



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE  
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL  
SECTOR SERVICIOS, TELEVISIÓN POR CABLE,  
DISTRITO DE CALLERIA, AÑO 2018**

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

**AUTOR**

**RAMOS CASTAÑEDA, JHON JAMES  
ORCID: 0000-0001-9762-8619**

**ASESOR**

**SANTILLAN TUESTA, MILAGROS MERCEDES  
ORCID: 0000-0002-0383-3484**

**PUCALLPA – PERÚ**

**2019**

## **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las mypes Sector Servicios, televisión por cable, distrito de Callería, año 2018.

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Ramos Castañeda, Jhon James

ORCID: 0000-0001-9762-8619

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Pucallpa, Perú

### **ASESOR**

Mg: Santillán Tuesta, Milagros Mercedes

ORCID: 0000-0002-0383-3484

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias

Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de

Administración, Pucallpa, Perú

### **JURADO**

Dr. Geider Grandes García

ORCID: 0000-0001-8173-701X

Mg. Mozombite Armas, José Wilson

ORCID: 0000-0001-5070-4450

Mg. Sáenz Villaverde, Marleni Felicita

ORCID: 0000-0001-9818-7130

## **FIRMA DEL JURADO**

---

**Mg. Marleni Felicita  
Sáenz Villaverde**

**ORCID ID: 0000-0001-9818-7130**

Miembro

---

**Mg. José Wilson  
Mozombite Armas**

**ORCID ID: 0000-0001-5070-4450**

Miembro

---

**Dr. Geider Grandes García**

**ORCID ID: 0000-0001-8173-701X**

Presidente

---

**Mg. Santillán Tuesta Milagros Mercedes**

**ORCID ID: 0000-0002-0383-3484**

Asesor

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios todo poderoso, por estar conmigo en todo momento de mi vida, por ser mi luz y mi esperanza, por la gran oportunidad de culminar con éxito una etapa más de mi vida.

A mis padres por darme la vida, formación en el hogar y el apoyo necesario, a ti madre adorada por esas noches de desvelo para darme lo mejor y por esas madrugadas que estuviste conmigo en mi niñez en los momentos de estudio.

A mis jefes de mi actual trabajo, por el apoyo siempre que me brindan en el transcurso del camino lleno de retos y adversidades.

## **DEDICATORIA**

A Dios padre todo poderoso, por su amor, la vida, la salud, la sabiduría y las abundantes bendiciones.

A mis padres, por sus sabios e invaluable consejos y por enseñarme a caminar por el camino correcto.

## **RESUMEN**

El objetivo general del presente proyecto de investigación es investigar si las mypes del sector servicio, rubro televisión por cable, distrito de Callería, año 2018, se gestionan bajo el enfoque de atención al cliente tendrían mayores ventajas competitivos. Para lo cual se desarrolló un estudio de tipo cuantitativo con diseño no experimental – transversal – descriptivo, a 3 mypes del rubro de televisión por cable del distrito de Callería. Esta investigación se justifica para que los microempresarios tengan como referencia y sirva de modelo para la realización de otros estudios similares en el sector ya que el proyecto está elaborado con el rigor que la universidad Uladech exige, asimismo se llegó a las siguientes conclusiones que las mypes del sector comercio rubro televisión por cable busca fortalecer la gestión de calidad y la atención al cliente, donde en el proceso de investigación , se fue encontrando muchas inconsistencias, el cual poco a poco analizamos para de esta manera encontrar alguna solución, para ayudar a estos micro empresarios con brindar información que está basada en sus realidad, el cual les restringe a maximizar sus ganancias. También se dedujo que el personal que está a cargo del mantenimiento e instalación del cableado cumplen otras funciones, como realizar las cobranzas o apoyar en la logística, cuando estos estarían principalmente en brindar una atención al cliente de calidad, es un reflejo de que carecen de una capacitación en atención al cliente.

**Palabras claves:** Atención al cliente, Gestión de calidad, mypes, servicios.

## **ABSTRACT**

The general objective of this research project is to investigate whether the mypes of the service sector, cable television sector, Callería district, year 2018, are managed under the customer service approach would have greater competitive advantages. For which a quantitative study was developed with a non-experimental design - transversal - descriptive, 3 m from the cable television sector of the Callería district. This research is justified so that the microentrepreneurs have as a reference and serve as a model for the realization of other similar studies in the sector since the project is elaborated with the rigor that the Uladech University demands, also the following conclusions were reached that the mypes The cable television trade sector seeks to strengthen quality management and customer service, where in the investigation process, many inconsistencies were found, which little by little we analyzed to find a solution, to help these Micro entrepreneurs with providing information that is based on their reality, which restricts them to maximize their profits. It was also deduced that the personnel in charge of the maintenance and installation of the wiring fulfill other functions, such as making collections or supporting logistics, when these would be based on providing quality customer service, it is a reflection that they lack a customer service training.



**Keywords:** Customer service, quality management, mypes, services.

## ÍNDICE GENERAL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN .....	i
EQUIPO DE TRABAJO .....	ii
FIRMA DEL JURADO .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN .....	vi
ÍNDICE GENERAL .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	x
ÍNDICE DE GRAFICAS.....	xii
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>13</b>
<b>1. PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>15</b>
<b>1.1 Planteamiento del Problema .....</b>	<b>15</b>
<b>1.1.1 Caracterización del Problema .....</b>	<b>15</b>
<b>1.1.2 Enunciado del Problema .....</b>	<b>16</b>
<b>1.2 Objetivos de la Investigación .....</b>	<b>16</b>
<b>1.2.1 Objetivo General.....</b>	<b>16</b>
<b>1.2.2 Objetivos Específicos .....</b>	<b>17</b>
<b>1.3 Justificación de la Investigación .....</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Antecedentes de la investigación .....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.1 Antecedentes Internacionales .....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.2 Antecedentes Nacionales .....</b>	<b>20</b>
<b>2.1.3 Antecedentes Local .....</b>	<b>22</b>
<b>2.2 Bases Teóricas de la Investigación .....</b>	<b>24</b>
<b>2.2.1 Gestión de Calidad.....</b>	<b>24</b>
<b>2.2.2 Servicio al Cliente .....</b>	<b>25</b>
<b>2.2.3 Calidad en el Servicio .....</b>	<b>27</b>
<b>2.2.4 La Calidad del Cliente.....</b>	<b>28</b>

2.2.7	Televisión.....	29
2.2.8	Importancia de la calidad en los contenidos audiovisuales.....	30
2.2.9	Problemas éticos en la televisión.....	30
2.3	Marco Conceptual.....	32
2.3.1	Glosario de Términos .....	32
2.3.2	Micro y Pequeña Empresa.....	32
2.3.3	Características de los micros, pequeñas y medianas empresas	32
III.	HIPÓTESIS .....	34
3.1	Hipótesis General.....	34
3.1.1	Hipótesis Específicos.....	34
IV.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	35
4.1	Tipo de Investigación.....	35
4.1.1	Nivel de investigación .....	35
4.1.2	Diseño de Investigación .....	35
4.2	Universo y Muestra.....	36
4.2.1	Universo .....	36
4.3	Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	38
4.4	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	40
4.4.1	Técnicas.....	40
4.4.2	Instrumentos.....	40
4.5	Plan de análisis de datos .....	40
4.6	Matríz de Consistencia .....	42
4.7	Principios Éticos.....	45
V.	RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN .....	46
5.1	Resultado .....	46
5.2	Análisis y resultado.....	68
VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	71
6.1	CONCLUSIONES .....	71
6.2	RECOMENDACIONES .....	73
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	74
	ANEXOS .....	78
1.	Presupuesto.....	78
2.	Cronograma.....	79

**3. Encuesta.....80**

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1 Lista de mypes .....	34
Tabla 2 Definición y Operacionalización de variables e indicadores. ....	36
Tabla 3 Matriz de consistencia de la investigación.....	40
Tabla 4. Edad del propietario de la empresa.....	43
Tabla 5. Sexo del propietario .....	44
Tabla 6. ¿Grado de instrucción?.....	45
Tabla 7. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?.....	46
Tabla 8. ¿Cuál es el tiempo de permanencia de la empresa en el rubro? .....	47
Tabla 9. ¿Cuántos trabajadores tiene la empresa? .....	48
Tabla 10. ¿Su empresa cuenta con objetivos muy definidos?.....	49
Tabla 11. ¿Su empresa cuenta un manual de funciones para sus trabajadores?.....	50
Tabla 12. ¿ Cree usted que la gestión de calidad contribuirá a la mejora continua para su empresa? .....	51
Tabla 13. ¿ Su empresa se gestiona con practica de atención al cliente?.....	52
Tabla 14. ¿ Su empresa administra sus actividades con practica de gestión de calidad? .....	53
Tabla 15. ¿ Su empresa cuenta con una estrategia o plan de atención al cliente?.....	54
Tabla 16. ¿ Usted capacita a su personal para brindar una buena atención al cliente?.....	55
Tabla 17. ¿ Su empresa recoge sugerencias o reclamos de los clientes?.....	56
Tabla 18. ¿La empresa hace seguimientos a los reclamos de los clientes para darles solución? .....	57
Tabla 19. ¿Su empresa cuenta con un libro de reclamación?.....	58
Tabla 20. ¿Su personal sabe la diferencia entre queja y un reclamo? .....	59
Tabla 21. ¿Cree usted que su servicio está basado solamente en dar una buen atención? ....	60
Tabla 22. ¿ Su personal toma interés en brindar una buena atención para el cliente?.....	61

Tabla 23. ¿Crees que la competencia cuentan con una atención adecuada para sus clientes?	62
Tabla 24. ¿Usted hace seguimiento a su personal para saber si brindan un servicio de calidad?.....	63
Tabla 25. ¿Usted aplica algunas estrategias para captar clientes de la competencia? .....	64
Tabla 26. Presupuesto general .....	72
Tabla 27. Cronograma de actividades.....	73

## ÍNDICE DE GRAFICAS

Grafica 1. Edad del propietario de la empresa.....	43
Grafica 2. Sexo del propietario.....	44
Grafica 3. ¿Grado de instrucción? .....	45
Grafica 4. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?.....	46
Grafica 5. ¿Cuál es el tiempo de permanencia de la empresa en el rubro? .....	47
Grafica 6. ¿Cuántos trabajadores tiene la empresa? .....	48
Grafica 7. ¿Su empresa cuenta con objetivos muy definidos?.....	49
Grafica 8. ¿Su empresa cuenta un manual de funciones para sus trabajadores? .....	50
Grafica 9. ¿ Cree usted que la gestión de calidad contribuirá a la mejora continua para su empresa? .....	51
Grafica 10. ¿ Su empresa se gestiona con practica de atención al cliente?.....	52
Grafica 11. ¿ Su empresa administra sus actividades con practica de gestión de calidad? ...	53
Grafica 12. ¿Su empresa cuenta con una estrategia o plan de atención al cliente? .....	54
Grafica 13. ¿Usted capacita a su personal para brindar una buena atención al cliente?.....	55
Grafica 14. ¿ Su empresa recoge sugerencias o reclamos de los clientes?.....	56
Grafica 15. ¿La empresa hace seguimientos a los reclamos de los clientes para darles solución? .....	57
Grafica 16. ¿Su empresa cuenta con un libro de reclamación?.....	58
Grafica 17. ¿Su personal sabe la diferencia entre queja y un reclamo? .....	59
Grafica 18. ¿Cree usted que su servicio está basado solamente en dar una buen atención?..	60
Grafica 19. ¿ Su personal toma interés en brindar una buena atención para el cliente?.....	61
Grafica 20. ¿Crees que la competencia cuentan con una atención adecuada para sus clientes? .....	62
Tabla 21. ¿Usted hace seguimiento a su personal para saber si brindan un servicio de calidad?.....	63

Tabla 22. ¿Usted aplica algunas estrategias para captar clientes de la competencia? ..... 64

## **I. INTRODUCCIÓN**

La televisión, no solo cumple un papel como medio de comunicación sino más bien cumple un papel relevante en la familia, porque educa, entretiene, informa, etc. Tiene una relevancia en la vida y en la empresa que pocos se hayan imaginado. Esta tecnología permite transmitir audio y video (imagen y sonido) en tiempo real a millones de usuarios y su vigente permanencia como uno de los medios más importantes que tiene las personas para informarse, entretenerse, educar, etc. Está en su continua innovación y adaptándose a los cambios tecnológicos que goza la sociedad.

La televisión es parte fundamental de la sociedad a nivel mundial, es una herramienta que sirve para múltiples funciones en nuestra vida diaria, pero su principal característica es que su señal llega a los pueblos más alejados de nuestro territorio patrio, llevando la información a tiempo real de los sucesos que ocurre fuera de sus comunidades.

La primera transmisión en el Perú fruto de un experimento se dio el jueves 21 de setiembre de 1939; se transmitió una película y un programa artístico desde el colegio Nuestra Señora de Guadalupe, en Lima por el canal 3. Desde esa fecha en adelante el crecimiento fue sorprendente, con la llegada de los televisores surgieron varios canales de televisión con señal abierta y hoy la televisión es también por cable: un negocio rentable y de un crecimiento inusitado, porque no distingue situación económica entre sus clientes.

La televisión de señal abierta en Pucallpa no capta la atención de las personas

debido a los pocos programas televisivos locales y la falta de creatividad que estos tienen, resultado a ello es la poca información que brindan, sobre todo por la mala programación, y este contexto si lo recoge la televisión por cable, compañías que examinan a diario la preferencia, tendencia y expectativas de sus clientes y buscan satisfacerlo y hacer de esta necesidad un negocio rentable.

Esta investigación tiene como objeto investigar la problemática de gestión sobre las microempresas de televisión por cable que existen en el distrito de Callería y encontrar la forma de fidelizar y expandir su mercado a través de su señal de televisión, brindando un servicio de calidad, ya que compite con compañías de cable asociadas a grupos extranjeros y sumado a los nuevos servicios que se brindan por internet hacen aún más desafiante tener un plan de acción para satisfacer sus necesidades.

La presente investigación se realizó utilizando la metodología de tipo cuantitativa con diseño no experimental, trasversal, descriptivo, y se justifica para dar a conocer sobre el conocimiento práctico del manejo estratégico en atención y buen servicio al cliente lo cual es el objetivo para esta investigación.

A si mismo se concluye con lo siguiente, que el cliente satisfecho es la pieza clave para cualquier mype, porque gracias a él, depende la existencia del negocio, es por ello que la buena atención al cliente y la gestión de calidad son lo fundamental para su supervivencia. Para lograr prestar una excelente calidad en los servicios, es necesario que la mype se evalúen hacia dónde quiere llegar, con el fin de conocer cómo funciona la mype y determinar donde se encuentran los problemas, posterior mente dar solución a todas las inconsistencias encontrados.



# **1. PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

## **1.1 Planteamiento del Problema**

Un plan de atención al cliente para una microempresa es una herramienta estratégica muy importante porque tiene impacto en el posicionamiento que se desea alcanzar en el mercado; se trata de establecer una comunicación entre la empresa y el cliente para conocer sus necesidades y captar su atención.

A nivel nacional estas empresas de televisión por cable están en procesos en la implementación de nuevas técnicas en atención al cliente para mejorar el servicio, y con ello la satisfacción del cliente que muchas veces exigen que se los brinde un buen servicio que esté acorde con sus expectativas.

A si mismo este rubro de televisión por cable en nuestra ciudad de Pucallpa son negocios que siempre han estado presente en su mayoría en los hogares pucallpino brindando sus servicios con algunas imperfecciones en las señales y en la atención de los usuarios, de manera que esto ha sido uno de los problemas que viene afectando a estas mypes en cuanto a su crecimiento como empresa.

### **1.1.1 Caracterización del Problema**

El servicio de televisión por cable que ofrecen las mypes del sector servicios, en el distrito de Callería tiene observaciones de calidad, que se evidencian en cortes del servicio sin aviso, poca gama de canales, mal sonido, mala imagen; los mismos que no son notificados a sus clientes en su oportunidad, ni tampoco existe un servicio post venta que brinde información al cliente, provocando que exista migración de clientes a otras empresas que también brindan servicio de cable pero con perjuicio económico para la empresa.

Para descubrir los problemas existentes, se realizará un estudio de la gestión que vienen realizando los propietarios de las mypes del sector servicio, televisión por cable del distrito de Callería y así poder entender porque no responden a las necesidades de la población que no está contenta con su nivel de servicio, todo esto podría impactar en el nivel de satisfacción ante la falta de calidad.

La gestión de calidad en las empresas de televisión por cable nacionales son parte de grandes productoras que acapara un gran número de televidentes; esto se debe, por el contenido de sus programas. Estas empresas están a la vanguardia con la tecnología, enfocadas en el cliente y utilizan el marketing; esta estrategia ayuda a promocionar sus programas, series, novelas, noticieros, ofreciendo calidad y entretenimiento, beneficiando a la rentabilidad de estas.

Siguiendo con lo anterior las micro empresas constituidas en el distrito de Callería están quedando aisladas con una mínima importancia, debido a la falta de capacidad en temas de gestión, es decir trabajan de manera empírica basándose en las experiencias.

### **1.1.2 Enunciado del Problema**

¿Las mypes del sector servicio, televisión por cable, distrito de Callería año 2018, que se gestiona bajo el enfoque de atención al cliente, tendrían mayor ventaja competitiva?

## **1.2 Objetivos de la Investigación**

### **1.2.1 Objetivo General**

Investigar si las mypes del sector servicio, televisión por cable, distrito de

Callería año 2018, se gestiona bajo el enfoque de la atención al cliente tendrían mayor ventaja competitiva.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

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

### **1.3 Justificación de la Investigación**

El presente proyecto se funda en el marco del desarrollo de las mypes del sector servicios, televisión por cable del distrito de Callería, año 2018; aquellas que necesitan además de apoyo financiero, asesoramiento en formalización, gestión y estrategias de atención al cliente.

El conocimiento y práctica sobre el manejo estratégico de atención y buen servicio al cliente es la razón primordial por la cual la investigación tendrá un impacto importante en la comunidad empresarial de la mediana y pequeña empresa del distrito.

También beneficiará a los mismos microempresarios del sector en estudio, al conocer cómo se gestiona un negocio con enfoque de calidad en el cliente, necesario en un mercado muy competitivo y con nuevos servicios.

Finalmente, la investigación se justifica porque servirá de modelo para la

realización de otros estudios similares en el sector ya que el proyecto estará elaborado con el rigor que la universidad Uladech católica exige.

## **II. REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **2.1 Antecedentes de la investigación**

El marco teórico constituye el soporte intelectual para toda investigación.

#### **2.1.1 Antecedentes Internacionales**

Agorreca, V. (2017). En su trabajo final de especialización “Sistema de gestión de calidad, bajo la norma ISO 9001: 2008, con herramienta competitiva en las pymes familiares”. Trabajo realizado en la Universidad de Buenos Aires-Argentina. El 18% de las Pyme industriales cuenta con certificaciones ISO y el 11% está en proceso de aplicación de las mismas, en lo que se refiere a otro tipo de certificaciones las proporciones descienden al 8% y 4%. También en dicho informe se destaca que la disponibilidad de certificaciones de calidad difiere significativamente de acuerdo al tamaño de las firmas. La proporción de empresas que aplican certificación ISO alcanza el 40% para el segmento de las medianas industrias, cuando para las pequeñas es sólo del 12%.; 2013-2014, se detalla que solo el 17% de las pymes industriales tienen certificación de calidad ISO, mientras que un 7% se encuentra en proceso de aplicación. Sin embargo, el restante 76% no tiene certificación ni se encuentran en proceso de implementación. Como conclusión Una vez expuesta y conocida la teoría acerca de la Norma ISO 9001, sus ventajas y beneficios, el siguiente paso consiste en saber llevarlo a la práctica de la manera más eficiente y eficaz. Este paso es un aspecto clave del proceso, y muchas veces, llega a ser una fuente de conflicto interno de la

organización. La implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad, se realizará en concordancia con las características definidas por la propia Pyme con el fin de favorecer la organización y la sistematización de los procesos.

Arce K. (2017). En su proyecto “Estudio de mercado de televisión pagada para el diseño de estrategias de marketing para la empresa cine cable TV S.A. en la ciudad de milagro” universidad de Guayaquil, Ecuador. se busca analizar la oferta de televisión por suscripción, realizando un diagnostico situacional de la empresa, también reconocer el gusto y preferencias de los consumidores ,se buscó encontrar resultados óptimos a través de la investigación descriptiva, documental y de campo, gracias a la información recolectada se llegó a comprobar que el mercado de televisión pagada en la ciudad de milagro es muy amplio, la principal competencia es DIRECTV, Cine cable tv tiene que centrar sus esfuerzos en la comunicación externa, debe establecer estrategias que le permitan dar a conocer sus servicios y promociones, en el proyecto se plantea como solución la implementación de planes diferenciados que le permitirán atraer a nuevos clientes.

López, D. (2018). En su trabajo de investigación “Calidad del servicio y la Satisfacción de los Clientes del Restaurante Rachys de la ciudad de Guayaquil”. Título para obtener el grado de magíster en Administración de Empresa, en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil-Ecuador. Este trabajo tuvo como objetivo general determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del restaurante Rachys de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejoras del servicio al cliente. La población de en esta investigación esta conformados por los gerentes y los trabajadores y la muestra está

conformado por todos los trabajadores que se determinó en la población. El tipo de investigación que se realizó en la investigación fue descriptivo por un método cuantitativo, para el recojo de la información se utilizó la técnica de la entrevista y el instrumento para corroborar la información fue la encuesta. Conclusiones es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa, así como reducir las falacias del servicio para obtener mayores beneficios económicos.

### **2.1.2 Antecedentes Nacionales**

Marín, D. (2017). En su trabajo de investigación “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la veterinaria san roque de la ciudad de huannuco-2017”. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote-Huánuco. Este trabajo tuvo como objetivo general determinar la relación de la calidad de servicio con la satisfacción del cliente en la veterinaria san roque de la ciudad de Huánuco, año 2017. La población para el estudio fueron los 11 trabajadores de la veterinaria y la muestra estuvo conformado por la población en estudio, el tipo de investigación que se realizó fue descriptiva y el diseño de la investigación fue no experimental-trasversal-longitudinal, la técnica empleada en este trabajo de investigación fueron el fichaje, ficha de resumen y la ficha bibliográfica, el instrumento utilizado se dio por medio del cuestionario. Se concluye que el 73% indican que la veterinaria santa roque capacita a su personal cada 6 meses en otros temas sobre uso de bienes intangibles que son relacionados a la calidad del servicio.

Montoya, A. (2014). En su trabajo de investigación “Implementación de un sistema de gestión de la relación con los clientes en una empresa proveedora de servicios de televisión de pago”. Tesis para optar el título de Ingeniero Informático en la Pontificia Universidad Católica del Perú – Lima. Este trabajo tuvo como objetivo general analizar los métodos y procedimientos del negocio para identificar las necesidades de automatización, implementar algoritmos para ejecutar la asignación automática de clientes a vendedores y de agendas a técnicos. Se utilizarán los principios metodológicos del PMBOK (Project Management Body of Knowledge) para llevar a cabo la gestión del presente proyecto de tesis. Esto puede tener un impacto considerable en el éxito del proyecto, debido a que proporcionan un conjunto de conocimientos, procesos, habilidades, herramientas y técnicas que se aplican a la mayoría de proyectos y que existe consenso sobre su valor y utilidad. Al final de la investigación se puede decir que el escenario de negocios de la televisión de pago se encuentra en constante cambio, con clientes cada vez mejor informados y con la aparición de nuevos competidores. Una empresa que desea ser competitiva debe replantear su estrategia de negocios para centrar su visión en los clientes. Con el apoyo de un sistema CRM, la empresa puede gestionar eficazmente a sus clientes y ofrecer un mejor servicio. Sin embargo, para asegurar el éxito del proyecto, los participantes e interesados deben entender el propósito de la implementación de este producto y los beneficios que genera, como ahorro de tiempo y recursos.

Rojas, W. (2016). En su trabajo de investigación “Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de pueblo nuevo, provincia de chincha, región Ica, año 2016”. Trabajo para optar el grado de maestro en

gestión estratégica empresarial, en la Universidad Privada San Juan Bautista-Chincha. Cuyo objetivo general fue determinar la Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de pueblo nuevo, provincia de chincha, región Ica, año 2016. La población para este trabajo estuvo conformada por 53,586 habitantes de distrito de pueblo libre y la muestra para la investigación fueron 138 pobladores, el tipo de investigación fue cuantitativa y el diseño de la investigación fue no experimental-trasversal y la técnica empleada en este trabajo fueron recolección de información indirecta y directa, por lo tanto, el instrumento empleado fue el cuestionario. Se concluye que la eficacia de la calidad de servicio y fidelización muestra una correlación positiva alta de 0.850, concordante con lo anterior.

### **2.1.3 Antecedentes Local**

Aliaga, J. (2017). En su tesis “Gestión de la Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente de las mypes del sector comercio, rubro Boticas del Distrito de Manantay 2017” Trabajo presentado para obtener el título de Licenciado en Administración en la universidad católica los Ángeles Chimbote-Pucallpa. El objetivo general fue determinar la influencia de la calidad de atención al cliente en las mypes. La población de la investigación estuvo conformada por 45 mypes y la muestra para el estudio de la investigación estuvo conformado por 12 mypes del sector comercio rubro Boticas, esta investigación es de tipo cualitativo y el diseño fue no experimental – transversal - descriptivo. La técnica utilizada en esta investigación se dio mediante la entrevista y la encuesta, asimismo el instrumento utilizado para el recojo de la información fue el cuestionario, se concluye de las siguientes maneras que las mypes están aplicando la gestión de calidad para tener mayores ventajas de la competencia



quienes están tomando mucho interés de capacitar a sus trabajadores en tema como atención al cliente entre otros.

Dávila, T. (2018), en su tesis titulada. “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, vidriería y perfiles de aluminio, distrito de Callería, año 2018”. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote-Pucallpa. Este trabajo tiene como objetivo general determinar el nivel de aplicación de herramientas administrativas de gestión y estrategias de atención al cliente de las mypes del sector comercial, vidriería y perfiles de aluminio del distrito de Callería, año 2018. La población se determinó a 17 mypes del rubro vidriería y la muestra para la investigación fue conformada por las 17 mypes que se tomó de la población, tipo de investigación fue mixta, y el diseño de la investigación fue no experimental-trasversal-descriptivo, la técnica empleada se dio mediante la encuesta, la entrevista y el instrumento para la recolección de la información fue el cuestionario, esta investigación tiene como conclusión que las mypes del sector comercial, vidriería y perfiles de aluminio del distrito de Callería son negocios conducidos en su mayoría por microempresarios de sexo masculino, con nivel de instrucción técnica,

Delgado, J. (2017). En su trabajo de investigación “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro Salón Spa, del distrito de Callería, año 2017”. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en administración, en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, cuyo objetivo general es determinar si las mypes del sector comercio, rubro spa, aplican una gestión bajo el enfoque de atención al cliente. La población que se tomó en este trabajo fueron

19 mypes y la muestra lo conformaron el 100% de la población, el tipo de investigación empleada fue cuantitativa y el diseño para la investigación es no experimental, transversal y descriptivo, la técnica que utilizo para la recolección de los datos se dio mediante la entrevista y la encuesta, el instrumento para el recojo de la información fue el cuestionario lo cual estaba estructuradas con preguntas para el gerente, se concluye que las mypes del rubro spa capacitan constantemente a sus personal para brindar un buen servicio, de esta manera permite que el cliente se sientan satisfecho con la atención que los brinda los trabajadores.

## **2.2 Bases Teóricas de la Investigación**

### **2.2.1 Gestión de Calidad**

La ventaja competitiva para una empresa denota la capacidad para obtener superioridad en el mercado. Una ventaja competitiva sólida proporciona valor al cliente, conduce al éxito financiero y a la sostenibilidad del negocio y lo más interesante es difícil copiar por los competidores.

Una investigación al respecto resuelve:

- La calidad del producto es un determinante vital para la rentabilidad del negocio.
- Los negocios que ofrecen productos y servicios de calidad Premium en general tienen una participación importante en el mercado.
- La calidad se relaciona en forma positiva y significativa con un rendimiento de la inversión más alto para casi todas las clases de productos y situaciones de mercado.
- Los productores de alta calidad pueden cobrar precios Premium.

Entendemos por gestión de calidad también, al conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función calidad en una empresa.

Esta tarea consta principalmente de los siguientes aspectos:

- Definir las políticas de calidad de la empresa, en relación con los principios empresariales y en función de la naturaleza del negocio.
- Establecer objetivos claramente definidos, acordes con las políticas de la empresa.
- Realizar la planificación en base a los objetivos anteriores, estableciendo las estrategias y los recursos necesarios.
- Definir la organización, con las funciones y responsabilidades, para que se lleve a cabo la planificación.
- Motivar a la gente para el logro de los objetivos.
- Controlar el desarrollo del programa estableciendo las medidas correctivas necesarias.

El conjunto de acciones aquí indicadas es imprescindible si se quieren lograr los objetivos de la calidad.

Pola, M. (1988), es importante destacar que es necesaria la participación de todo el personal del departamento, e incluso de técnicos o especialistas de otros departamentos, en el establecimiento de los objetivos de calidad (p, 97).

### **2.2.2 Servicio al Cliente**

Los servicios son acciones, procesos y rendimientos. Un servicio es una actividad o serie de actividades con alguna, pero no necesariamente, naturaleza

intangibles. Se desarrolla en la interacción entre clientes y trabajadores en servicios y/o recursos tangibles o bienes, y/o sistemas de proveedores de servicios, los cuales proveen soluciones a las necesidades de los clientes. El autor menciona que otras definiciones incluye toda actividad económica cuyo resultado no es un producto tangible o construcción, es generalmente consumido en el momento que es producido, y provee valor agregado en las formas de (comodidad, atracción, ser oportuno, alivio, salud) que son esencialmente preocupaciones intangibles al momento de realizar una compra (Fitzsimmons & Fitzsimmons.2008. P, 32).

Finalmente, para el autor un servicio es una experiencia intangible temporal realizada para un cliente, actuando en rol de coproductor.

Por otra parte, Fitzsimmons & Fitzsimmons (2008) indican que los gestores de servicios tienen dificultades describiendo sus productos, esto se debe, en parte, a la naturaleza intangible de los servicios, pero es la presencia en el proceso de los clientes lo que crea una preocupación en la experiencia total del servicio (p, 46).

Por ejemplo, en un restaurante el ambiente debe ser tan bueno como la comida. En este sentido el paquete de servicios se define como conjunto de bienes y servicios con la información que se proporciona en algún ambiente.

Este paquete consta de las siguientes cinco características, que se observan en la Figura 1.

**Figura 1:** Criterios para evaluar los servicios

<b>Información</b>	Precisión Oportuno Utilidad
<b>Infraestructura</b>	Ubicación y Accesibilidad Decoración del interior (muebles cómodos) Equipamiento Distribución de las instalaciones (flujo de tránsito, esperas, retornos.)
<b>Bienes Facilitadores</b>	Consistencia Cantidad Variedad
<b>Servicios Implícitos</b>	Actitud de Servicio (modales, simpatía) Espera Prestigio Sensación de bienestar Comodidad Privacidad y seguridad Atmósfera (Orden, buena decoración)
<b>Servicios Explícitos</b>	Capacitación del personal de servicio Exhaustividad Consistencia Disponibilidad

### 2.2.3 Calidad en el Servicio

Hoy en día las empresas buscan responder a las necesidades o deseos de sus clientes. Para lograrlo algunas empresas diseñan productos, otras ofrecen servicios y algunas realizan ambas.

Actualmente, el consumidor hace que los servicios cobren importancia y que se conviertan en un diferenciador entre las empresas. Cuando se habla de gestión de calidad del servicio, se involucra algunos factores como: las percepciones, expectativas, comportamiento de los clientes a través de las dimensiones de la calidad. La satisfacción del usuario del servicio, el empleado debe tener la capacidad de detectar el grado de educación de su cliente, para ofrecer productos y servicio acorde a su expectativa.

#### **2.2.4 La Calidad del Cliente**

La calidad del cliente se refiere a las expectativas que el cliente tiene sobre un producto o servicio, con el propósito de que el producto le satisfaga la necesidad, la expectativa o el deseo, como por ejemplo el aspecto, la duración o la resistencia de un producto, o la eficiencia y eficacia de un proceso y la rapidez y amabilidad con que lo en un negocio (Gonzales, C & Arciniegas, J. 2016, p. 67),

La calidad se consigue en la medida en que se cuenta con una definición clara de lo que el cliente quiere o necesita, que tenga un proceso de atención adecuada con respecto al producto o servicio, lo cual cumplan con las especificaciones y tener siempre presente que la calidad afecta a toda la empresa en general.

#### **2.2.5 Atención al Cliente**

El objetivo de las grandes compañías no es realizar ventas, el objetivo real de las empresas actuales es conseguir clientes, por ello es preciso realizar un seguimiento de cada una de las ventas y atender todas aquellas quejas que de ella se puede derivar. Por esta razón la calidad del servicio, es clave como herramienta competitiva para diferenciarse de las competencias específicamente cuando los niveles de satisfacción del producto están aumentando constantemente y el grado de similitud entre las marcas se considera muy elevado por los clientes, si la empresa no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa.

### **2.2.6 Satisfacción del cliente**

Según Quijano, M. (2004). La satisfacción del cliente es un requisito indispensable para ganar un lugar en la mente de los clientes. Por lo anterior, todos los involucrados en un proceso de servicio debe tener claro que la satisfacción debe ser un objetivo común (p, 57).

La satisfacción del cliente puede ser definida como la gratificación de todas las necesidades y deseos de los clientes, dando respuesta a las expectativas demandadas por los mismos, también se considera como un sentimiento del cliente frente a la calidad del producto o servicio que recibe.

### **2.2.7 Televisión**

Por televisión entenderemos en la generación, procesado, almacenamiento y transmisión de imágenes, generalmente en movimiento, así como del sonido asociado a ellas y de otros datos o información adicional que puede ser independiente de la imagen y sonido, como puede ser un cuadro de teletexto, información alfanumérica o gráfica relativa a la programación (Pérez. 2012. P, 67).

La señal de televisión está constituida, en general y en su forma más simple, por la señal de vídeo y la del audio asociado. Estas señales son eléctricamente independientes y se generan de forma diferente, si bien deben guardar una relación precisa entre sí. Cuando en la televisión se reproduce una escena del mundo real, para la generación de la señal de vídeo se emplea una cámara, que mediante un transductor opto-eléctrico, convierte la luz de la escena en una señal eléctrica. Si la escena ha sido

previamente filmada en película, ésta se proyecta también sobre una cámara (telecine) de características similares. La señal eléctrica resultante puede manejarse en el dominio analógico o en el digital y sufrir diversos procesos antes de su transmisión en tiempo real, o bien puede ser almacenada en medios magnéticos (cinta o disco) u ópticos (videodisco), para su procesado y transmisión posterior. Otra forma de generar señales de vídeo es por medios puramente electrónicos, en cuyo caso se tienen imágenes artificiales o sintéticas, de las que el ejemplo más común son los videojuegos. Así, las fuentes de señal de vídeo pueden ser cámaras, magnetoscopios, discos magnéticos u ópticos, computadoras (Pérez, 2012. P, 63).

### **2.2.8 Importancia de la calidad en los contenidos audiovisuales**

La televisión es un servicio público al ciudadano, por tanto, tiene que tener unos estándares mínimos de calidad. Actualmente se ha llegado también a identificar calidad con grandes cifras de audiencia, Definir teóricamente calidad en televisión resulta ser muy complejo. Es más difícil de definir que en otro sector industrial e incluso más difícil de estipular que en las empresas periodísticas donde hay manuales de estilo y de redacción que claramente definen las pautas de calidad (López, 2016. P, 83).

### **2.2.9 Problemas éticos en la televisión**

- Fenómeno de la tele adicción. Este problema afecta no tanto al emisor como al receptor. La televisión va dirigida principalmente a personas que conviven en el hogar de muy distintas edades: niños, adolescentes, adultos y personas mayores. A tal efecto, las series y programas en general de entretenimiento van dirigidos a una audiencia muy diversa y heterogénea



- que disfraza su soledad, en ocasiones, con historias y personajes de ficción, nutridas permanentemente del medio televisivo. Por tanto, el primer problema ético que se plantea es el fenómeno conocido como tele adicción.
- Un segundo problema ético que afecta al emisor televisivo es la telebasura. Conocemos que es un término despectivo que se utiliza para dar nombre a una forma determinada de hacer televisión caracterizada por vulnerar los derechos fundamentales de la persona y explotar el morbo, el sensacionalismo, la lágrima fácil y el escándalo entre otros muchos ingredientes, como ganchos para atraer a la audiencia. Las causas que generan dicha telebasura pueden encontrarse, en primer lugar, en la enorme competencia generada entre las distintas cadenas, la llamada «guerra de la contraprogramación», que hace que estas necesiten continuamente abastecerse de programas de entretenimiento, pero enseguida se quedan anticuados, caducan y hay que renovarlos con urgencia e inmediatamente, para dar el golpe de efecto a cadenas rivales de lanzar un nuevo producto televisivo en primicia y en exclusiva.
  - Un tercer problema deontológico es el uso de las videocámaras de consumo doméstico. En principio, estos aparatos son destinados al uso familiar puesto que incluyen momentos intensamente personales e íntimos, pero, sin embargo, cada vez más, aumenta el número de cadenas de televisión que emplean este material de las videocámaras de consumo para que las emisoras locales tengan grabaciones y recursos que luego puedan emplear en alguna de sus informaciones. La mayoría de las veces, las empresas informativas pagan muy mal estas grabaciones domésticas y además

pueden conllevar graves problemas éticos de vulneración del derecho a la propia imagen, o al honor e intimidad de las personas (López, 2016. p, 89).

## **2.3 Marco Conceptual**

### **2.3.1 Glosario de Términos**

### **2.3.2 Micro y Pequeña Empresa**

Según la Ley N.º 28015 (2003). La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, servicios de realización de bienes o prestación de servicios.

### **2.3.3 Características de los micros, pequeñas y medianas empresas**

Según la Ley N.º 30056 (2013). El micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- **Microempresa:** Para ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Pequeña empresa:** Para ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Mediana empresa:** Para ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

### 2.3.4 Servicio

Lehtinen, D. (1983) Un servicio es una actividad o una serie de actividades generadoras de satisfacción por los consumidores, que se producen como resultado de la interacción entre los clientes y una persona o una máquina (p, 98).

Horovitz, J. (1991), Servicios, se puede definir 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 (p, 76).

### 2.3.5 Servicio al Cliente

Kotler, P. (2003) 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 (p, 150).

- **Atención:** Es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la Satisfacción de sus necesidades. También es considerado como la herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento de un producto o de un servicio.
- **Cliente:** Persona que compra en un establecimiento comercial o público, especialmente la que lo hace regularmente.
- **Fiabilidad:** Capacidad de emplear bien el servicio desde la primera vez, este elemento es el más importante para los consumidores.
- **Capacidad de respuesta:** capacidad para brindar un servicio con certeza, algunos ejemplos de capacidad de respuesta son regresar la llamada del cliente lo más posible.

- **Seguridad:** Conocimiento y cortesía de los empleados y su capacidad para transmitir confianza. Los empleados bien preparados que tratan a los clientes con respeto y les hace sentir que pueden confiar en la empresa son ejemplo de Seguridad.
- **Empatía:** Mostrar interés por el cliente y brindarle una atención individual. Las empresas que tienen empleados que reconocen a los clientes y que conocen sus requerimientos específicos están mostrando empatía.
- **Insatisfacción:** se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- **Satisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.

### **III. HIPÓTESIS**

#### **3.1 Hipótesis General**

El servicio que brindan las microempresas del sector servicios, televisión por cable del distrito de Callería presentan una mejora la misma que está relacionada a la práctica de gestión de calidad y estrategias de atención al cliente que favorece la preferencia de sus clientes.

##### **3.1.1 Hipótesis Específicos**

- Los microempresarios de las mypes del sector servicios, televisión por cable del distrito de Callería, conocen las técnicas de gestión de calidad y las aplican en sus decisiones empresariales.
- El diseño de un plan o modelo de atención al cliente de las mypes del sector

servicios, televisión por cable del distrito de Callería ha contribuido a una relación más cercana con el cliente.

- La práctica de un plan de capacitación ha permitido una mejor labor de identificación de los requerimientos de los clientes de las mypes del sector servicios, rubro televisión por cable del distrito de Callería.

#### **IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Tamayo, M. (1997) afirma que la “investigación es un proceso que, mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna, para entender, verificar, corregir y aplicar el conocimiento” (p. 27).

##### **4.1 Tipo de Investigación**

La investigación es del tipo Cuantitativa, en el tratamiento de los datos y presentación de los resultados, se utilizará procedimientos estadísticos y de medición.

##### **4.1.1 Nivel de investigación**

Nivel de Investigación Descriptiva: Consiste en observar y describir la caracterización de un fenómeno, hecho o individuo o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento, sin realizar influencia alguna.

##### **4.1.2 Diseño de Investigación**

El diseño está compuesto por las siguientes características para un mejor tratamiento de la investigación:

- **No experimental:** Porque el investigador no realizará ninguna acción intencional sobre las variables.

- **Transversal:** Es cuando la información del objeto de estudio (población) se obtiene una única vez en un momento dado.
- **Descriptiva:** Se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio.
- **Correlacional:** Tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables. Tiene como fuentes de información las bases de datos.

## 4.2 Universo y Muestra

### 4.2.1 Universo

El universo o población está conformada por las tres mypes del sector servicios, televisión por cable ubicado en el distrito de Callería. Para tal efecto, se acudirá a fuentes como los registros de la Sunat y Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, para confirmar la cantidad de micro y pequeñas empresas del sector en estudio.

#### 4.2.2 Muestra

Tamayo, M. (1997), afirma que la muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico.

La muestra para nuestra investigación está conformada por las tres mypes del sector servicio, rubro televisión por cable del distrito de Callería, para lo cual daremos a conocer las mypes que se encuentran activo en el rubro.

**Tabla 1 Lista de mypes**

<b>Nombre Comercial</b>	<b>Razón Social</b>	<b>Dirección</b>	<b>Giro de Negocio</b>
CABLE PUCALLPA	CABLE PUCALLPA S.R.L	JR. IQUITOS Nª 520	SERVICIO DE TV POR CABLE
CABLE ORIENTE	CABLE ORIENTE S.A	JR. PROGRESO Nª 508	SERVICIO DE TV POR CABLE
SUPER CABLE	SUPER CABLE S.R.L	JR. SALAVERRY Nª 645	SERVICIO DE TV POR CABLE

**Fuente:** *Elaboración Jhon Ramos*

### 4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores

**Tabla 2** Definición y Operacionalización de variables e indicadores.

<i>VARIABLE</i>	<i>DEFINICION CONCEPTUAL</i>	<i>DEFINICIÓN OPERACIONAL</i>	<i>DIMENSIONES</i>	<i>INDICADORES</i>	<i>MEDICION</i>
GESTION DE CALIDAD	Entendemos por gestión de calidad también, al conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función calidad en una empresa.	Se elabora un cuestionario estructurado conteniendo 15 ítems de preguntas de los cuales 3 ítems son para la dimensión, plan de calidad.	Plan de calidad	Meta, objetivos y Procedimientos	Nominal
		De los cuales 2 ítems son para la dimensión, procesos estandarizados.	Procesos Estandarizados	Manual de funciones	Nominal
		De los cuales 4 ítems son para la dimensión, misión, visión, valores.	Misión, Visión, Valores	Mejora continua	Nominal



ENFOQUE EN EL CLIENTE	. Un servicio es una actividad o serie de actividades con alguna, pero no necesariamente, naturaleza intangible. Se desarrolla en la interacción entre clientes y trabajadores en servicios y/o recursos tangibles o bienes, y/o sistemas de proveedores de servicios, los cuales proveen soluciones a las necesidades de los clientes. (Fitzsimmons & Fitzsimmons.2008. P, 32).	De los cuales 4 ítems son para la dimensión, atención al cliente.	Atención al cliente	Elabora y Practica	Nominal
		De los cuales 2 ítems son para la dimensión, orientación a resultados	Atención a Sugerencia y reclamos	Seguimiento y aplicación	Nominal

**Fuente:** *Elaboración Jhon Ramos*

#### 4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Las técnicas son procedimientos sistematizados operativos que sirven para la solución de problemas prácticos. En esta investigación se aplicará un cuestionario.

##### 4.4.1 Técnicas

- **Observación:** Es la acción de observar, de mirar detenidamente, en el sentido del investigador es la experiencia, es el proceso de mirar detenidamente, en sentido amplio.
- **Encuesta:** Es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo observar esa información de un número considerable de personas.
- **Entrevista:** Es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación.

##### 4.4.2 Instrumentos

Arias, F. (2012). Un instrumento es cualquier recurso, disponible o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información.

Se elaborará un cuestionario estructurado con preguntas, el cual estará contenido en una encuesta.

#### 4.5 Plan de análisis de datos

Un plan de análisis de datos es un mapa de ruta sobre cómo organizar y analizar los datos de tu encuesta. Este plan debería ayudarte a lograr tres objetivos relacionados con el propósito que estableciste antes de comenzar la encuesta.

El tratamiento de los datos que se recolectaran para la investigación será bajo el análisis descriptivo. La tabulación se realizará con el programa IBM SPSS STATISTICS versión 24.

#### 4.6 Matriz de Consistencia

Tabla 3 Matriz de consistencia de la investigación.

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
¿las mypes del sector servicio, televisión por cable, distrito de Callería año 2018, que se gestiona bajo el enfoque de la atención al cliente, tendrían mayor ventaja competitiva?	<p><b><u>Objetivo General</u></b></p> <p>Investigar si las mypes del sector servicios, televisión por cable, distrito de Callería año 2018, que se gestiona bajo el enfoque de atención al cliente tendrían mayor ventaja competitiva.</p> <p><b><u>Objetivos Específicos</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar si los microempresarios del sector servicios, televisión por cable del</li> </ul>	<p><b><u>1.-Variable</u></b></p> <p>Atención al cliente</p> <p><b><u>2.-Variable</u></b></p> <p>Gestión de Calidad</p>	<p><b><u>Hipótesis General</u></b></p> <p>El servicio que brindan las microempresas del sector servicios, televisión por cable del distrito de Callería presenta una mejora la misma que está relacionada a la práctica de gestión de calidad y estrategias de atención al cliente que favorece la preferencia de sus clientes.</p>	<p><b><u>Tipo de Investigación:</u></b></p> <p>Cuantitativa.</p> <p><b><u>Nivel de Investigación:</u></b></p> <p>Descriptivo.</p> <p><b><u>Diseño de la Investigación:</u></b></p> <p>-No experimental, descriptivo, transversal.</p>	<p><b><u>Técnica:</u></b></p> <p>Observación Entrevista Encuesta</p> <p><b><u>Fuentes:</u></b></p> <p>Sunat y Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.</p> <p><b><u>Instrumento:</u></b></p> <p>Cuestionario</p>

	<p>distrito de Callería, administran con prácticas de gestión de calidad.</p> <p>- Determinar si las mypes del sector servicios, televisión por cable del distrito de Callería, tienen diseñado un plan o modelo de atención al cliente.</p> <p>Identificar si los microempresarios de las mypes del sector servicios, televisión por cable del distrito de Callería, tienen interés en la capacitación de su personal para brindar un mejor servicio al cliente.</p>		<p><b><u>Hipótesis Específicas</u></b></p> <p>- Los microempresarios de las mypes del sector servicios, televisión por cable del distrito de Callería, conocen las técnicas de gestión de calidad y las aplican en sus decisiones empresariales.</p> <p>- El diseño de un plan o modelo de atención al cliente de las mypes del sector servicios, televisión por cable del distrito de Callería ha contribuido a una</p>		<p><b><u>Población</u></b></p> <p>La población que se determinó están conformado por 4 mypes del rubro, para ello se acudió a la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.</p> <p><b><u>Muestra</u></b></p> <p>La muestra está conformados por todas las mypes que se determinó en la población, 4 mypes en actividad.</p>
--	---	--	--	--	--

			<p>relación más cercana con el cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- La práctica de un plan de capacitación ha permitido una mejor labor de identificación de los requerimientos de los clientes de las mypes del sector servicios, rubro televisión por cable del distrito de Callería.</li></ul>		
--	--	--	---	--	--

**Fuente:** *Elaboración Jhon Ramos*

#### 4.7 Principios Éticos

La investigación se realizó respetando los siguientes principios:

**Protección a las personas:** Este principal principio ético, implica que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, donde se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad.

**Beneficencia y no maleficencia:** En este 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 principio de justicia, ejerce un juicio razonable y ponderable, donde se puede tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades no den lugar o toleren prácticas injustas.

**Integridad Científica:** La integridad científica del investigador, resulta relevante cuando en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que pueden afectar a quienes participan en una investigación.

**Fuente:** Código de Ética de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

## V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

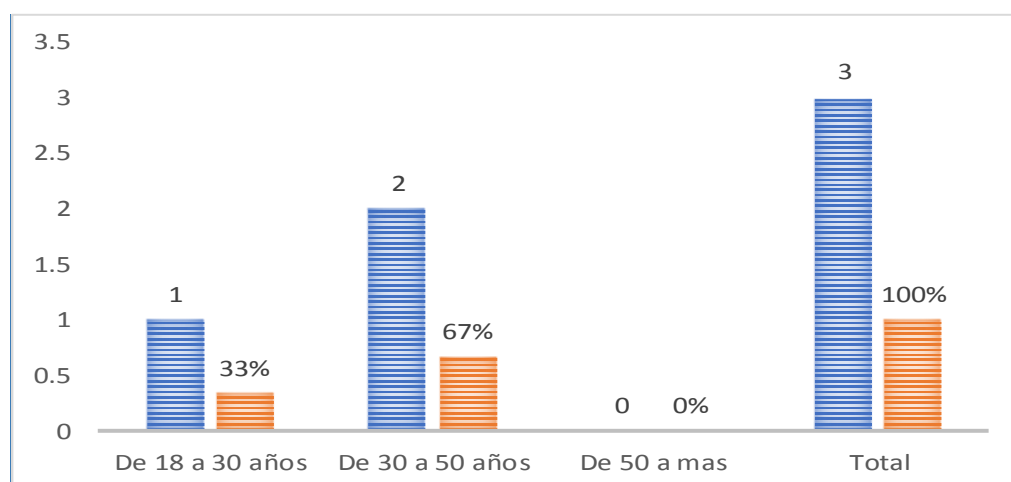
### 5.1 Resultado

**Tabla 4. Edad del propietario de la empresa.**

	FI	%	% ACUM
De 18 a 30 años	1	33%	33%
De 30 a 50 años	2	67%	67%
De 50 a mas	0	0%	0%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.  
Elaboración propia

**Grafica 1. Edad del propietario de la empresa.**



Fuente: Tabla 4  
Elaboración propia

**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestados realizados, el 33% de los microempresarios del rubro televisión por cable manifestaron tener de 18 a 30 años de edad mientras que el 67% manifestaron tener de 50 años a más.



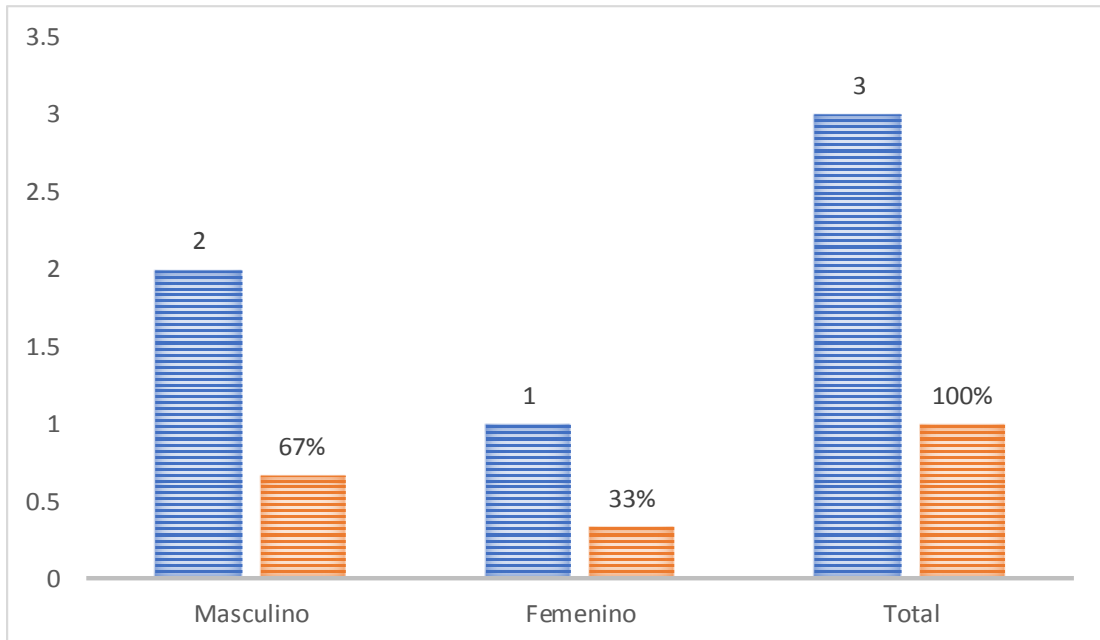
**Tabla 5. Sexo del propietario**

	FI	%	% ACUM
Masculino	2	67%	67%
Femenino	1	33%	33%
Total	3	100%	100%

*Fuente: Encuesta realizado en el campo.*

*Elaboración propia*

**Gráfica 2. Sexo del propietario**



Fuente: Tabla 5  
Elaboración propia

**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestas realizados, el 67% de los microempresarios del rubro de televisión por cable en su mayoría son de género masculino y el 33% son de género femenino.

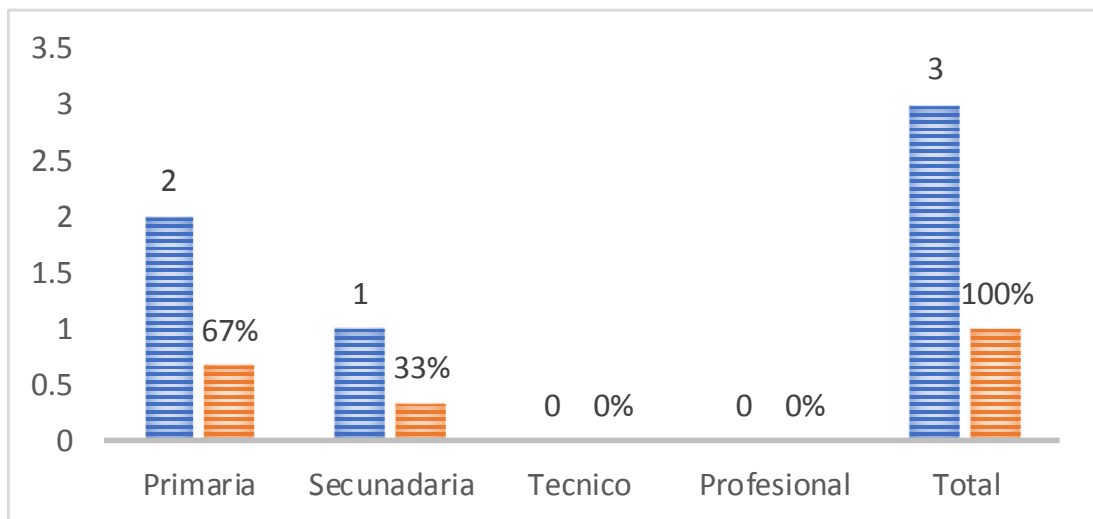
**Tabla 6. ¿Grado de instrucción?**

	FI	%	% ACUM
Primaria	2	67%	67%
Secunadaria	1	33%	33%
Tecnico	0	0%	0%
Profesional	0	0%	0%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.

Elaboración propia

**Gráfica 3. ¿Grado de instrucción?**



Fuente: Tabla 6

Elaboración propia

**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestas realizados, el 67% de los microempresarios del rubro televisión por cable manifestaron que cuenta con un grado de instrucción primaria y un 33% cuentan con grado de instrucción secundario.

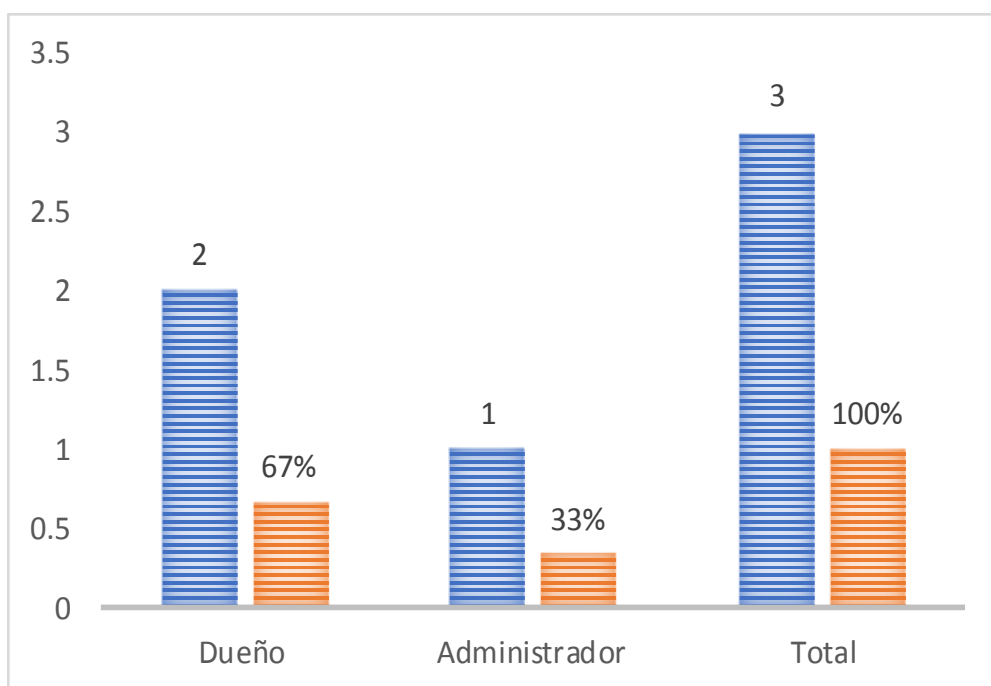
**Tabla 7. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?**

	FI	%	% ACUM
Dueño	2	67%	67%
Administrador	1	33%	33%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.

Elaboración propia

**Grafica 4. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?**



Fuente: Tabla 7

Elaboración propia

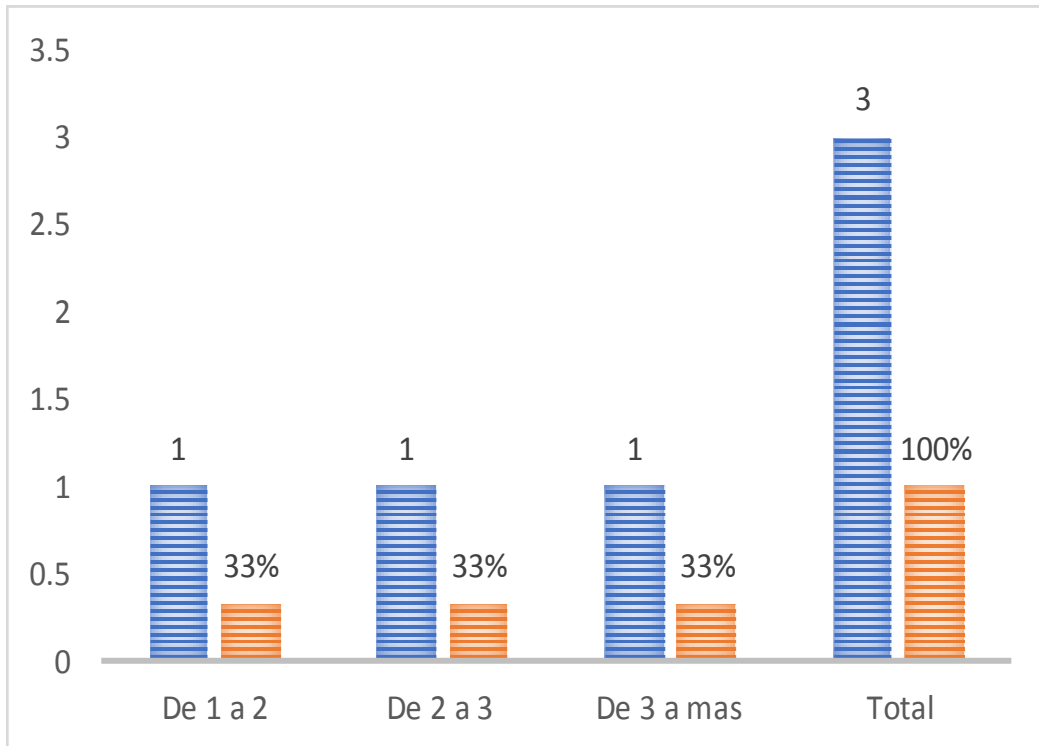
**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestas realizadas a los microempresarios del rubro televisión por cable el 67% manifestaron ser negocios propios (dueños) y el 33% afirmaron ser administradores de las mypes.

**Tabla 8. ¿Cuál es el tiempo de permanencia de la empresa en el rubro?**

	FI	%	% ACUM
De 1 a 2	1	33%	33%
De 2 a 3	1	33%	33%
De 3 a mas	1	33%	33%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.  
Elaboración propia

**Grafica 5. ¿Cuál es el tiempo de permanencia de la empresa en el rubro?**



Fuente: Tabla 8  
Elaboración propia

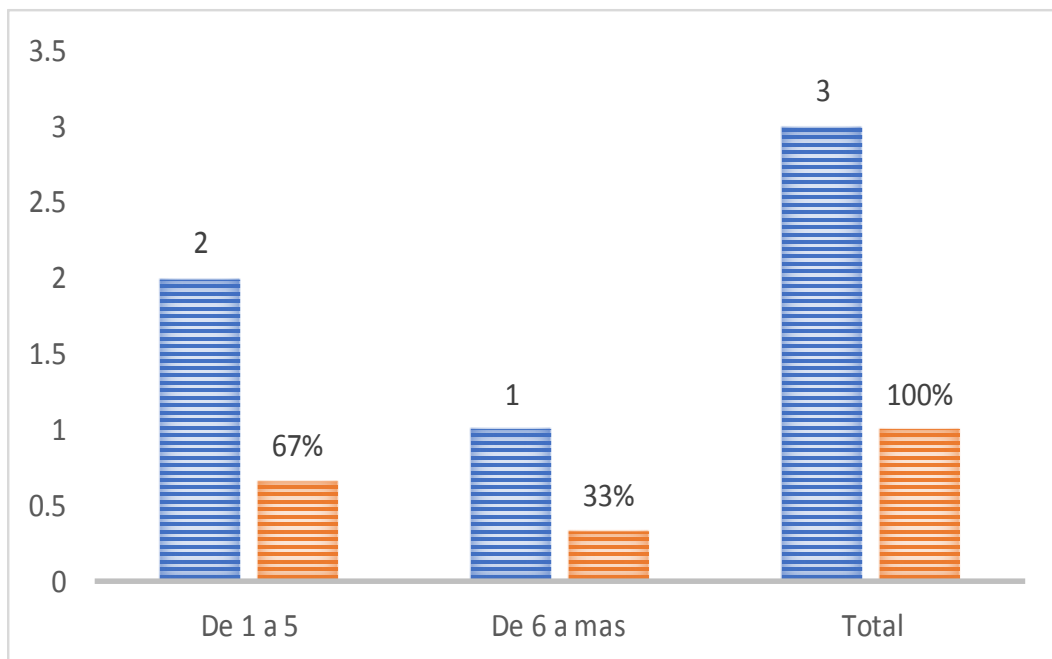
**Interpretación:** Del total de encuestas, el 33% de los microempresarios del rubro de televisión por cable, de 1 a 2 años y el otro 33% están en el mercado de 2 a 3 años, asimismo el 33% restante se encuentran en el rubro de 3 años a más en el rubro.

**Tabla 9. ¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?**

	FI	%	% ACUM
De 1 a 5	2	67%	67%
De 6 a mas	1	33%	33%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.  
Elaboración propia

**Grafica 6. ¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?**



Fuente: Tabla 9  
Elaboración propia

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados, el 67% de los microempresarios del rubro televisión por cable respondió que tienen entre 1 a 5 trabajadores y el 33% respondió que tienen más de 6 trabajadores dentro de la empresa.

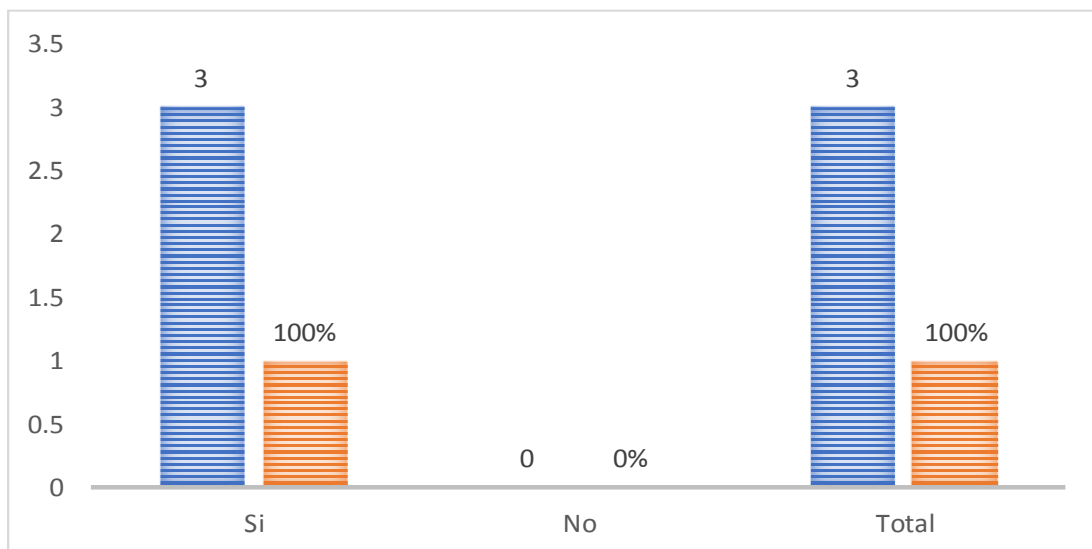
## II. GESTION DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE

**Tabla 10. ¿Su empresa cuenta con los objetivos muy definido?**

	FI	%	% ACUM
Si	3	100%	100%
No	0	0%	0%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.  
Elaboración propia

**Gráfica 7. ¿Su empresa cuenta con los objetivos muy definido?**



Fuente: Tabla 10  
Elaboración propia

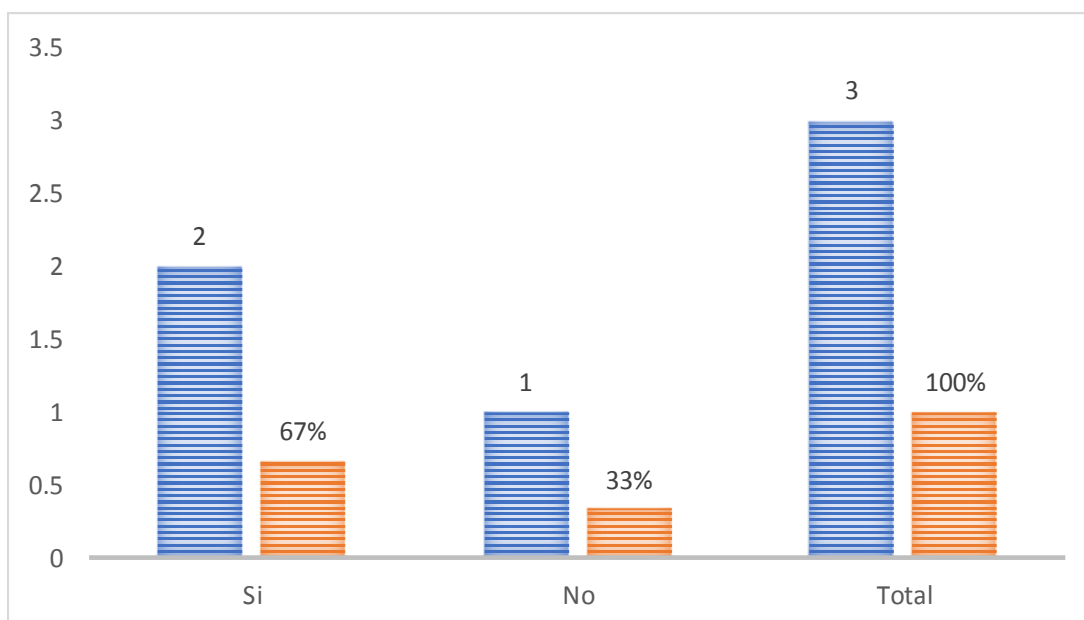
**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestados realizados a las mypes, el 100% afirmaron contar con los objetivos muy definidos, de manera que todas las actividades que realizan serán basadas en el desarrollo de la empresa cumpliendo con los objetivos propuesto por las mypes.

**Tabla 11. ¿Su empresa tiene definido un manual de funciones para sus trabajadores?**

	FI	%	% ACUM
Si	2	67%	67%
No	1	33%	33%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.  
Elaboración propia

**Grafica 8. ¿Su empresa tiene definido un manual de funciones para sus trabajadores?**



Fuente: Tabla 11  
Elaboración propia

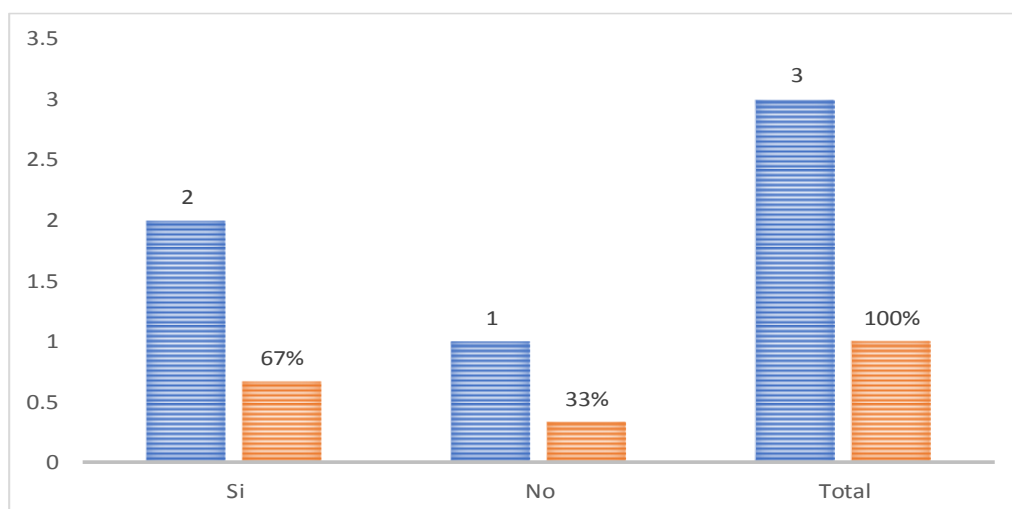
**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestadas realizados a las mypes, el 67% de los microempresarios del rubro televisión por cable manifestaron contar con manuales de funciones para designar trabajos a sus empleados y el 33% restantes afirmaron que no cuentan con un manual de funciones.

**Tabla 12. ¿Cree usted que la gestión de calidad contribuirá a la mejora continua para su empresa?**

	FI	%	% ACUM
Si	2	67%	67%
No	1	33%	33%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.  
Elaboración propia.

**Grafica 9. ¿Cree usted que la gestión de calidad contribuirá a la mejora continua para su empresa?**



Fuente: Tabla 12  
Elaboración propia

**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestadas realizadas a las mypes, el 67% de los microempresarios del rubro televisión por cable manifestaron que la gestión de calidad contribuirá a la mejora continua de sus actividades empresariales y el otro 33% afirmaron no saber si la gestión de la calidad contribuirá a la mejora continua debido a que desconocen sobre el tema.

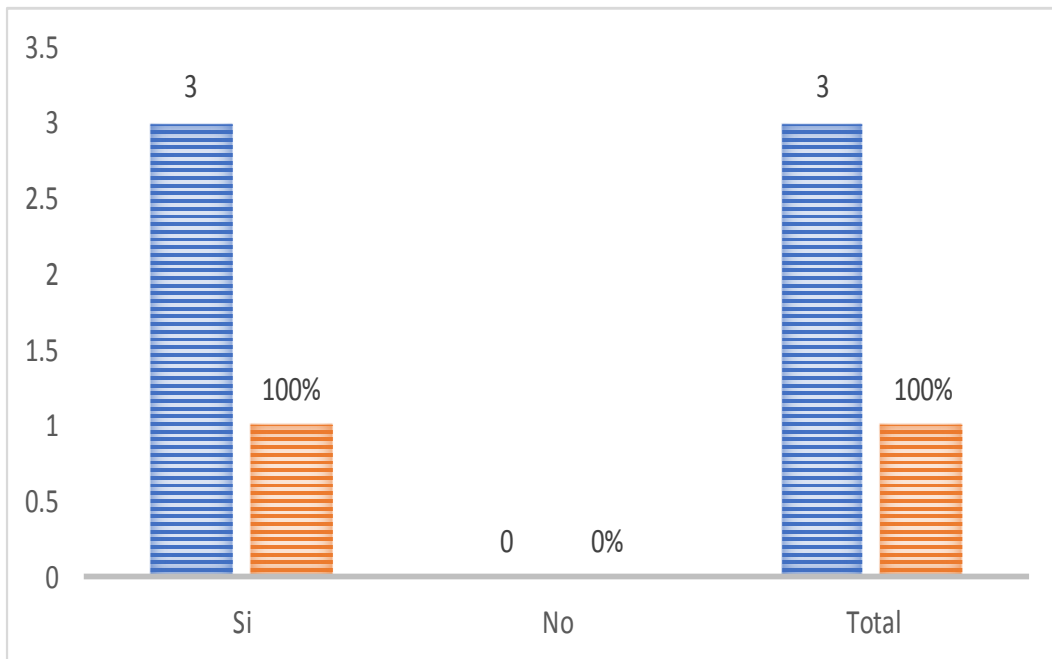


**Tabla 13. ¿Su empresa se gestiona con practica de atención al cliente?**

	FI	%	% ACUM
Si	3	100%	100%
No	0	0%	0%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.  
Elaboración propia

**Grafica 10. ¿Su empresa se gestiona con practica de atención al cliente?**



Fuente: Tabla 13  
Elaboración propia

**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestas realizadas a las mypes, el 100% de los microempresarios del rubro televisión por cable manifestaron gestionar sus actividades con atención al cliente, de manera que los permita captar más clientes incautos

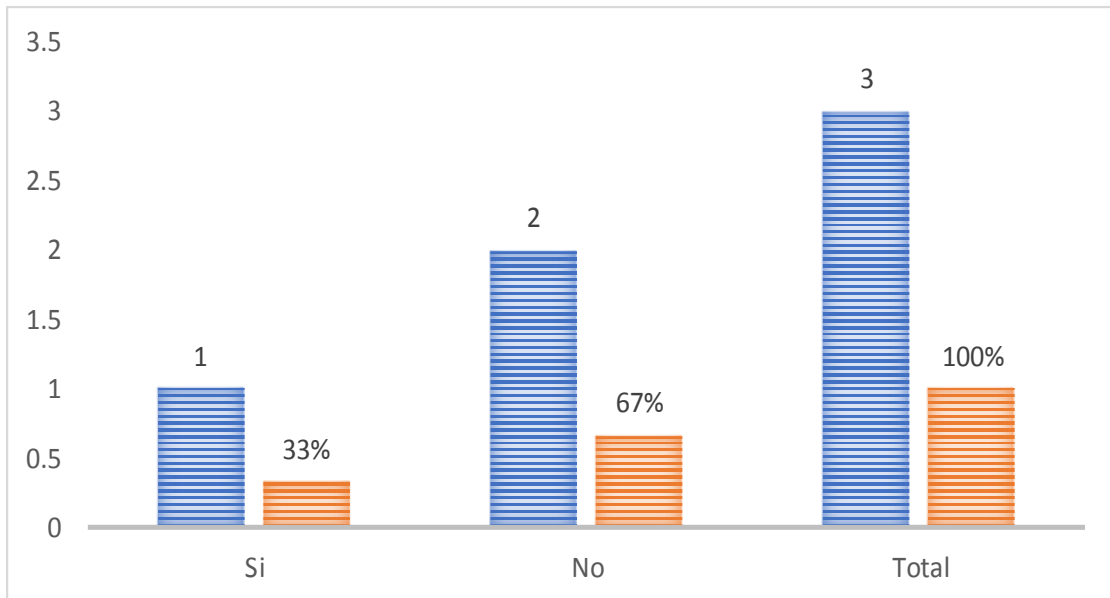
**Tabla 14. ¿Su empresa administra sus actividades con práctica de gestión de**

*calidad?*

	FI	%	% ACUM
Si	1	33%	33%
No	2	67%	67%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.  
Elaboración propia

**Grafica 11.** ¿Su empresa administra sus actividades con practica de gestión de calidad?



Fuente: Tabla 14  
Elaboración propia

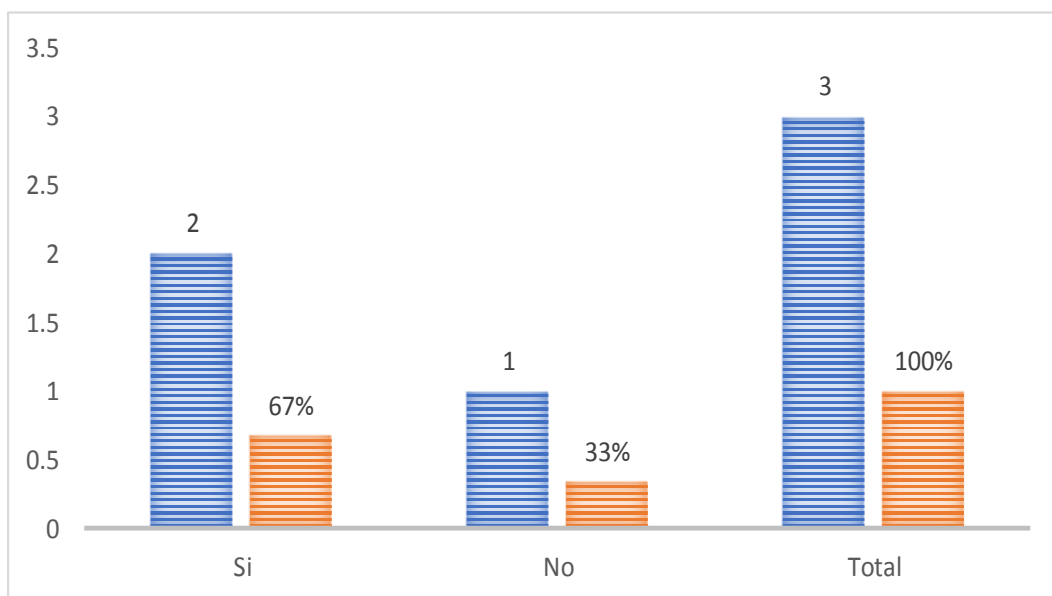
**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestas realizados a las mypes, el 33% de los microempresarios del rubro television por cable, afirmaron administrar sus negocios con practica de gestión de calidad y el 67% manifestaron no administrar sus negocios con calidad, los cual los genera una gran desventaja de la competencia que cada vez se implementan con estrategias en gestión de calidad para brindar un mejor servicio.

**Tabla 15. ¿Su empresa cuenta con una estrategia o plan de atención al cliente?**

	FI	%	% ACUM
Si	2	67%	67%
No	1	33%	33%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.  
Elaboración propia.

**Grafica 12. ¿Su empresa cuenta con una estrategia o plan de atención al cliente?**



Fuente: Tabla 15  
Elaboración propia

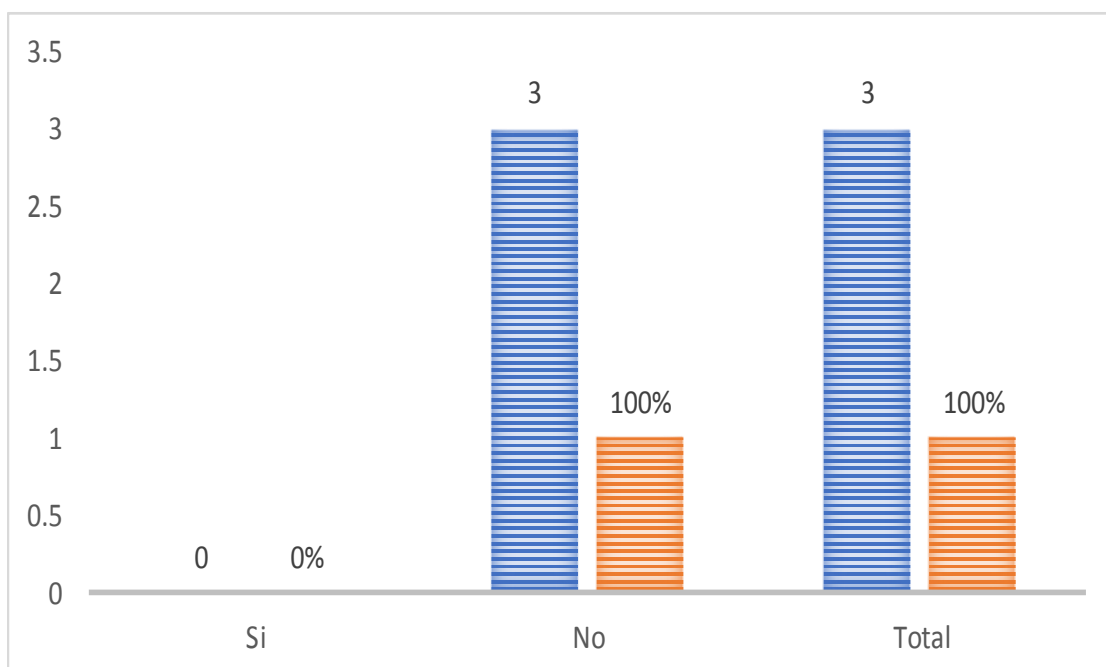
**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestas realizadas a las mypes, el 67% microempresarios del rubro televisión por cable afirmaron contar con estrategias de atención al cliente y el 33% manifestaron no contar con ningún plan o estrategia que esté vinculado en la atención al cliente, estas mypes desarrollan sus actividades de manera tradicional (empíricamente).

**Tabla 16. ¿Usted capacita a su personal para brindar una buena atención al cliente?**

	FI	%	% ACUM
Si	0	0%	0%
No	3	100%	100%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.  
Elaboración propia.

**Grafica 13. ¿Usted capacita a su personal para brindar una buena atención al cliente?**



Fuente: Tabla 16  
Elaboración propia

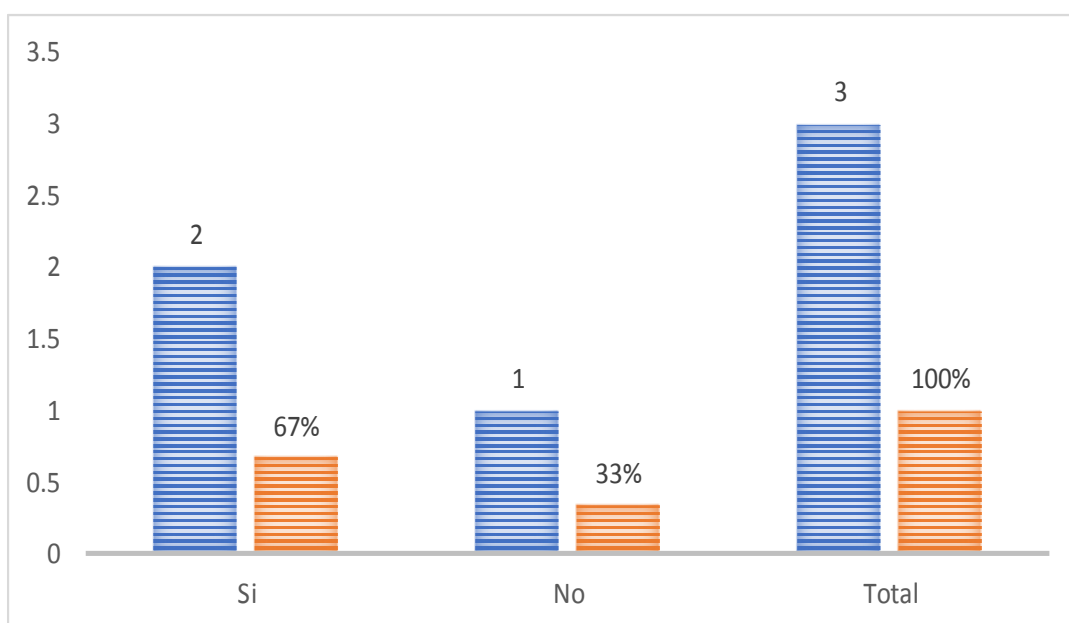
**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestas realizados a las mypes, el 100% de los microempresarios del rubro televisión por cable afirmaron que no capacitan a sus trabajadores en temas como atención al cliente motivo el cual se desconoce.

**Tabla 17. ¿Su empresa recoge sugerencias o reclamos de los clientes?**

	FI	%	% ACUM
Si	2	67%	67%
No	1	33%	33%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.  
Elaboración propia.

**Grafica 14. ¿Su empresa recoge sugerencias o reclamos de los clientes?**



Fuente: Tabla 17  
Elaboración propia

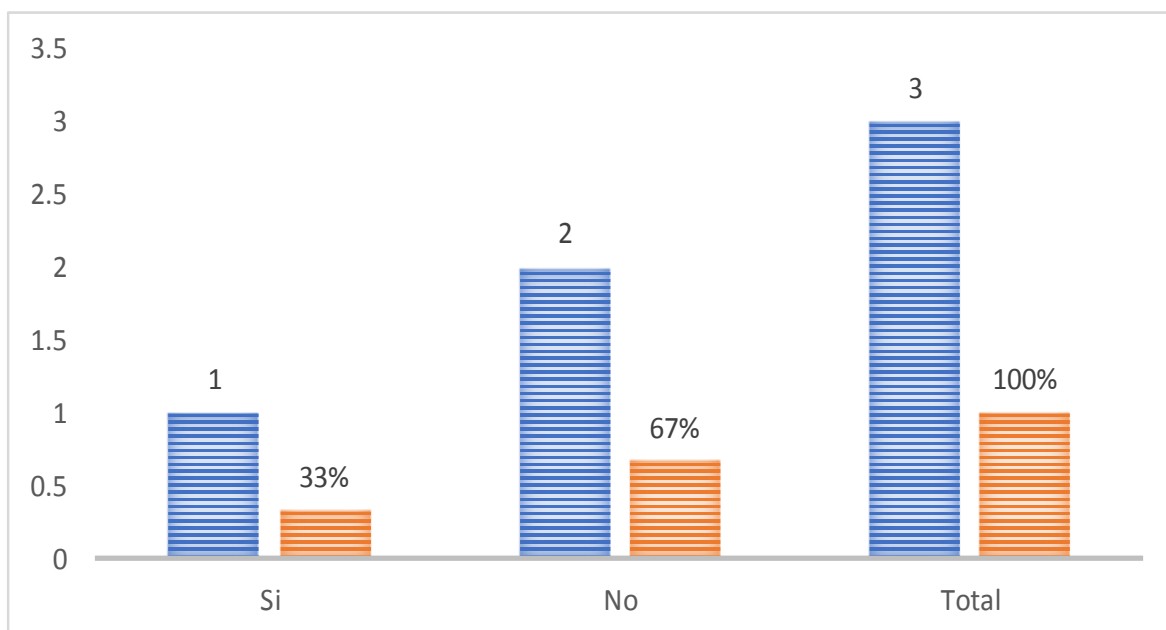
**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestas realizados a las mypes, el 67% de microempresarios del rubro televisión por cable manifestaron tomar en cuenta las sugerencias de sus clientes para mejorar el servicio y el 33% afirmaron que no los interesa tomar en cuenta las sugerencias de los clientes.

**Tabla 18. ¿La empresa hace seguimientos a los reclamos de los clientes para darles solución?**

	FI	%	% ACUM
Si	1	33%	33%
No	2	67%	67%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.  
Elaboración propia.

**Grafica 15. ¿La empresa hace seguimientos a los reclamos de los clientes para darles solución?**



Fuente: Tabla 18  
Elaboración propia

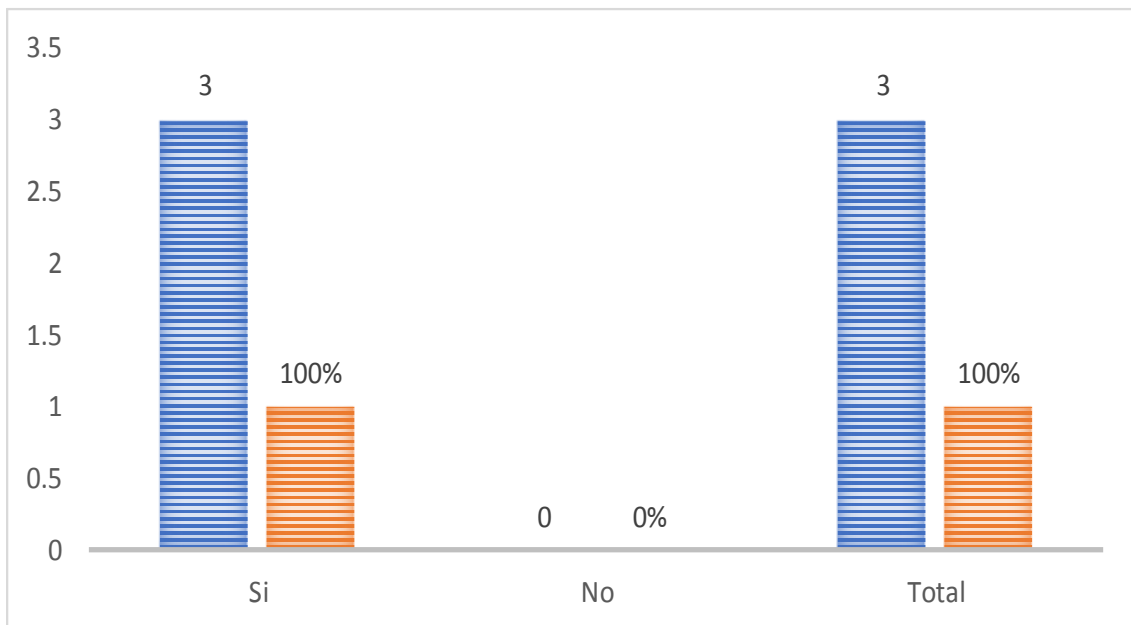
**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestas realizados a las mypes, el 33% de los microempresarios del rubro de televisión por cable afirmaron tomar en cuenta todos los reclamos de los clientes para darles solución a los problemas que afectan la calidad del servicio.

**Tabla 19. ¿Su empresa cuenta con un libro de reclamación?**

	FI	%	% ACUM
Si	3	100%	100%
No	0	0%	0%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.  
Elaboración propia.

**Grafica 16. ¿Su empresa cuenta con un libro de reclamación?**



Fuente: Tabla 19  
Elaboración propia

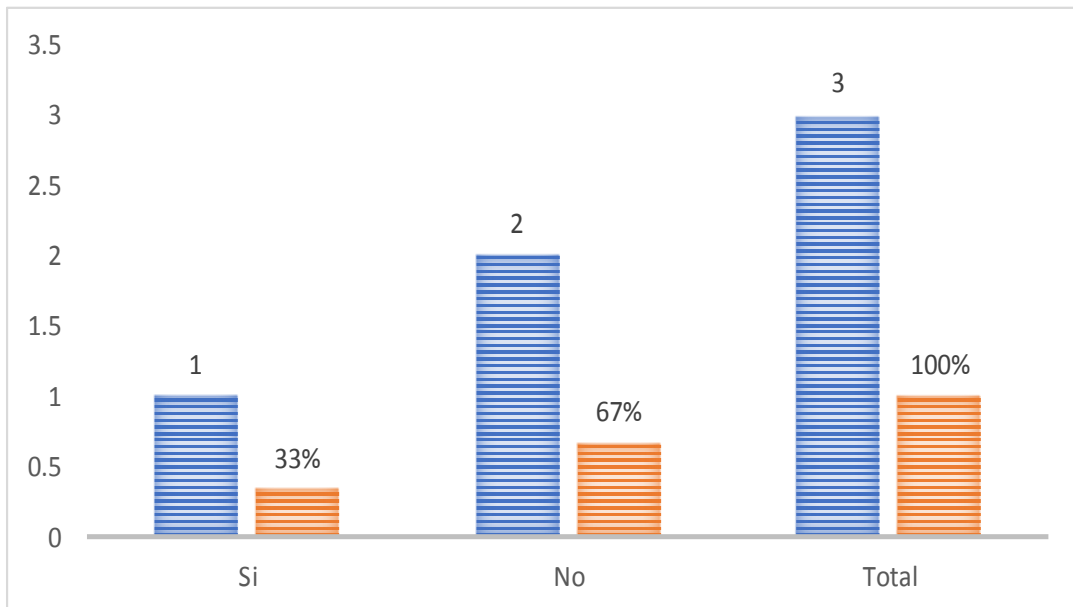
**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestas realizados a las mypes, el 100% de los microempresarios de televisión por cable afirmaron contar un libro de reclamaciones dentro de las instalaciones de la empresa, para recepcionar cualquier queja o reclamo de los clientes que tenga que ver con el servicio que realizan las mypes.

**Tabla 20. ¿Su personal sabe la diferencia entre queja y un reclamo?**

	FI	%	% ACUM
Si	1	33%	33%
No	2	67%	67%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.  
Elaboración propia.

**Grafica 17. ¿Su personal sabe la diferencia entre queja y un reclamo?**



Fuente: Tabla 20  
Elaboración propia

**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestas realizados a las mypes, el 33% de los microempresarios del rubro televisión por cable manifestaron que su trabajador tiene conocimiento sobre que es una queja y un reclamo, pero el 67% de los microempresarios afirmaron que sus trabajadores no tienen muy claro el concepto de queja y reclamo.

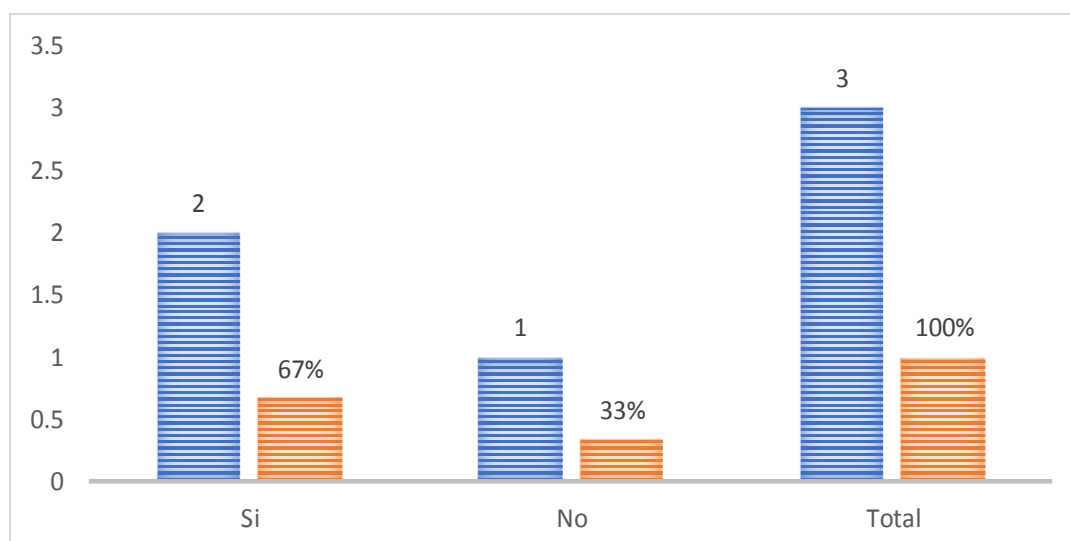


**Tabla 21. ¿Cree usted que su servicio está basado solamente en dar una buena atención?**

	FI	%	% ACUM
Si	2	67%	67%
No	1	33%	33%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.  
Elaboración propia.

**Grafica 18. ¿Cree usted que su servicio está basado solamente en dar una buena atención?**



Fuente: Tabla 21  
Elaboración propia

**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestas realizados a las mypes, el 67% de los microempresarios del rubro televisión por cable manifestaron que su servicio que brindan está basado en atender al cliente con los servicios de calidad y el 33% afirmaron brindar un servicio que no cumplen con las expectativas de sus clientes.

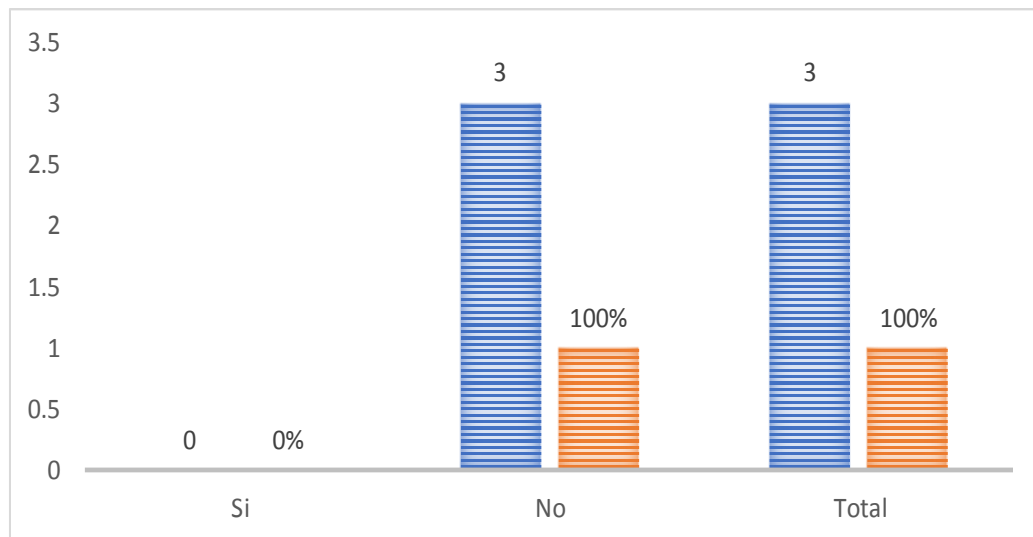
**Tabla 22. ¿Su personal toma interés en brindar una buena atención para el**

**cliente?**

	FI	%	% ACUM
Si	0	0%	0%
No	3	100%	100%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.  
Elaboración propia.

**Grafica 19.** *¿Su personal toma interés en brindar una buena atención para el cliente?*



Fuente: Tabla 22  
Elaboración propia

**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestas realizadas a las mypes, el 100% de los microempresarios del rubro de televisión por cable afirmaron que sus trabajadores no cuentan con interés de brindar un atención adecuado al cliente, el motivo es que desconocen del tema por no contar con capacitación en temas relacionados en calidad de servicios entre otros.

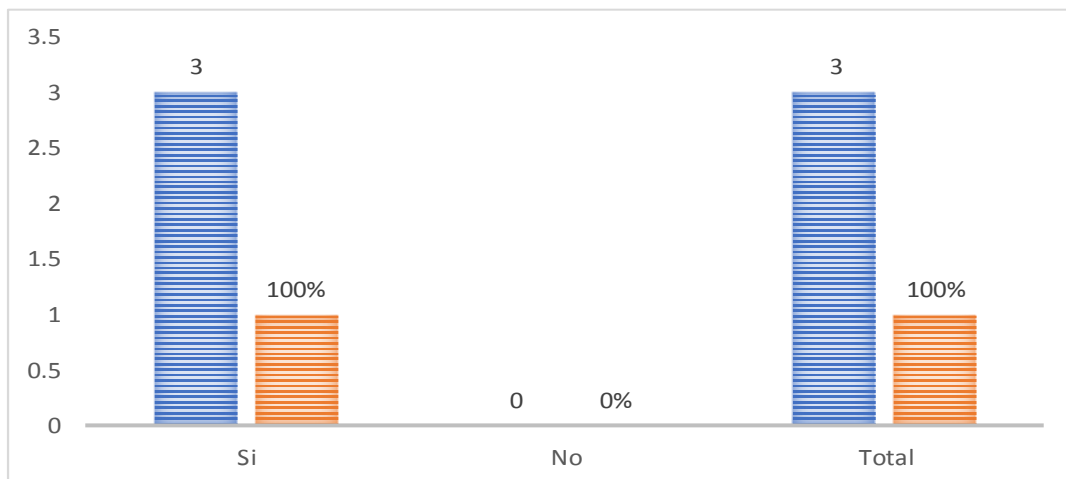
**Tabla 23.** *¿Crees que la competencia cuenta con una atención adecuada para sus*

**clientes?**

	FI	%	% ACUM
Si	3	100%	100%
No	0	0%	0%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.  
Elaboración propia.

**Grafica 20. ¿Crees que la competencia cuenta con una atención adecuada para sus clientes?**



Fuente: Tabla 23  
Elaboración propia

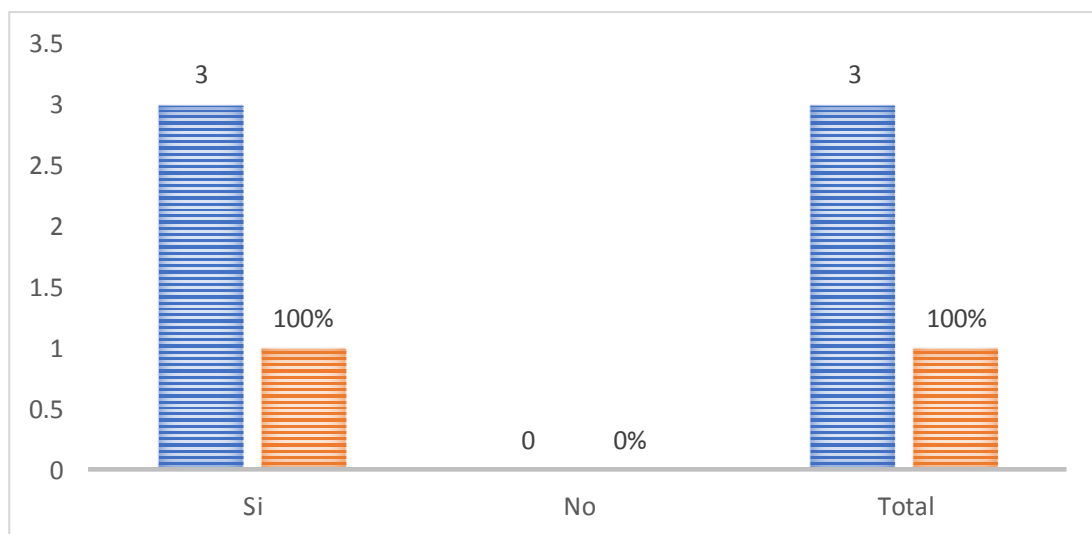
**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestas realizadas a las mypes, 100% de los microempresarios del rubro televisión por cable manifestaron que la competencia está tomando mucho interés en implementar mejor servicio y una buena atención para brindar a sus clientes.

**Tabla 24. ¿Usted hace seguimiento a su personal para saber si brindan un servicio de calidad?**

	FI	%	% ACUM
Si	3	100%	100%
No	0	0%	0%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizado en el campo.  
Elaboración propia.

**Grafica 21. ¿Usted hace seguimiento a su personal para saber si brindan un servicio de calidad?**



Fuente: Tabla 24  
Elaboración propia

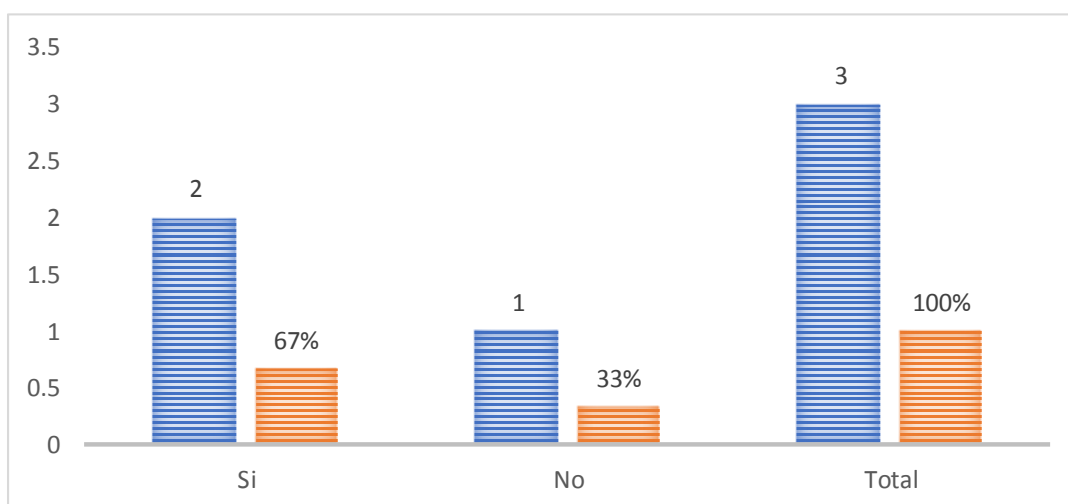
**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestas realizados a las mypes, el 100% de los microempresarios del rubro televisión por cable manifestaron hacer un seguimiento para saber si su personal está brindando una atención adecuada a sus clientes quienes son los pilares para que la mype crezca y genere mayores ingresos.

**Tabla 25. ¿Usted aplica algunas estrategias para captar clientes de la competencia?**

	FI	%	% ACUM
Si	2	67%	67%
No	1	33%	33%
Total	3	100%	100%

**Fuente:** Encuesta realizada en el campo.  
Elaboración propia.

**Grafica 22. ¿Usted aplica algunas estrategias para captar clientes de la competencia?**



Fuente: Tabla 25  
Elaboración propia

**INTERPRETACIÓN:** Del total de encuestas realizados a las mypes, el 67% de los microempresarios del rubro televisión por cable afirmaron contar con estrategias para captar clientes de la competencia, uno de ellos es la cobranza a domicilio para ahora el tiempo a los clientes de acudir hasta las instalaciones de las mypes y el 33% manifestaron no contar con ninguna estrategia que los permita captar clientes de la competencia.

## 5.2 Análisis y resultado

En respuesta al objetivo general, basado en el análisis de la recolección de datos (encuesta), podemos deducir que las mypes se gestionan bajo el enfoque de atención al cliente (Tabla 13) ofreciendo garantías para el servicio que brindan, cuentan con estrategias que aplican para captar a clientes que contratan el servicio de las competencias, el concepto de atención toma relevancia en tal sentido que se puede afirmar que sin clientes no existiría empresa, es por eso que se tiene que asegurar la satisfacción de los mismos tal como Kotler, P. (2003) lo define que el servicio 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.

Encontramos que en el objetivo específico uno, el 67% de los microempresarios del rubro de televisión por cable no administran sus negocios con practica de gestión de calidad (Tabla 14), están mypes más se preocupan en ganar clientes de manera empírica, porque no cuentan con una área administrativa específica, solo cuentan con un área de cobranza, que a la vez funciona como oficina, donde casi siempre el responsable de administrar, mayormente hace trabajos de campo, controlando las instalaciones de los nuevos clientes, determinando que los microempresarios del sector servicios, televisión por cable del distrito de Callería, no se administran con prácticas de gestión de calidad ,un punto en donde las empresas que se encuentran en este rubro deberían mejorar ya que podría convertirse en una fortaleza como indica Montoya, A. (2014) en su tesis “Implementación de un sistema de gestión de la relación con los clientes en una empresa proveedora de servicios de televisión de pago” quien indica que el escenario de negocios de la televisión de pago

se encuentra en constante cambio, con clientes cada vez mejor informados y con la aparición de nuevos competidores. Una empresa que desea ser competitiva debe replantear su estrategia de negocios para centrar su visión en los clientes.

Se llegó a determinar que en el objetivo específico dos, las mypes del sector servicios, televisión por cable (Tabla 15), afirmaron contar con un plan de atención al cliente, lo cual los permite tener buenos resultados en comparación a la competencia, asimismo pudimos determinar que algunos de las mypes cuentan con un plan de cobranza a domicilio, ahorrándole la molestia y tiempo a los usuarios, esto sin ningún costo adicional, algunos cuentan con un aviso informativo en la pestaña de los canales, para informar a los usuarios de algún trabajo de mantenimiento o posible percance con el servicio por lo que concluimos que las mypes del sector servicios, televisión por cable del distrito de Callería, tienen diseñado un plan y modelo de atención al cliente, pero no está planteada de una manera estratégica sino más bien de manera empírica como lo afirma Dávila, T. (2018), en su tesis titulada “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, vidriería y perfiles de aluminio, distrito de Callería, año 2018. quien considera que la gestión de calidad consiste en captar las exigencias de los clientes y analizar la forma de estrategias para no ser absorbidas por las nuevas exigencias del mercado que han adoptado como filosofía satisfacer las necesidades de los clientes y mejorando continuamente.

Según los datos recolectados, podemos determinar que en el objetivo específico tres, los microempresarios de las mypes del sector servicios, televisión por cable del distrito de Callería (Tabla 16) no tienen interés en la capacitación de su personal para brindar un mejor servicio al cliente porque están más preocupados en mejorar su tecnología de la señal que brindan como servicio, y para esto contrata personal de campo, tan solo con conocimiento en cursos básicos en electricidad o electrónica, muchas veces personas empíricas, que no brindan un servicio al cliente de calidad, porque la falta de capacitación en servicio al cliente es nulo, esto se ve reflejado en la falta de información y el trato que brindan al cliente, los microempresarios tiene que realizar capacitaciones a sus trabajadores para que puedan ofrecer un servicio de calidad como lo define Lehtinen, D. (1983) Un servicio es una actividad o una serie de actividades generadoras de satisfacción por los consumidores, que se producen como resultado de la interacción entre los clientes y una persona o una máquina. Esta idea es apoyada por Horovitz, J. (1991), quien definir al servicio 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.



## **VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1 CONCLUSIONES**

En esta oportunidad , este trabajo de investigación, basado en el estudio de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, televisión por cable, distrito de Callería, año 2018, busca fortalecer la gestión de calidad y la atención al cliente, donde en el proceso de investigación , se fue encontrando muchas inconsistencias, el cual poco a poco analizamos para de esta manera encontrar alguna solución, para ayudar a estos micro empresarios con brindar información que está basadas en su realidad, el cual les restringe a maximizar sus ganancias. Para ello este trabajo de investigación está basado en 03 puntos estratégicamente importantes:

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

Basado en tres objetivos mencionados anteriormente, realizamos un trabajo de recolección de datos para analizar de donde parte inconsistencias, donde encontramos criterios variados. Pero como factor principal encontramos que la mayoría no trabaja de manera objetiva en la atención al cliente y mucho menos cuenta con una gestión de calidad, más están basados en extender su mercado y se preocupan

que el paquete del servicio sea mayor (mayor cantidad de canales). También se dedujo que el personal que está a cargo del mantenimiento e instalación del cableado cumplen otras funciones, como realizar las cobranzas o apoyar en la logística, cuando estos estarían basados en brindar una atención al cliente de calidad, es un reflejo de que carecen de una capacitación en atención al cliente.

## **6.2 RECOMENDACIONES**

Luego de haber concluido con este trabajo de investigación, recomendamos a las mypes de este rubro:

- Invertir en una infraestructura donde brinde a través de su presentación una fortaleza y confianza a sus usuarios.
- Contar con un organigrama implementado y ejecutado para dar ordenamiento, jerarquía en sus funciones a su personal.
- Capacitación contante en atención al cliente al personal.
- Respetar las funciones y áreas de trabajo
- Contar con un plan estratégico para fidelidad de los clientes.
- Velar con estrategias según el tipo de mercado.
- Brindar un servicio que este sujeto a una garantía establecida.
- Tener ventaja siempre de la competencia, realizando algún incentivo para los clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias, F. (2012). El proyecto de la investigación científica. Caracas-Venezuela. 6ª ED.

Editorial Espiten, C.A.

Agorreca, V. (2017). En su trabajo final de especialización “Sistema de gestión de calidad, bajo la norma ISO 9001: 2008, con herramienta competitiva en las pymes familiares”. Trabajo realizado en la Universidad de Buenos Aires-Argentina.

Aliaga, J. (2017). En su tesis “Gestión de la Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente de las mypes del sector comercio, rubro Boticas del Distrito de Manantay 2017” Trabajo presentado para obtener el título de Licenciado en Administración en la universidad católica los Ángeles Chimbote-Pucallpa.

Arce K. (2017) en su proyecto “Estudio de mercado de televisión pagada para el diseño de estrategias de marketing para la empresa cine cable TV S.A. en la ciudad de milagro”.

Arce K. (2017) en su proyecto “Estudio de mercado de televisión pagada para el diseño de estrategias de marketing para la empresa cine cable TV S.A. en la ciudad de milagro” universidad de Guayaquil, Ecuador.

Código de ética para la investigación, universidad católica los ángeles de Chimbote.

¿Recuperado en

<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7455/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v001.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Dávila, T. (2018), en su tesis titulada. “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente

en las mypes del sector comercial, vidriería y perfiles de aluminio, distrito de Callería, año 2018”. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote-Pucallpa.

Delgado, J. (2017). En su trabajo de investigación “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro Salón Spa, del distrito de Callería, año 2017”. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en administración, en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote-Pucallpa.

Gonzales, C & Arciniegas, J. (2016). Sistema de gestión de calidad. Bogotá – Colombia: Editorial Ecoe.

Horovitz, J. (1991). La calidad del servicio. Colombia. ED McGraw-Hill Interamericana.

Kotler, P. (2003). Fundamentos de Marketing. México: Pearson Editorial.

Ley N° 28015 “Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa”, promulgada el 03 de julio del 2003

Lehtinen, D. (1983). El grupo Zanthères de Zoicinae (Araneae, Lycosidae) y una relimitación de la subfamilia. *Annls zool. fenn.*, vol.20, p.151-156.

López, D (2018). En su trabajo de investigación “Calidad del servicio y la Satisfacción de los Clientes del Restaurante Rachy´s de la ciudad de Guayaquil”. Título para obtener el grado de magíster en Administración de Empresa, en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil-Ecuador.

López, T. (2016). Ética en los medios de comunicación: prensa, radio, tv y cine, con

recopilación de casos prácticos. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Marín, D. (2017). En su trabajo de investigación “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la veterinaria san roque de la ciudad de huannuco-2017”. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote-Huánuco.

Montoya, A. (2014). Tesis para optar el título de Ingeniero Informático “Implementación de un sistema de gestión de la relación con los clientes en una empresa proveedora de servicios de televisión de pago”

Pérez, V. (2012). Fundamentos de televisión analógica y digital. 2ª. ed. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Pola, M. (1988). Gestión de la calidad. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Quijano, M. (2004). Satisfacción del Cliente. Recuperado de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lmnf/re\\_b\\_g/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmnf/re_b_g/capitulo2.pdf)

Rojas, W. (2016). En su trabajo de investigación “Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de pueblo nuevo, provincia de chincha, región Ica, año 2016”. Trabajo para optar el grado de maestro en gestión estratégica empresarial, en la Universidad Privada San Juan Bautista-Chincha.

Tamayo, M. (1994). El proceso de la investigación científica. Editorial Limusa, S.A. de C.V. Balderas 95, México, D.F. 4 ED.

Fitzsimmons & Fitzsimmons (2008). Service Management. Other EditionsView all.

Recuperado de:

[https://books.google.com.pe/books/about/Service\\_Management.html?id=useIPwAA](https://books.google.com.pe/books/about/Service_Management.html?id=useIPwAA)  
CAAJ&redir\_esc=y

Lehtinen, J. & Lehtinen, O. (1983). Calidad de servicio: a study of quality dimensions.  
Unpublished working paper. Service Management Institute, Helsinki.

Ley N<sup>a</sup> 30056 (2013) Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión,  
impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Diario Oficial  
el Peruano.

## ANEXOS

### 1. Presupuesto

Para la realización de la investigación, será necesario un presupuesto que asciende a S/ 2,191.50

**Tabla 26:** Presupuesto general

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
<b>II. MATERIALES</b>				
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
Papel bond	1	millar	24.00	24.00
Folder Manila A4	1	doc.	10.00	10.00
Lapiceros	2	unidad	2.00	4.00
clips	1	caja	3.00	3.00
Lápiz	2	unidad	1.00	2.00
Borrador	1	unidad	1.00	1.00
USB 16 gigas	1	unidad	32.00	32.00
			<b>sub total</b>	<b>76.00</b>
<b>III. EQUIPOS</b>				
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
Laptop	1	unidad	1,600.00	1,600.00
Impresora a color	1	unidad	350.00	350.00
			<b>sub total</b>	<b>1,950.00</b>
<b>IV. SERVICIOS</b>				
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
Internet	10	horas	1.50	15.00
Anillados	4	unidad	8.00	32.00
Impresiones	225	hojas	0.50	112.50
Fotocopias	80	hojas	0.10	8.00
			<b>sub total</b>	<b>167.50</b>
			<b>TOTAL</b>	<b>S/ 2,191.50</b>

**Fuente:** Elaboración Jhon Ramos



## 2. Cronograma

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

**Tabla 27:** Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2018								Año 2019							
		Semestre I				Semestre II				Semestre III				Semestre II			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura.						X										
7	Elaboración del consentimiento informado							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la investigación									X							
10	Conclusiones y recomendaciones										X						
11	Redacción del pre informe de Investigación.											X					
12	Reacción del informe final												X				
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													X			
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación														X		
15	Redacción de artículo científico															X	X

**Fuente:** Elaboración Jhon Ramos

3. Encuesta



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE**

**ADMINISTRACIÓN**

**CUESTIONARIO APLICADO A LOS DUEÑOS, ADMINISTRADORES Y/O  
REPRESENTANTES DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO,  
TELEVISIÓN POR CABLE, DISTRITO DE CALLERÍA. AÑO 2018.**

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las mypes del sector servicio-rubro televisión por cable, Distrito de Callería, periodo 2018, la misma que servirá para desarrollar el trabajo de investigación denominado: **“Gestión de calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del sector servicio, rubro Televisión por cable, Distrito de Callería, año 2018”**.

La información que usted proporciona será utilizada con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente.

**ENCUESTADOR:** Jhon James Ramos Castañeda.

**ENCUESTADO:**

Al Sr/Sra..... Fecha...../...../20.....

**DATOS GENERALES:**

**I. DEL ENCUESTADO (Dueño, Administrador y/o R. Legal)**

2. ¿Cuál es su edad?

18-30 años ( ) 30-50 años ( ) 51 a más ( )

**2. Sexo**

Masculino ( ) Femenino ( )

3. ¿Cuál es su grado de instrucción?

Primaria ( ) Secundaria ( ) Sup. Técnico ( ) Sup. Universitario ( )

4. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?

Dueño ( ) Administrador ( ) Representante Legal ( )

**II. DE LA EMPRESA**

5. ¿Cuál es el tiempo de permanencia de la empresa en el rubro?

De 1 a 2 ( ) De 2 a 3 ( ) De 3 a más ( )

6. ¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?

De 1 a 5 ( ) De 6 a más ( )

**II. GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE**

7. ¿Su empresa cuenta con los objetivos muy definidos?

SI ( ) NO ( )

- 8.** ¿Su empresa tiene definido un manual de funciones para sus trabajadores?  
SI ( ) NO ( )
- 9.** ¿Cree usted que la gestión de calidad contribuirá a la mejora continua para su empresa?  
SI ( ) NO ( )
- 10.** ¿Su empresa se gestiona con práctica de atención al cliente?  
SI ( ) NO ( )
- 11.** ¿Su empresa administra sus actividades con practica de gestión de calidad?  
SI ( ) NO ( )
- 12.** ¿Su empresa cuenta con una estrategia o plan de atención al cliente?  
SI ( ) NO ( )
- 13.** ¿Usted capacita a su personal para brindar una buena atención al cliente?  
SI ( ) NO ( )
- 14.** ¿Su empresa recoge sugerencias o reclamos de los clientes?  
SI ( ) NO ( )
- 15.** ¿La empresa hace seguimientos a los reclamos de los clientes para darles solución?  
SI ( ) NO ( )
- 16.** ¿Su empresa cuenta con un libro de reclamación?  
SI ( ) NO ( )

**17.** ¿Su personal sabe la diferencia entre queja y un reclamo?

SI ( ) NO ( )

**18.** ¿cree usted que su servicio está basado solamente en dar una buena atención?

SI ( ) NO ( )

**19.** ¿Su personal toma interés en brindar una buena atención para el cliente?

SI ( ) NO ( )

**20.** ¿Crees que la competencia cuentan con una atención adecuada para sus clientes?

SI ( ) NO ( )

**21.** ¿Usted hace seguimiento a su personal para saber si brindan un servicio de calidad?

SI ( ) NO ( )

**22.** ¿Usted aplica algunas estrategias para captar clientes de la competencia?

SI ( ) NO ( )

turnitin

---

INFORME DE ORIGINALIDAD

---

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE  
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

FUENTES PRIMARIAS

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 4%

Excluir bibliografía

Activo