total.....	12
Figura 2: ¿Cuál es la edad del microempresario?.....	26

Figura 3: ¿Cuál es el sexo del microempresario?.....	27
Figura 4: ¿Cuál es el nivel de instrucción del microempresario?.....	28
Figura 5: ¿Cuántos años Tiene presencia su empresa en el mercado?.....	29
Figura 6: ¿Cuántos colaboradores tiene su empresa?.....	30
Figura 7: ¿La gerencia está comprometida con la calidad?.....	31
Figura 8: ¿Se gerencia la empresa acorde a su misión, visión y valores?.....	32
Figura 9: ¿La gerencia utiliza herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial?.....	33
Figura 10: ¿La gerencia comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente?.....	34
Figura 11: ¿Conoce las tendencias del consumidor a futuro?.....	35
Figura 12: ¿La gerencia propicia y lidera una experiencia agradable de atención al cliente?.....	36
Figura 13: ¿La gerencia ha invertido en equipamiento para mejorar el servicio?.....	37
Figura 14: ¿Existe procedimiento para atender las sugerencias y reclamos de los clientes?.....	38
Figura 15: ¿La empresa cuenta con un servicio de post venta?.....	39
Figura 16: ¿Existe algún impedimento para brindar una mejor atención al cliente?.....	40
Figura 17: ¿Se capacita al recurso humano antes de atender al cliente?.....	41
Figura 18: ¿Brindar la mejor experiencia de atención al cliente que ventajas reditúa al cliente?.....	42
Figura 19: ¿Con que frecuencia realiza la medición de satisfacción al cliente?.....	43
Figura 20: ¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?...	44

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

La atención al cliente en los consultorios veterinarios, presentan aspectos no médicos que los responsables en este rubro deben conocer y manejar para el buen desempeño de su práctica profesional. El conocimiento y la información de estos aspectos resultan fundamentales para los microempresarios de las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios; dado que los clientes cada día exigen servicios y atención de mejor calidad. Una gestión de calidad tiene como objetivo permanente la satisfacción de sus clientes; y para conseguirlo el trabajo debe ser eficiente, constante, e inclusivo con el equipo de trabajo; resultando eficaz para tal fin: controlar, evaluar, y medir constantemente, ajustando protocolos y las técnicas en casos de conflictos.

En nuevos escenarios debido a la alta competencia y ante un escenario económico que permite a las familias mantener un presupuesto para la atención médica de sus mascotas, es necesario diferenciarse de la competencia, y fidelizar a los clientes.

Bajo este enfoque el microempresario del sector servicio, consultorios veterinarios, en el distrito de Iquitos, toma conciencia que el mercado no está solo en ascenso; sino que cada vez está más concurrido. La mentalidad del microempresario está cambiando, y este ya percibió que la diferenciación con los otros consultorios de

atención veterinaria de calidad lo mantendrá en el mercado, y es necesario trabajar en ese sentido.

El informe final que se presenta, nos permite concluir que existe una preocupación por la mejora continua en la dirección de los consultorios veterinarios, los cuales son liderados por jóvenes profesionales, pero esta iniciativa debe ser extendida para todo el rubro, porque nuestra comunidad brinda importancia al cuidado de sus animales y se debe mejorar aspectos de comunicación con el cliente, para recoger sus percepciones del servicio que viene recibiendo y tomar acciones como planes de mejora para asegurarnos de su total satisfacción.

Finalmente, es necesario que la gestión deje de ser empírica y se administre con calidad de gestión, es decir con indicadores que permitan tomar oportunas decisiones.

1.1 Planteamiento del Problema

La mascota es considerada hoy en día un miembro importante dentro de cada familia, que está siempre brindando amor, cariño y buenos momentos; razón suficiente para que quienes comparten con ella deseen retribuirle en algo todo lo que les da. En la actualidad son más las personas que tienen la posibilidad de mantener un presupuesto que les permita acceder a una oferta variada de servicios y productos para el cuidado de sus mascotas, que en un principio no son considerados de primera necesidad. Es así, que una buena gestión de calidad debe considerar el ofrecimiento de un lugar que reúna todos los servicios, la implementación adecuada y sobre todo que cuente con el personal debidamente capacitado; logrando así la satisfacción del cliente, con la expectativa de haber recibido una atención de calidad.

1.1.1 Caracterización del Problema

Partiendo de la problemática expuesta, se trata de un tema de servicio y atención al cliente, donde el objetivo de estos negocios es que los clientes los conozcan, diferenciarse de la competencia y lograr la fidelización a través de la transmisión de seguridad, respeto y confianza de los servicios que ofrecen.

En el distrito de Iquitos, la cultura de servicio aún no ha calado a profundidad en la población. Deseando profundizar más sobre la situación actual de este rubro de servicios, los propietarios de las mypes de consultorios veterinarios, conciben la calidad solo como buen servicio, sin embargo, la connotación de calidad es mayor, si se pretende llegar a satisfacer al cliente.

1.1.2 Enunciado del Problema

¿La incipiente cultura de servicio y valoración de las necesidades de los clientes de las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Iquitos, será revertida con aplicación de planes de atención al cliente?

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

Investigar la práctica de gestión de calidad y planes de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Iquitos, año 2018.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Conocer si los microempresarios de las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Iquitos, administran con prácticas de gestión de calidad.
- Determinar si las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Iquitos, tienen diseñado un plan o modelo de atención al cliente.
- Identificar si los microempresarios de las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Iquitos, tienen interés en la capacitación de su personal para brindar un mejor servicio al cliente.

1.3 Justificación de la Investigación

El informe se llevó adelante por el interés de conocer la gestión de las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios en el distrito de Iquitos y conocer las respuestas a las necesidades de los clientes; clientes que hoy se encuentran en capacidad económica

de mantener la salud y estética de sus mascotas y son exigentes en la calidad de los servicios.

Asimismo, porque con su desarrollo, la investigación concluirá como caso de aplicación de estrategias de atención al cliente y finalmente, beneficiará a los mismos clientes, quienes esperan un mejor nivel de servicio que cubra sus expectativas por su inversión.

CAPITULO II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Contreras, A. (2009). Tesis para optar al título de Ingeniero Civil Industrial “Plan de negocios para una clínica veterinaria”. Objetivos, desarrollar un modelo de negocios referente a las tendencias del mercado y al escenario competitivo. Objetivos, diseñar una estrategia de localización que permita seleccionar una locación que maximice la probabilidad de éxito del emprendimiento, y elaborar un plan de marketing y ventas para los servicios a ofrecer. Metodología, se realiza bajo el análisis de micro y macroentorno; para esto será utilizado el análisis de Porter, que nos permite tener una visión general de la industria en la que la empresa se encuentra inmersa, analizando 5 factores principales. En el desarrollo del presente informe se dedujo que una gran variable a considerar para aumentar las probabilidades de éxito de la empresa es la de la localización, por lo que se procedió a estimar un indicador confeccionado para esta función. Producto de lo anterior, se obtuvo que la localización de mayor atractivo sea la ciudad de Quilpué, específicamente en un sector céntrico de la ciudad. Sin embargo, lo anterior, el 53,6% de la población que declaró algo distinto a la elección por accesibilidad de la clínica, resultó en que otro factor de importancia vital fueran los planes de promoción, que tuvieron como foco la ampliación y fidelización de la base de clientes.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Catillo, P. (2017). Tesis para optar el título profesional de Médico Veterinario Zootecnista “Caracterización de la oferta de los servicios Veterinarios del Distrito de Ate- Lima”. El objetivo del presente estudio fue determinar las características de la oferta de los servicios veterinarios que se brindan en los Centros Veterinarios (CV) formales del Distrito de Ate, debido a las mejoras económicas de su población, al crecimiento y desarrollo de su sector servicios y por la falta de información que existe sobre los servicios veterinarios. La investigación es de tipo descriptivo, exploratorio, cualitativo y cuantitativo; se elaboró una encuesta dirigida a los propietarios o personal encargado de los CV, con la cual se pudo determinar las características de la oferta de los servicios veterinarios. Conclusiones, la mayor parte de consultorios veterinarios cumplen con las dimensiones establecidas en la norma internacional (Reglamento para el ejercicio libre de la clínica veterinaria en la comunidad valenciana) pero no con la condición para ser una Clínica Veterinaria u Hospital Veterinario. Son pocos los empresarios de este rubro que utilizan las herramientas de gestión para el manejo de su negocio; la mayor parte establecen sus precios tomando como referencias los precios establecidos por sus competidores y sus historias clínicas siguen realizándose de la manera tradicional (en papel).

Arriola, S.; Manay, N. (2014). Tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas “Plan de negocio para la creación de una clínica Quinta Veterinaria 04 patas, ubicada en la ciudad de Chiclayo”. Objetivos, determinar la factibilidad de un Plan de Negocio para la creación de una Clínica Quinta Veterinaria 04 Patas, ubicada en la Ciudad de Chiclayo; y determinar la factibilidad organizacional y de personas para la creación de una Clínica Quinta Veterinaria 04 Patas donde se

ofrezca un servicio integral a las mascotas en la ciudad de Chiclayo. El tipo de investigación por la intervención del investigador es observacional; porque no se manipula los datos, tiene un enfoque cuantitativo, ya que existe al menos una variable y el nivel de la investigación es descriptivo. Conclusiones, para que la empresa logre su aceptación en el mercado Chiclayano, necesita de un personal altamente capacitado y que cada uno de los integrantes tienen sus responsabilidades, pero sin dejar de lado el trabajo en equipo, con el que se obtendrá eficiencia y sobre todo el logro de las metas y objetivos propuestos, la Clínica Quinta Veterinaria 4 Patas, va dirigida a un nivel socioeconómico A, B y C, de lo cual la empresa, ofrece precios competitivos de acuerdo al servicio de alta calidad que se van a ofrecer.

2.2 Bases Teóricas de la Investigación

2.2.1 Servicio

Se define como el conjunto de prestaciones que un cliente espera como valor agregado al producto o servicio en sí. Esto como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo. **(Horovitz, 1991).**

2.2.1.1 Servicio al Cliente

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

2.2.1.2 Mejora continua de los Servicios

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

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

2.2.2 Modelo de Calidad del Servicio

modelo es una representación simplificada de la realidad, que toma en consideración aquellos elementos básicos capaces por sí solos de explicar convenientemente el comportamiento de la misma.

2.2.2.1 Modelo de Zeithaml, Parasuraman y Berry (SERVQUAL)

Este modelo surge como resultado de un estudio realizado por Zeithaml, Parasuraman y Berry, en relación a la calidad del servicio a finales de la década de los 80's. En dicho estudio los autores descubren que los principios de control de calidad que son muy exitosos para el área de manufactura, no son los adecuados para evaluar la calidad en los servicios.

Los datos que llevaron a la creación de este modelo, fueron recabados mediante 12 entrevistas a grupos de enfoque, tres de cada uno de los siguientes sectores de servicio dentro de Estados Unidos: bancario, tarjetas de crédito, seguridad y reparación de productos y mantenimiento. Estos grupos de enfoque fueron escogidos de forma que se tuviera diversidad geográfica, es decir, se seleccionaron de diferentes regiones del país. Así mismo, seis de los doce grupos estuvieron formados solo por mujeres y el resto formado por sólo hombres. Respecto a la edad también estuvieron seleccionados de forma que se abarcará un rango de edad adecuado para recabar los diferentes puntos de vista.

De dichas entrevistas se obtuvo información diversa, entre lo que destaca que la percepción de la calidad en un servicio está relacionada con el cumplimiento de las

expectativas y que hay factores que afectan a las expectativas con la comunicación boca a boca, entre otros.

En este contexto los autores definen la calidad en el servicio como “la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones” y definen a los factores que influyen en las expectativas como:

- Lo que los usuarios escuchan de los otros usuarios (comunicación boca a oído o boca a boca); por ejemplo, de recomendaciones de vecinos o amigos.
- Las necesidades personales de los clientes que, hasta cierto punto, pueden condicionar sus expectativas. Por ejemplo, en los límites de crédito algunos deseaban que les ampliarán el monto, otros querían que se los restringieran.
- La extensión de las experiencias que se han tenido con el uso de un servicio puede influir en el nivel de las expectativas del cliente. Por ejemplo, en el caso de corredores de bolsa importan más sus conocimientos técnicos y efectividad que su apariencia personal.
- La comunicación externa de los proveedores del servicio juega un papel clave en la conformación de las expectativas del cliente.

Así mismo, se plantea la necesidad de evaluar la calidad del servicio mediante una etapa cualitativa y una etapa cuantitativa. En la primera, se identifican los factores que influyen en las expectativas de los clientes. En la segunda, se tiene el SERVQUAL que es un instrumento para medir de forma cuantitativa las expectativas y percepciones del cliente.

El SERVQUAL consta de dos secciones: la primera sección hace referencia a las expectativas y contiene 22 enunciados para determinar las expectativas de los clientes de forma general referentes al servicio; la segunda, contiene 22 enunciados para medir las percepciones del cliente respecto al servicio de una compañía específicamente.

Todo el análisis estadístico que fue necesario para desarrollar el SERVQUAL reveló que hay una correlación considerable entre los elementos de las diez dimensiones del modelo mencionadas previamente, de manera tal que el SERVQUAL sólo cuenta con cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

2.2.3 Gestión de la Calidad

Dan Ciampa (1993) en su obra *Calidad Total, Guía para su implantación*, nos dice que la Calidad Total, se puede definir de tres formas distintas; la primera es describir el principio unificador que constituye la base de toda la estrategia, la planificación y la actividad en una empresa que adopte su filosofía. En otras palabras, es la dedicación total al cliente. Una empresa con un objetivo de Calidad Total firmemente establecido se dedica por entero a la satisfacción del cliente en toda forma posible.

Peter Drucker ha escrito que *“el propósito de un negocio es crear y conservar clientes”*. La Calidad Total es el vehículo más poderoso a nuestra disposición para asegurarnos de que se siga lo sentenciado por Drucker.

Pero, a menos que tengamos una visión más amplia y nos aseguremos de que nuestras acciones en aras de la calidad se basen en la realidad del mercado, a menos que incluyamos al cliente dentro de la línea punteada que enmarca el proceso que se investiga, los resultados de nuestros programas de Calidad Total pueden ser que sencillamente nos quedemos sin negocio con más precisión y eficacia.

Figura 1. Principales Resultados de la Calidad Total.

	Cientes más satisfechos	Menos tiempo, costos más bajos	Mejor clima	Mejoramiento continuo
Los empleados comprenderán mejor a los clientes	X			X
Los bienes/servicios satisfacen completamente las necesidades	X			
Menos errores	X	X	X	
Anticipación a los problemas	X	X		X
Un lenguaje común para la solución de problemas	X	X		
Los clientes sentirán que reciben mejor trato	X			
Tiempo de respuesta más rápido	X	X	X	X
Los proveedores responden mejor	X	X		X
Una relación mas cercana entre gerentes y empleados		X	X	X
Más innovación	X	X	X	X
Una visión compartida del futuro	X		X	X

Fuente: Calidad Total, Guía de Implementación Dan Ciampa

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Glosarios de Términos

- **Análisis del Riesgo:** Designa el proceso que comprende la identificación del peligro, la evaluación del riesgo, la gestión del riesgo y la información sobre el riesgo.
- **Animal:** Designa a un mamífero, reptil, ave o abeja.

- **Animal asilvestrado:** Designa un animal de una especie domesticada que ahora vive sin supervisión o control directo de seres humanos.
- **Animal de Reproducción o de Cría:** Designa cualquier animal domesticado o en cautiverio que no está destinado a ser sacrificado en breve plazo.
- **Animal Silvestre:** Designa un animal cuyo fenotipo no se ha visto afectado por la selección humana y que vive independiente de la supervisión o el control directo de seres humanos.

- **Animal Silvestre Cautivo:** Designa un animal cuyo fenotipo no se ha visto significativamente afectado por la selección humana, pero que está cautivo o vive bajo supervisión o control directo de seres humanos, incluidos los animales de zoológicos y las mascotas.
- **Autoridad Veterinaria:** Designa la autoridad de un País miembro que incluye a los veterinarios y demás profesionales que tiene la responsabilidad y la capacidad de aplicar o de supervisar la aplicación de las medidas de protección de la sanidad y el bienestar de los animales, los procedimientos internacionales de certificación veterinaria y las demás normas y recomendaciones del Código Terrestre en todo el territorio del país.
- **Autorizado:** Significa autorizado, acreditado o registrado oficialmente por la autoridad veterinaria.
- **Bienestar Animal:** Designa el modo en que un animal afronta las condiciones de su entorno. Un animal está en buenas condiciones de bienestar si (según indican pruebas científicas) está sano, cómodo, bien alimentado, en seguridad, puede expresar formas innatas de comportamiento y si no padece sensaciones desagradables de dolor, miedo Odesa sosiego.
- **Bioseguridad:** Es un conjunto de medidas físicas y de gestión diseñadas para reducir el riesgo de introducción, radicación y propagación de las enfermedades, infecciones o infestaciones animales hacía, desde y dentro de una población animal.
- **Centro de Inseminación Artificial:** Designa una instalación autorizada por la autoridad veterinaria y que reúne las condiciones estipuladas en el Código

- Terrestre para la colecta, el tratamiento y/o el almacenamiento de semen.
Control veterinario Oficial: Son las operaciones por las que los Servicios Veterinarios sabiendo dónde residen los animales y tras tomar las medidas pertinentes para identificar a su propietario o a la persona encargada de cuidarlos, pueden aplicar las medidas apropiadas de sanidad animal cuando es necesario.
- **Desinfección:** Designa la aplicación, después de una limpieza completa, de procedimientos destinados a destruir los agentes infecciosos o parasitarios responsables de enfermedades animales, incluidas las zoonosis; se aplica a los locales, vehículos y objetos diversos que puedan haber sido directa o indirectamente contaminados.
- **Laboratorio:** Una institución debidamente equipada y dotada de personal técnico competente que trabaja bajo el control de un especialista en métodos de diagnóstico veterinario, el cual es responsable de la validez de los resultados.
- **Leche:** designa la secreción mamaria normal de los animales lecheros obtenida mediante uno o más ordeños y sin ninguna adición o remoción.
- **Legislación Veterinaria:** designa las leyes, reglamentos y todos los instrumentos jurídicos afines que pertenezcan al ámbito veterinario.
- **Producto Médico Veterinario:** Cualquier producto aprobado por tener un efecto profiláctico, terapéutico o diagnóstico, o por alterar funciones fisiológicas cuando se administre o aplique a un animal

-
- **Productos Cárnicos:** Las carnes que se han sometido a un tratamiento que modifica de modo irreversible sus características organolépticas y fisicoquímicas.
Productos Lácteos: Producto obtenido mediante cualquier procesamiento de la leche.
- **Programa Oficial de Control:** Un programa que ha sido aprobado, y gestionado o supervisado, por la autoridad veterinaria de un país con el fin de controlar un vector, un agente patógeno o una enfermedad mediante la aplicación de medidas específicas
- **Servicios Veterinarios:** Son las organizaciones, gubernamentales, que aplican las medidas de protección de la sanidad y el bienestar de los animales y las demás normas y recomendaciones del Código Terrestre y del Código Sanitario para los Animales Acuáticos de la OIE en el territorio de un país.
- **Vacunación:** La inmunización efectiva de Animales susceptibles mediante la administración, según las instrucciones del fabricante y, si procede, conforme a lo dispuesto por el Manual Terrestre, de una vacuna que contiene antígenos apropiados contra la enfermedad que se desea controlar.
- **Veterinario:** Es una persona con la debida formación registrada o autorizada por el organismo veterinario estatutario de un país para ejercer la medicina o la ciencia veterinaria en dicho país.

-

CAPITULO III. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis General

Las expectativas de los clientes de las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios del distrito de Iquitos, que se administran con calidad son satisfechas porque existe la práctica de servicio al cliente y favorece el desarrollo y promoción del negocio.

3.2 Hipótesis Específicos

- Las microempresas del sector servicios, consultorios veterinarios del distrito de Iquitos, que formulen y apliquen canales de atención al cliente desarrollarán mayor fidelidad en sus clientes.
- El involucramiento y acción en los planes de atención al cliente del personal de la microempresa es generado por un sistema de capacitación y motivación que nace como decisión del microempresario.
- Todas las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, del distrito de Iquitos, realizan sus procesos operativos con calidad.

CAPITULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Diseño de Investigación

El diseño de esta investigación fue no experimental - transversal- descriptivo. Es decir, la recolección de datos se efectuó en un solo momento, en un tiempo único.



Dónde:

M = Muestra conformada por las microempresas a encuestar.

O = Observación de las variables: Gestión bajo enfoque de atención al cliente.

- **No experimental:** La investigación es no experimental. Porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran dentro de su contexto.
- **Descriptivo:** La investigación tuvo carácter descriptivo. Sólo se describieron las partes más relevantes de las variables en estudio.
- **Transversal:** Es transversal, porque el estudio se realizó en un determinado espacio de tiempo.

4.1.1 Tipo de Investigación

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

4.1.2 Nivel de investigación

Es nivel descriptivo: para el desarrollo de la investigación se priorizo comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado.

4.2 Universo y Muestra

4.2.1 Población

La población en estudio está conformada por las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios del distrito de Iquitos.

Para nuestra investigación, acudimos a consultar a fuentes de información empresarial como la Municipalidad Provincial de Maynas y también en los registros de la Oficina de Atención al Contribuyente de SUNAT, de la Intendencia Regional de Loreto.

Como resultado son 17 mypes activas.

4.2.2 Muestra

Luego de la determinación de la población, fue necesario establecer el tamaño de la muestra.

En consecuencia fue necesario la aplicación del siguiente instrumento estadístico:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{\varepsilon^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

Donde:

N	Población	
Z	Nivel de confianza	95% (1.96)
E	Margen de error	5% (0.05)
P	probabilidad de éxito	0.5
Q	probabilidad de fracaso	0.5
ε		1-0.95

Haciendo el respectivo reemplazo, tenemos que la muestra se determina en 15 mypes.

Durante la realización del trabajo de campo, 12 mypes del sector servicios, consultorios veterinarios ubicados en el distrito de Iquitos a través de sus propietarios nos brindaron su apoyo contestando la encuesta.

Los consultorios fueron:

- Veterinaria Animal Cares Vet S.R.L	Jr. Putumayo 892 (con castilla)-Maynas
- Veterinaria “Mascotas Felices”	Jr. Huallaga 178
- Petmedic Veterinaria	Calle Sargento Lores, 1018
- Veterinaria Rey E.I.R.L	Calle Bermúdez, 521
- Veterinaria Comcenter Juárez E.I.R.L	Av. Grau, 957
- Agro veterinario las Violetas S.A	Jr. Arica Nro. 901
- Amazon Vet S.A.C	Calle Brasil Nro. 245
- Veterinario “Mi fiel amigo”	Calle Bermúdez, 521
- Veterinaria la Vet Iquitos	Jr. Napo N° 685
- Veterinaria Dr. Silvestre	Av. Augusto Freyre # 617
- Veterinaria Avilés	Av. Guardia Civil 439
- Amazon Cares	Urb. Las Palmeras D2

Fuente: Elaboración Ana Arévalo

4.3 Definición y Operacionalización de Variables

Tabla 1. Definición y Operacionalización de variables e indicadores.

VARIABLES	Gestión de Calidad	Definición Conceptual	Definición Operacional	Ítems del Cuestionario
		<p>Son una serie de estándares Internacionales que especifican las recomendaciones y requerimientos para el diseño y valoración de un sistema de gestión que asegure que los productos satisfagan los requerimientos especificados.</p>	<p>Opinión del microempresario respecto a Gestión de Calidad.</p> <p>Opinión del microempresario respecto a los Procesos Claves de la empresa.</p> <p>Opinión del microempresario respecto a la Solución de Problemas.</p>	<p>¿La administración aplica técnicas de gestión de calidad?</p> <p>¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?</p> <p>¿Se aplica técnicas para la solución de problemas?</p> <p>¿Recoge sugerencias y atiende reclamos del cliente?</p>
	<p>Es la identificación de los requerimientos de los clientes y la medición de su satisfacción, obedece</p>	<p>Opinión del microempresario respecto a su Infraestructura del Local.</p>	<p>¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado?</p>	

		a un proceso metodológico con una secuencia de pasos.	Opinión del microempresario respecto a la Vocación de Servicio de su Personal.	¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio? ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?
--	--	---	--	---

Fuente: Elaboración Ana Arévalo

4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

4.4.1 Técnicas

Para la investigación se utilizaron las siguientes técnicas:

- Visita de campo
- Revisión documental
- Observación
- Entrevista
- Encuesta

4.4.2 Instrumentos

Con la finalidad de recoger datos de las mypes seleccionadas como fuente de investigación, se elaboró un cuestionario estructurado de 19 preguntas, presentado en una encuesta.

4.5 Plan de Análisis

Los datos recolectados en la investigación fueron tratados bajo el análisis descriptivo. Asimismo, para la tabulación se utilizó el programa IBM SPSS STATISTICS versión 24 exclusivo para estadística e investigación.

4.6 Matriz de Consistencia

Tabla 2: Matriz de Consistencia de la Investigación

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
-----------------	------------------	------------------	------------------	--	--

<p>¿La incipiente cultura de servicio y valoración de las necesidades de los clientes de las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Iquitos, será revertida con aplicación de planes de atención al cliente?</p>	<p>Objetivo General Investigar la práctica de gestión de calidad y planes de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Iquitos, año 2018.</p> <p>Objetivos Específicos - Conocer si los microempresarios</p>	<p>Variable Dependiente Atención al Cliente</p> <p>Variable Independiente Gestión de Calidad</p>	<p>Hipótesis General Las expectativas de los clientes de las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios del distrito de Iquitos, que se administran con calidad son satisfechas porque existe la práctica de servicio al cliente y favorece el desarrollo y promoción del negocio.</p>	<p>Tipo de Investigación: Cuantitativa.</p> <p>Nivel de Investigación: Descriptiva.</p> <p>Diseño de la Investigación: -No experimental, transversal y descriptivo.</p>	<p>Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visita de campo • Revisión documentaria • Observación • Entrevista • Encuesta. <p>Fuentes: Municipalidad Provincial de Maynas y SUNAT.</p>
--	---	--	--	--	--

	<p>de las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Iquitos, administran con prácticas de gestión de calidad.</p> <p>- Determinar si las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Iquitos, tienen diseñado un plan o modelo de atención al</p>		<p>Hipótesis Específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las microempresas del sector servicios, consultorios veterinarios del distrito de Iquitos, que formulen y apliquen canales de atención al cliente desarrollarán mayor fidelidad en sus clientes. • El involucramiento y acción en los planes de atención al cliente del personal de la microempresa es generado por un sistema de 		<p>Instrumento: Cuestionario de 19 preguntas.</p> <p>Población Se determinó 17 mypes activas.</p> <p>Muestra Se calculó 15. Pero solo 12 accedieron a responder la encuesta.</p>
--	---	--	--	--	---

	<p>cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar si los microempresarios de las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Iquitos, tienen interés en la capacitación de su personal para brindar un mejor servicio al cliente. 		<p>capacitación y motivación que nace como decisión del microempresario.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Todas las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, del distrito de Iquitos, realizan sus procesos operativos con calidad. 		
--	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración Ana Arévalo

4.7 Principios Éticos

Los principios éticos se refieren a aquellos juicios generales que sirven como justificación básica para las muchas prescripciones y evaluaciones éticas particulares de las acciones humanas.

Nuestra investigación ha procurado mantener presente tres principios básicos, en lo que consta los principios éticos que presenta nuestra investigación, en todo su desarrollo:

- Se informó el objetivo de trabajo.
- Ninguna de las preguntas atentó contra de la salud física, moral y social de los participantes.
- Los instrumentos fueron anónimos.

Siendo estos principios acordes con nuestra tradición cultural y particularmente relevantes para la ética de la investigación con personas.

CAPÍTULO V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Resultados

A. Datos del microempresario

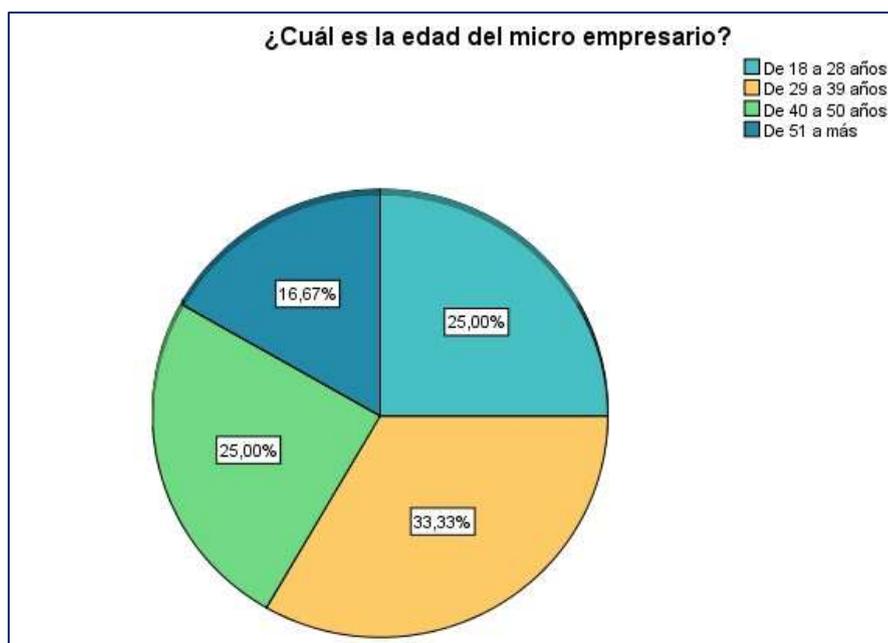
TABLA 3

¿Cuál es la edad del microempresario?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 18 a 28 años	3	25,0	25,0	25,0
	De 29 a 39 años	4	33,3	33,3	58,3
	De 40 a 50 años	3	25,0	25,0	83,3
	De 51 a más	2	16,7	16,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 2



Fuente: Tabla 3

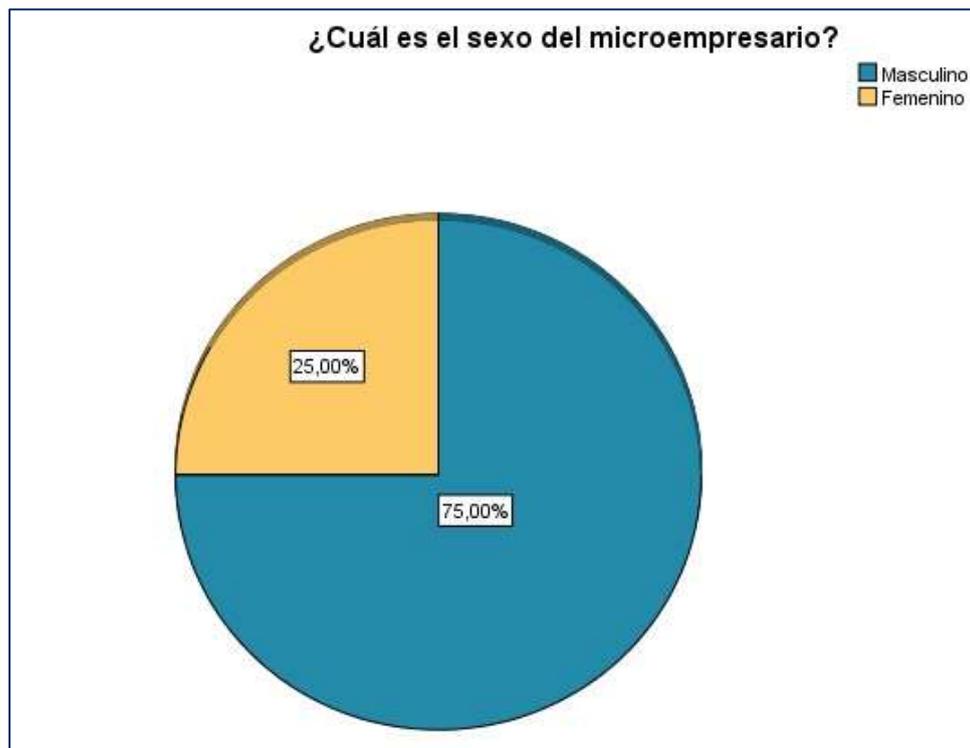
INTERPRETACIÓN: según los datos obtenidos de las mypes, los emprendedores destacan por su juventud se encuentran en el rango de “18 a 28” (25,0%) y de “29 a 39” años de edad (33,3%), demostrando de esta manera que existe una fuerte participación del sector en estudio.

TABLA 4 ¿Cuál es el sexo del microempresario?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	9	75,0	75,0	75,0
	Femenino	3	25,0	25,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 3



Fuente: Tabla 4

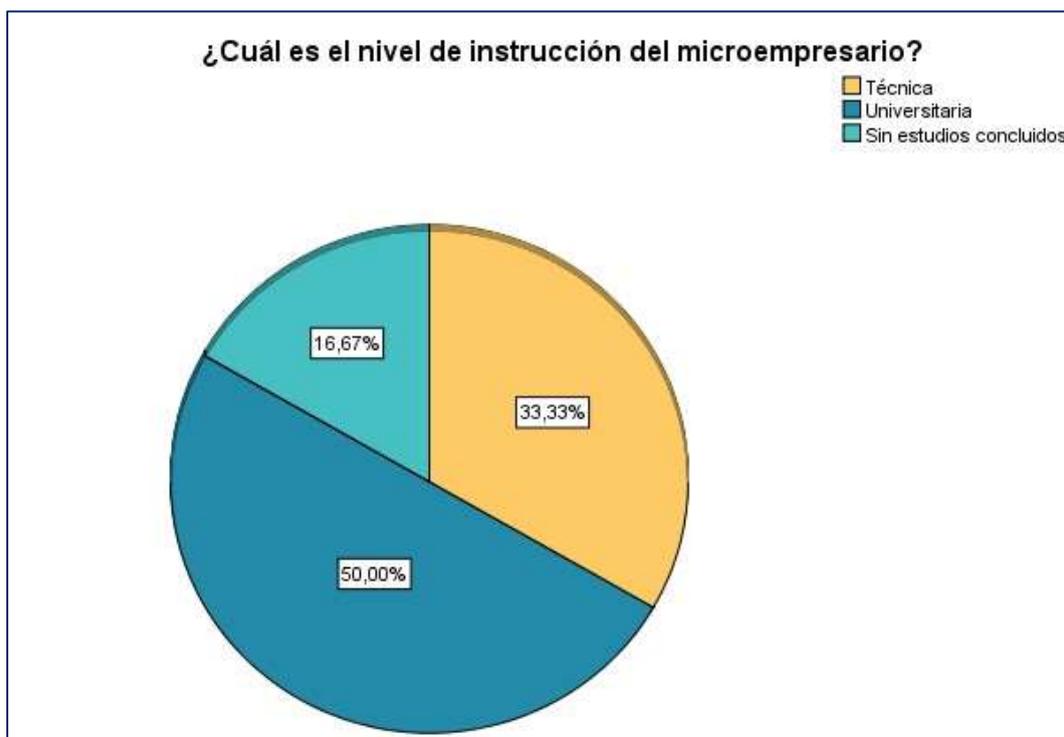
INTERPRETACIÓN: en su mayoría (75,0%) son dirigidos por el sexo masculino y 25,0% sexo femenino.

TABLA 5 ¿Cuál es el nivel de instrucción del microempresario?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Técnica	4	33,3	33,3	33,3
	Universitaria	6	50,0	50,0	83,3
	Sin estudios concluidos	2	16,7	16,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 4



Fuente: Tabla 5

INTERPRETACIÓN: de acuerdo a los resultados arrojados de la investigación, el 50% indica que los microempresarios cuentan con nivel de instrucción “universitario”; 33,3% “técnico” y 16,7% sin estudios concluidos.

B. De la Empresa

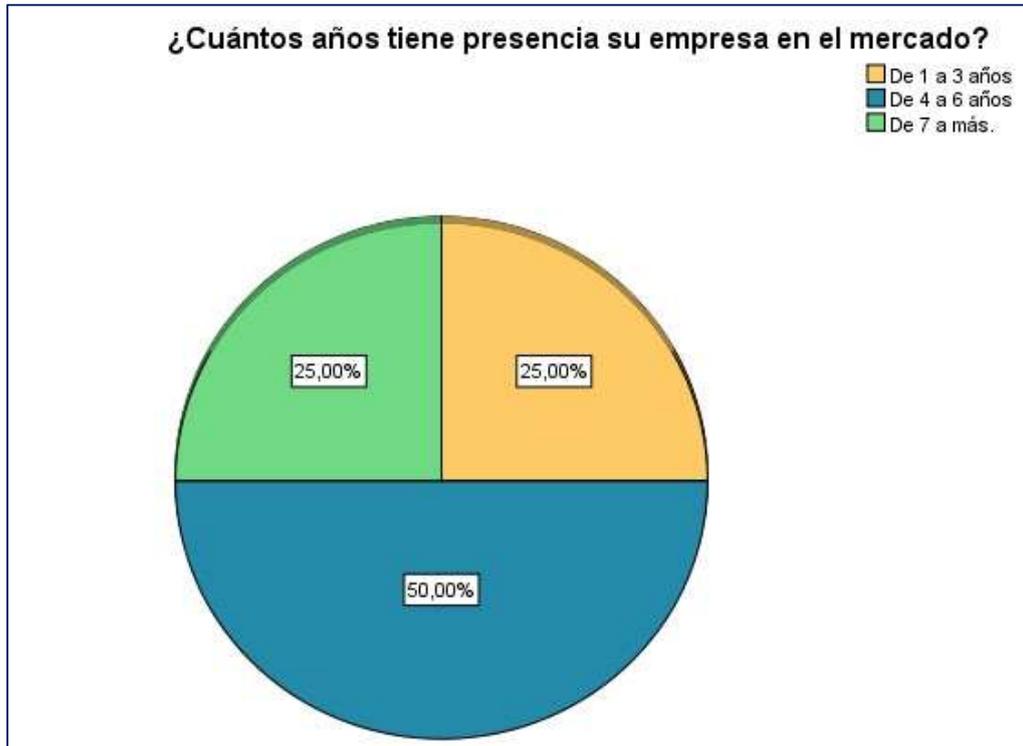
TABLA 6

¿Cuántos años tiene presencia su empresa en el mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 3 años	3	25,0	25,0	25,0
	De 4 a 6 años	6	50,0	50,0	75,0
	De 7 a más.	3	25,0	25,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 5



Fuente: Tabla 6

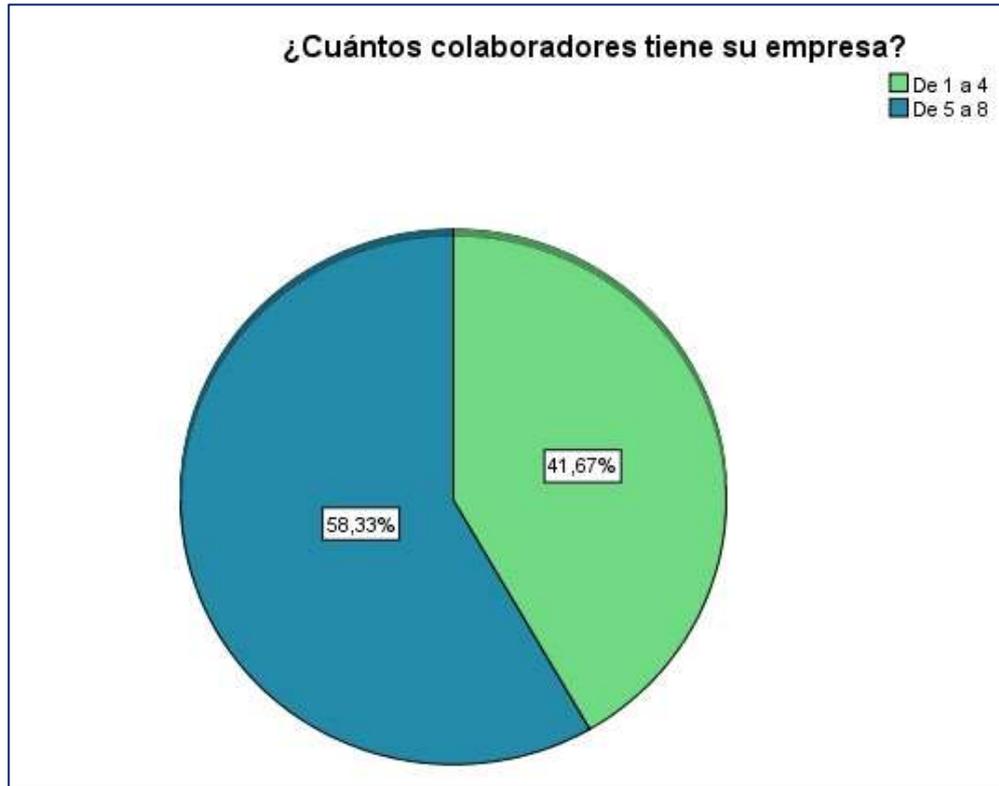
INTERPRETACIÓN: siendo un total de 12 mypes del sector en estudio; 6 mypes (50,0%) tiene presencia en el mercado de “4 a 6 años”, 3 mypes son las más recientes “de 1 a 3 años” y 3 de “7 a más años”, las más antiguas.

TABLA 7 ¿Cuántos colaboradores tiene su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 4	5	41,7	41,7	41,7
	De 5 a 8	7	58,3	58,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 6



Fuente: Tabla 7

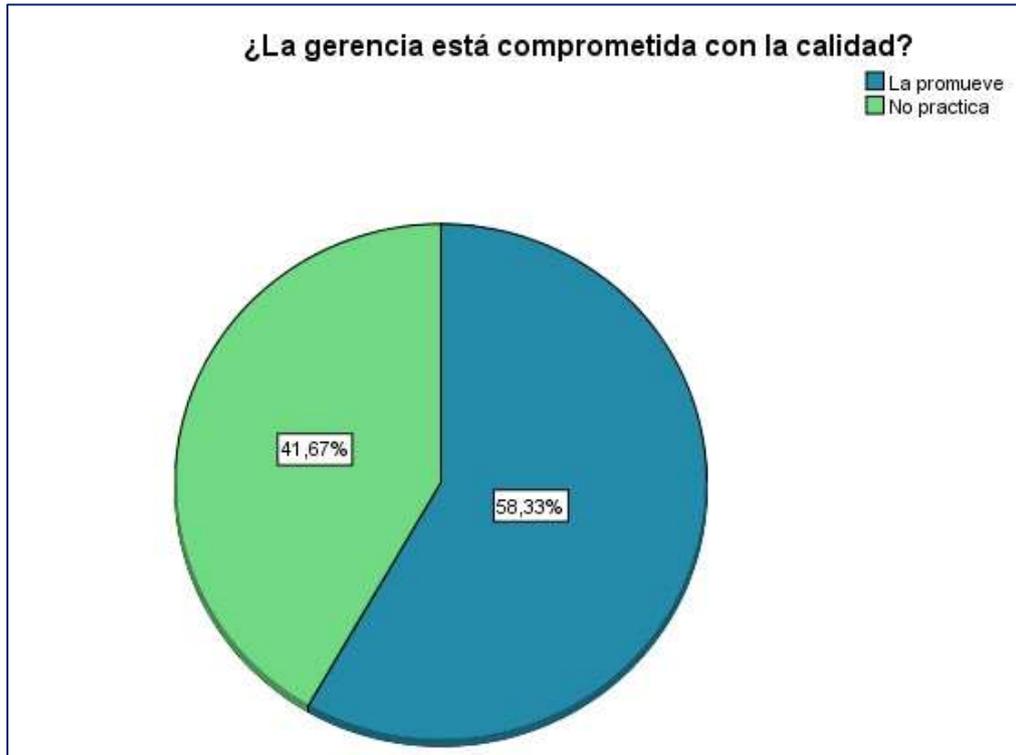
INTERPRETACIÓN: el resultado de la figura 6, nos muestra que el 58,3% cuentan de 5 a 8 colaboradores, permitiéndoles gestionar y brindar su servicio a más clientes de este sector.

TABLA 8 ¿La gerencia está comprometida con la calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	La promueve	7	58,3	58,3	58,3
	No practica	5	41,7	41,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 7



Fuente: Tabla 8

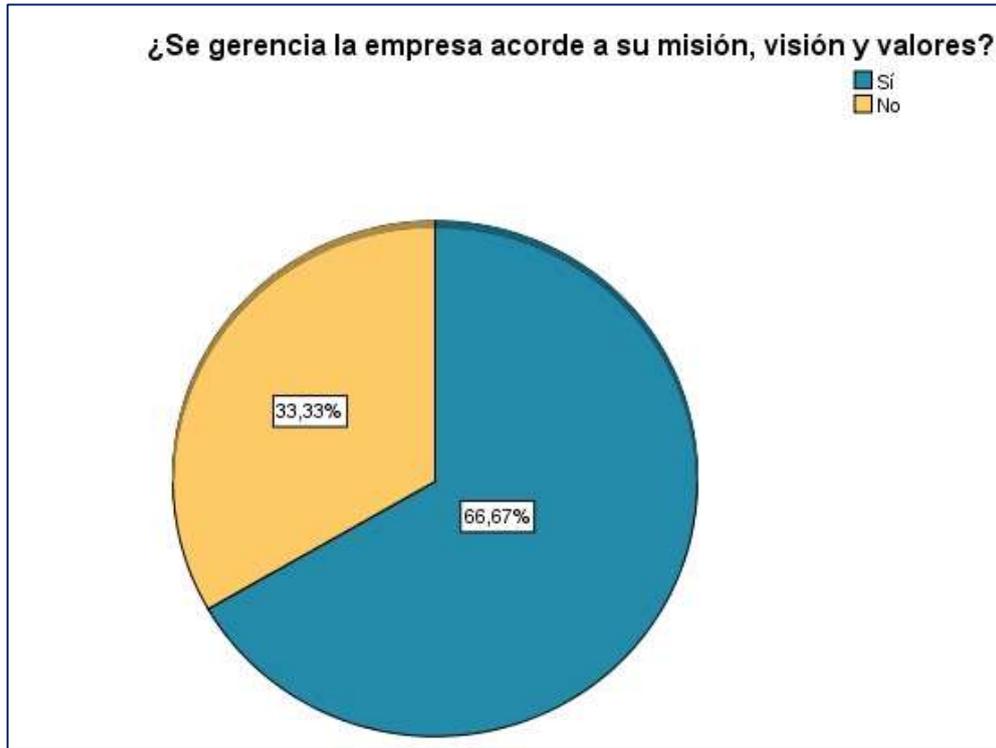
INTERPRETACIÓN: según la información adquirida de las mypes, los emprendedores del sector en estudio, nos muestra que más de la mitad (58,3%) promueve el compromiso con la calidad, esto ayuda a las empresas a optimizar sus procesos gracias a su compromiso de una gestión con el enfoque de atención al cliente.

TABLA 9 ¿Se gerencia la empresa acorde a su misión, visión y valores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	8	66,7	66,7	66,7
	No	4	33,3	33,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 8



Fuente: Tabla 9

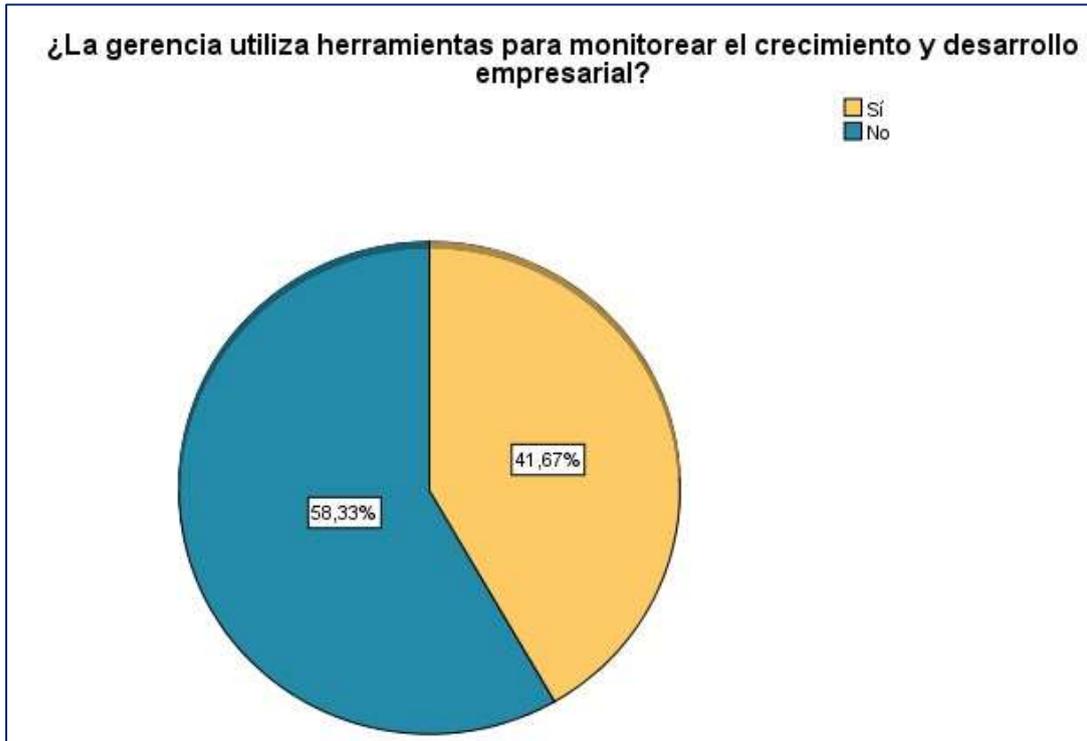
INTERPRETACIÓN: el 66,7% de las mypes en estudio, exhibe su misión, visión y valores de la empresa, en consecuencia tienen presente los objetivos a alcanzar.

TABLA 10 ¿La gerencia utiliza herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	5	41,7	41,7	41,7
	No	7	58,3	58,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 9



Fuente: Tabla 10

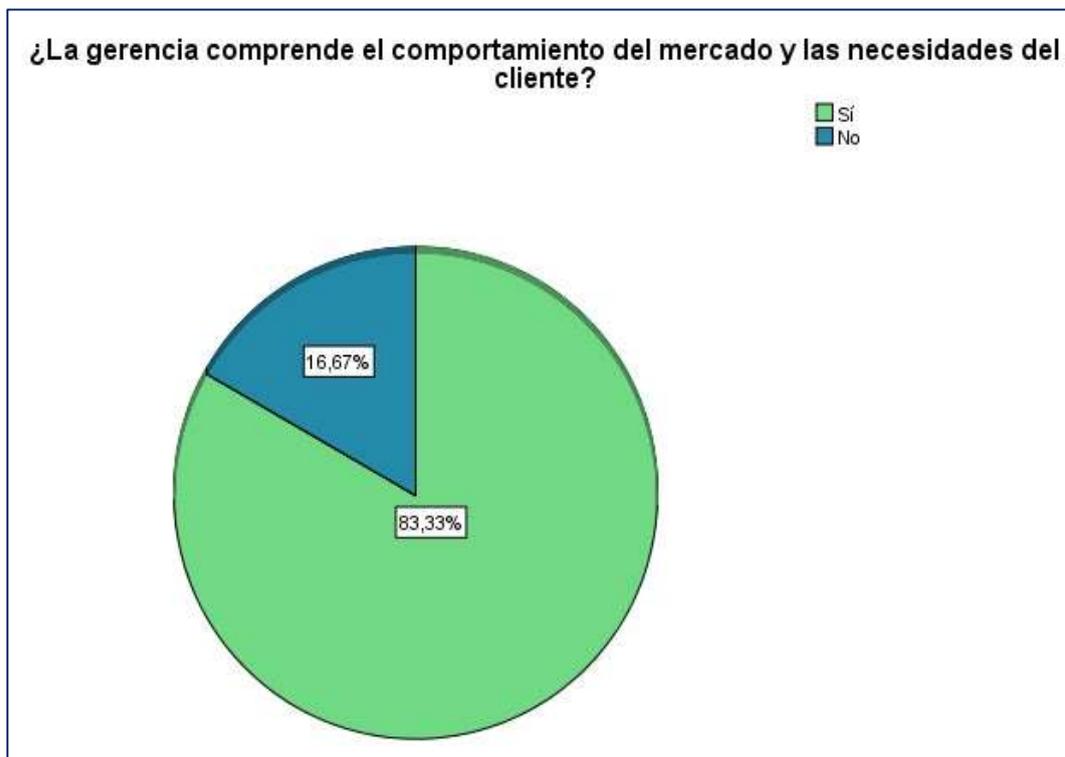
INTERPRETACIÓN: según los datos obtenidos de la investigación, 58,3% no gerencia utilizando herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial. Por otro lado 41,7% indica que si hace uso de herramientas de gestión.

TABLA 11 ¿La gerencia comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	10	83,3	83,3	83,3
	No	2	16,7	16,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 10



Fuente: Tabla 11

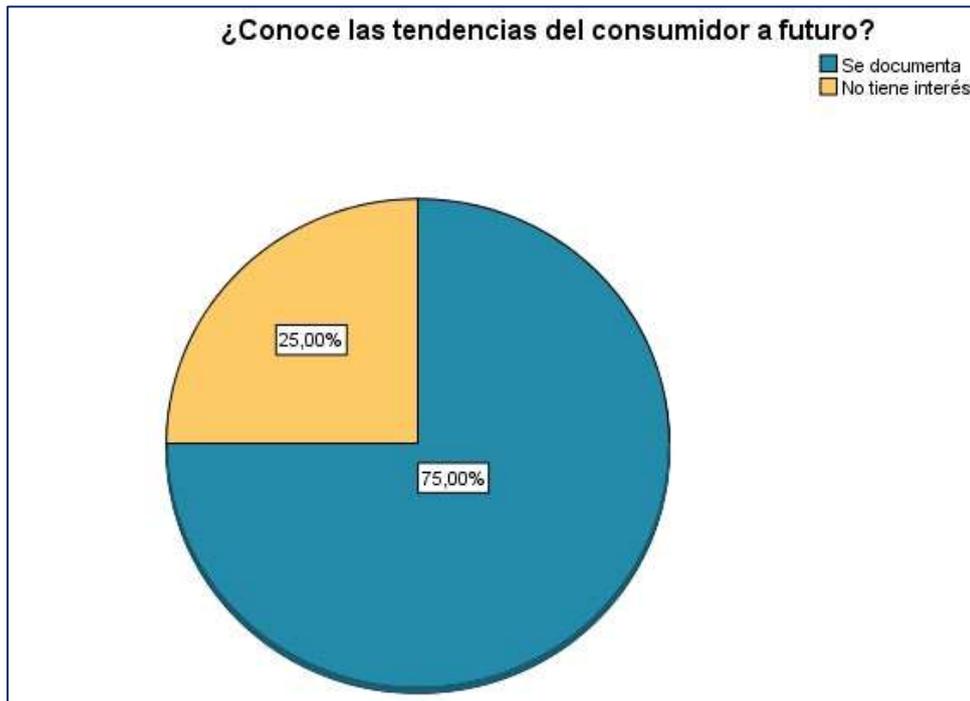
INTERPRETACIÓN: según la información recogida de las encuestas, el 83,3% de los emprendedores indican que conoce el mercado y las necesidades de ssu clientes.

TABLA 12 ¿Conoce las tendencias del consumidor a futuro?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se documenta	9	75,0	75,0	75,0
	No tiene interés	3	25,0	25,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 11



Fuente: Tabla 12

INTERPRETACIÓN: según la investigación, un 75,0% muestra que los propietarios del sector servicios, consultorios veterinarios, se interesan por conocer las tendencias de sus clientes a futuro, logrando explotar esta información, que es y será un reto y oportunidad para sus empresas.

C. De Atención al Cliente

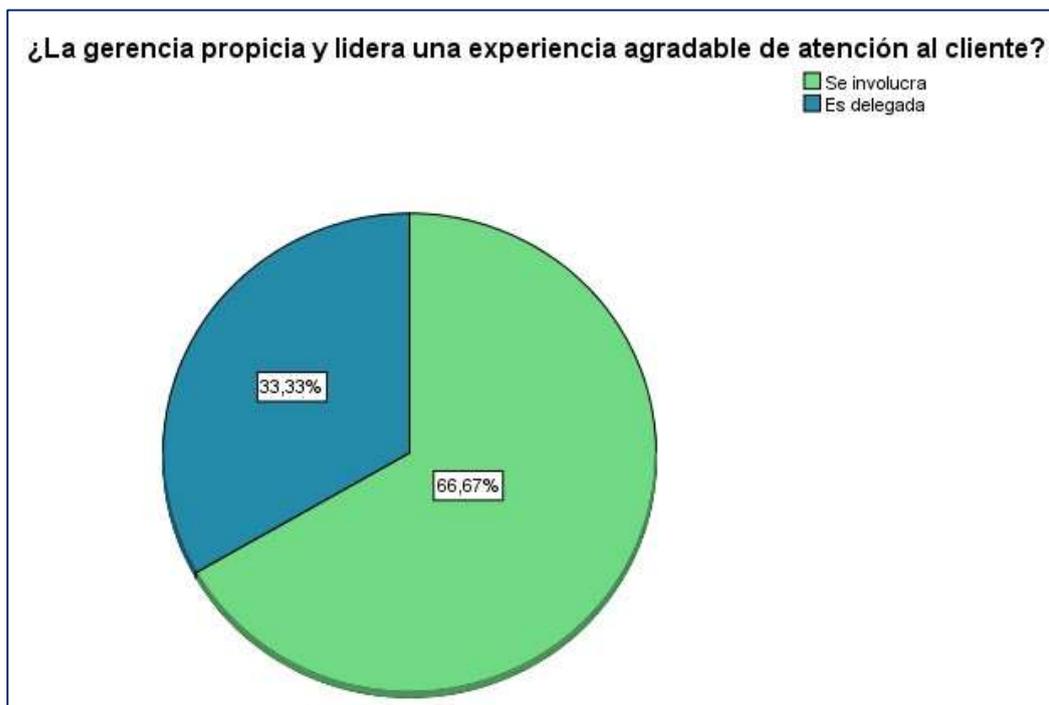
TABLA 13 ¿La gerencia propicia y lidera una experiencia agradable de atención al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se involucra	8	66,7	66,7	66,7
	Es delegada	4	33,3	33,3	100,0

Total	12	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 12



Fuente: Tabla 13

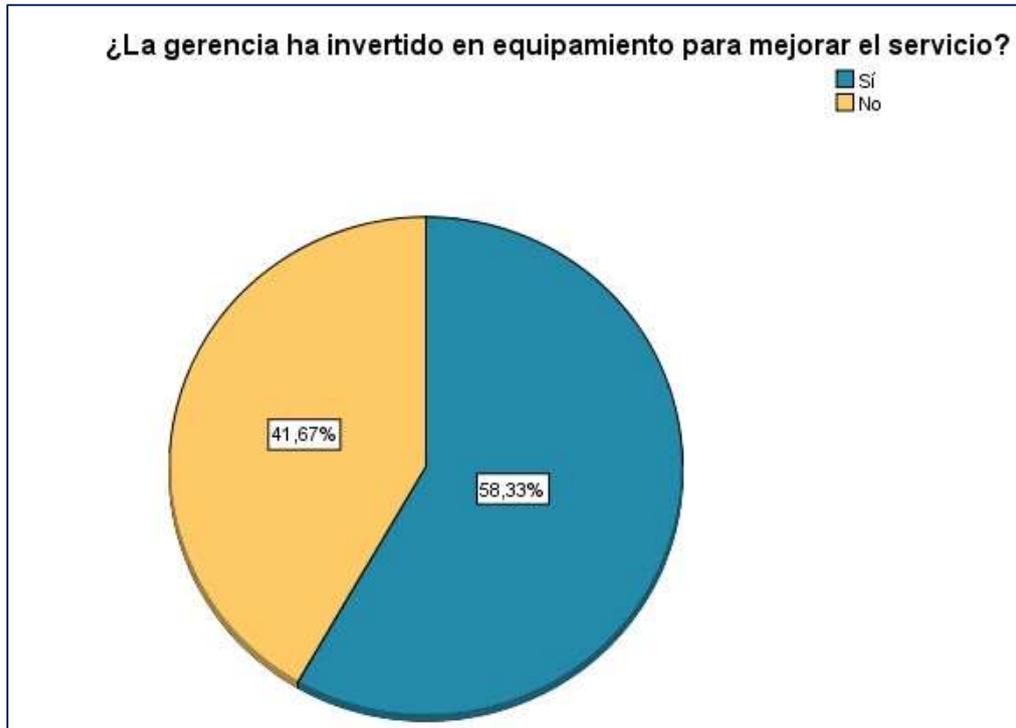
INTERPRETACIÓN: según la investigación, las mypes del sector en estudio en su mayoría (66,7%) se involucran con sus colaboradores en alcanzar un solo objetivo y el de satisfacer las necesidades de los clientes y lograr una experiencia agradable de servicio.

TABLA 14 ¿La gerencia ha invertido en equipamiento para mejorar el servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	7	58,3	58,3	58,3
	No	5	41,7	41,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 13



Fuente: Tabla 14

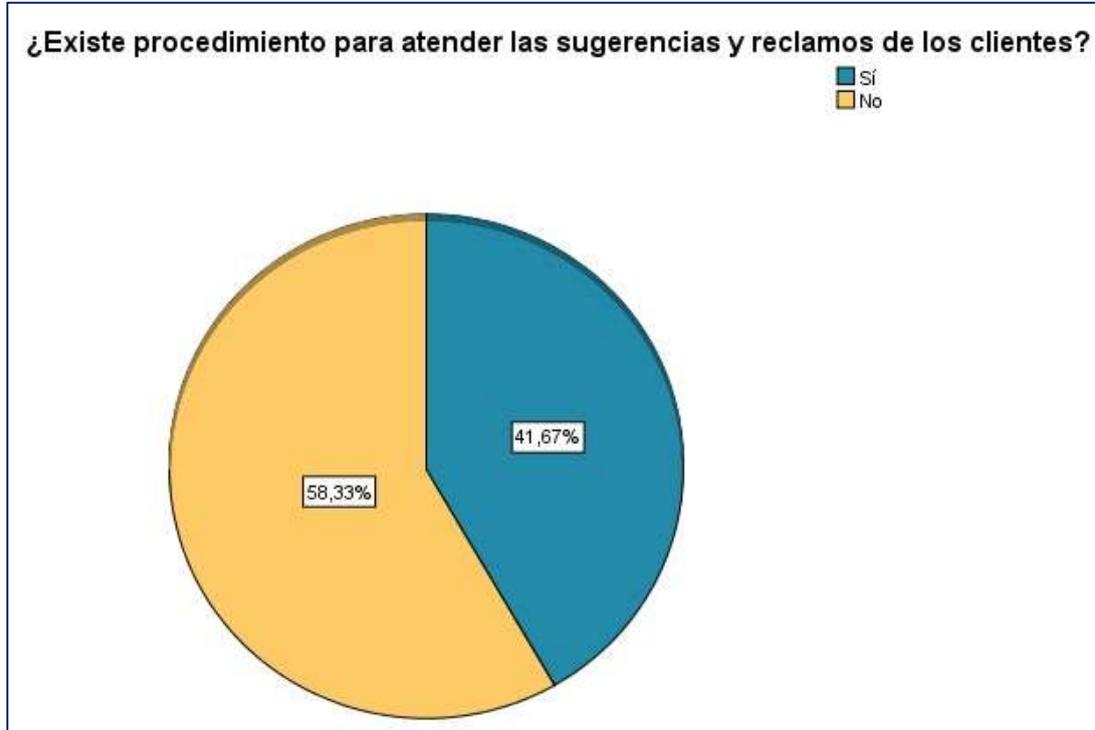
INTERPRETACIÓN: según los microempresarios, el 58,3% de las mypes en estudio han invertido en equipamiento para mejorar el servicio que brinda, el cual les permitirá dar un servicio eficaz y de excelencia.

TABLA 15 ¿Existe procedimiento para atender las sugerencias y reclamos de los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	5	41,7	41,7	41,7
	No	7	58,3	58,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 14



Fuente: Tabla 15

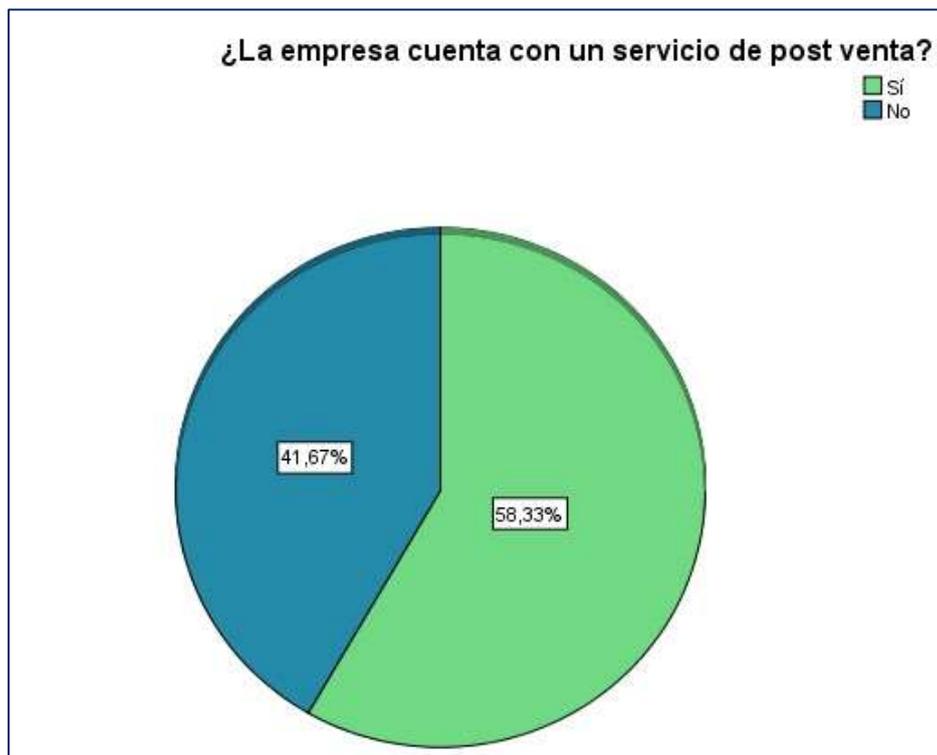
INTERPRETACIÓN: según la investigación a los propietarios, un 41,7% son las mypes que cuentan con procedimientos para atender sugerencias y reclamos; sin embargo la mayoría (58,3%) no posee ningún procedimientos, constituyen una oportunidad de mejora.

TABLA 16 ¿La empresa cuenta con un servicio de post venta?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	7	58,3	58,3	58,3
	No	5	41,7	41,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 15



Fuente: Tabla 16

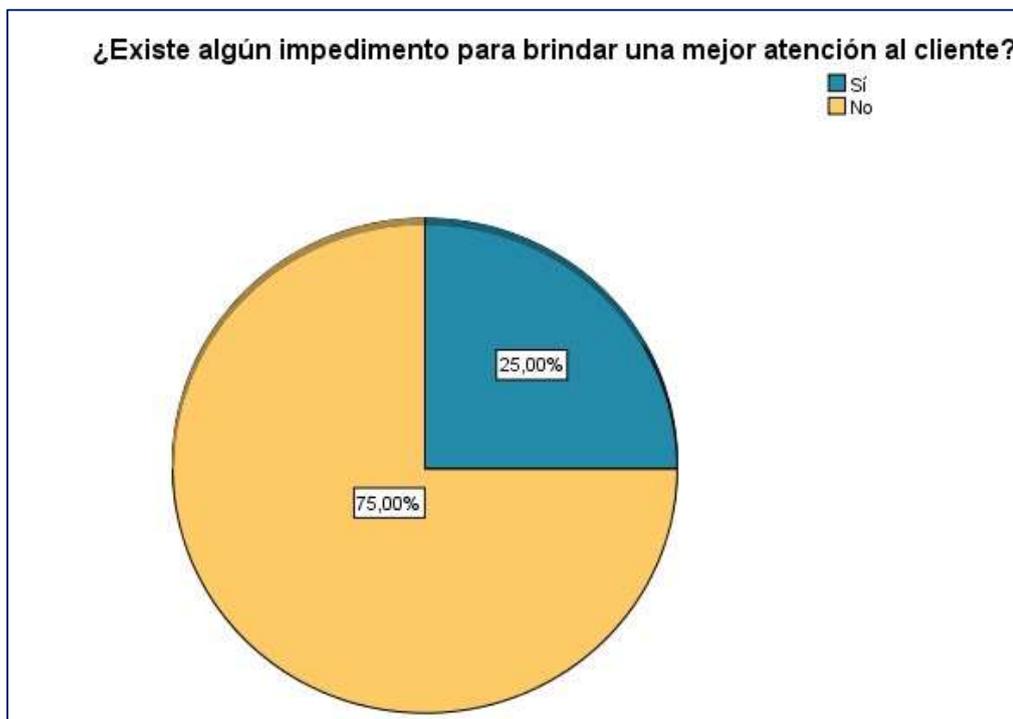
INTERPRETACIÓN: las mypes del sector servicios consultorios veterinarios, su mayoría (58,3%) cuenta con un servicio de post venta, y un 41,7% indica no contar con este servicio, arriesgando como consecuencia la pérdida de clientes.

TABLA 17 ¿Existe algún impedimento para brindar una mejor atención al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	3	25,0	25,0	25,0
	No	9	75,0	75,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 16



Fuente: Tabla 17

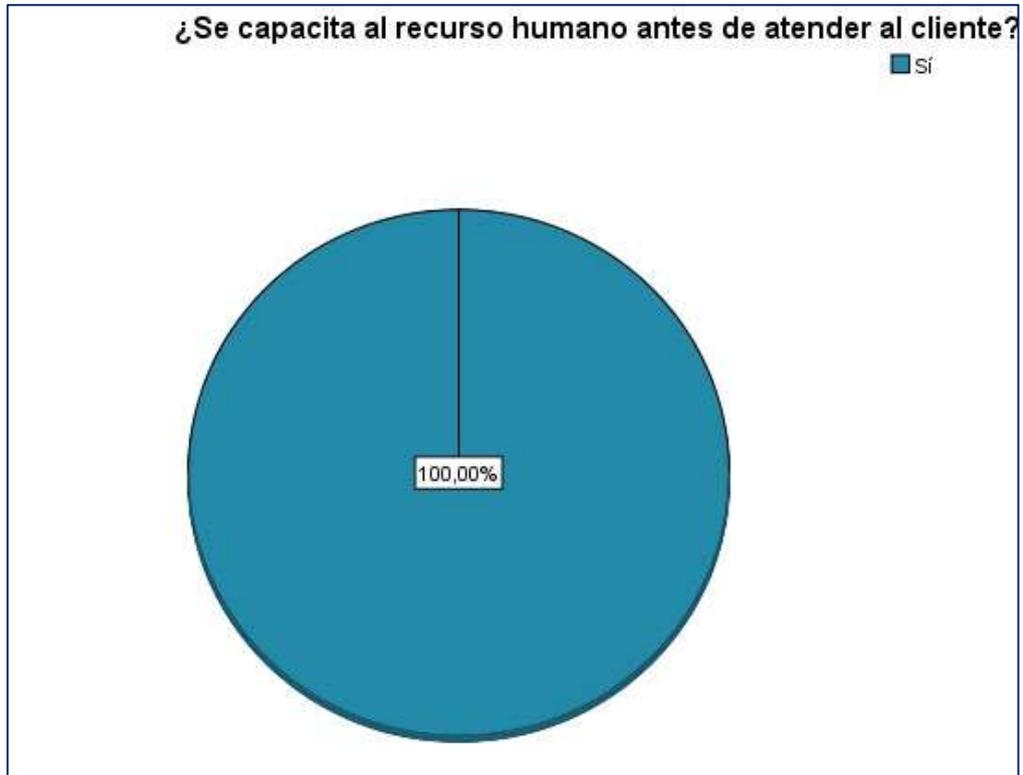
INTERPRETACIÓN: de la investigación, muestra que un 75,0% de las mypes del sector en estudio, no encuentra impedimentos para brindar un servicio de calidad, mientras un 25,0% indica que sí.

TABLA 18 ¿Se capacita al recurso humano antes de atender al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	12	100,0	100,0	100,0

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 17



Fuente: Tabla 18

INTERPRETACIÓN: el 100% de los emprendedores del sector servicios, consultorios veterinarios, se preocupan en capacitar al recurso humano y establecer las bases de un servicio seguro.

TABLA 19

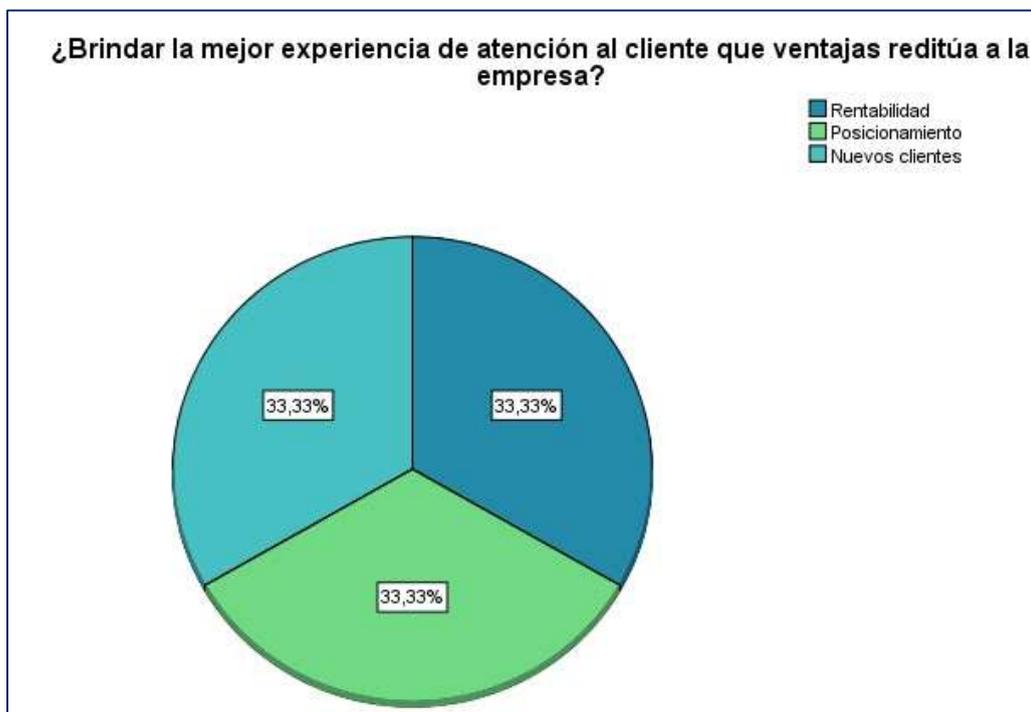
¿Brindar la mejor experiencia de atención al cliente que ventajas reditúa a la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rentabilidad	4	33,3	33,3	33,3
	Posicionamiento	4	33,3	33,3	66,7
	Nuevos clientes	4	33,3	33,3	100,0

Total	12	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 18



Fuente: Tabla 19

INTERPRETACIÓN: de acuerdo a la investigación de las mypes en estudio, sus propietarios indican que existen beneficios al brindar atención al cliente:

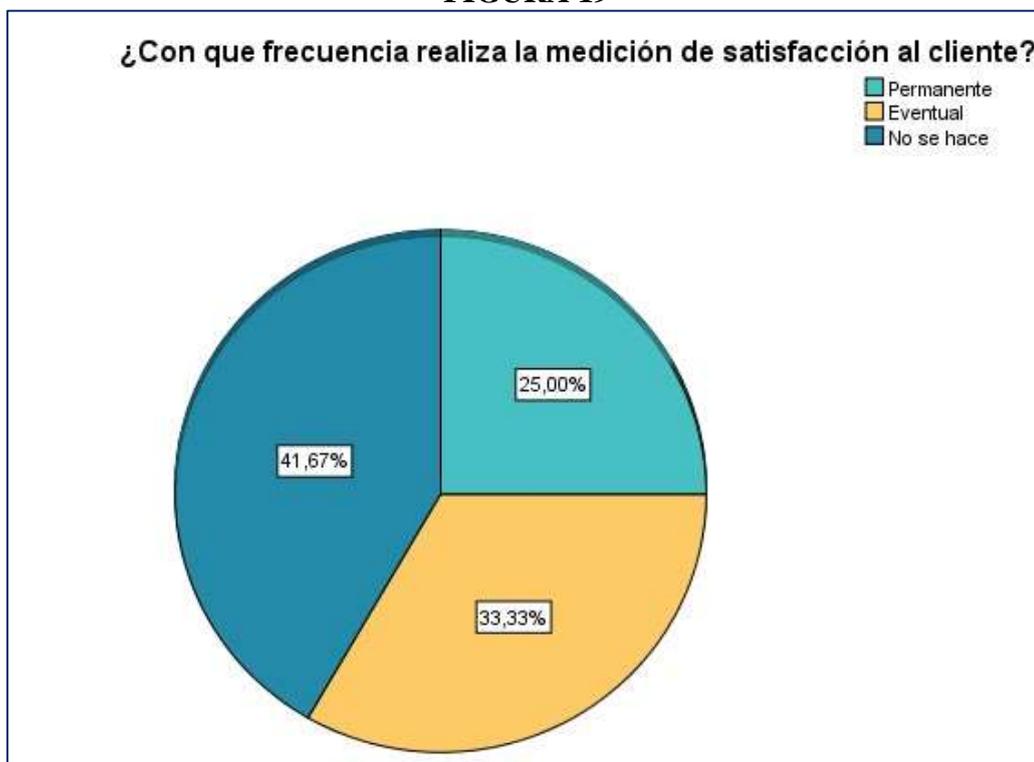
“rentabilidad”, “posicionamiento”, y “nuevos clientes”, con 33,3%, respectivamente.

TABLA 20 ¿Con que frecuencia realiza la medición de satisfacción al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Permanente	3	25,0	25,0	25,0
	Eventual	4	33,3	33,3	58,3
	No se hace	5	41,7	41,7	100,0
Total		12	100,0	100,0	

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 19



Fuente: Tabla 20

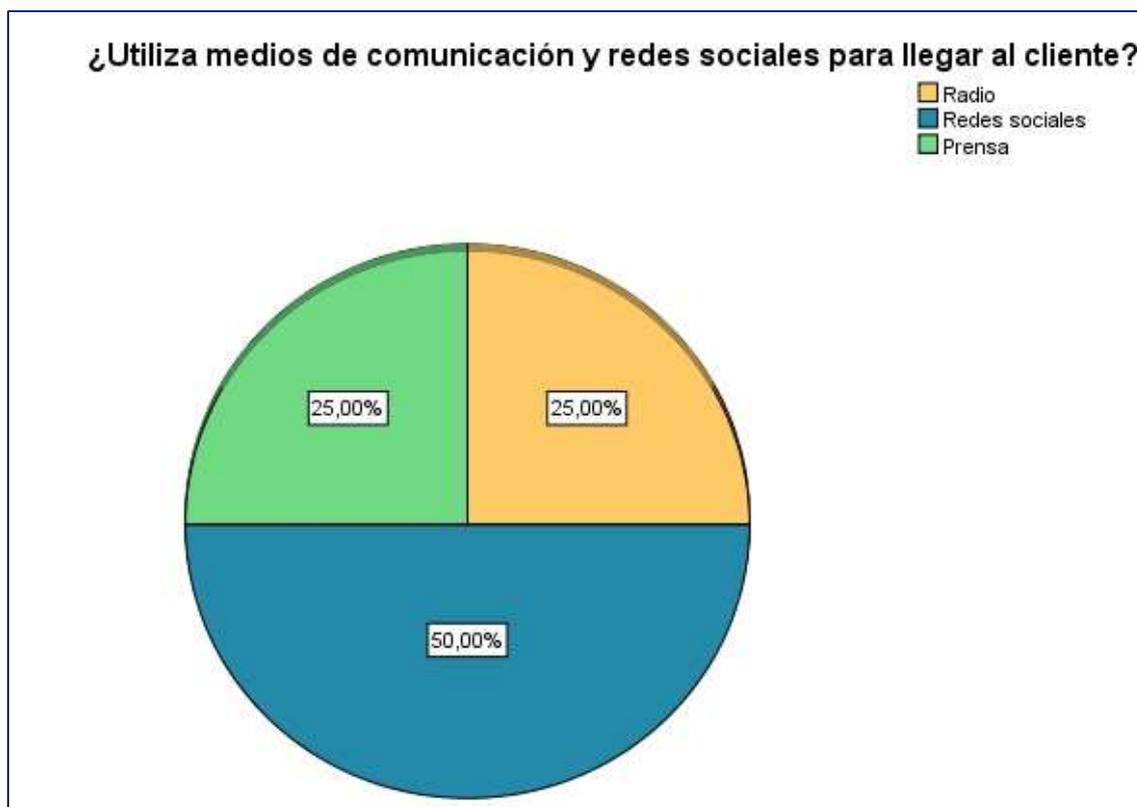
INTERPRETACIÓN: según los resultados obtenidos de la investigación, un 41,7% de los microempresarios, no le da debida importancia a la medición de la calidad de satisfacción al cliente, a pesar de que es fundamental para las empresas conocer como reciben el servicio al cliente.

TABLA 21 ¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Radio	3	25,0	25,0	25,0
	Redes sociales	6	50,0	50,0	75,0
	Prensa	3	25,0	25,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: encuesta elaborada a las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios.

FIGURA 20



Fuente: Tabla 21

INTERPRETACIÓN: el 50,0% de las mypes en estudio han establecido un canal de reforzamiento de la comunicación con sus clientes utilizando las “redes sociales”.

5.2 Análisis de resultados

La importancia de una adecuada gestión es en todo tipo de mypes, no es diferente para un consultorio veterinario, esto queda sustentada en la tesis de **Catillo, P. (Lima- 2017)**, denominada “Caracterización de la oferta de los servicios Veterinarios del Distrito de Ate- Lima”. El objetivo del presente estudio fue determinar las características de la oferta de los servicios veterinarios que se brindan en los Centros Veterinarios (CV) formales del Distrito de Ate, debido a las mejoras económicas de su población, al crecimiento y desarrollo de su sector servicios y por la falta de información que existe sobre los servicios veterinarios. Conclusiones, la mayor

parte de consultorios veterinarios cumplen con las dimensiones establecidas en la norma internacional (Reglamento para el ejercicio libre de la clínica veterinaria en la comunidad valenciana) pero no con la condición para ser una Clínica Veterinaria u Hospital Veterinario. *“Son pocos los empresarios de este rubro que utilizan las herramientas de gestión para el manejo de su negocio; la mayor parte establecen sus precios tomando como referencias los precios establecidos por sus competidores y sus historias clínicas siguen realizándose de la manera tradicional (en papel).”*

Nuestro análisis busca relacionar los resultados obtenidos en la investigación con el objetivo de la investigación, con la revisión de literatura y la hipótesis planteada como instrumentos de validación y dirección de la investigación.

A: Datos del Microempresario

¿Cuál es la edad del microempresario?

Según los datos obtenidos de las mypes, los emprendedores destacan por su juventud se encuentran en el rango de “18 a 28” (25,0%) y de “29 a 39” años de edad (33,3%), demostrando de esta manera que existe una fuerte participación del sector en estudio.

¿Cuál es el Sexo del microempresario?

En su mayoría (75,0%) son dirigidos por el sexo masculino y 25,0% sexo femenino.

¿Cuál es el nivel de instrucción del microempresario?

De acuerdo a los resultados arrojados de la investigación, el 50% indica que los microempresarios cuentan con nivel de instrucción “universitario”; 33,3% “técnico” y 16,7% sin estudios concluidos.

B: De la Empresa

¿Cuántos años tiene presencia su empresa en el mercado?

Siendo un total de 12 mypes del sector en estudio; 6 mypes (50,0%) tiene presencia en el mercado de “4 a 6 años”, 3 mypes son las más recientes “de 1 a 3 años” y 3 de “7 a más años”, las más antiguas.

¿Cuántos colaboradores tiene su empresa?

El 58,3% cuentan de 5 a 8 colaboradores, permitiéndoles gestionar y brindar su servicio a más clientes de este sector.

¿La gerencia está comprometida con la calidad?

Según la información adquirida de las mypes, los emprendedores del sector en estudio, nos muestra que más de la mitad (58,3%) promueve el compromiso con la calidad, esto ayuda a las empresas a optimizar sus procesos gracias a su compromiso de una gestión con el enfoque de atención al cliente.

¿Se gerencia la empresa acorde a su misión, visión y valores?

el 66,7% de las mypes en estudio, exhibe su misión, visión y valores de la empresa, en consecuencia, tienen presente los objetivos a alcanzar.

¿La gerencia utiliza herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial?

Según los datos obtenidos de la investigación, 58,3% no gerencia utilizando herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial. Por otro lado 41,7% indica que si hace uso de herramientas de gestión.

¿La gerencia comprende el comportamiento del mercado y las necesidades

del cliente?

La información recogida de las encuestas, el 83,3% de los emprendedores indican que conoce el mercado y las necesidades de sus clientes.

¿Conoce las tendencias del consumidor a futuro?

Un 75,0% muestra que los propietarios del sector servicios, consultorios veterinarios, se interesan por conocer las tendencias de sus clientes a futuro, logrando explotar esta información, que es y será un reto y oportunidad para sus empresas.

C: De Atención al cliente

¿La gerencia propicia y lidera una experiencia agradable de atención al cliente?

Las mypes del sector en estudio en su mayoría (66,7%) se involucran con sus colaboradores en alcanzar un solo objetivo y el de satisfacer las necesidades de los clientes y lograr una experiencia agradable de servicio.

¿La gerencia ha invertido en equipamiento para mejorar el servicio? El 58,3% de las mypes en estudio han invertido en equipamiento para mejorar el servicio que brinda, el cual les permitirá dar un servicio eficaz y de excelencia.

¿Existe procedimiento para atender las sugerencias y reclamos de los clientes?

Un 41,7% de las mypes cuentan con procedimiento para atender sugerencias y reclamos; sin embargo la mayoría (58,3%) no posee ninguno constituye una oportunidad de mejora.

¿La empresa cuenta con un servicio de post venta?

Las mypes del sector servicios consultorios veterinarios, su mayoría (58,3%) cuenta con un servicio de post venta, y un 41,7% indica no contar con este servicio, arriesgando como consecuencia la pérdida de clientes.

¿Existe algún impedimento para brindar una mejor atención al cliente? de la investigación, muestra que un 75,0% de las mypes del sector en estudio, no

encuentra impedimentos para brindar un servicio de calidad, mientras un 25,0% indica que sí.

¿Se capacita al recurso humano antes de atender al cliente?

El 100% de los emprendedores del sector servicios, consultorios veterinarios, se preocupan en capacitar al recurso humano y establecer las bases de un servicio seguro.

Este resultado, es una fortaleza en las mypes en estudio, la importancia de la capacitación es bien sustentada en la tesis de **Arriola, S.; Manay, N. (2014)**, “Plan de negocio para la creación de una clínica Quinta Veterinaria 04 patas”, concluye que para que la empresa logre su aceptación en el mercado chiclayano, necesita de un personal altamente capacitado y que cada uno de los integrantes tienen sus responsabilidades, pero sin dejar de lado el trabajo en equipo, con el que se obtendrá eficiencia y sobre todo el logro de las metas y objetivos propuestos.

¿Brindar la mejor experiencia de atención al cliente que ventajas reditúa a la empresa?

De acuerdo a la investigación de las mypes en estudio, sus propietarios indican que existen beneficios al brindar atención al cliente: “rentabilidad”, “posicionamiento”, y “nuevos clientes”, con 33,3%, respectivamente.

¿Con que frecuencia realiza la medición de satisfacción al cliente?

según los resultados obtenidos de la investigación, un 41,7% de los microempresarios, no le da debida importancia a la medición de la calidad de satisfacción al cliente, a pesar de que es fundamental para las empresas conocer como reciben el servicio al cliente.

¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?

el 50,0% de las mypes en estudio han establecido un canal de reforzamiento de la comunicación con sus clientes utilizando las “redes sociales”.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- Los microempresarios destacan por su juventud, se encuentran en el rango de “18 a 28” (25,0%) y de “29 a 39” años de edad (33,3%).
- Poco más del 50,0% de las mypes se administra con calidad de gestión y según su visión y misión. Un 41,7% de mypes su administración es empírica.

- La dirección de los consultorios veterinarios tiene dominio del conocimiento de comportamiento del mercado y las necesidades del cliente.
- Existe un involucramiento de la dirección de las mypes en las acciones de atención al cliente.
- El 58,3% de las mypes han invertido en equipamiento.
- Respecto al aspecto de soporte, 41,7% posee procedimientos para atender sugerencias y reclamos del cliente.
- Se mantiene un personal capacitado.
- Un 75,0% no hace o hace eventualmente medición de satisfacción al cliente.

6.2 Recomendaciones

- Existe un sector menor al 50,0% de las mypes encuestadas que no se gestionan con técnicas de calidad. Sus propietarios deben adoptar una gestión enfocada en la mejora continua a través de un sistema de gestión.
- Desarrollar la cultura de servicio al cliente. Todas las mypes deben recibir de buena manera las sugerencias y reclamos del cliente. Se deben elaborar procedimientos y estándares para el tratamiento apropiado de los temas que inquietan a los clientes.

- Establecer un cronograma anual de medición de satisfacción al cliente para recoger sus inquietudes y como oportunidad de mejora para la micro y pequeña empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arriola, S.; Manay, N. (2014). *Plan de negocio para la creación de una clínica Quinta Veterinaria 04 patas, ubicada en la ciudad de Chiclayo*. (Tesis de Licenciado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo). Recuperado de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/114/1/TL_ArriolaGonzalesSilvia_Mana_yLopezNayda.pdf
- Brigham, E. y Houston, J. (2005). *Fundamentos de administración Financiera*. (10ª Ed.). México D.F.: Internacional Thompson Editores.

- Castillo Ojeda, P. (2017). “*Caracterización de la oferta de los servicios Veterinarios del Distrito de Ate- Lima*”. (Tesis de Médico Veterinario, Universidad Peruana Cayetano Heredia. Recuperado de http://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/upch/787/Caracterizacion_CastilloOjeda_Pamela.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Contreras Sepúlveda, A. (2009) “*Plan de negocios para una clínica veterinaria*”. (Tesis de Ingeniero Civil, Universidad de Chile, Recuperado de http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/103455/contreras_as.pdf?sequence=3
- Chiavenato, I. (1992), *Administración de Recursos Humanos*, McGraw-Hill, México.
- Echevarría, R. (2005), *Ontología del Lenguaje*, Granica, Buenos Aires.
- Fadi, K. (1994). *Gestión Administrativa. Plan de Mejoramiento Continuo*. Recuperado de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/mejoramiento2004-2.pdf>
- Fernández, P. (2001). *Valoración de empresas*. (2ª Ed.). Barcelona: Gestión 2000.
- Goleman, D. (1997), *La inteligencia emocional*, Javier Vergara, Buenos Aires.
- Harrington, J. (1997). *Mejoramiento de los procesos de la empresa*. Editorial: McGraw-Gill/ interamericana de Colombia. 309 págs.
- Hermida, Jorge Alfredo; Rico, Rubén Roberto. *Calidad Total Aplicada. TGM Process y Calidad de Servicios*. Acercamiento al cliente Ediciones Macchi. Buenos Aires, 1993.
- Horovitz Jacques. (1991). *La calidad del servicio*. 1ra edición/ 120 págs. Editorial McGraw-Gill, Madrid 1990
- Oslan, J. y otros (2001), *Organizational Behavior-An Experiential Approach*, Prentice Hall, Estados Unidos.

Pedrosa, M. (2003). *Los mercados financieros internacionales y su globalización*.

Madrid: Thomson.

Peters, Tom. *A Passion for Excellence the Leadership Difference*. Warner Books, New

York, 1986

Philip Kotler (2003). *Fundamentos de Marketing*, (6ª ed.) editorial: prentice hall

México. 680 págs.

Ulrich, D. (1997), *Recursos Humanos Champions*, Granica, Buenos Aires.

ANEXOS

1. Presupuesto

Para ayudar en la realización del informe de investigación, se necesitó de un presupuesto que asciende a S/. 4,826.50

Tabla 22

Concepto	Cantidad	Unidad de Medida	PRECIO UNIT.	TOTAL
-----------------	-----------------	-------------------------	---------------------	--------------

Materiales y útiles de Oficina				
Papel Bond A4	1	Millar	22.00	22.00
Cuaderno A4	1	unidad	4.00	4.00
Lapiceros	2	unidades	3.00	6.00
corrector	1	unidad	3.00	3.00
Lápiz	1	unidad	2.00	2.00
Borrador	1	unidad	2.00	2.00
Resaltador	1	unidad	3.50	3.50
Perforador	1	unidad	8.00	8.00
Engrapador	1	unidad	10.00	10.00
Tinta para impresora	2	cartuchos	10.00	20.00
Total				80.50
Maquinaria y Equipo				
Alquiler de Laptop	1	unidad	600.00	600.00
USB 8 gigas	1	unidad	24.00	24.00
Total				624.00
Servicios				
Servicio de Internet	50	horas	1.00	50.00
Servicio de Anillado	4	unidad	6.00	24.00
Fotocopias	240	hojas	0.10	24.00
Impresiones	240	hojas	0.50	120.00
Total				218.00
Asesoramiento	1	Asesor	1,400.00	1,400.00
Taller de Titulación	1		1,650.00	1,650.00
Movilidad, Alimentación y Alojamiento				
Movilidad aéreo ida y vuelta a la ciudad de exposición		2 pasajes	200.00	400.00
Desayuno y Almuerzo		4 días	11.00	44.00
Alojamiento		4 días	60.00	240.00
Total				684.00
Ropa de Vestir para la exposición				170.00
TOTAL S/.				4,826.50

Fuente: Elaboración Ana Arévalo

2. Cronograma

Para llevar adelante la realización de la investigación, se sigue el cronograma que se presenta a continuación:

Tabla 23

CRONOGRAMA DE AVANCE	2018															
	MAYO		JUNIO				JULIO				AGOSTO				SETIEMBRE	
	Semana		Semana				Semana				Semana				Semana	
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Se recibió asesoramiento del docente para la realización del proyecto de investigación	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
Identificación de las variables.	↓	↓														
Determinación del sector y rubro a estudiar.	↓	↓														
Título del proyecto de investigación.	↓	↓														
Elaboración de Planteamiento de la investigación.			↓													
Elaboración del Marco Teórico y conceptual.			↓	↓	↓	↓										
Elaboración de Metodología de la investigación.					↓	↓	↓									
Presentación de Proyectos de Investigación.						↓	↓	↓	↓							
Elaboración de Encuestas, tabulación, gráficos.						↓	↓	↓	↓	↓	↓					
Discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones.											↓	↓	↓	↓		
Revisión de referencias bibliográficas, APA.													↓	↓	↓	
Presentación del informe final de investigación.														↓	↓	

Revisión turnitin.																↕	↕	↕
Elaboración de artículo científico y diapositivas.																		↕
Prebanca y sustentación del informe final.																		↕

Fuente: *Elaboración Ana Arévalo*

3. Encuesta



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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ENCUESTA A MYPES

Instrucciones:

Estimado propietario o representante de la mype, las preguntas que a continuación formulamos, forman parte de una investigación encaminada a recoger información para analizar la “Gestión bajo el enfoque de Atención al Cliente en las mypes del sector Servicios, Consultorios Veterinarios, distrito de Iquitos, año 2018”.

Encuestado:

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

A. DATOS DEL EMPRENDEDOR:

1. ¿Cuál es la edad del microempresario?

De 18 a 28 años () De 29 a 39 años () De 40 a 50 años () De 51 a más ()

2. ¿Cuál es el sexo del microempresario?

a) Masculino.....b) Femenino.....

3. ¿Cuál es el nivel de instrucción del microempresario?:

a) técnico () b) profesional () c) sin estudios

B. DE LA EMPRESA

4. ¿Cuántos años tiene presencia su empresa en el mercado?

De 1 a 3 () De 4 a 6 () de 7 a más ()

5. ¿Cuántos colaboradores tiene su empresa?

De 1 a 4 () De 5 a 8 () de 9 a más ()

6. ¿La gerencia está comprometida con la calidad?

Promueve () No practica ()

7. ¿Se gerencia la empresa acorde a su misión, visión y valores?

Si () No ()

8. ¿La empresa utiliza herramientas para monitorear el crecimiento y desarrollo empresarial?

a) Si b) No

9. ¿La gerencia comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente?

a) Si () b) No ()

10. ¿Conoce las tendencias del consumidor a futuro?

a) Se documenta () b) No es prioridad ()

C. DE ATENCIÓN AL CLIENTE

11. ¿La gerencia propicia y lidera una experiencia agradable de atención al cliente?

- a) Se involucra () b) Es delegada ()

12. ¿La gerencia ha invertido en equipamiento para mejorar el servicio?

- a) Si () b) No ()

13. ¿Existe procedimiento para atender las sugerencias y reclamos de los clientes?

- a) Si () b) No ()

14. ¿La empresa cuenta con un servicio de post venta?

- a) Si () b) No ()

15. ¿Existe algún impedimento para brindar una mejor atención al cliente?

- a) Si () b) No ()

16. ¿Se capacita al recurso humano antes de atender al cliente?

- a) Si () b) No ()

17. ¿Brinda la mejor experiencia de atención al cliente que ventajas reditúa a la empresa?

- a) Rentabilidad ()

- b) Imagen ()

c) Posicionamiento ()

d) Sin Cambios ()

18. ¿Con que frecuencia realiza la medición de satisfacción del cliente?

a) Permanente ()

b) Mensual ()

c) Trimestral ()

d) No se hace ()

19. ¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?

a) Revistas ()

b) Televisión ()

c) Redes Sociales ()

Iquitos, julio 2018