



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA  
VETERINARIA SULLANA, PROVINCIA DE SULLANA, AÑO  
2020**

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

AUTORA

**FARIAS ORDOÑEZ, BRILLITH MIREYA  
ORCID: 0000-0002-3732-5744**

ASESORA

**ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA  
ORCID: 0000-0001-6079-2319**

**SULLANA – PERÚ  
2021**

## **1. TÍTULO DE LA TESIS**

Gestión de Calidad y Atención al Cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana,  
año 2020

## **2. EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Farias Ordoñez, Brillith Mireya

ORCID: 0000-0002-3732-5744

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Sullana,  
Perú

### **ASESORA**

Zenzain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,  
Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Sullana,  
Perú

### **JURADO**

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

### **3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESORA**

MGTR. VILELA VARGAS, VÍCTOR HUGO  
**PRESIDENTE**

MGTR. AZABACHE ARQUINIO, CARMEN ROSA  
**MIEMBRO**

MGTR. ESPINOSA OTOYA, VICTOR HUGO  
**MIEMBRO**

DRA. ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA  
**ASESORA**

#### 4. AGRADECIMIENTO

A Dios porque gracias a el estoy cumpliendo mi meta más deseada, gracias por siempre estar conmigo en los buenos y malos momentos de mi vida, por cuidarme en cada meta que me propongo y por brindarme salud cada día.

A mi asesora por guiarme durante el proceso de realización de la investigación.

Del mismo modo agradezco al propietario y al personal que labora en la Veterinaria Sullana por permitirme realizar la investigación en su empresa.

A mis padres porque son mi motor y motivo para salir adelante, por ayudarme a cumplir mis metas que me propongo, gracias por ser mi guía y aconsejarme y a mis hermanos por su apoyo que me brindan.

## 5. DEDICATORIA

A Dios por estar siempre en mi vida y ser muy importante.

Asimismo, se lo dedico a mi familia por apoyarme, sobre todo a mis padres y a mis hermanos por siempre estar allí para ayudarme a cumplir las metas que me propongo, ustedes son la fuente principal para salir adelante, muchas gracias por estar a mi lado siempre y confiar en mí.

## 6. RESUMEN

La presente investigación lleva como título “Gestión de Calidad y Atención al Cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020”. Se planteó como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020. La metodología es de tipo cuantitativa, de nivel descriptiva, diseño no experimental - de corte trasversal, con una muestra donde fueron 68 clientes de la Veterinaria Sullana, donde se aplicó el instrumento del cuestionario con la técnica de la encuesta. Obteniendo como resultados que el 79,4% están totalmente de acuerdo con el local de la veterinaria porque cumple con una buena estética, el 91,2% están totalmente de acuerdo de confiarles su mascota al personal, el 97,1% están totalmente de acuerdo que la atención es de su total agrado, el 86,8% están totalmente de acuerdo que la veterinaria trata a sus clientes con una atención personalizada, se concluye que las dimensiones de gestión de calidad son muy esenciales, ya que a través de estas los clientes están totalmente de acuerdo con la estética que tiene el local. Los beneficios de la gestión de calidad, se identificaron que son importantes porque así los clientes confían en los trabajadores de la veterinaria, asimismo las percepciones de la atención al cliente son positivas debido que los clientes están satisfechos porque es de su total agrado y de acuerdo a las técnicas de atención al cliente se identificaron que tratan a sus clientes con una atención personalizada.

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

## ABSTRACT

The title of this research is "Quality Management and Customer Service at the Sullana Veterinary, Sullana Province, year 2020". The general objective was: To determine the characteristics of quality management and customer service in the Sullana Veterinary, Sullana Province, year 2020. The methodology is quantitative, descriptive level, non-experimental design - cross-sectional, with a sample of 68 clients of the Veterinaria Sullana, where the questionnaire instrument was applied with the survey technique. Obtaining the results that 79.4% fully agree with the veterinary office because it complies with good aesthetics, 91.2% fully agree to entrust their pet to the staff, 97.1% fully agree agree that the care is to their total liking, 86.8% fully agree that the veterinarian treats its clients with personalized attention, it is concluded that the dimensions of quality management are very essential, since through these the clients are totally in agreement with the aesthetics of the premises. The benefits of quality management were identified as important because clients trust the veterinary workers, also the perceptions of customer service are positive because clients are satisfied because they fully agree and agree. A customer service techniques were identified that treat their customers with personalized attention.

**Keywords: Customer service, Quality management, Veterinary.**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

1. TÍTULO DE LA TESIS.....	ii
2. EQUIPO DE TRABAJO.....	iii
3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESORA.....	iv
4. HOJA DE AGRADECIMIENTO .....	v
5. HOJA DE DEDICATORIA.....	vi
6. RESUMEN .....	vii
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	12
2.1 Antecedentes .....	12
2.2 Bases teóricas de la investigación .....	22
2.2.1 Gestión de Calidad.....	22
2.2.2 Atención al Cliente .....	32
2.2.3 MYPES .....	40
2.3 Marco conceptual .....	42
2.3.1 Calidad.....	42
2.3.2 Gestión de Calidad.....	42
2.3.3 Atención.....	43
2.3.4 Cliente.....	43
2.3.5 Atención al cliente .....	44
2.3.6 MYPE .....	44
2.3.7 Veterinaria .....	44
III. HIPÓTESIS .....	46

IV. METODOLOGÍA.....	47
4.1    Diseño de la investigación.....	47
4.2    Población y muestra .....	48
4.2.1    Población.....	48
4.2.2    Muestra .....	49
4.3    Definición y operacionalización de variables e indicadores .....	50
4.4    Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	53
4.4.1    Técnicas: .....	53
4.4.2    Instrumentos:.....	53
4.5    Plan de análisis.....	53
4.6    Matriz de consistencia.....	55
4.7    Principios éticos .....	56
V. RESULTADOS .....	59
5.1    Resultados .....	59
5.2    Análisis de los resultados .....	83
VI. CONCLUSIONES.....	96
VII. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	98
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS: .....	99
ANEXO N° 1: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	106
ANEXO N° 2: PRESUPUESTO.....	107
ANEXO N° 3: CUESTIONARIO.....	108
ANEXO N° 4: CONSENTIMIENTO INFORMADO.....	111
ANEXO N° 5: JUICIO DE EXPERTOS .....	116
ANEXO N° 6: LIBRO DE DATOS.....	126
ANEXO N° 7: CONFIABILIDAD DEL CUESTIONARIO.....	128

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Productos eficaces que brinda la veterinaria.....	59
Tabla 2: La veterinaria cuenta con características llamativas.....	60
Tabla 3: Los productos que ofrece la empresa son fiables .....	61
Tabla 4: Está conforme con el diseño de ropa .....	62
Tabla 5: Los productos son duraderos y de buena calidad .....	63
Tabla 6: Se adapta con facilidad su mascota a los servicios .....	64
Tabla 7: El local cumple con una buena estética .....	65
Tabla 8: La calidad del servicio le dio una buena impresión.....	66
Tabla 9: Confía en el personal de esta empresa.....	67
Tabla 10: Necesita mejorar la empresa para alcanzar sus expectativas .....	68
Tabla 11: La fidelidad depende de las herramientas que usan.....	69
Tabla 12: La empresa tiene buena posición competitiva en el mercado.....	70
Tabla 13: La mayor parte de los clientes exigen un sistema actualizado .....	71
Tabla 14: La atención brindada por la veterinaria es de su total agrado.....	72
Tabla 15: Disponibilidad del personal .....	73
Tabla 16: Expectativas de los precios.....	74
Tabla 17: La veterinaria la trata con una atención personalizada.....	75
Tabla 18: El personal que labora le ofrece una buen atención .....	76
Tabla 19: Tienen buena actitud con los clientes .....	77
Tabla 20: Es escuchado con atención y con respeto.....	78
Tabla 21: Ofrece beneficios la empresa.....	79
Tabla 22: La atención que la empresa le ofrece genera ventajas para usted.....	80
Tabla 23: Los trabajadores les dan solución a sus problemas .....	81
Tabla 24: La conversación que tiene con el personal resuelve sus preguntas .....	82

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Productos eficaces que brinda la veterinaria .....	59
Figura 2: La veterinaria cuenta con características llamativas .....	60
Figura 3: Los productos que ofrece la empresa son fiables .....	61
Figura 4: Está conforme con el diseño de ropa.....	62
Figura 5: Los productos son duraderos y de buena calidad .....	63
Figura 6: Se adapta con facilidad su mascota a los servicios .....	64
Figura 7: El local cumple con una buena estética.....	65
Figura 8: La calidad del servicio le dio una buena impresión .....	66
Figura 9: Confía en el personal de esta empresa.....	67
Figura 10: Necesita mejorar la empresa para alcanzar sus expectativas .....	68
Figura 11: La fidelidad depende de las herramientas que usan .....	69
Figura 12: La empresa tiene buena posición competitiva en el mercado .....	70
Figura 13: La mayor parte de los clientes exigen un sistema actualizado .....	71
Figura 14: La atención brindada por la veterinaria es de su total agrado .....	72
Figura 15: Disponibilidad del personal.....	73
Figura 16: Expectativas de los precios.....	74
Figura 17: La veterinaria la trata con una atención personalizada.....	75
Figura 18: El personal que labora le ofrece una buena atención .....	76
Figura 19: Tienen buena actitud con los clientes .....	77
Figura 20: Es escuchado con atención y con respeto.....	78
Figura 21: Ofrece beneficios la empresa .....	79
Figura 22: La atención que la empresa le ofrece genera ventajas para usted .....	80
Figura 23: Los trabajadores les dan solución a sus problemas .....	81
Figura 24: La conversación que tiene con el personal resuelve sus pregunta .....	82

## I. Introducción

El trabajo que se presenta a continuación lleva como título “Gestión de Calidad y Atención al Cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020”. Se presenta con el propósito de optar el grado académico de Bachiller en Ciencias Administrativas. El problema que se da actualmente en el Perú es que algunas MYPES no cuentan con una buena gestión de calidad que permita a la empresa poder organizarse de manera mejor, de igual forma no cuentan con una buena atención al cliente.

En la Provincia de Sullana actualmente podemos observar que las mascotas son muy importantes en la vida de una persona, ya que aparte de ser animales son seres vivos al igual que nosotros, por esta razón las veterinarias cumplen un rol muy importante para satisfacer las necesidades que requieran estas mascotas y así ayudarlas en su salud.

La Gestión de Calidad es muy importante en las empresas, así de esta manera lo detallan los autores. Novillo et al. (2017) donde definen que: “la gestión de calidad se basa en que las empresas busquen a través del mejoramiento continuo la satisfacción del cliente. Considerando los distintos procesos y actividades que realizan el personal de las organizaciones” (p.60).

Sin embargo, podemos decir que no todas las empresas tienen un sistema de gestión que las haga organizarse mejor y tener acciones buenas para que así la empresa destaque por su buen funcionamiento. Serna (2006) afirma que: “el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. Se define que el servicio de atención al cliente es indispensable” (p.19).

Esto consiste también en la labor que realiza cada trabajador dentro de una organización

porque ellos son los que mantienen una comunicación directa con el cliente, de esta manera se podrá ayudar a despejar las dudas que tengan sin ningún problema y así ellos quedarán satisfechos.

En la actualidad encontramos empresas veterinarias que ofrecen un gran conjunto de servicios para la atención de sus clientes, pero también encontramos veterinarias clandestinas que no cuentan con excelentes y adecuadas instalaciones que permitan mantener una buena salud a los animales.

Lo que se visualizó en esta investigación fue verificar si la empresa denominada Veterinaria Sullana actualmente brinda una buena calidad y una buena percepción al cliente en su servicio que haga que este sea fiel y también sugiera a otras personas su prestación.

Para comprender el trabajo de investigación es muy importante tener en cuenta y entender cuál es la situación real de la problemática de la empresa en estudio, por esta razón es fundamental poder realizar un estudio del análisis de Pestel que se utiliza en la veterinaria:

En el Factor Político, es importante resaltar que el Perú ahora en la actualidad está enfrentando una pandemia a nivel mundial, esto afectó que los nuevos congresistas que fueron elegidos este año fueran juramentados sin público por la pandemia, como bien sabemos el 30 de Septiembre del 2019 el presidente Martin Vizcarra decidió que se disolvería el congreso. También debido a esta pandemia se tuvo que juramentar a un nuevo ministro de salud ya que se necesitaba a una persona que este especializado y capacitado en ese tema para poder enfrentar a este virus que está matando a millones de personas a nivel mundial.

Todas ya sean micro, pequeñas o grandes empresas, tuvieron que cerrar sus negocios, ahora solo laboran empresas de primera necesidad. Por esta razón del COVID 19 la Veterinaria

Sullana también decidió cerrar, solo se estuvo atendiendo por páginas web a través de mensajes o consultas de emergencia. El ministerio de ambiente (MINAM) nos dio algunos consejos para atender a nuestras mascotas en nuestros hogares en esta emergencia ya sean perros, gatos u otro animal doméstico. Según Gob.pe (2020) afirma que “por higiene, puedes sacar a tu perro para que haga sus necesidades, asegúrate de llevarlo a sitios muy cercanos a tu casa, ser breve, usar mascarilla y mantener tu distancia social” (p.1).

En el Factor Económico, se puede observar que en este factor el Perú si ha sido afectado, porque debido a esta pandemia se ha tenido que frenar la atención en diversos negocios por el estado de emergencia que estamos enfrentando, no solo en el Perú se ha generado varios problemas en el factor de la economía sino a nivel mundial ya que se necesita dinero para poder frenar este virus y que no se siga expandiendo más, por lo que hemos observado es muy peligroso. Macera (2020) afirma que “el aislamiento social obligatorio a toda la población paraliza a la gran mayoría de actividades económicas. Sin embargo, existe incertidumbre acerca del impacto de la propagación del virus y de las medidas aplicadas en la economía nacional” (p.5).

En Sullana que es donde se realizó la presente investigación si afectado esta emergencia a la Veterinaria Sullana, y como se sabe los trabajadores que laboran en esta empresa se vieron afectados porque ellos solventaban sus gastos personales de acuerdo a lo que ganaban, el dueño también se vio afectado porque los ingresos que él tenía los empleaba en comprar nuevos artículos para su empresa y también cubría gastos personales o gastos de esta.

En el Factor Social, de acuerdo a la emergencia por el COVID 19 podemos decir que el éxito de la cuarentena depende que las personas respeten lo dicho por el presidente, también de acuerdo al sistema de salud que nos brinda el gobierno. Nosotros como personas nos afecta que

no podemos salir de nuestra casa, debemos estar en cuarentena y si no lo hacemos nos podemos contagiar de tal manera que esto crearía un caos en el sistema de salud porque los hospitales colapsarían.

Las veterinarias son muy importantes para la salud de los animales, para Baigorria (2015) “el médico veterinario debe velar por cumplir algunos principios generales importantes frente a la sociedad” (p.3). Podemos decir que las veterinarias son muy útiles para el cuidado físico de los animales ya sea en su pelaje, en su aseo animal o en su salud. Entonces se dice que este negocio de las veterinarias si son de suma importancia en la sociedad y por lo tanto es rentable.

En el Factor Tecnológico, la tecnología es de suma importancia en la actualidad, porque gracias a ello podemos averiguar muchas cosas, por ejemplo, con esta emergencia que está sucediendo la tecnología nos permite estar informados por medios de televisores, radios o celulares. La tecnología avanza a lo largo de los años en el transcurso de este tiempo hemos encontrado infinidad de cosas que han mejorado. También en esta cuarentena la tecnología nos está sirviendo para poder recibir las clases mediante páginas web, de la misma manera para poder comunicarnos con nuestra familia sin perder comunicación alguna y así poder estar cerca de ellos así sea por medio de una cámara. Martinez (2019) nos dice que “la tecnología influye en aspectos tan variados como la agricultura, educación, etc. Se trata de una herramienta que ha modificado la forma de la sociedad. En la actualidad, la tecnología y la vida humana no pueden ser separadas” (p.7).

Como bien se sabe la tecnología ha influido mucho en las micro y pequeñas empresas porque gracias a ello les ayudado a mejorar su gestión empresarial con la cual ellos laboran para así trabajar de una forma más organizada y poder brindar un buen servicio de calidad a sus clientes, mediante esto las empresas obtienen crecimiento. El acceso del internet mediante las

páginas web ha tenido una buena implementación en las veterinarias, por medio de estas páginas los clientes pueden acceder a reservar sus consultas, también para observar donde se ubica la empresa y para obtener mayor información sobre esta. La Veterinaria Sullana, si cuenta con algunos servicios de tecnología que ayude a los clientes a satisfacer las necesidades de sus mascotas como una página web en Facebook donde se encuentra su información.

En el Factor Ecológico, se puede decir que en la actualidad debido a la pandemia que estamos enfrentando todos a nivel mundial en el Perú se ha encontrado una disminución en la contaminación del medio ambiente. Venail (2020) afirma que “durante las últimas semanas, además de las preocupantes noticias acerca del impacto directo del COVID-19 sobre los humanos, también han surgido informaciones sobre cómo el medio ambiente parece beneficiarse de esta situación” (p.15). Si bien sabemos esto no durará por mucho tiempo, pero si le damos un respiro a nuestro planeta vamos a poder darle más años de vida y no permitir que se deteriore.

Con respecto a las veterinarias se debe tener en cuenta que los animales son seres vivos al igual que las personas respiramos del mismo aire, por eso las veterinarias cumplen la función de cuidar aquellos animales que se encuentran en las calles sin comer, sin tener algo de agua para beber, esto es muy importante para tener un mundo mejor un ambiente que sea más adecuado para todos los seres vivos. También si llevas a pasear a tu mascota debes recoger sus desechos. La Veterinaria Sullana siempre debe mantener un ambiente limpio y adecuado para atender a sus mascotas y a sus clientes.

En el Factor Legal, se dice que las empresas informales no son las adecuadas para trabajar porque no cuentan con los requisitos necesarios ni tienen todos sus papeles en regla por lo tanto a estas empresas se les llaman ilegales en cambio las empresas legales son aquellas que si cumplen con todos los requisitos que dispone la ley para poder trabajar y así no tener ningún problema.

Aranzen (2012) concluye que “la constitución legal de empresas es el proceso a través del cual una persona o un grupo de personas registran su empresa ante el gobierno con el fin de cumplir con la ley, y acceder a las diversas ventajas” (p.12).

En la actualidad observamos que la mayoría de las veterinarias, son legales porque cumplen con todos los requisitos dispuestos por la ley, los trabajadores que laboran en estas veterinarias les pagan de acuerdo a lo establecido por lo tanto cuentan con todos los beneficios. Gracias a las personas que reclamaron los derechos de los animales, ahora en la actualidad las personas que maltratan a un animal son penalizadas con cárcel de acuerdo a la ley que el Estado aprobó.

Aquí tenemos las cinco fuerzas de Porter las cuales son importantes conocerlas y son una herramienta muy útil de estudio para las empresas, podemos decir que nos ayudan a verificar si está sucediendo algo ya sea en la parte interna o externa de una empresa u organización, las cuales son: la amenaza de entrada de nuevos competidores, la rivalidad entre los competidores existentes, amenaza de productos y servicios sustituidos, poder de negociación de los clientes y poder de negociación de los proveedores. A continuación, se presentarán cada una de estas 5 fuerzas de Porter de acuerdo a la investigación:

La Amenaza de entrada de nuevos competidores, en este caso la amenaza que se da entre los nuevos competidores es fuerte, porque como sabemos las veterinarias son requeridas por muchas personas que acuden buscando ayuda para sus mascotas.

La rivalidad entre los competidores existentes, es bueno por consiguiente permite poder aumentar la calidad de servicios que ofrecen y así generar más ingresos, de tal manera si hay competencia tienen que mantener su nivel de precios y ofertas para atraer más clientes, también permite brindar unos nuevos servicios que ayuden a destacar más a la empresa. En el lugar donde

se realizó la investigación se encuentra otra veterinaria cerca, por lo tanto, podemos observar que la rivalidad es alta debido a que cada empresa quiere dar lo mejor de ellos para que los clientes vuelvan a regresar.

La Amenaza de productos y servicios sustituidos, en el rubro de Veterinarias, no se puede observar que haya alguna empresa que los sustituya, puesto que las veterinarias engloban todo lo que es el cuidado animal. Si bien se dice, que los tutoriales que encontramos en el internet los pueden sustituir porque allí nos muestran cómo debemos de alimentarlos y asearlos para que no se enfermen. Con respecto a la amenaza de productos en Sullana encontramos empresas que compiten entre sí, en la Veterinaria Sullana encontramos todo lo que son productos de limpieza como son shampoo, corta uñas, ampollas y líquidos para las garrapatas o pulgas, también encontramos ropa y variedad de accesorios para los cachorros. En la alimentación, encontramos amenaza de productos puesto que diferentes empresas venden alimentos especiales para ellos, algunas sin ningún tipo de salubridad que podrían enfermarlos. En la Veterinaria Sullana recomiendan alimentos balanceados y garantizados según la edad del cachorro.

El Poder de Negociación de los Clientes, es muy importante porque ellos siempre buscan los mejores precios para obtener un mejor servicio y un buen producto, cuando encontramos un alto nivel de negociación el comprador siempre va a escoger diferentes opciones que le convenga según el precio que presente cada empresa. Por esta razón el cliente es una persona muy importante ya que sin ellos la empresa no se logra mantener en el mercado y sin ellos no habría ingresos. También si la demanda es baja en las empresas el cliente puede de esta manera reclamar por bajos precios es decir por rebajas u ofertas, pero como vemos la mayoría de los clientes no piden bajos precios porque saben que el nivel de competencia es alto. En el caso de la Veterinaria Sullana los clientes siempre esperan la mejor atención para su mascota, es por esa

razón que ellos pagarían lo que sea donde vallan, pero si observan que no les ofrecen un buen servicio, tendrían que ir a buscar otro sitio donde si complacen sus necesidades, aquí el cliente puede escoger donde ir, viendo sus posibilidades puede escoger un lugar que sea caro o económico, pero si el cliente va seguido le pueden hacer una rebaja, a esto se le llama una negociación que hace el cliente.

El Poder de Negociación de los Proveedores, se presenta de acuerdo a la capacidad que tiene cada proveedor para influir en su empresa, pues si dos empresas quieren negociar siempre uno tiene que destacar por las ofertas o requisitos que tengan de acuerdo a eso un proveedor se queda con la negociación por lo tanto este es el que lidera, por eso si una empresa es única en el mercado y quiere negociar con otra para que le ayude a difundir su producto tiene que ver la calidad del producto y el precio. De tal manera se dice que un proveedor se puede convertir fácilmente como una competencia ya que puede terminar vendiendo los mismos productos que ofrece aquella empresa que se encuentra en el mercado. En la Veterinaria Sullana donde se realizó la presente investigación se puede decir que no hay mucha negociación entre los proveedores por lo que ellos compran a clínicas veterinarias que sean de mayor demanda ya sea a nivel nacional o internacional, para adquirir productos que tengan una funcionalidad buena y que sepan que les va a servir mucho, si bien la negociación con proveedores no se da a nivel local, pero si se da a nivel regional así que si cuenta como negociación.

Luego de observar la situación que se presenta anteriormente, se planteó la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020?

Se señala como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.

Además, se establecieron como objetivos específicos los siguientes:

- Describir las dimensiones de gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.
- Identificar los beneficios externos de la gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.
- Describir las percepciones de la atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.
- Describir las técnicas de atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.

La investigación es justificable porque es de mucha importancia tanto para la sociedad, como también para los empresarios, pues mediante esta investigación les permite aquellos veterinarios que tengan su empresa obtener nuevos conocimientos de forma eficaz sobre la gestión de calidad y la atención al cliente, de esta manera ayuda que su empresa progrese mediante los conocimientos adquiridos.

También es importante porque ayuda a aquellas personas que son profesionales y quieren invertir en colocar una Veterinaria pues mediante aquellos resultados obtenidos se guiará para tener una buena gestión de calidad y un buen servicio al cliente.

De igual manera nos permite conocer si la Veterinaria Sullana cumple con las necesidades de los clientes para que así ellos vuelvan a regresar y se lleven una buena experiencia, este estudio que se realizó beneficia directamente a la Veterinaria Sullana puesto que con los resultados que se obtuvieron son información útil para mejorar en la organización y el control de esta, aplicando las herramientas correctas en su sistema de gestión de calidad.

Además, se justifica porque servirá de instrumento para otras investigaciones y lo tomen como una guía de estudio para poder realizar sus trabajos, mediante este trabajo se plasmaron conocimientos reales de la empresa en estudio. También esta investigación genera un aporte nuevo en la Universidad, porque gracias a los conocimientos que nos brindan se podrán realizar más investigaciones. Finalmente, esta investigación servirá como una base para aquellos estudios que sean similares y pretendan realizarse ya sea en otros campos de estudio o en otras regiones de nuestro país.

La metodología que se utilizó en la investigación fue de tipo cuantitativa ya que mediante este tipo de investigación se recolectó información para así determinar las dimensiones y los beneficios externos de la gestión de calidad, la percepción y las técnicas de atención al cliente que se da en la Veterinaria Sullana, asimismo fue de nivel descriptiva porque solo se encargó de describir la situación actual de la empresa de acuerdo a las variables gestión de calidad y atención al cliente, del mismo modo se utilizó un diseño no experimental - de corte trasversal, donde se empleó el cuestionario el cual se aplicó a una muestra de 68 clientes de la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020 para obtener sus apreciaciones.

Obteniendo los siguientes resultados que el 89,7% de los clientes están totalmente de acuerdo con los productos que le brinda la empresa, el 79,4% de los clientes están totalmente de acuerdo que los productos que le ofrece la empresa en estudio son fiables, el 79,4% de los clientes están totalmente de acuerdo en que el local de la empresa cumple con una buena estética, el 91,2% de los clientes encuestados están totalmente de acuerdo de confiarles su mascota al personal, el 97,1% de los clientes están totalmente de acuerdo que la atención que brinda la empresa en estudio es de su total agrado, el 86,8% de los clientes están totalmente de acuerdo que la empresa trata a sus clientes con una atención personalizada, se concluye que las

dimensiones de gestión de calidad son muy esenciales, ya que a través de estas los clientes están totalmente de acuerdo con los productos que brinda la veterinaria, dado que estos son eficaces para el tratamiento que requiera una mascota, además los clientes están totalmente de acuerdo con la estética que tiene el local donde la veterinaria ofrece sus servicios. Los beneficios externos de la gestión de calidad, se identificaron que son muy importantes porque así los clientes están totalmente de acuerdo en confiarle su mascota al personal que labora en esta empresa, las percepciones de la atención al cliente son muy positivas porque los clientes están totalmente de acuerdo que esta empresa brinda una atención de su total agrado y de acuerdo a las técnicas de atención al cliente se identificaron que tratan a sus clientes con una atención personalizada.

## II. Revisión De La Literatura

### 2.1 Antecedentes

#### Antecedentes Internacionales

Pacheco (2017) nos da a conocer su investigación mediante su trabajo el cual se denomina “Propuesta de mejora en la gestión de calidad de los servicios de atención médica de la clínica veterinaria Los Sauces Quito”, tesis para optar el Título de Especialista en Administración de Instituciones de Salud en la Universidad de La Américas, Quito, Ecuador. Se obtuvo como objetivo general: Proponer un plan de gestión para mejorar la atención médica veterinaria de la Clínica Veterinaria Los Sauces Quito. El enfoque que se utilizó en este trabajo fue Cuantitativo, los resultados obtenidos de los estudios de las encuestas de satisfacción, se observa falta de mejoría en instalaciones (parqueaderos), poca oferta de servicios médicos, no existe de marketing para extender la cartera de clientes. Se concluye desarrollar mapas de procesos y sub procesos en las diferentes áreas médicas de la clínica, implementar nuevo sistema informático para la mejor sistematización de historias clínicas, control de stock de medicamentos y tratar de mejorar la atención al cliente.

Velasco (2017) nos da a conocer su investigación mediante su trabajo el cual se denomina “Aplicación web para la gestión de clínicas veterinarias”, tesis para optar el Título de Grado en Ingeniería Informática de Servicios y Aplicaciones. El objetivo principal de este TFG es el desarrollo de una aplicación web que pueda ofrecer a un gran número de usuarios una nueva forma ágil, intuitiva y sencilla de interactuar con la clínica veterinaria y que pueda ser de gran utilidad para el usuario. Se utilizó una población y muestra de 1 empresa aplicándoles un cuestionario de 15 preguntas a través de la técnica encuesta obteniendo los siguientes resultados: El objetivo principal de este Trabajo Fin de Grado se ha cumplido, se ha logrado crear una

aplicación web para que los clientes de una clínica veterinaria puedan interactuar con esta a través de un área privada en donde poder consultar sus datos, los de sus mascotas y su actividad en la clínica. Se ha conseguido también que los veterinarios puedan gestionar de manera rápida y ágil con una interfaz intuitiva todo lo relacionado con la clínica y sus clientes (darlos de alta, de baja, añadir animales, consultas, gestionar las citas). También la facilidad con la que hoy en día se encuentra información y ayuda en internet y en libros de texto. En ningún momento me he visto falta de ayuda o no he podido encontrar algo necesario.

Escandon y Muñoz (2017) nos da a conocer su investigación mediante su trabajo el cual se denomina “Diseño de propuesta de manual de servicio al cliente en la clínica veterinaria APAP para el punto de recepción y servicio al cliente”, tesis para optar el Título de Licenciado en Ingeniería Industrial en la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Se obtuvo como objetivo general: Presentar propuesta para el diseño del Manual de Servicio al Cliente en la Clínica Veterinaria APAP para el punto de recepción y servicio al cliente. El enfoque que se utilizó en este trabajo fue Cuantitativo, en los resultados obtenidos se pueden establecer planes de desarrollo para el mejoramiento profesional y personal del colaborador responsable del punto de recepción y servicio al cliente, teniendo en cuenta que el formato tiene componentes que permiten evaluar rasgos de comportamiento del colaborador, así como el conocimiento que imparte al momento de atender clientes. Y con respecto a las conclusiones se obtuvo que: La calidad en el servicio al cliente viene acompañada de menores costos para la organización, ya que un cliente satisfecho se encargará de promocionar los productos o servicios de una organización al tener como referencia la experiencia en la calidad del servicio. Otra conclusión que se obtuvo fue: Un manual de servicio al cliente permite a las organizaciones establecer parámetros que brinden atención de calidad.

Facal (2016) nos da a conocer su investigación mediante su trabajo el cual se denomina “Atención Al Cliente En Las Clínicas Veterinarias”, tesis para optar el Título de Doctor en Ciencias Veterinarias. El objetivo principal Caracterizar los aspectos más relevantes de la “Atención a los clientes en las clínicas veterinarias especializadas en animales de compañía”. Se utilizó una población y muestra de 30 clientes aplicándoles un cuestionario de 23 preguntas a través de la técnica encuesta obteniendo los siguientes resultados: La atención al cliente, en sus aspectos médicos y no médicos, constituye uno de los pilares fundamentales de la calidad asistencial que ofrecen las clínicas veterinarias. La buena comunicación con los clientes, resulta un aspecto clave y es presentada por la mayoría de los autores referenciados en este trabajo. Una recepción moderna y profesional, que incluya manejo eficiente del teléfono, redes sociales, habilidades sociales de comunicación, gestión de situaciones difíciles, negociación, conocimiento del equipo de trabajo. Conocer las necesidades de los clientes, con el objetivo de satisfacerlas, es la resultante natural de las encuestas de satisfacción, que sean efectuadas por la clínica.

Pacheco (2017) nos da a conocer su investigación mediante su trabajo el cual se denomina “Propuesta de mejora en la gestión de calidad de los servicios de atención médica de la clínica Veterinaria los Sauces Quito’, tesis para optar el Título de Especialista en Administración de Instituciones de Salud. El propósito de esta investigación está dirigido a crear un plan de mejora en la Gestión de Atención Médica de la Clínica Veterinaria los Sauces. Durante el tiempo de desarrollo de esta investigación, los problemas identificados están afectando en el proceso de manejo interno de la clínica, tales como: Déficit de atención medica hacia los pacientes, control inadecuado del stock de medicamentos, desorganización del personal médico para la atención a los pacientes y clientes. Se desarrolló una metodología teórica,

mediante la evaluación por medio de árbol de problemas, análisis FODA, encuestas de satisfacción y mapa de procesos y subprocesos que nos ayudará investigar los problemas en el área de gestión clínica y atención al paciente. Los resultados obtenidos de los estudios de las encuestas de satisfacción, se observa falta de mejoría en instalaciones (parqueaderos), poca oferta de servicios médicos, no existe de marketing para extender la cartera de clientes. Se concluye desarrollar mapas de procesos y sub procesos en las diferentes áreas médicas de la clínica, implementar nuevo sistema informático para la mejor sistematización de historias clínicas, control de stock de medicamentos y tratar de mejorar la atención al cliente.

### **Antecedentes Nacionales**

Castillo (2018) nos da a conocer su investigación mediante su trabajo el cual se denomina “Gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro clínicas veterinarias, de Chimbote, Provincia Del Santa, año 2017. Caso veterinaria Carwill”, tesis para optar el grado de bachiller en Ciencias Administrativas en la Universidad Uladech, Chimbote, Perú. Se obtuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad con el uso del marketing en las Micro y Pequeñas Empresa del sector servicio, rubro clínica veterinaria, distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso veterinaria CARWILL. El enfoque que se utilizó en este trabajo fue No experimental-Transversal-Descriptiva. Para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una población muestral de 10 micro y pequeñas empresas, a los cuales se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas, a través de la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados principales: Respecto a los representantes: El 60% de encuestados es de género masculino, así como lo corrobora el Caso en estudio el cual indica que su representante es de género masculino; El 60% de encuestados tienen un grado de instrucción de superior universitaria, lo cual afirma el

caso veterinario CARWILL. Respecto a la micro y pequeña empresa: El 100% de MYPES encuestadas indican que la situación legal de sus empresas son formales, lo cual afirma el Caso en estudio mencionando que la situación legal de su negocio es formal. Respecto a la gestión de calidad: El 90% de encuestados indicaron que los productos que brindan si satisface las necesidades de los clientes en general, del mismo modo que el Caso en estudio. El 100% de encuestados indicaron que sus productos si guardan relación con las necesidades que perciben los clientes, del rubro en general así como lo indica el Caso Veterinaria CARWILL.

Yañez (2019) nos da a conocer su investigación mediante su trabajo el cual se denomina “La gestión por procesos y la atención al cliente en una clínica veterinaria de la ciudad de Pacasmayo en el año 2019”, tesis para optar el Título profesional de Ingeniera Empresarial. Tiene como objetivo de investigación, diseñar una Gestión por Procesos para una clínica veterinaria con el fin de influenciar positivamente en la atención al cliente. Se realizó un diagnóstico situacional de la clínica haciendo uso de la matriz PESTEL, 5 fuerzas de Porter, AMOFITH, EFE, EFI y FODA cruzado para analizar la situación de la clínica veterinaria “Mi Mejor Amigo”. Así también, se identificaron los procesos existentes, se realizó una entrevista al gerente y se aplicaron encuestas de satisfacción a una muestra de 187 clientes, siendo el resultado de satisfacción de pre – test 56%, frente a un resultado post – test de 65%, existiendo un incremento en la satisfacción de 9%. Además, se diagramaron y documentaron los procesos de la clínica veterinaria, con sus respectivas fichas e indicadores y se evaluó el nivel de cumplimiento de cada una de las actividades presentes en los procesos evaluados, los cuales fueron: proceso financiero, proceso de ventas, proceso de servicio y proceso logístico. Luego de la aplicación pre y post de las encuestas se obtuvo un coeficiente de correlación de Pearson de 0.8718 (alta) y un valor de significancia de 0.000 que es menor a 0.05, lo que significa que la

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

Olortegui (2016) nos da a conocer su investigación mediante su trabajo el cual se denomina “La calidad de servicios y ventas en el área de atención al cliente en la Veterinaria Pet’s Family eirl Chiclayo 2016”, tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Señor De Sipán, Pimentel, Perú. Se obtuvo como objetivo general: es determinar cuál es la relación que existe entre la atención al cliente y las ventas que se dan en la veterinaria. El enfoque que se utilizó en este trabajo fue Cuantitativo. Los resultados, inicialmente se diagnosticó que la atención al cliente en el restaurant era medianamente bajo dado que no conocían los gustos y preferencias de sus clientes, para esto se aplicó un conjunto de estrategias logrando mejoras significativas sobre este aspecto identificando. Se concluye que la evaluación de los resultados alcanzados iniciales de la implementación de las estrategias de marketing digital en la empresa, se pudo comprobar la efectividad de las estrategias, ya que, se ha logrado una diferencia de 87 puntos (antes de las estrategias) y después de la aplicación de las estrategias de marketing digital el puntaje aumento a 104 puntos con una variación de 13 puntos respecto al promedio inicial.

Hinostroza (2018) nos da a conocer su investigación mediante su trabajo el cual se denomina “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector servicios,

consultorios veterinarios, Distrito de Calería, año 2018”, tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Uladech, Pucallpa, Perú. Se obtuvo como objetivo general: Conocer las herramientas y técnicas de gestión de calidad y su impacto en la atención al cliente, en las Mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, Distrito de Calería, año 2018. El enfoque que se utilizó en este trabajo fue tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal y descriptiva. Con la técnica de encuesta y un cuestionario estructurado de 19 preguntas se entrevistó a los propietarios de los consultorios veterinarios, con los resultados: Respecto al propietario: edad, en su mayoría jóvenes-adultos de “29 a 39 años” (53.8%) y joven de “18 a 28 años” (23,1%); sexo masculino 69,2% y femenino 30,8%. El 69,2% de los propietarios tienen estudios de nivel “universitario” y 30,8% “sin estudios concluidos”. Respecto a la gestión de la empresa: el 84,6% de las mypes tiene a su gerencia comprometida con la calidad y la dirección es acorde con su visión y misión. El 61,5% hace uso de herramientas para monitorear el desarrollo de la empresa. Respecto a Atención del Cliente: el 84,6% de las gerencias de las mypes entiende el comportamiento del mercado y necesidades del cliente, conoce las tendencias a futuro y está involucrada en mejoras del servicio; se han realizado inversiones en equipamientos para satisfacer las necesidades del cliente. Sin embargo, el 69,2% no cuenta con un servicio de post venta y 23,1% no realiza ningún tipo de medición de satisfacción al cliente. Finalmente, el 76,9% indica que no existe impedimento para brindar un buen servicio al cliente.

Juárez (2010) nos da a conocer su investigación mediante su trabajo el cual se denomina “La satisfacción de las necesidades de los clientes en los centros veterinarios de la ciudad de Tingo María”, tesis para optar el Título de Licenciado en Administración en la universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo María, Perú. Se obtuvo como objetivo general: determinar

las necesidades que buscan satisfacer a los clientes que acuden a un centro veterinario, para conocer la relación con la atención eficiente y oportuna en los centros veterinarios de la ciudad de Tingq María. Para lo cual se realizó una encuesta extramuro a los clientes que asisten o asistieron al menos una vez a estos centros veterinarios ( $n = 245$ ). Se utilizó un instrumento con valor nominal y de intervalos y la información fue procesada cuantitativamente utilizando las estadísticas descriptivas (histogramas, gráficos de barras), el coeficiente de correlación de Pearson y la regresión de ajuste lineal. Al evaluar la atención adecuada indicaron que el 68,16% fue buena la atención y el 0,41% fue ligeramente mala~ sobre la oportunidad de la atención el 64,49% estuvieron de acuerdo y el 0,41% en desacuerdo en cuanto a la seguridad del cliente el 48,57% esta seguro y el 6,53% inseguro; sobre la disponibilidad para la atención el 55,51% esta disponible y el 1,22% esta indisponible, sobre la confianza en la clínica al que acude el 61% tiene confianza y el 2,45% una ligera desconfianza; referente a la competencia del personal que atiende el 47,76% es competente y el 0,41% no es competente; sobre la limpieza del ambiente el 77,96% es limpio el ambiente y el 0,82% es ligeramente sucio; de modo general en el servicio que se les ha ofrecido en la clínica veterinaria al cual asistieron el 66,53% está satisfecho y el 0,41% insatisfecho. La satisfacción de los clientes en centros veterinarios, en cierta forma, condicionada por la confiabilidad que ellos muestran sobre los servicios que reciben en 19S centros veterinarios, dado que la regresión entre ambas variables es de  $r = 0.54$ ; empero. La relación existente es moderada (54%), significando que la satisfacción buscada puede depender de otras variables no consideradas en este estudio.

### **Antecedentes Regionales**

Cabrera (2019) nos da a conocer su investigación mediante su trabajo el cual se denomina “Desarrollo de un prototipo de software de gestión de clientes para veterinarias en la provincia

de Piura”, tesis para optar el título profesional de licenciado en administración. Objetivo general es gestionar la información dentro de una veterinaria. Se trabajó con una veterinaria que explicó con detalle los procesos y servicios cotidianos realizados en sus instalaciones. Con la información brindada se logró estandarizar los procesos narrados, facilitando la forma de documentación necesaria y mejorando la organización para su búsqueda y aprovechamiento del veterinario para que tenga mayor control en los tiempos que debe manejar para su establecimiento y los trabajadores del mismo, al ser digitalizados en un sistema llamado *sidi.vet* con la finalidad de poder brindar a la comunidad piurana una mejor experiencia al momento de acudir a una veterinaria para atender a sus mascotas. El prototipo ha sido desarrollado con tecnologías brindadas en el Programa Académico de Ingeniería Industrial y de Sistemas de la Universidad de Piura, tales como: MySQL para la gestión de las bases de datos, Bootstrap como librería para agilizar el desarrollo de las vistas y Ruby como lenguaje de programación debido a su potente marco de trabajo llamado Ruby On Rails. A la par, se proveía de herramientas al establecimiento para una mejor gestión de la información de sus clientes, para facilitar las labores diarias, mejorar la atención, captar mayor público y fidelizarlo. Así mismo se presentó un análisis financiero en dos etapas: la primera, durante la etapa de desarrollo de proyecto y la segunda, fue una simulación para los primeros años de comercialización del sistema como un producto como un Software as a Service.

Pulache (2019) nos da a conocer su investigación mediante su trabajo el cual se denomina “Caracterización de la calidad del servicio y el marketing en la clínica Veterinaria MEDIC VETS - Médicos Veterinarios, ciudad de Sullana, año 2018”, tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración. Objetivo general determinar las características de la Calidad del Servicio y el Marketing en la Clínica Veterinaria Medic Vets – Médicos Veterinarios, Ciudad de

Sullana, año 2018. La investigación fue descriptiva transversal, nivel cuantitativo, diseño no experimental. La población considerada infinita estuvo conformada por los clientes de la Clínica Veterinaria, el tamaño de muestra es de 68 clientes de la empresa en estudio, a quienes se les aplicó una encuesta de 42 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: Calidad del servicio un 58.8% de los encuestados indican estar de acuerdo en que el personal de la clínica veterinaria no atiende de manera inmediata las emergencias de su mascota. Estrategia de posicionamiento el 36.8% de los clientes están en desacuerdo en que el personal de la clínica le explica de los otros servicios que ofrecen. Marketing mix el 58.8% de los encuestados están de acuerdo respecto si cuenta con una gama de productos adecuados para mascotas. Se concluye que están de acuerdo con la fiabilidad por el cumplimiento rápido y eficiente ofrecido en los servicios contratados; las instalaciones de la clínica son seguras; así mismo se atiende con amabilidad brindando una atención individualizada al cliente. La clínica se ha posicionado pues es reconocida por el público no solo por sus productos sino por la calidad de sus servicios. La clínica si hace uso del marketing mix ya que los precios son justos y están acorde con el producto y servicio que se ofrece.

Moreno (2018) nos da a conocer su investigación mediante su trabajo el cual se denomina “Características de la calidad de los servicios y la atención al cliente en las veterinarias de la ciudad de Sullana año 2018”, tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Uladech, Sullana, Perú. Se obtuvo como objetivo general: Determinar las Características de la calidad de los servicios y la atención al cliente de las veterinarias de la ciudad de Sullana año 2018. El enfoque que se utilizó en este trabajo fue descriptiva – no experimental y de nivel cuantitativa, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 68 clientes, a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta utilizando como

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

## **2.2 Bases teóricas de la investigación**

### **2.2.1 *Gestión de Calidad***

#### **2.2.1.1 Definición de gestión de calidad**

Dentro de la gestión de calidad podemos encontrar diversos significados de cada uno de los sectores del negocio. Esta definición se refiere a la calidad de un producto para que esté sea consistente y de esta manera tenga una buena aprobación. Aquí dentro de ello podemos encontrar 4 componentes: uno de ellos es el planeamiento de la calidad, el segundo es el control de la calidad, el tercero es el aseguramiento de la calidad, y el cuarto es las mejoras de la calidad. Pola (2009) afirma que: “Muchos productos de alta calidad son de diseños sencillos, con mínimas complicaciones. El tamaño tampoco define la calidad del producto, es decir, por ser más grande

no implica una mayor calidad”. (p.9). La evolución de la calidad se produce mediante etapas, a continuación, las mencionaré:

- Primera etapa: dentro de esta primera etapa se da lo que es el control de calidad por inspección, esto se genera debido que algunos productos tienen problemas por la falta de uniformidad y para poder solucionarlos primero se inspeccionan antes de enviarlos. La inspección sirve para detectar los errores que se cometen durante la elaboración.
- Segunda etapa: esta etapa sirve para poder reducir los costos que se da en la inspección, pero también sirve para poder detectar los productos que no están en buena calidad y así poder evitar que ese producto llegue a las manos del cliente.
- Tercera etapa: es el proceso de la calidad total, es decir se genera una revisión de todos los procesos que se dan en una empresa con esto se obtiene una constancia que están enviando un producto de calidad.

Udaodondo (1991) afirma que “gestión de calidad es el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad, que alude a dirección y coordinación de actividades. De este modo, gestión de calidad sería el modo en que la dirección planifica el futuro” (p.5).

Cantú (2011) afirma que “la calidad abarca todas las cualidades con que cuenta un producto o un servicio para ser de utilidad; o sea, un producto o servicio es de calidad cuando sus características, tangibles e intangibles, satisfacen las necesidades de los usuarios” (p.4). Entre todas estas características mencionadas es importante resaltar que el producto tiene que tener un buen precio que sea factible para los clientes, este debe tener una durabilidad, también debe ser seguro al momento de empacarlo o al momento de ser entregado, se debe de usar más en la actualidad los productos ecológicos ya que aparte de ser fáciles de desechar son muy importante en nuestro medio ambiente.

### 2.2.1.2 Definición de sistema de gestión de calidad

Izasa (2018) afirma que “un Sistema de Gestión de la Calidad no es más que una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen” (p.9). También se dice que el sistema de gestión de la calidad se utiliza para poder tener una estructura más organizada de la empresa, de tal manera que se realiza un mejor control de los productos y servicios para así satisfacer las necesidades de los clientes. Para entender un poco mejor el significado de sistema de gestión de calidad se explicará detalladamente el significado de sistema y de gestión:

- **Sistema:**

El sistema es un grupo o un conjunto de elementos que se pueden relacionarse entre sí, se dice cada componente de este sistema puede funcionar de forma independiente, pero siempre este será parte de un sistema mayor.

- **Gestión:**

Es el termino de administrar una operación que se haga dentro de una empresa, para ser más específicos una gestión es un documento que se hace obligatoriamente dentro de la empresa para poder solucionar algún problema es decir es un trámite. Aquí encontramos distintos tipos de gestiones:

- **Gestión empresarial:** lo que busca es mejorar la conectividad de la empresa de igual manera se busca mejorar la productividad, para esto se implica poder tener un buen control de las medidas y estrategias que se toman dentro de la empresa, también implica un buen diseño y una buena implementación. Los encargados de esto aquí en las empresas son los de gerencia o como también los de administración.
- **Sistema de gestión:** esta es una estructura que busca poder mejorar aquel

funcionamiento de una empresa u organización, para poder hacer esto se lleva un proceso tanto de planeación, control e implementación de nuevos productos en la empresa. Estos sistemas ofrecen estrategias para poder optimizar aquellos procesos de una organización.

- **Gestión ambiental:** es un conjunto de actividades que se encargan principalmente en el cuidado del medio ambiente, ya sea en administrar aquellos recursos naturales de una manera que sea sostenible.

### **2.2.1.3 Lo que busca un sistema de gestión de calidad**

Fernandez (2019) afirma que “en la actualidad la sociedad exige a las empresas altos estándares de calidad, a consecuencia de esto las empresas optan por implementar SGC con el propósito de satisfacer las exigencias de sus consumidores” (p.12). Es decir, que la empresa no sería nada sin el cliente porque ellos son los que generan ingresos, es por esta razón que el cliente se tiene que llevar una buena impresión, la empresa siempre debe estar atenta a las necesidades del cliente. La obtención de nuevos clientes se basa en los cumplimientos que tiene una empresa de acuerdo a su sistema de gestión de calidad que se maneja en una organización.

La mejora que se da en la organización de una empresa es de acuerdo a los procesos de las actividades que se llevan a cabo dentro de esta, respetando las normas que se dictan. La posición que tiene una empresa dentro de la competencia es muy importante ya que gracias a ello se pueden generar más ingresos. Una empresa que cuente con una certificación ISO siempre va a sobresalir en el mercado y de tal manera se va a destacar de las demás, la empresa al contar con un buen sistema siempre va a tener clientes satisfechos.

#### 2.2.1.4 Dimensiones de Gestión de Calidad

González et al. (2007) afirman que:

La definición de calidad es a menudo un tema muy debatido. Si bien puede parecer intuitivo, cuando nos ponemos manos a la obra, la “calidad” es un concepto difícil de definir con precisión y más en la Gestión de Calidad. La definición más fundamental de un producto de calidad es la que cumple con las expectativas del cliente. Sin embargo, incluso esta definición es de un nivel demasiado elevado para considerarse adecuada. David Garvin, profesor universitario de la U. de Harvard consiguió definir ocho dimensiones que pueden usarse estratégicamente para analizar la calidad de las características. (p.13)

Las dimensiones que se describirán a continuación son muy importantes porque nos ayuda a poder percibir las expectativas que tiene el cliente para así comprar un producto o tener un buen servicio, estas dimensiones ayudan a comprender lo que el cliente desea de igual forma sirve para adquirir una ventaja competitiva. A continuación, se presentarán las ocho dimensiones:

❖ **Eficacia:**

Aquí en esta dimensión la eficacia es muy importante en un producto, pero como también se sabe esta suele ser una fuente para que los consumidores, es decir los clientes y los proveedores caigan en una discusión.

❖ **Características:**

En esta segunda dimensión se refiere a las características que debe tener un producto o servicio que sea llamativo para el cliente, las características sirven para diferenciar un producto de otro, también encontramos muchos productos que al pasar el tiempo los

proveedores se encargan de agregarle alguna característica que lo destaque dentro del mercado para así llamar más la atención del cliente que es lo más importante.

❖ **Fiabilidad:**

En esta dimensión se dice que es importante que al producto no le ocurran daños durante su funcionamiento, ya que esto es muy importante para el cliente tener un producto que no se le dañe con el pasar del tiempo. La fiabilidad está relacionada con la marca del producto y con la empresa, por tal razón que si el cliente adquiere un producto y este no tiene un buen desempeño ya no querrá volver a comprar en esa empresa ni de esa marca.

❖ **Conformidad:**

La conformidad se refiere al diseño que tenga un producto o servicio porque eso es lo primordial en los clientes, aquí se tiene que tener en cuenta que se hayan cumplido con establecer las funciones con las que el producto o servicio ha sido elaborado, como se sabe ay muchos diseñadores que inician con un diseño y terminan colocándole otro que no es el apropiado y es aquí cuando el cliente no queda conforme.

❖ **Durabilidad:**

La durabilidad se refiere a cuanto es duradero un producto ya sabemos que la durabilidad de un producto va de la mano con la calidad que este tenga por ejemplo los productos que son artefactos su durabilidad viene como una garantía que se le da en caso se descomponga.

❖ **Facilidad del servicio:**

Se refiere a aquella capacidad que tiene un producto de acuerdo a su velocidad que este tiene para volver a repararse, así como cuando un producto sale de la competencia porque no es de buena calidad. Si bien esto influye mucho en el cliente ya que si algo se le

malogra y tiene garantía de por medio entonces el querrá ir a cambiarlo de tal manera aquí la empresa debe darle otro producto, pero ya quedará en la decisión del cliente de volver a comprar en esa empresa o comprar en otra mejor.

❖ **Estética:**

La estética es la repuesta que un cliente tiene sobre un producto ya sea con respecto a su olor o color, lo que sabemos que este producto sea de fiabilidad y de una buena calidad, eso no significa que el producto va hacer del agrado de las mismas personas porque cada uno tiene diferentes necesidades.

❖ **Calidad percibida:**

Aquí se refiere a la impresión que causa un bien o servicio en los clientes, mediante su publicidad, por los comentarios que hacen las personas, o como también por la promoción de aquella marca. Como se sabe hay muchas personas que compran productos sin saber sus características que estos tienen. La percepción del cliente se basa en lo que el observa en un producto es decir en su calidad.

### **2.2.1.5 Beneficios de la gestión de calidad**

García et al. (2013) afirman que:

Para una empresa resulta muy beneficioso implementar la normativa ISO 9001 puesto que esto le permite controlar de manera más eficaz los procesos y mejorarlos. Pero el impacto que tiene la ISO 9001 no es solo interno. Existen una serie de beneficios, también externos, que vamos a pasar a comentar a continuación. (p.390)

#### **a) Beneficios externos de la Gestión de Calidad**

Aquí se muestran la relación que la empresa tiene con sus clientes sean actuales o como también potenciales, sus proveedores y sus socios. Los beneficios que se encuentran asociados a este punto son los siguientes:

- **Confianza de los clientes:**

La gestión de calidad es muy importante en una empresa, la confianza, seguridad y tiempo que les brindan a sus clientes sean actuales o potenciales en su atención es muy valioso, aquí interviene la empresa ofreciendo a los clientes productos y servicio de calidad. La confianza se gana mediante la imagen que el personal de la empresa tenga con ellos, mejorando sus expectativas y según las experiencias que los clientes han tenido en anteriores visitas.

- **Mejora de la imagen:**

La mejora de la imagen es fundamental en una empresa porque intervienen los clientes como el resto de personas y grupos del entorno, los clientes siempre se atraen por la imagen que la empresa presenta ya sea en su interior o en su exterior.

- **Fidelidad de los clientes:**

El buen funcionamiento que dispone la norma ISO 9001 origina que en los clientes halla fidelidad, también la fidelidad de los clientes depende mucho del trato que se les brinda y así garantizar que ellos regresen continuamente a la empresa.

- **Posición competitiva:**

La posición competitiva siempre se genera porque sus precios se reducen y se ve expresado en los ingresos por lo que estos aumentan, de igual forma aumenta su participación en el mercado y por tal razón los clientes aumentan si observan que ofrecen buenos servicios y que se encuentra esa empresa en el mercado.

- **Apertura de nuevos mercados:**

La mayoría de los clientes exigen que las empresas cuenten con un sistema de gestión de calidad para de esta manera poder ellos obtener sus servicios, puesto que se adquiere una apertura de nuevos mercados, para así alcanzar las cualidades que los clientes requieren.

**b) Beneficios internos de la Gestión de Calidad**

- **Mayor control:**

Un mayor control dentro de una empresa es muy importante porque gracias a ello se generan mejoras en los procesos que se dan en la productividad.

- **Mejoramiento de la organización:**

El mejoramiento dentro de una organización se da mediante los objetivos que ellos plantean sea por medio de una comunicación más fluida o también por medio de sus responsabilidades.

- **Incremento de la rentabilidad:**

El incremento de la rentabilidad que se da en una organización es una consecuencia directa para la disminución ya sea de costos y gastos, también se da por el reemplazo de productos que no son rentables y generan menor utilidades.

- **Mayor capacidad de respuesta:**

La aplicación de un sistema de gestión de calidad bajo la norma ISO 9001 hace a la organización más flexible de manera que esta aporta un aumento de capacidad de respuesta, tanto en los peligros que genera el mercado y también en las oportunidades que estos tienen.

- **Motivación y trabajo en equipo:**

La motivación y el trabajo en equipo es muy importante en una organización por la razón que son factores relevantes para alcanzar los objetivos y las metas que se proponen.

### **2.2.1.6 Gestión de Calidad con la norma ISO 9000**

Corrie (2009) afirma:

ISO 9000 es un conjunto de normas sobre calidad y gestión continua de calidad, establecidas por la Organización Internacional de Normalización (ISO). Se pueden aplicar en cualquier tipo de organización o actividad orientada a la producción de bienes o servicios. Las normas recogen tanto el contenido mínimo como las guías y herramientas específicas de implantación, como los métodos de auditoría. (p.11)

El sistema de gestión de calidad de acuerdo a la norma ISO 9000 se encarga de poder definir todas aquellas actividades que tienen como finalidad controlar y también dirigir una empresa, su objetivo es planificar todas las actividades que se dan en una empresa u organización para poder de esta manera obtener una calidad ya sea en el producto como también en la calidad del servicio para de esta manera ofrecer al cliente satisfacción de acuerdo a las necesidades que este requiera. Cortés (2017) afirma que “el término Calidad (ISO 9000) se define como: grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con las necesidades o expectativas establecidas, implícitas u obligatorias”. (p.10). Este sistema sirve para destacar a la empresa de otras y así tener una imagen potencial ante los clientes sean actuales o antiguos, también facilita la salida de aquellos productos que comercializa una empresa en el exterior, como también en el interior de país.

### **2.2.1.7 Importancia de un sistema de gestión de calidad**

Como bien se sabe el sistema de gestión de calidad es muy importante en una empresa, este se encarga de poder gestionar un conjunto de elementos cumpliendo así la empresa con la

necesidades y satisfacciones que el cliente desea. Cano (2005) afirma:

El sistema de gestión de calidad, aunque se base en una norma común, siempre es lo suficientemente flexible para que cada empresa incluya las soluciones y los registros más habituales utilizados en el sector en el que se desarrolla su actividad. (p.1)

Cada vez encontramos que ay muchas empresas que ya están implementando este sistema o que ya lo tienen implementado, porque se han dado cuenta que la satisfacción del cliente es muy importante. Por esta razón es fundamental implementar un sistema de gestión de calidad:

- ✓ Este ayuda a poder aumentar el grado de satisfacción que el cliente desea.
- ✓ Mediante este sistema se puede elaborar productos de acuerdo a aquellas normas que son establecidas en la empresa u organización.
- ✓ Este ayuda a poder lograr que la empresa se destaque en el mercado, obteniendo una ventaja para el beneficio de los trabajadores de la empresa.
- ✓ Este sistema está orientado a la mejora continua de una empresa porque si esta no renueva sus productos o no tiene implementación adecuada en el ambiente laboral, no va a llegar a obtener ingresos y por lo tanto recaerá, por esta razón es importante tener un sistema que ayude a planificar y organizarse mejor.

## ***2.2.2 Atención al Cliente***

### **2.2.2.1 Definición de atención al cliente**

Ramos (2014) afirma que “se designa con el concepto de Atención al Cliente a aquel servicio que prestan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus clientes, en caso que estos necesiten manifestar reclamos” (p.54). Como bien se da a conocer toda empresa tiene dos tipos de clientes:

- ✓ **Los Clientes actuales:** son aquellos clientes que han realizado compras a la empresa ya sea de forma periódica o que han hecho compras actuales, estos clientes son los que generan ingresos a la empresa y permiten que esta siga en el mercado y en competencia para que así estas no recaigan.
- ✓ **Los clientes potenciales:** estos clientes son aquellos que no han realizado compras en la actualidad pero que, si son agentes de compra para el futuro, en un largo o corto tiempo, por esta razón ellos son considerados como portadores de ingresos para un futuro en una empresa.

Blanco (2013) afirma que “la gestión de atención al cliente está constituida por todas las acciones de comunicación que desarrollan las empresas para detectar las necesidades de los clientes y la satisfacción de las mismas”. (p.40). Aquí la empresa tiene un objetivo principal poder retener a sus clientes actuales para que así sigan vendiendo y generando más ingresos, también visualizarse con los clientes potenciales ya que ellos como bien se dice son portadores de ingresos para un futuro, es por ello que la empresa tiene que basarse en realizar esfuerzos en la organización para la satisfacción que tiene el cliente.

#### **2.2.2.2 Puntos claves para un buen trato con los clientes:**

Lira (2009) nos dice que:

Los representantes de servicio a clientes se enfrentan casi a diario a situaciones donde los clientes se quejan y en ocasiones les provocan molestia y enojo. Tales situaciones suelen ser muy incómodas y pueden volverse aún más serias si no son resueltas a tiempo. No sólo afectan el asunto que se está negociando, sino también la reputación de la compañía u organización. Los representantes de servicio pueden resolverles sus problemas

convirtiendo así, clientes insatisfechos en satisfechos. El reto para el representante de servicio es mantener un trato profesional mientras trabaja en busca de una solución. (p.70)

Para obtener un buen trato con los clientes y se sientan satisfechos de su atención se tienen en cuenta los siguientes puntos que se redactaran a continuación:

- Como bien se sabe las quejas en toda empresa están presentes, esta se entiende por toda inquietud, denuncia o hasta incluso una recomendación que el cliente realiza, es por eso que toda organización o empresa deben estar atentos a las quejas que realizan sus clientes para analizarlas, siempre al revisar cada una de las quejas se debe mantener un trato que sea directo con el solicitante para así demostrarle que si les importa solucionarla, para que así este se lleve una buena impresión y recomiende a la empresa de forma positiva. Por tal razón es importante que dicha empresa tenga presente las mejoras que se deben realizar al servicio y de esta manera se realicen unos nuevos diseños de estrategias.
- El servicio que se le brinda al cliente siempre tiene que ser bueno antes, durante y después que este sea atendido, es importante que cuando algo realiza mal la empresa este se disculpe, admitiendo el problema y solucionándolo, la persona que brinda los servicios al cliente debe estar atenta a sus dudas que tenga, debe saludarlo respetuosamente y evitar actitudes que sean negativas.
- Se debe servir al cliente con calidad y no por conveniencia es decir no se debe de brindar los servicios por obligación ya que esto algunas veces se ve reflejado en la atención que se la da a los clientes, si bien los gerentes de las empresas no son los responsables de la labor que realiza su personal, pero ellos deben de capacitarlos teniendo en cuenta como realiza cada uno de sus empleadores su trabajo.

- La empresa debe de satisfacer a cada uno de sus clientes, debe asegurarse que cada cliente que ingresa a su empresa a ofrecer sus servicios se lleve una buena impresión y se sienta satisfecho por lo que lograron.

Por ello es fundamental atender a los clientes, brindando las gracias, teniendo actitudes que sean amables, ofreciéndoles folletos, comunicándoles cualquier problema por mensajes, mostrando el personal su cortesía, exhibiendo unas instalaciones adecuadas, vistiendo uniformes apropiados. Todo esto conlleva a que el cliente se sienta satisfecho e importante cuando visita a una empresa.

### **2.2.2.3 Definición de percepción**

Vargas (2019) afirma que:

La definición que seleccionamos parte de la existencia del aprendizaje, y considera la percepción como un proceso de tres fases. La percepción es la imagen mental que se forma con ayuda de la experiencia y necesidades. Es resultado de un proceso de selección, interpretación y corrección de sensaciones. (p.52)

La percepción se puede definir como una impresión que pueda recibir una persona, también se hace referente que la percepción se puede recibir por los cinco sentidos, otra definición que encontramos es el conjunto de ideas positivas o negativas que una persona tiene.

#### **➤ Percepciones de la atención al cliente**

Como bien se sabe las personas reaccionan de acuerdo a las percepciones que ellas tengan ya sea en cualquier ámbito de su vida, por lo tanto, los autores Schiffman y Lazar (2010) nos explican que la percepción que un cliente tiene es “la actitud, que impulsa al individuo a comportarse de una manera consistentemente favorable o desfavorable en relación con un objeto

determinado”. (p.228). Es por esta razón que es muy importante comprender y conocer desde el punto de vista mercadológico acerca de lo que implica una percepción, para que así de esta manera se puedan detectar de forma fácil los factores que inducen al que el cliente o el consumidor obtenga su compra.

También estos autores hacen referencia que existen una gran variedad de ciertas influencias que se destacan en la percepción de un cliente como son la primera impresión que este tiene de acuerdo a la atención que le brinda el personal ya sea en un servicio o en una compra, la apariencia física, las conclusiones que se dan o efectúan de una manera apresurada y también encontramos los estereotipos.

Por lo tanto se puede concluir que las expectativas y también las percepciones que tiene un cliente juegan un rol muy esencial e importante en el marketing porque ayuda a mejorar la atención que se brinda en una empresa, por otra parte encontramos que la calidad del servicio es medida una vez que el cliente percibe su atención mediante las expectativas que este tenga, para esto las empresas deben medir seguidamente la satisfacción de sus clientes, implementando mejoramientos de forma continua para ofrecer mejores servicios distinguiéndose de la competencia sin elevar sus precios, de tal manera que permanecerán dentro del mercado compitiendo para alcanzar altos niveles de fidelización con sus clientes.

Esto hace referencia a la valoración que el cliente tiene mediante su grado de satisfacción y también mediante la calidad del servicio, es por eso que toda percepción siempre se encuentra relacionada con aquellas expectativas que el cliente tiene de acuerdo a su servicio.

#### **2.2.2.4 Definición de percepción del cliente**

Para Mora (2011) “se refiere a cómo valoran los clientes la calidad del servicio y su grado de satisfacción. Toda percepción está siempre relacionada con las expectativas del servicio que tiene el cliente” (p.148). También se dice que la percepción de un cliente siempre depende de cómo será atendido en la empresa ya que si estas percepciones son positivas será que el cliente ha sido bien atendido y querrá regresar, pero si la percepción es negativa entonces causará una molestia en el cliente que hará que este ya no vuelva a regresar de nuevo a ese lugar. Jaffe y Price (2015) afirman que “los clientes actuales demandan que las empresas con las que tratan los identifiquen y conozcan en cada interacción y en cada etapa de la relación. Las compañías que satisfacen esta necesidad cubren el primer requerimiento del cliente”. (p.39)

#### **2.2.2.5 Técnicas de atención al cliente**

##### **a) Técnica para un trato personalizado**

Como bien se dice el ser tratado bien habla mucho de la persona, como por ejemplo cuando tú vas a la casa de un amigo y te tratan como en tu casa te sientes satisfecho del trato pero si te miran con malas caras o no te atienden de la forma que esperabas te vas a sentir mal y no vas a regresar, de igual manera pasa en las empresas si tú vas a adquirir un producto y te atienden bien vas a querer regresar siempre pero si no te atienden bien vas a querer irte a otra tienda, por eso una buena técnica es que si los clientes llegan seguido a la empresa a comprar el personal que labora ahí ya debería de grabarse los nombres para que cuando llegue esa persona la llame por su nombre y así ir generando confianza.

##### **b) Técnica para ofrecer una atención amable**

Siempre el personal que labora en la empresa tiene que tener una atención amable al cliente haciéndolas sentir cómodas, sintiéndose como en casa, para esto el personal que atiende tiene que tratar al cliente de una forma respetuosa, con mucho interés, haciéndole saber sus dudas que tenga y ayudándolos a resolverlas. Transmitiendo una sonrisa, felicidad en el cliente ya que eso es muy satisfeco.

**c) Técnica para una buena actitud y presencia**

Una buena postura corporal hace que la persona se vea bien, también su vestimenta hace que la presentación del trabajador sea buena ante el cliente, su ánimo del trabajador se expresa mediante sus gestos y su físico.

**d) Técnica para escuchar mejor**

Siempre el trabajador debe escuchar todo lo que le cliente desea sin que este lo interrumpa, también los buenos modales son importantes, ofrecer las disculpas cuando sea necesario, resolver los problemas que ellos tengan y escucharlos al momento que deán un reclamo o sugerencia.

**e) Técnica para dar solución**

Si bien recordamos en tiempos anteriores cuando una persona iba al dentista siempre salíamos y el doctor nos daba un caramelo para contentarnos, de igual modo ahora la empresa da como beneficios cupones, promociones, o algún sorteo que haga que los clientes se sientan cómodos con su atención, pero lo importante ahora no es eso, sino un buen beneficio es tener un excelente servicio dentro de la empresa.

**f) Técnica de explicación**

Observar las solicitudes que desea el cliente es muy importante porque ahí se ve el producto que más desea y así ayuda a la empresa, el cliente mediante esta solicitud da una explicación de lo que ellos están buscando por lo tanto esto genera ventajas en la empresa.

**g) Técnica para empatizar**

Lo primero que se debe de hacer es reconocer el problema que tiene el cliente para poder deducirlo y entenderlo de la mejor manera esto ayudara a que el cliente se sienta mejor.

**h) Técnica de interrogación**

Para esta técnica es importante generar una serie de preguntas que ayude a conocer el problema que tiene el cliente, siempre se debería hacer preguntas desde cuando se inicia la conversación, durante el problema y al finalizar esto servirá de mucha ayuda para el personal que labora en la empresa y se encarga de recibir al cliente.

Villalobos (2019) afirma que: “las técnicas de atención al cliente son parte de la estrategia empresarial para acercar a tu cliente. ¡Si algo recordamos de un buen servicio son las formas de ser tratados!” (p.11).

### **2.2.2.6 Importancia de la satisfacción al cliente**

Thompson (2006) afirma:

En la actualidad, lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener «satisfecho a cada cliente» ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia. (p.3)

La satisfacción en el cliente es muy importante pues las empresas deben conocerla, para esto todas las personas que laboran en una empresa deben conocer los beneficios que conlleva la satisfacción al cliente, deben conocer cuáles son las satisfacciones del cliente, es decir deben estar atentos en lo que el cliente desea, muchas veces lo que busca el cliente es adquirir un buen producto que sea de calidad, que siempre la empresa este innovando, que cuando el cliente vaya a la empresa tenga un buen servicio por parte del personal, todo esto tiene que tener en cuenta la empresa para poder llegar al objetivo que se proponga. Prats (2011) afirma que “hay clientes que directamente van a buscar lo más barato, en confianza de que si está en el mercado será lo suficientemente bueno y otros simplemente se conforman con una calidad menor”. (p.18)

### **2.2.3 MYPES**

Herrera (2018) nos indica que la micro y pequeñas empresas son aquellas que se encuentran formadas por personas naturales como también por personas jurídicas, que se encargan de la realización de actividades con el fin de alcanzar sus objetivos planteados. Esta es una ley que fue creada por el Estado donde tienen como finalidad poder impulsar a las micro y pequeñas empresas a crecer en sus ventas según el rubro que se desempeñen destacándose de la competencia, del mismo modo sirve para que sean formalizadas y legales contribuyendo así en las oportunidades laborales.

Las micro y las pequeñas empresas en el Perú se rigen por medio de la Ley MYPE que es la Ley de Promoción y Formalización de la micro y pequeña empresa, aquí mediante esta ley encontramos que las microempresas son aquellas que están constituidas por 1 hasta 10 trabajadores y por otro lado las pequeñas empresas se constituyen por 1 hasta 100 trabajadores. Asimismo, nos detallan que las ventas que se efectúan anualmente en las microempresas pueden

tener como máximo 150 UIT y en cambio las pequeñas empresas su monto máximo es hasta 1700 UIT.

A continuación, se mencionará una tipología de las Mypes:

- Las mypes de acumulación son aquellas que tienen la capacidad de poder generar utilidades para así de esta manera mantener su capital tanto el que se invirtió como también su capital original, estas cuentan con mayores servicios y tienen la capacidad de generar empleo con facilidad.
- La mype de subsistencia son lo contrario de la mype de acumulación ya que estas no tienen la capacidad de generar utilidades, estas empresas no poseen con la creación de empleo rápido.
- Los nuevos emprendimientos son aquellas empresas que tienen iniciativa para generar oportunidades ofreciendo sus servicios a la población, generando así de esta manera ingresos que ayuden a la empresa a crecer cada vez más innovando y diseñando nuevos productos, compitiendo en el mercado con grandes empresas y siendo reconocidos por sus clientes.

Actualmente en el Perú las micro y pequeñas empresas son muy importantes y fundamentales para la economía del país, ya que estas se encargan de aportar un 80% en el ámbito laboral, asimismo en la actualidad encontramos algunas empresas que se encuentran en el proceso de la formalidad para así contribuir con el crecimiento de nuestro país generando buenas expectativas.

Las actividades económicas que son realizadas en las mypes tienen una finalidad que es la de generar ingresos, es por esta razón que por cada empresa se debe de pagar un impuesto a la renta. Los pequeños negocios que se encuentran en el Perú son considerados como los

impulsores para el crecimiento económico, decir que cuando se inicia un negocio el empresario o dueño de este genera mayor demanda en mano de obra, además de esto las ventas se incrementan logrando así alcanzar sus metas planteadas. Sin embargo, también estas mypes tienen que pasar por una serie de obstáculos que limitan su estabilidad en el mercado.

En los últimos años las mypes en el Perú se han visto impactadas debido a la crisis económica que se generó a raíz de la pandemia del COVID 19, por esta razón muchas tuvieron que cerrar y otras se desempeñaron en otro rubro para poder generar ingresos y asimismo se observó como la informalidad de mypes aumentó ya que se generó por la reducción de la productividad con la que se destacaban las empresas.

## **2.3 Marco conceptual**

### ***2.3.1 Calidad***

La calidad que tiene un producto o servicio es esencial para satisfacer las necesidades de los clientes ya sean organizaciones o como también individuos, es decir es un valor agregado a un producto buscando la excelencia, agregando un buen diseño, garantizando un trabajo bien realizado y cumpliendo con aquellos requisitos que el cliente tiene. Vargas (2011) redacta que “A medida que el mundo se hace cada vez más competitivo y que las técnicas de fabricación se copian con mayor facilidad, ofreciendo cada empresa su mejor calidad en sus productos o servicios”. (p.86)

### ***2.3.2 Gestión de Calidad***

La gestión de calidad se basa en el conjunto de actividades que son realizadas por la dirección de una empresa u organización para así de esta manera determinar los objetivos

planteados y poder alcanzar las metas propuestas, designando al personal de la empresa sus responsabilidades mediante la política de calidad. La gestión de calidad no solamente se encarga de gestionar aquellos productos o servicios, sino que este también se encarga de administrar a la empresa, de esta manera mejorando el sistema que ofrece la organización para su calidad que ofrecen a sus clientes. Asimismo, la autora Martínez (2010) indica que “el sistema de gestión de calidad es el conjunto de normas interrelacionadas de una empresa u organización, por los cuales se administra de forma ordenada la calidad de la misma”. (p.111)

### ***2.3.3 Atención***

La atención se puede redactar en diferentes conceptos como la atención que tienes al momento de leer un libro o al observar alguna película. Pero también tenemos lo que es la atención al cliente que es sumamente importante en una empresa u organización. Asimismo, la autora Goodman (2014) redacta que “la atención es un término que se mide por las expectativas que el individuo o empresa tiene, por ejemplo, cuando sus expectativas son bajas, se puede sentir insatisfecho por lo tanto no recibe una buena atención”. (p.42)

### ***2.3.4 Cliente***

El cliente es aquella persona, empresa u organización que se encarga de realizar la adquisición de algún bien o servicio ya sea de forma voluntaria o como también por obligación, es por esta razón que se comercializa, diseñan y se producen productos tangibles e intangibles para satisfacer las necesidades de sus clientes cumpliendo con sus expectativas. Según el autor Martínez (2016) indica que “la palabra cliente se refiere únicamente a: consumidores, estudiantes, pasajeros, comensales, pacientes, usuarios, es decir, denominaciones con las que se ha conocido a quienes adquieren productos y servicios a otras personas (naturales o jurídicas)”. (p.12)

### **2.3.5 Atención al cliente**

Atender al cliente es muy importante y fundamental en la imagen que se le presenta al cliente, asimismo reconocer las necesidades es esencial para poder identificar qué tipo de cliente es, ya que usualmente es aquella persona que adquiere una compra con frecuencia en una empresa, o como también puede ser una persona que solo compra en ciertas ocasiones. El cliente es la razón por la que las empresas se encargan de producir, fabricar y también comercializar productos o servicios según al rubro que se desempeñen, para esto los trabajadores de las organizaciones deben de brindar una excelente atención a sus clientes porque de lo contrario ellos se irán a la competencia a buscar lo que necesiten. Según el autor Pisonero (2015) indica que los clientes “a la hora de comprar, se ven motivados por diversos factores, como el interés económico, la comodidad, el afecto, la seguridad. Por tanto, hay que conocer la motivación que tengan los clientes porque ésta es la que hace el proceso de decisión de compra”. (p.162)

### **2.3.6 MYPE**

Las Mypes son micro y pequeñas empresas que dependen de las personas para así lograr un bienestar económico estable. Las mypes son aquellas que constituyen un grupo de empresas que se desarrollan en la creación del empleo, para así generar ingresos y asimismo satisfacer las necesidades que se presenten, también se encargan de formar grandes empresarios a nivel nacional. Según los autores Hermani y Hamann (2013) indica que “las micro y pequeñas empresas en el Perú son aquellas que están constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades”. (p.3)

### **2.3.7 Veterinaria**

Las veterinarias y sobre todo los médicos veterinarios son importantes y fundamentales para diagnosticar los problemas que se presenten en la salud de los animales, del mismo modo

inspeccionan el control de los alimentos balanceados con los que deben de alimentarse, ya que debido al mal cuidado que se les da los animales están expuestos a enfermedades. Según la autora Becerra (2010) redacta que “las veterinarias son aquellas que deben seguir minuciosamente precauciones de seguridad convencionales, para el bienestar de los animales”.  
(p.5)

### **III. Hipótesis**

En esta investigación presentada no se encuentran hipótesis por la razón que es una investigación de tipo descriptiva. Hernández (2010) en su libro que lleva como título “Metodología de la Investigación” nos dice que las investigaciones que son de tipo descriptiva no llevan hipótesis, salvo nosotros siendo los investigadores podamos encontrar si existe alguna relación entre las hipótesis y alguna de las variables, pero como nos dice generalmente no se encuentran hipótesis en los trabajos de investigación de tipo descriptiva.

## IV. Metodología

### 4.1 Diseño de la investigación

La investigación fue de tipo cuantitativa, ya que mediante este tipo de investigación se recolectó información para así determinar las dimensiones y los beneficios externos de la gestión de calidad, la percepción y las técnicas de atención al cliente que se da en la Veterinaria Sullana.

Es de tipo cuantitativa porque nos ayudó a recolectar y así también se analizó la información de las variables gestión de calidad y atención al cliente por medio de un cuestionario a los clientes de la Veterinaria Sullana. Monje (2011) afirma que:

Una investigación cuantitativa usualmente parte de las variables que hacen parte del problema que se estudia. Su constatación se realiza mediante la recolección de información. El análisis de la información recolectada tiene por fin determinar el grado de significación de las relaciones previstas entre las variables. (p.14)

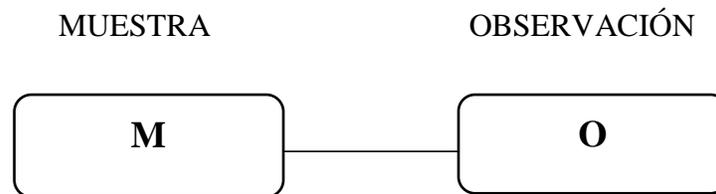
En la investigación se utilizó el nivel descriptivo, este se encargó de poder describir la situación actual de la empresa que se está estudiando. Arias (2016) señala que:

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (p.26)

El diseño que se utilizó en esta investigación es no experimental, por lo que no se manipuló ninguna variable de la investigación, solo se encargó de poder observar el problema y así de tal manera se describió conforme este se presenta. Hernández et al. (2006) afirma:

Este tipo de investigaciones no manipula deliberadamente las variables que busca

interpretar, sino que se contenta con observar los fenómenos de su interés en su ambiente natural, para luego describirlos y analizarlos sin necesidad de emularlos en un entorno controlado. Quienes llevan a cabo investigaciones no experimentales cumplen más que nada un papel de observadores. (p.243)



**Donde:**

**M=** Muestra: Clientes

**O=** variables: Gestión de calidad y Atención al cliente

## 4.2 Población y muestra

### 4.2.1 Población

En la investigación que se realizó se tomó como población a los clientes de la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, la misma que estuvo conformada por una población infinita para las dos variables en estudio, las cuales son Gestión de Calidad y Atención al Cliente, porque no se conoce el número exacto de los clientes. Hernández (2013) afirma:

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio. (p.2)

### 4.2.2 Muestra

Martínez (2012) concluye que:

Una muestra es simplemente un subconjunto de la población. La muestra debe ser representativa de la población de donde se extrajo y debe tener el tamaño adecuado para garantizar el análisis estadístico. La función principal de la muestra es permitir que los investigadores lleven a cabo el estudio de los individuos de la población de manera tal que los resultados de su estudio puedan ser utilizados para sacar conclusiones que se aplicarán a toda la población. (p.4)

Hernandez et al. (2014) nos menciona que la muestra probabilística es aquella que se elabora mediante una fórmula estadística para determinar el número exacto de las personas u empresas a encuestar.

En la investigación que se realizó se utilizó el muestreo aleatorio simple por lo que se trabajó con población desconocida, por tal razón para las variables en estudio Gestión de Calidad y Atención al Cliente se empleó una muestra infinita porque no se tendrá conocimiento del número exacto con que estuvo conformada la población. Para determinar la muestra se aplicó el muestreo probabilístico donde se aplica la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

**Donde:**

Z	1.65
p	0.50
q	0.50

e        0.1

n: Valor por determinar el cual vendría hacer el tamaño de aquella muestra.

Z: Es el valor que se obtiene de acuerdo al grado de confianza.

p: Probabilidad de un éxito.

q: Probabilidad de un fracaso.

e: Límite de error máximo que es tolerable.

La aplicación de la muestra es de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{1.65^2 (0.50) (0.50)}{(0.1)^2}$$

$$n = 68$$

#### **4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores**

VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
GESTIÓN DE CALIDAD Pola (2009) menciona que esta definición se refiere a la calidad de un producto para que esté sea consistente y de esta manera tenga una buena organización.	<b>Dimensiones de la gestión de calidad:</b> son muy importantes porque nos ayuda a poder percibir las expectativas que tiene el cliente para así comprar un producto o tener un buen servicio.  <b>Beneficios de la gestión de calidad:</b> permite controlar de manera más eficaz los procesos y mejorarlos.	Eficacia	Producto	¿Los productos que le brinda esta veterinaria son eficaces para el tratamiento de su mascota?	C U E S T I N A R I O
		Características	Llamativo	¿Considera que la veterinaria cuenta con características llamativas que puedan atraer nuevos clientes?	
		Fiabilidad	Empresa	¿Cuándo le han ofrecido un producto de esta empresa ha sido fiable?	
		Conformidad	Diseño	¿Usted está conforme con el diseño de ropa que le ofrece la veterinaria para sus mascotas?	
		Durabilidad	Calidad	¿Los productos que le ofrecen esta veterinaria son duraderos y de buena calidad?	
		Facilidad	Servicio	¿Su mascota se adapta con facilidad a los servicios que brinda la empresa?	
		Estética	Cliente	¿El local cumple con una buena estética para satisfacer al cliente?	
		Calidad	Impresión	¿Cuándo llegó por primera vez a esta veterinaria, la calidad del servicio le dio una buena impresión?	
		Confianza	Seguridad	¿Se siente seguro de confiarles su mascota al personal que labora en esta empresa?	
		Imagen	Mejora	¿Considera que esta empresa necesita mejorar en algo para alcanzar sus expectativas?	
Fidelidad	Herramientas	¿La fidelidad que le tiene a la empresa depende de las herramientas que usan?			
Posición competitiva	Mercado	¿Considera que la empresa se encuentra en una buena posición competitiva en el mercado?			
Exigen	Gestión de calidad	¿Cree que la mayor parte de los clientes exigen un sistema actualizado?			

VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
ATENCIÓN AL CLIENTE Ramos (2014) dice que la atención al cliente es aquel servicio que brinda las empresas bien sean comercializadas o que prestan cualquier tipo de servicios a sus clientes.	<b>Percepciones:</b> es “la actitud, que impulsa al individuo a adquirir un servicio.  <b>Técnicas de la atención al cliente:</b> son parte de la estrategia empresarial para acercar a un cliente.	Percepción	Atención	¿Percibe usted que la atención brindada por la veterinaria es de su total agrado?	C U E S T I N A R I O
		Personal	Empresa	¿El personal de la empresa muestra disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?	
		Expectativas	Precios	¿La empresa es cuidadosa de no poner precios que eleven las expectativas?	
		Trato	Personalizado	¿Cuándo usted acude a esta veterinaria la tratan con una atención personalizada?	
		Ofrecer	Atención	¿El personal que labora en esta empresa le ofrece una buena atención?	
		Actitud	Presencia	¿Cree que los empleados de esta veterinaria deben tener una buena actitud con los clientes?	
		Reclamo	Sugerencia	¿Cuándo realiza una sugerencia es escuchado con atención y con respeto?	
		Técnica	Beneficios	¿La empresa ofrece beneficios para que ustedes regresen?	
		Solicitudes	Ventajas	¿La atención que la empresa le ofrece genera ventajas para usted?	
		Reconocer	Problema	¿Cuándo ha tenido un problema los trabajadores le han dado solución?	
	Preguntas	Conversación	¿La conversación que tiene con el personal durante un problema le ayuda a resolver sus preguntas?		

## **4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### ***4.4.1 Técnicas:***

La técnica que se utilizó en esta investigación para la recolección de datos es la encuesta con una escala liker por lo que esta permitió obtener de una manera más precisa la información acerca de las opiniones de los clientes que llegan a la Veterinaria Sullana.

Fernández (2015) define que la encuesta es “una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población” (p.4).

### ***4.4.2 Instrumentos:***

En esta investigación el instrumento que se utilizó fue un cuestionario el cual estuvo conformado por preguntas de las dos variables que son gestión de calidad y atención al cliente.

Américo (2000) afirma que: “un cuestionario bien modificado debe contener la información exacta con respecto a las variables. Por tanto, la codificación permite saber, una vez recogidos los datos el número total de respuestas a analizar.” (p.271)

## **4.5 Plan de análisis**

Rodríguez et al. (20015) afirman:

Un plan de análisis de datos es la fase que sigue al trabajo de campo y que precede a la elaboración del informe de investigación el análisis de datos está configurado en torno a tres grandes tareas: 1) Reducción de datos. 2) Disposición y transformación de los datos.

### 3) Obtención de resultados y verificación de conclusiones. (p.138)

Este trabajo de investigación que se realizó es de análisis descriptivo, para poder ejecutar un plan de análisis se efectuó de acuerdo a los resultados que se obtuvieron en las encuestas de las opiniones de los clientes de la Veterinaria Sullana, para esto se tabularon los resultados, de igual manera se presentaron mediante figuras con ayuda de procedimientos estadísticos, para obtener este procedimiento se utilizó el programa de Excel y también el programa de SPSS.

#### 4.6 Matriz de consistencia

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	UNIVERSO Y MUESTRA	DISEÑO	TECNICA Y INSTRUMENTO
¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020?	<p><b>OBJETIVO GENERAL:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.</li> </ul> <p><b>OBJETIVOS ESPECIFICOS:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Describir las dimensiones de gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.</li> <li>Identificar los beneficios externos de la gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.</li> <li>Describir las percepciones de la atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.</li> <li>Describir las técnicas de atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.</li> </ol>	GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE	<p><b>UNIVERSO:</b></p> <p>El universo que estuvo conformado para ambas variables fueron los clientes de la Veterinaria Sullana.</p> <p><b>MUESTRA:</b></p> <p>La muestra para ambas variables en estudio estuvo conformada por 68 clientes de la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020. Para calcular el número de clientes se obtuvo mediante la siguiente fórmula:</p> $n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$	<p><b>Tipo de investigación:</b></p> <p>Cuantitativa</p> <p><b>Nivel de investigación:</b></p> <p>Descriptivo</p> <p><b>Diseño:</b></p> <p>No experimental – transversal.</p>	<p><b>TECNICA:</b></p> <p>La técnica que se utilizó en la presente investigación fue la encuesta.</p> <p><b>INSTRUMENTO:</b></p> <p>El instrumento que se utilizó en la presente investigación fue el cuestionario.</p> <p><b>ESCALA DE MEDICIÓN:</b></p> <p>La escala de medición que se utilizó en la presente investigación fue la escala de Liker.</p>

## 4.7 Principios éticos

Los principios como bien se sabe son reglas que nos ayuda a poder orientar nuestras acciones, una acción que hace el ser humano se le llama principio ya sea una acción de felicidad o una acción beneficiosa. El Comité Institucional de Ética en Investigación (2021) aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica, el 13 de enero del 2021 concluye que: “el Código de Ética para la Investigación tiene por objeto proporcionar lineamientos para establecer las normas de conducta de los investigadores (estudiantes, egresados, docentes, formas de colaboración docente y no docentes o personas jurídicas)” (p.2). Amaya et al. (2018) nos dice que los principios éticos son decisiones primordiales en los integrantes de una comunidad bien sea científica o como también profesional los cuales deben ser considerados dentro de sus deliberaciones que ellos tengan. (p.2)

Los principios que nos brinda el código de ética de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote son los siguientes:

### **Protección de la persona:**

Cada una de las personas de las investigaciones deben de ser respetadas manteniendo su identidad con una confiabilidad y privacidad, este principio se encarga de acatar la decisión voluntaria de la persona sin ser obligada, respetando sus derechos.

Se respetó a los clientes de la Veterinaria Sullana al momento de aplicar la encuesta, manteniendo su privacidad, sin ser obligados a contestar las preguntas planteadas.

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

En este principio lo primordial es que las personas que forman parte de la presente investigación tienen el derecho de estar informado sobre aquellos propósitos para el cual será utilizada la información brindada, como al mismo tiempo tienen la libertad de escoger si quieren participar por su propia voluntad sino será respetada su decisión.

Este principio se utilizó para pedir el permiso al dueño de la Veterinaria Sullana mediante el consentimiento informado expresando lo que se iba a realizar con sus clientes y asimismo brindándole la información necesaria en caso ocurra algún inconveniente durante la investigación.

**Beneficencia y no maleficencia:**

Aquí se debe garantizar el bienestar de aquellas personas que brinden su colaboración en las investigaciones. El comportamiento del investigador debe de no causar daño.

En esta investigación se respetó la decisión de los clientes al momento de ser encuestados, del mismo modo se mantuvo una conducta respetable con el dueño y los trabajadores de la Veterinaria Sullana.

**Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad:**

Las investigaciones que se realicen deben de respetar el cuidado del medio ambiente como lo son las plantas, los animales y así evitar algún daño.

Aquí en esta investigación si se respetó la integridad de los animales debido que se realizó la investigación en una Veterinaria.

**Justicia:**

El investigador debe realizar un juicio moderado y así también debe de actuar con cuidado necesario para asegurar que no se realicen prácticas injustas.

En esta investigación se realizaron prácticas justas sin perjudicar a las personas involucradas, asimismo respetando su privacidad.

**Integridad Científica:**

La integridad no solo se debe basar en lo que es la actividad científica de un investigador, sino que este se debe ampliar tanto a sus actividades profesionales y a sus actividades de enseñanza.

La integridad que comunica el investigador en esta investigación es real.

## V. Resultados

### 5.1 Resultados

**Tabla 1**

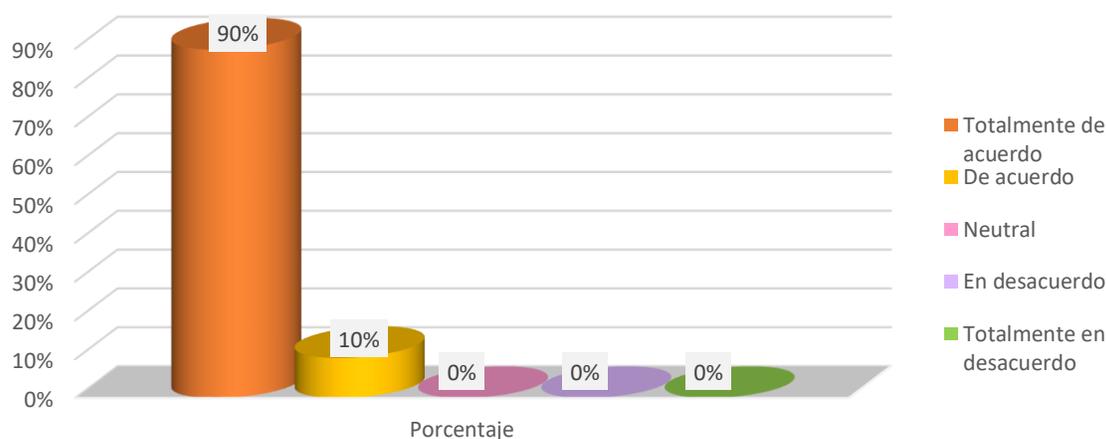
*Productos eficaces que brinda la veterinaria*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	61	89.7%
De acuerdo	7	10.3%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	0	0.0%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 1**

*Productos eficaces que brinda la veterinaria*



**Nota:** Tabla 1

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 1, se señala que del 100%, el 89.7% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con los productos que le brinda la empresa porque estos son eficaces para el tratamiento de su mascota, mientras que un 10.3% están solo de acuerdo con respecto al tema. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la Veterinaria Sullana ofrece productos de calidad para las mascotas.

**Tabla 2**

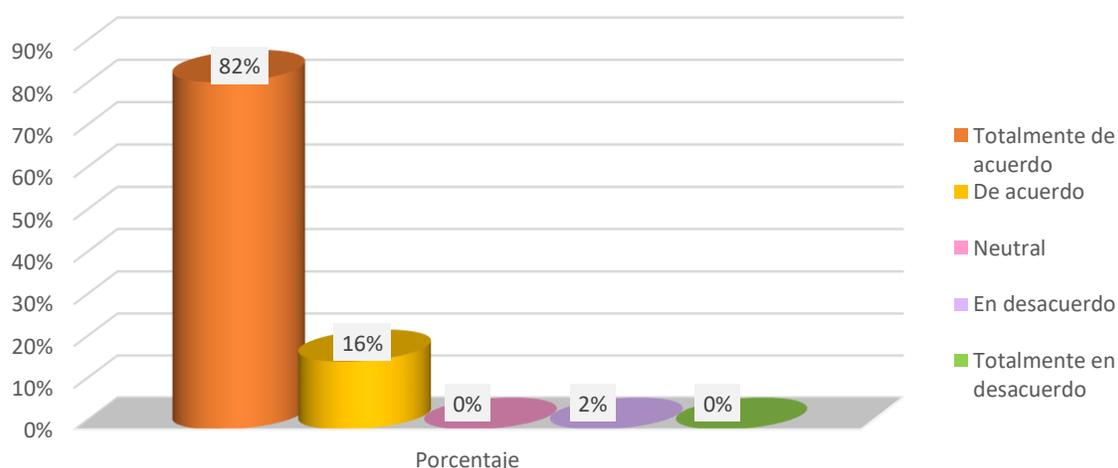
*La veterinaria cuenta con características llamativas*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	56	82.4%
De acuerdo	11	16.2%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	1	1.5%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 2**

*La veterinaria cuenta con características llamativas*



**Nota:** Tabla 2

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 2, se señala que del 100%, el 82.4% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con las características llamativas que cuenta la empresa para así atraer nuevos clientes, mientras que un 16.2% están solo de acuerdo y asimismo se visualiza que el 1.5% están en desacuerdo con respecto al tema. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la Veterinaria Sullana si cuenta con un local que tiene características llamativas para los clientes.

**Tabla 3**

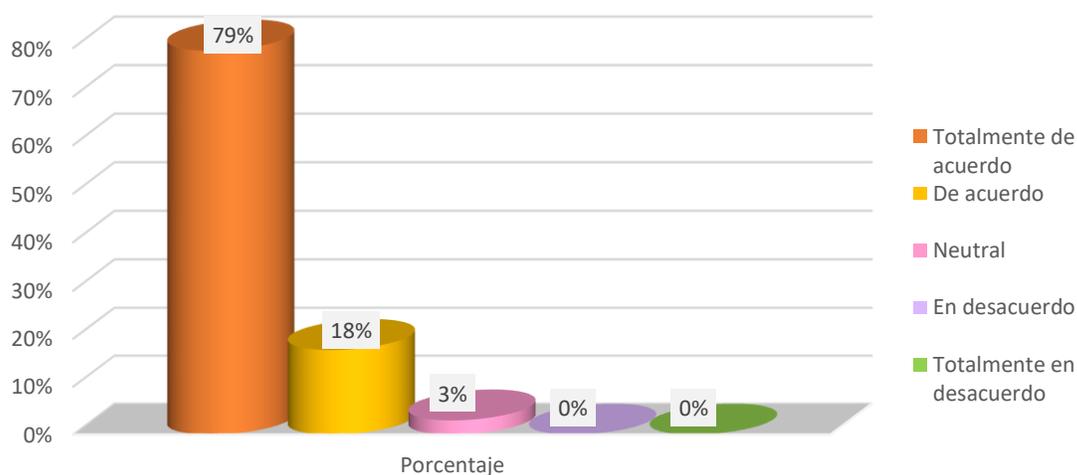
*Los productos que ofrece la empresa son fiables*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	54	79.4%
De acuerdo	12	17.6%
Neutral	2	2.9%
En desacuerdo	0	0.0%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 3**

*Los productos que ofrece la empresa son fiables*

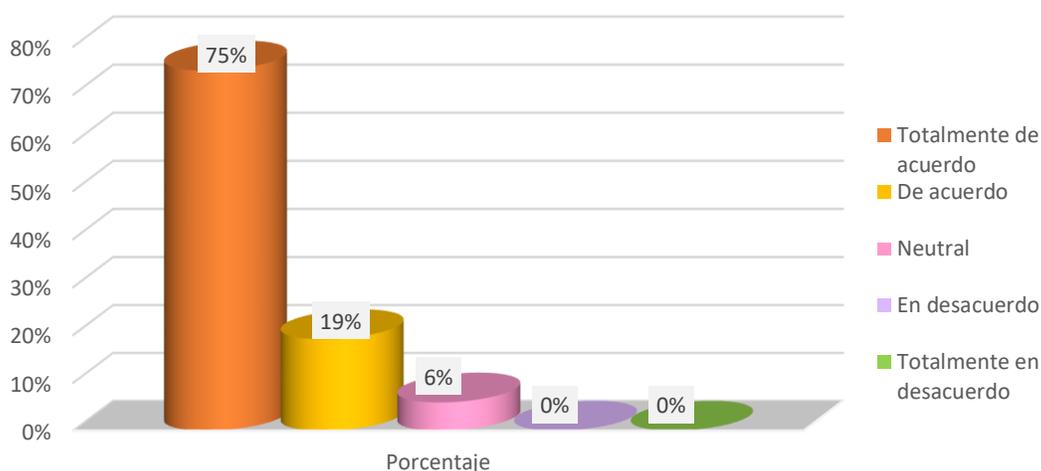


**Nota:** Tabla 3

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 3, se señala que del 100%, el 79.4% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con los productos que ofrece la empresa porque son fiables, mientras que un 17.6% están solo de acuerdo y asimismo se visualiza que el 2.9% tienen un comentario neutral con respecto si los productos son fiables. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la Veterinaria Sullana si brinda productos que son confiables para el tratamiento de las mascotas.

**Tabla 4***Está conforme con el diseño de ropa*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	51	75.0%
De acuerdo	13	19.1%
Neutral	4	5.9%
En desacuerdo	0	0.0%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.**Figura 4***Está conforme con el diseño de ropa***Nota:** Tabla 4

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 4, se señala que del 100%, el 75.0% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con el diseño de ropa que ofrece la veterinaria para sus mascotas, mientras que un 19.1% están solo de acuerdo con el diseño y asimismo se visualiza que el 5.9% tienen un comentario neutral con respecto al tema. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la Veterinaria Sullana si ofrece variedades de diseños de ropa para las mascotas.

**Tabla 5**

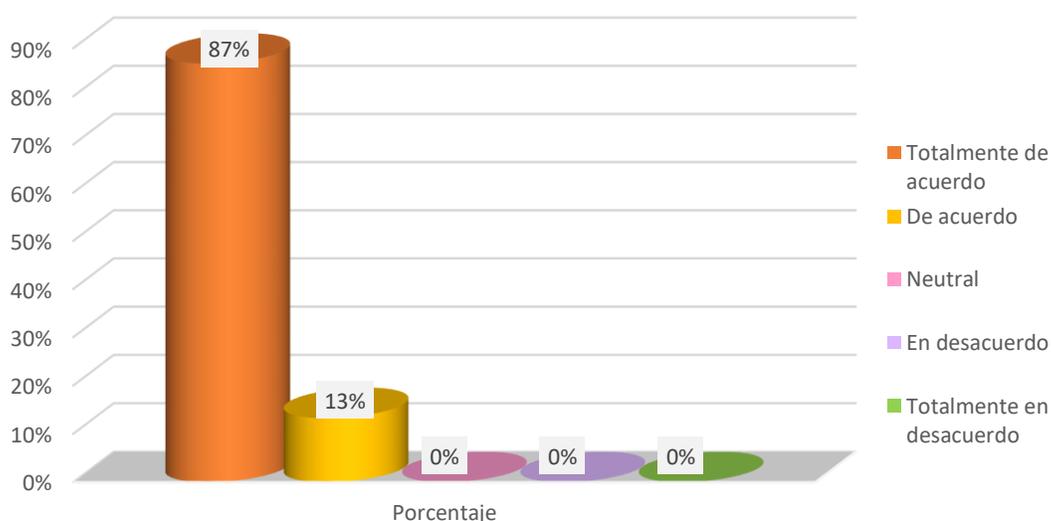
*Los productos son duraderos y de buena calidad*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	59	86.8%
De acuerdo	9	13.2%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	0	0.0%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 5**

*Los productos son duraderos y de buena calidad*



**Nota:** Tabla 5

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 5, se señala que del 100%, el 86.8% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con los productos que ofrece la empresa porque estos son duraderos y de buena calidad, mientras que un 13.2% están solo de acuerdo con los productos que ofrecen. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la Veterinaria Sullana ofrece productos duraderos y son de buena calidad.

**Tabla 6**

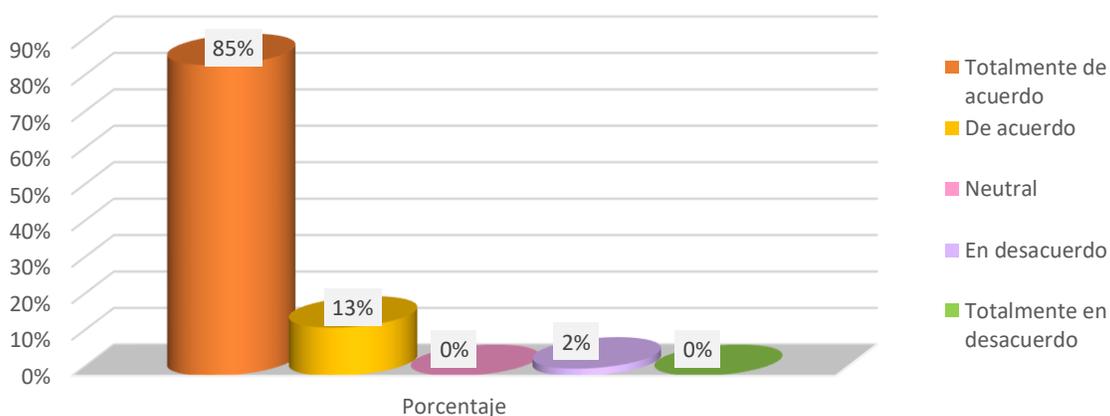
*Se adapta con facilidad su mascota a los servicios*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	58	85.3%
De acuerdo	9	13.2%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	1	1.5%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 6**

*Se adapta con facilidad su mascota a los servicios*



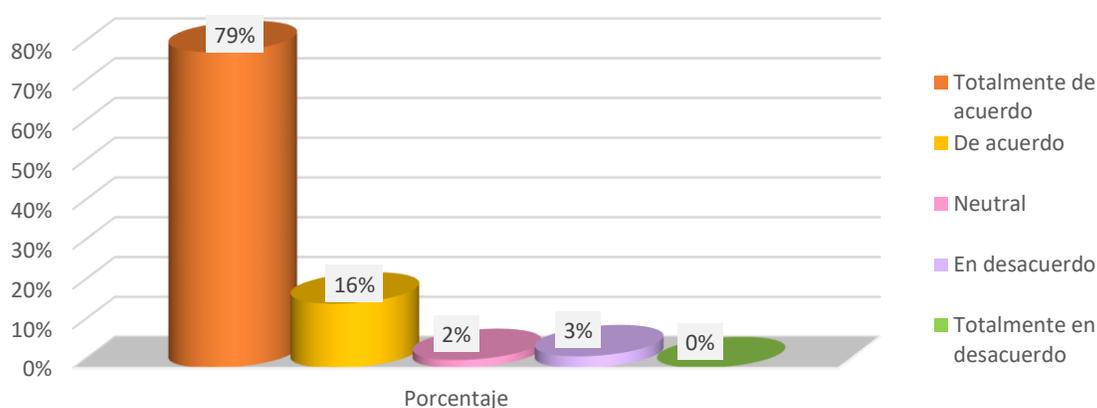
**Nota:** Tabla 6

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 6, se señala que del 100%, el 85.3% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con que sus mascotas se adaptan con facilidad a los servicios que brinda esta empresa, mientras que un 13.2% están solo de acuerdo y asimismo tenemos que un 1.5% están en desacuerdo con respecto a los servicios que brinda la empresa. Por lo tanto, se llega a la conclusión que las mascotas que llegan a la Veterinaria Sullana si se adaptan con facilidad a los servicios brindados.

**Tabla 7***El local cumple con una buena estética*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	54	79.4%
De acuerdo	11	16.2%
Neutral	1	1.5%
En desacuerdo	2	2.9%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 7***El local cumple con una buena estética*

**Nota:** Tabla 7

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 7 se señala que del 100%, el 79.4% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con el local de la veterinaria porque cumple con una buena estética para satisfacer a sus clientes, mientras que un 16.2% están solo de acuerdo, asimismo tenemos que un 1.5% tienen un comentario neutral con respecto a la estética que tiene el local. Del mismo modo se visualiza que el 2,9% están en desacuerdo en cuanto al tema. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la Veterinaria Sullana si cuenta con un local adecuado para satisfacer al cliente.

**Tabla 8**

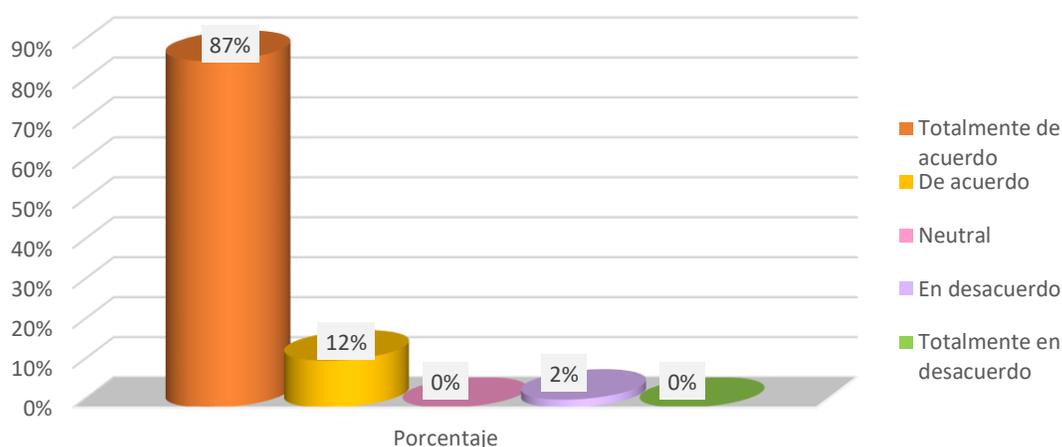
*La calidad del servicio le dio una buena impresión*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	59	86.8%
De acuerdo	8	11.8%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	1	1.5%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 8**

*La calidad del servicio le dio una buena impresión*

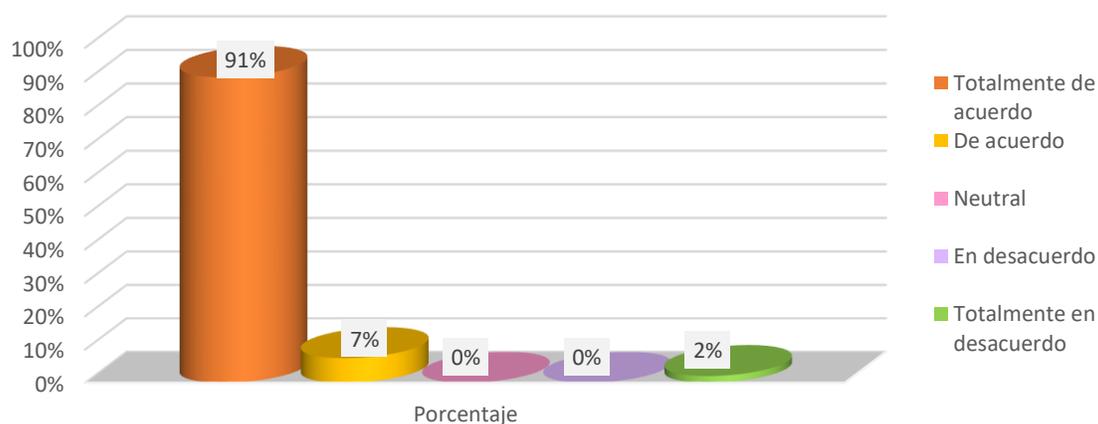


**Nota:** Tabla 8

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 08 se señala que del 100%, el 86.8% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo que cuando llegaron por primera vez a la veterinaria la calidad del servicio les generó una buena impresión, mientras que un 11.8% están solo de acuerdo y asimismo tenemos que un 1.5% están en desacuerdo con la calidad del servicio que brinda la veterinaria. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la Veterinaria Sullana si ofrece un servicio de calidad.

**Tabla 9***Confía en el personal de esta empresa*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	62	91.2%
De acuerdo	5	7.4%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	0	0.0%
Totalmente en desacuerdo	1	1.5%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.**Figura 9***Confía en el personal de esta empresa***Nota:** Tabla 9

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 9, se señala que del 100%, el 91.2% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo de confiarles su mascota al personal que labora en la empresa, mientras que un 7.4% están solo de acuerdo en confiarles su mascota al personal y asimismo tenemos que el 1.5% están totalmente en desacuerdo con respecto al tema. Por lo tanto, se llega a la conclusión que los clientes de la Veterinaria Sullana están seguros de confiarles a su mascota al personal.

**Tabla 10**

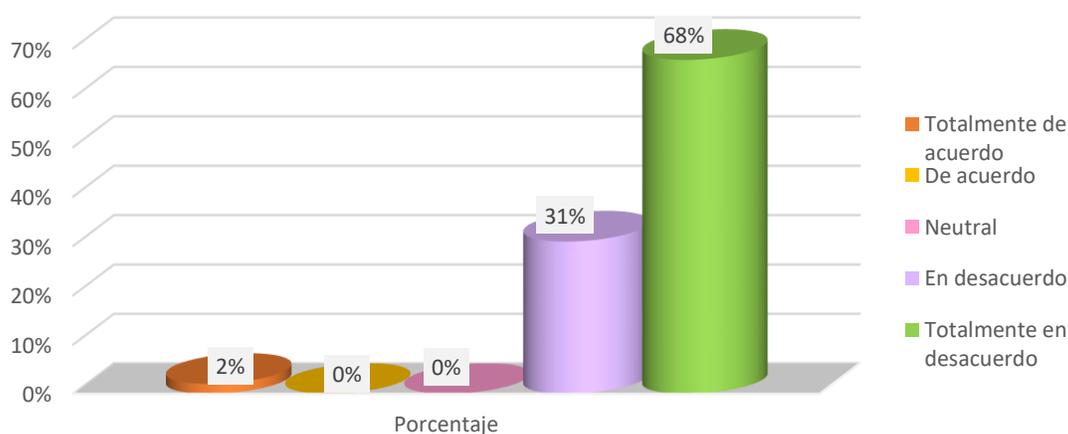
*Necesita mejorar la empresa para alcanzar sus expectativas*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	1	1.5%
De acuerdo	0	0.0%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	21	30.9%
Totalmente en desacuerdo	46	67.6%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 10**

*Necesita mejorar la empresa para alcanzar sus expectativas*



**Nota:** Tabla 10

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 10, se señala que del 100%, el 67.6% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente en desacuerdo en que la empresa necesita mejorar para alcanzar sus expectativas, mientras que un 30.9% están solo en desacuerdo y asimismo tenemos que el 1.5% están totalmente de acuerdo con respecto a que la empresa necesita mejorar. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la Veterinaria Sullana no necesita para satisfacer las necesidades del cliente ya que ellos ofrecen una buena atención.

**Tabla 11**

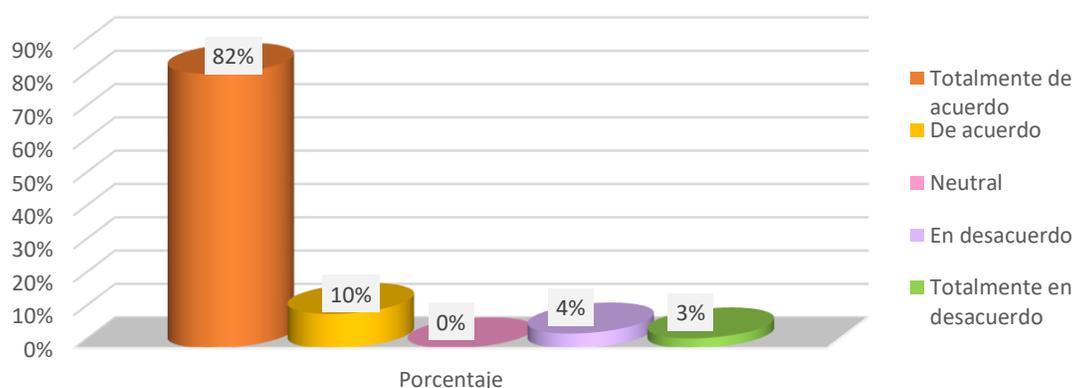
*La fidelidad depende de las herramientas que usan*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	56	82.4%
De acuerdo	7	10.3%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	3	4.4%
Totalmente en desacuerdo	2	2.9%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 11**

*La fidelidad depende de las herramientas que usan*



**Nota:** Tabla 11

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 11, se señala que del 100%, el 82.4% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo en que la fidelidad que le tienen a la empresa depende de las herramientas que usan, mientras que un 10.3% están solo de acuerdo, asimismo tenemos que un 4.4% están en desacuerdo con respecto a las herramientas que usan. Del mismo modo observamos que el 2,9% están en desacuerdo en cuanto al tema. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la fidelidad que los clientes tienen hacia la empresa depende de las herramientas que ellos utilizan durante su servicio.

**Tabla 12**

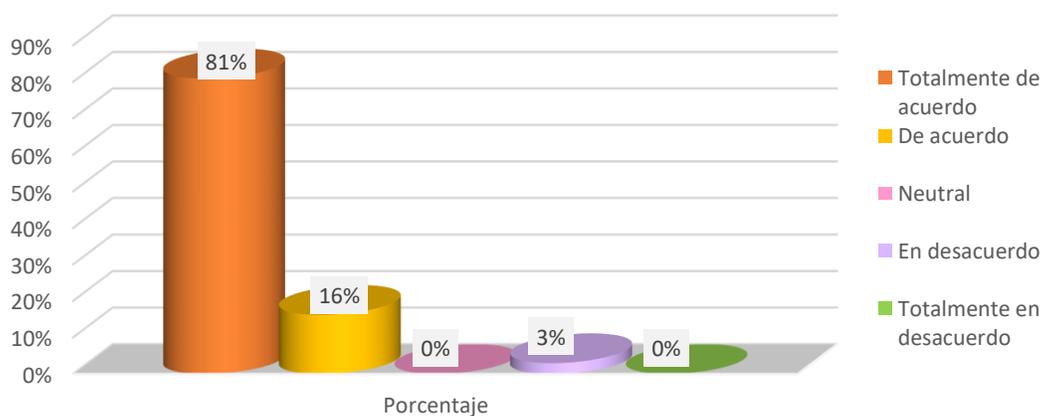
*La empresa tiene buena posición competitiva en el mercado*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	55	80.9%
De acuerdo	11	16.2%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	2	2.9%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 12**

*La empresa tiene buena posición competitiva en el mercado*



**Nota:** Tabla 12

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 12, se señala que del 100%, el 80.9% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo en que la empresa se encuentra en una buena posición competitiva en el mercado, mientras que un 16.2% están solo de acuerdo y asimismo tenemos que el 2.9% están en desacuerdo con respecto a la posición que se encuentra la empresa en el mercado. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la Veterinaria Sullana si se encuentra dentro de la competencia en el mercado por lo que es una empresa muy reconocida.

**Tabla 13:**

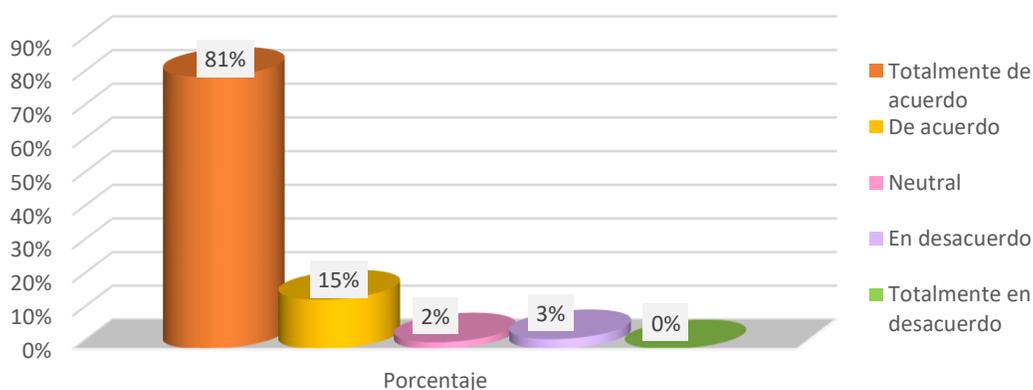
*La mayor parte de los clientes exigen un sistema actualizado*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	55	80.9%
De acuerdo	10	14.7%
Neutral	1	1.5%
En desacuerdo	2	2.9%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 13**

*La mayor parte de los clientes exigen un sistema actualizado*



**Nota:** Tabla 13

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 13, se señala que del 100%, el 80.9% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con que la mayor parte de los clientes exigen un sistema actualizado, mientras que un 14.7% están solo de acuerdo, asimismo tenemos que un 2.9% están en desacuerdo con respecto al sistema actualizado. Del mismo modo observamos que el 1,5% tienen un comentario neutral en cuanto al tema. Por lo tanto, se llega a la conclusión que los clientes que reciben los servicios de la Veterinaria Sullana exigen que esta cuente con un sistema actualizado.

**Tabla 14**

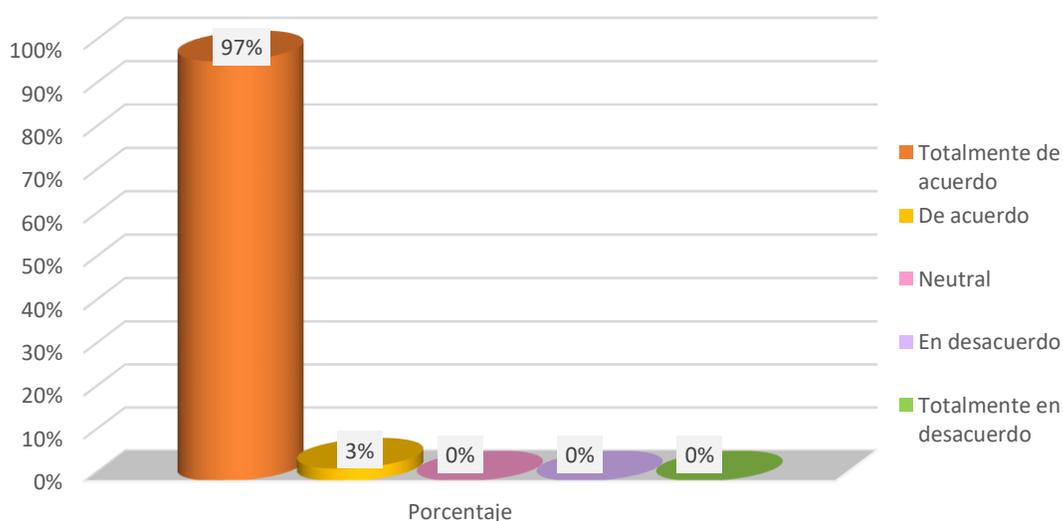
*La atención brindada por la veterinaria es de su total agrado*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	66	97.1%
De acuerdo	2	2.9%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	0	0.0%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 14**

*La atención brindada por la veterinaria es de su total agrado*



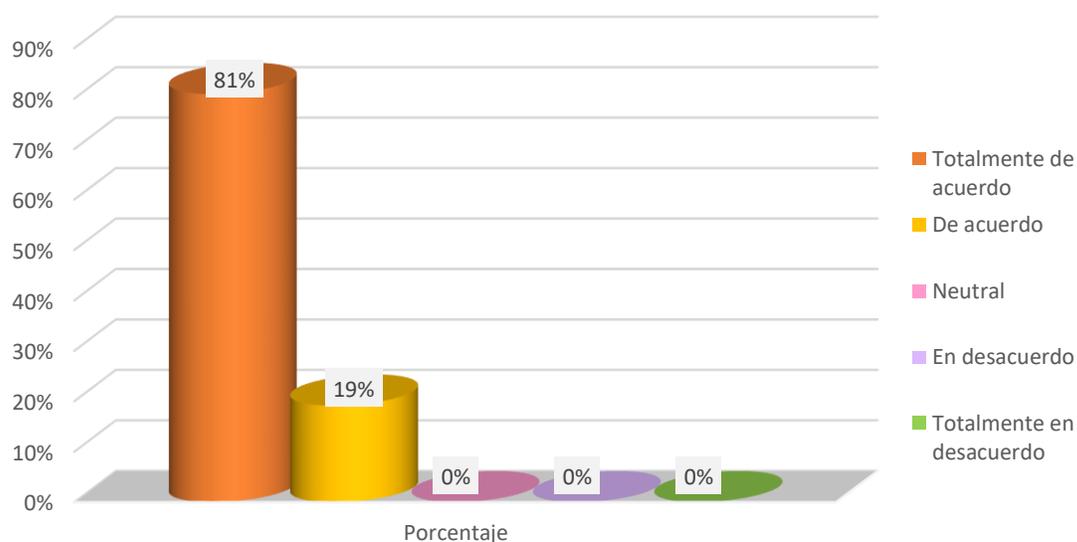
**Nota:** Tabla 14

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 14, se señala que del 100%, el 97.1% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo que la atención que brinda la veterinaria es de su total agrado, mientras que un 2.9% están solo de acuerdo con la atención que les brindan. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la Veterinaria Sullana si ofrece una excelente atención a sus clientes.

**Tabla 15***Disponibilidad del personal*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	55	80.9%
De acuerdo	13	19.1%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	0	0.0%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 15***Disponibilidad del personal*

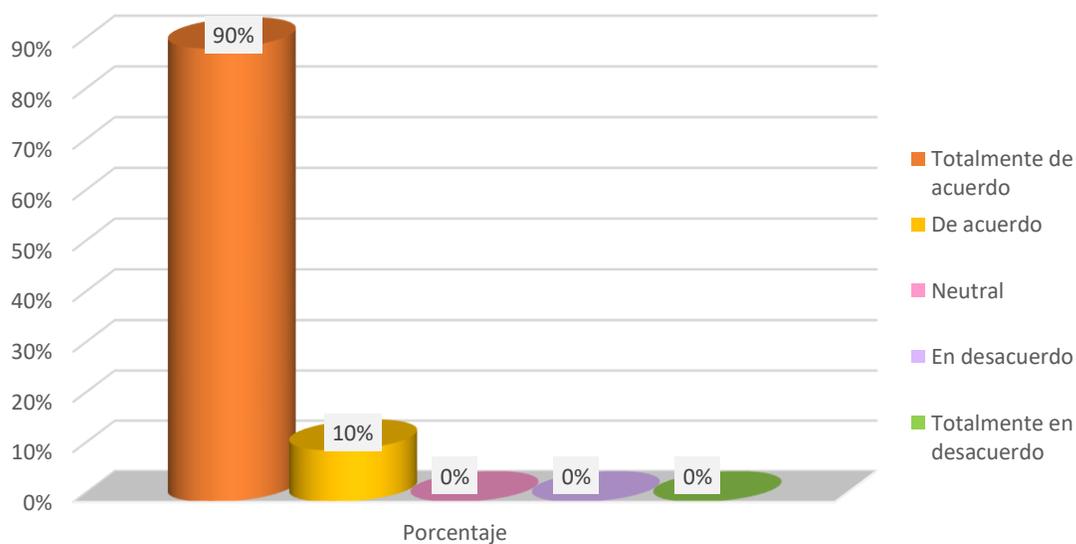
**Nota:** Tabla 15

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 15, se señala que del 100%, el 80.9% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con el personal de la empresa porque muestra disponibilidad para ayudarlo en lo que necesite, mientras que un 19.1% están solo de acuerdo con respecto al tema. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la Veterinaria Sullana muestra disponibilidad a sus clientes.

**Tabla 16***Expectativas de los precios*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	61	89.7%
De acuerdo	7	10.3%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	0	0.0%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 16***Expectativas de los precios*

**Nota:** Tabla 16

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 16, se señala que del 100%, el 89.7% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo en los precios que brinda la empresa porque cubren sus expectativas, mientras que un 10.3% están solo de acuerdo con respecto al tema. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la Veterinaria Sullana ofrece precios adecuados.

**Tabla 17**

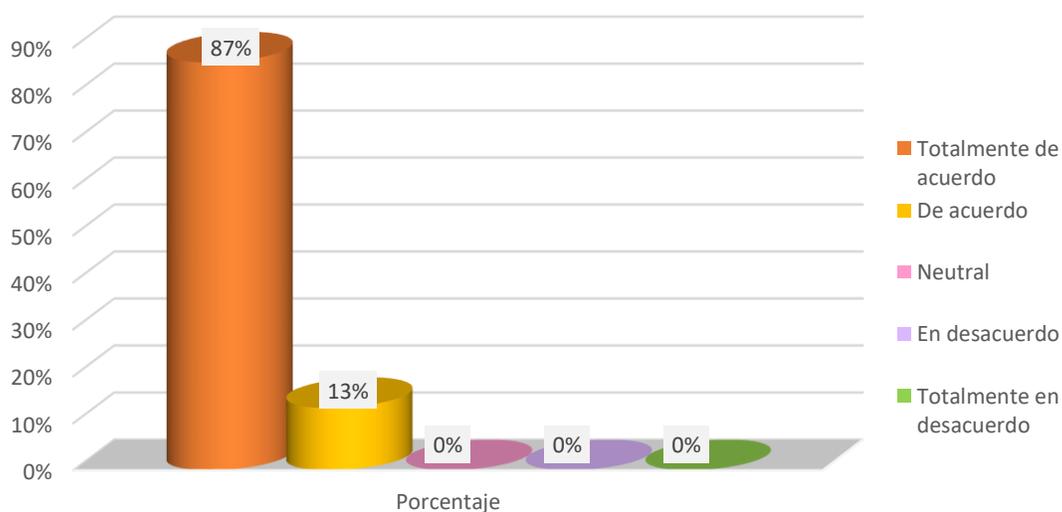
*La veterinaria la trata con una atención personalizada*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	59	86.8%
De acuerdo	9	13.2%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	0	0.0%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 17**

*La veterinaria la trata con una atención personalizada*



**Nota:** Tabla 17

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 17, se señala que del 100%, el 86.8% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con la atención personalizada que les brinda la veterinaria, mientras que un 13.2% están solo de acuerdo con la atención personalizada que se les brinda. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la Veterinaria Sullana si trata a sus clientes con una atención personalizada.

**Tabla 18**

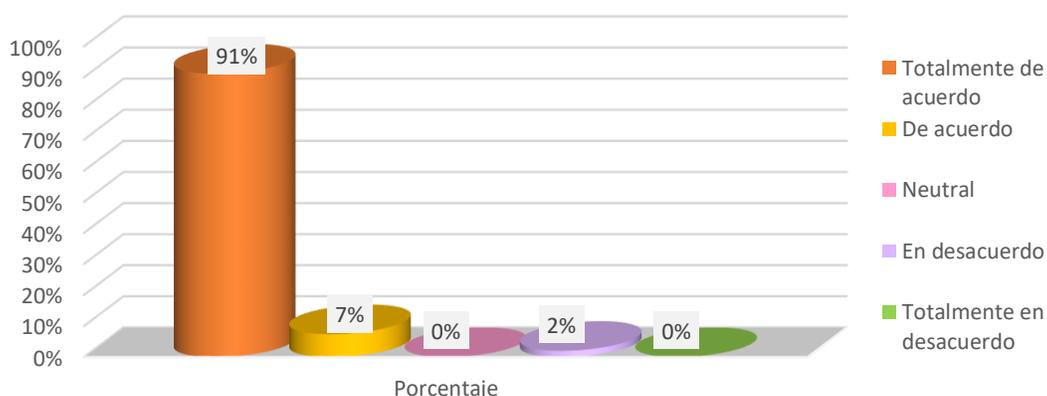
*El personal que labora le ofrece una buena atención*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	62	91.2%
De acuerdo	5	7.4%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	1	1.5%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 18**

*El personal que labora le ofrece una buena atención*



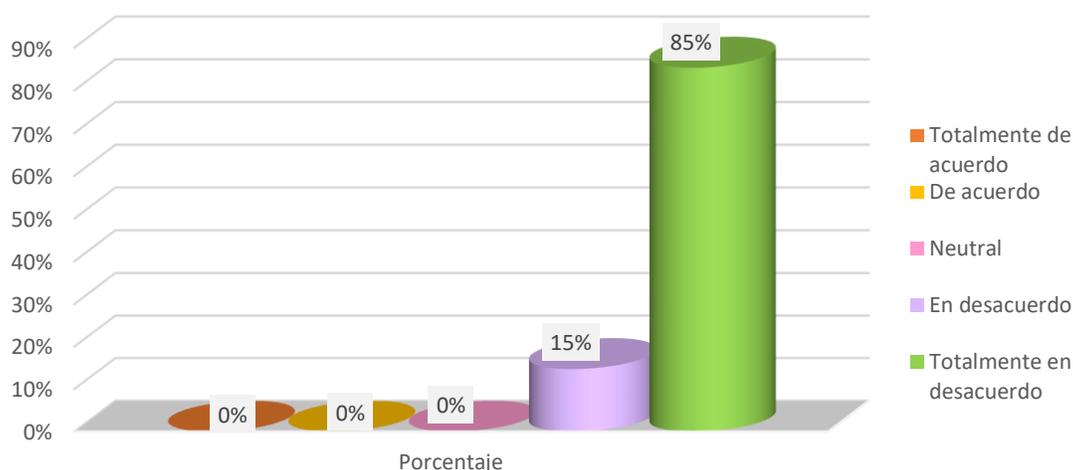
**Nota:** Tabla 18

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 18, se señala que del 100%, el 91.2% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con el personal que labora en esta empresa porque les ofrece una buena atención, mientras que un 7.4% están solo de acuerdo y asimismo tenemos que el 1.5% están en desacuerdo con respecto a la atención que les ofrece el personal. Por lo tanto, se llega a la conclusión que el personal de la Veterinaria Sullana ofrece una buena atención a sus clientes antes, durante y después del servicio brindado.

**Tabla 19***Tienen buena actitud con los clientes*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0.0%
De acuerdo	0	0.0%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	10	14.7%
Totalmente en desacuerdo	58	85.3%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

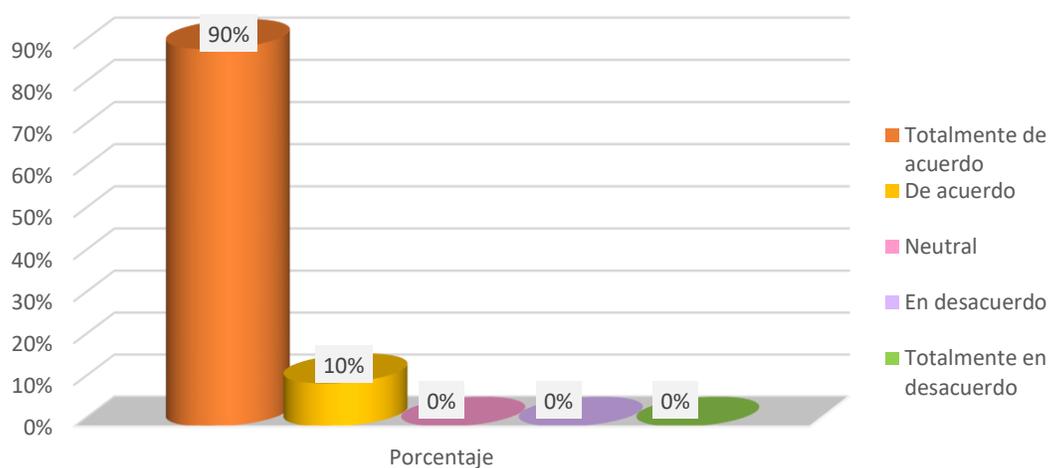
**Figura 19***Tienen buena actitud con los clientes*

**Nota:** Tabla 19

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 19, se señala que del 100%, el 85.3% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente en desacuerdo que los empleados de la veterinaria deben tener una buena actitud con los clientes por lo que ellos ya la tienen, mientras que un 14.7% están solo en desacuerdo con respecto al tema. Por lo tanto, se llega a la conclusión que el personal de la Veterinaria Sullana si tienen una buena actitud con los clientes.

**Tabla 20***Es escuchado con atención y con respeto*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	61	89.7%
De acuerdo	7	10.3%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	0	0.0%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

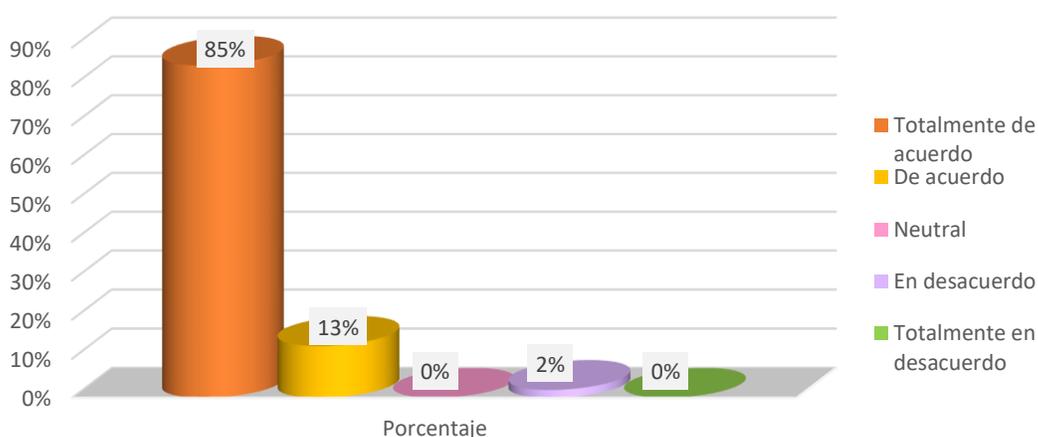
**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.**Figura 20***Es escuchado con atención y con respeto***Nota:** Tabla 20

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 20, se señala que del 100%, el 89.7% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo que cuando ellos realizan una sugerencia son escuchados con atención y con respeto, mientras que un 10.3% están de acuerdo que son escuchados al momento de realizar una sugerencia. Por lo tanto, se llega a la conclusión que los clientes de la Veterinaria Sullana se sienten satisfechos al momento de realizar una sugerencia ya que son escuchados con mucho respeto.

**Tabla 21***Ofrece beneficios la empresa*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	58	85.3%
De acuerdo	9	13.2%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	1	1.5%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 21***Ofrece beneficios la empresa*

**Nota:** Tabla 21

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 21, se señala que del 100%, el 85.3% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con los beneficios que ofrece la empresa para que ellos regresen, mientras que un 13.2% están solo de acuerdo y asimismo tenemos que el 1.5% están en desacuerdo con respecto a los beneficios que ofrece la empresa. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la Veterinaria Sullana si ofrece beneficios a sus clientes como los descuentos.

**Tabla 22**

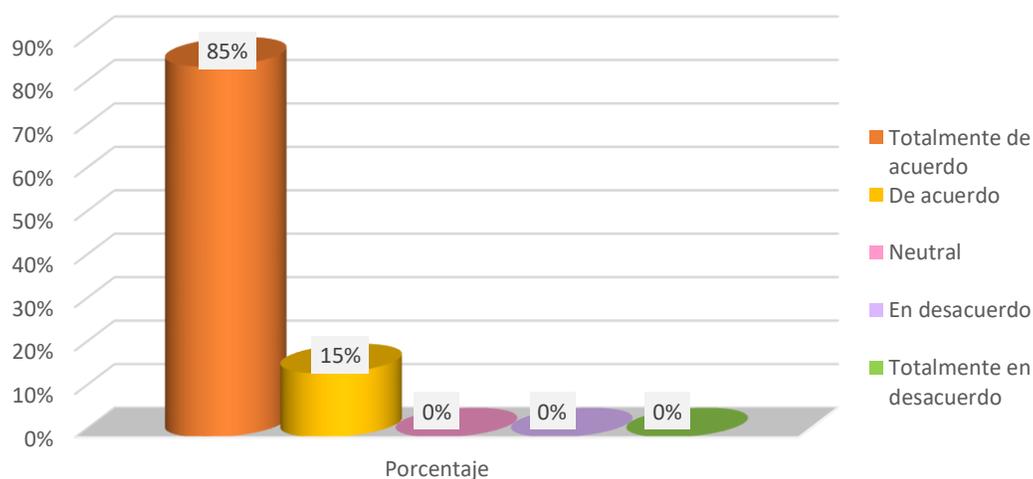
*La atención que la empresa le ofrece genera ventajas para usted*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	58	85.3%
De acuerdo	10	14.7%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	0	0.0%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 22**

*La atención que la empresa le ofrece genera ventajas para usted*



**Nota:** Tabla 22

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 22, se señala que del 100%, el 85.3% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo en que la atención que la empresa les ofrece si genera ventaja para ellos, mientras que un 14.7% están de acuerdo con respecto al tema. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la atención que la Veterinaria ofrece genera una ventaja a los clientes.

**Tabla 23**

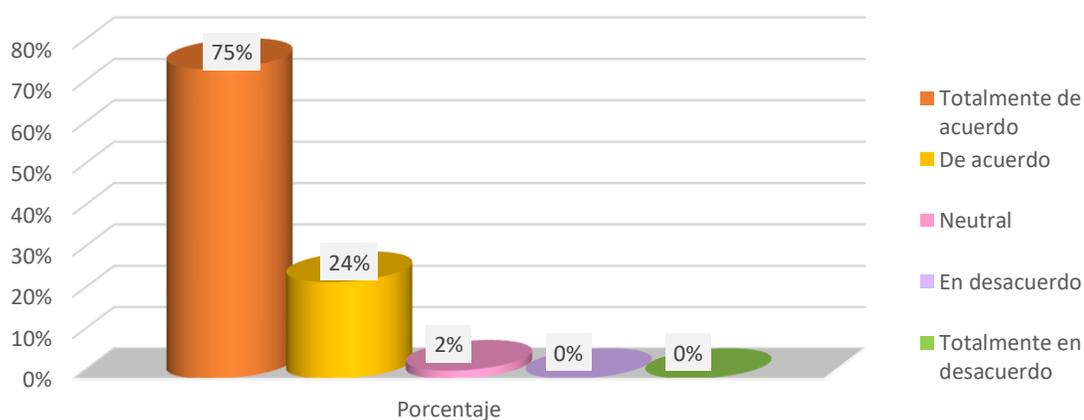
*Los trabajadores les dan solución a sus problemas*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	51	75.0%
De acuerdo	16	23.5%
Neutral	1	1.5%
En desacuerdo	0	0.0%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 23**

*Los trabajadores les dan solución a sus problemas*



**Nota:** Tabla 23

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 23, se señala que del 100%, el 75.0% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo que los trabajadores de la veterinaria les han dado solución a sus problemas, mientras que un 23.5% están solo de acuerdo y asimismo tenemos que el 1.5% tienen un comentario neutral con respecto a las soluciones que les dan a sus problemas. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la Veterinaria Sullana si realiza soluciones a los problemas que tienen sus clientes de acuerdo a la atención brindada.

**Tabla 24**

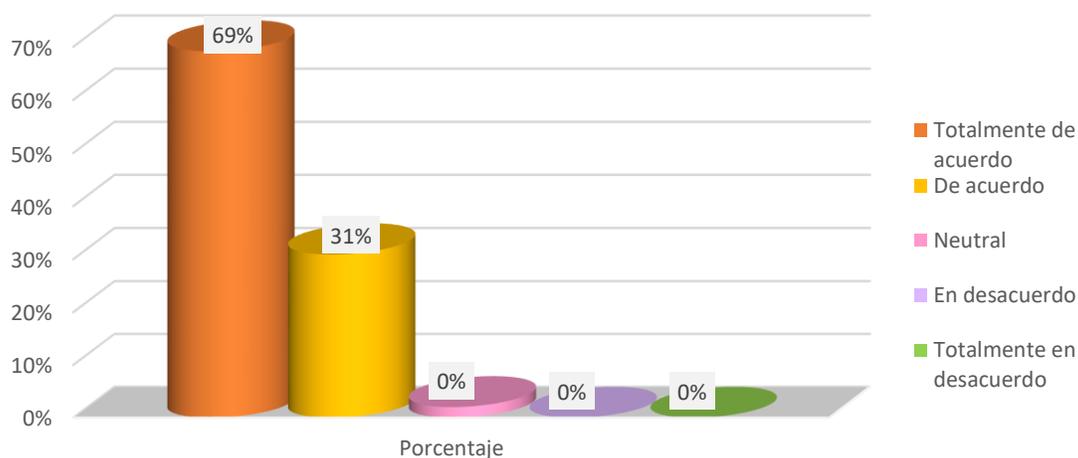
*La conversación que tiene con el personal resuelve sus preguntas*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	47	69.1%
De acuerdo	21	30.9%
Neutral	0	0.0%
En desacuerdo	0	0.0%
Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
Total	68	100%

**Nota:** Encuesta aplicada por la autora a los clientes de la Veterinaria Sullana.

**Figura 24**

*La conversación que tiene con el personal resuelve sus preguntas*



**Nota:** Tabla 24

**Interpretación:** Del total de las personas encuestadas en la tabla y figura 24, se señala que del 100%, el 69.1% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo en que la conversación que ellos tienen con el personal de la empresa durante un problema les ayuda a resolver sus preguntas, mientras que un 30.9% están de acuerdo con respecto al tema. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la conversación que los clientes tienen con los trabajadores de la Veterinaria durante el servicio brindado les ayuda a resolver sus dudas.

## 5.2 Análisis de los resultados

### **Respecto al objetivo específico N°1, describir las dimensiones de gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020**

- De acuerdo al objetivo específico, describir las dimensiones de gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 1 se evidencia que el 89.7% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con los productos que le brinda la empresa porque estos son eficaces para el tratamiento de su mascota, este resultado coincide con lo encontrado por Castillo (2018) en su tesis titulada: “Gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro clínicas veterinarias, de Chimbote, Provincia Del Santa, año 2017. Caso veterinaria Carwill”, donde determinó que un 90% de las veterinarias encuestadas si brindan productos o servicios adecuados para el tratamiento de las mascotas. Asimismo, mediante la teoría de González et al. (2007) señalan que en esta dimensión la eficacia es muy importante en un producto, como también se sabe esta suele ser una fuente para los consumidores. Con estos resultados encontrados se afirma que las empresas veterinarias cumplen un rol favorable a sus clientes al ofrecer productos eficaces para las mascotas.
- Según el objetivo específico, describir las dimensiones de gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 2 se evidencia que el 82.4% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con las características llamativas que cuenta la empresa para así atraer nuevos clientes, este resultado contrasta con Pulache (2019) en su tesis

titulada: “Caracterización de la calidad del servicio y el marketing en la clínica Veterinaria MEDIC VETS - Médicos Veterinarios, ciudad de Sullana, año 2018”, quien indicó que del total de los encuestados un 8.8% de los clientes encuestados tienen una opinión neutral con respecto si las instalaciones físicas de la veterinaria son visualmente atractivas. Respecto a la teoría presentada por los autores González et al. (2007) hacen referencia que las características que debe tener un producto o servicio deben ser llamativo para el cliente. Con estos resultados encontrados se afirma que las instalaciones de las algunas veterinarias no son atractivas para los clientes.

- De acuerdo al objetivo específico, describir las dimensiones de gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 3 se evidencia que el 79.4% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con los productos que ofrece la empresa porque son fiables, este resultado coincide con Pulache (2019) en su tesis titulada: “Caracterización de la calidad del servicio y el marketing en la clínica Veterinaria MEDIC VETS - Médicos Veterinarios, ciudad de Sullana, año 2018”, quien determinó que el 58.8% de los clientes están de acuerdo que la veterinaria si tiene una gama de productos accesibles y sobre todo adecuados para las mascotas. De acuerdo a los autores González et al. (2007) indican que es muy importante para el cliente tener un producto que no se le dañe con el pasar del tiempo, la fiabilidad está relacionada con la marca del producto y con la empresa. Con estos resultados encontrados se afirma que las veterinarias si cuentan con una variedad de productos que son fiables para los cuidados de las mascotas.

- Según el objetivo específico, describir las dimensiones de gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 4 se evidencia que el 75.0% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con el diseño de ropa que ofrece la veterinaria para sus mascotas. Asimismo, los autores González et al. (2007) mediante su teoría señalan que la conformidad se refiere al diseño que tenga un producto o servicio porque eso es lo primordial en los clientes.
  
- De acuerdo al objetivo específico, describir las dimensiones de gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 5 se evidencia que el 86.8% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con los productos que ofrece la empresa porque estos son duraderos y de buena calidad, este resultado coincide con Yañez (2019) en su tesis titulada: “La gestión por procesos y la atención al cliente en una clínica veterinaria de la ciudad de Pacasmayo en el año 2019”, quien indico mediante los resultados que el 32% de los encuestados determinaron estar satisfechos con la calidad de los productos que brinda la clínica veterinaria. Además, los autores González et al. (2007) indican que la durabilidad se refiere a cuanto es duradero un producto ya que la durabilidad de un producto va de la mano con la calidad que este tenga. Con estos resultados encontrados se afirma que las empresas veterinarias si ofrecen adecuados productos de buena calidad para satisfacer a sus clientes.

- Según el objetivo específico, describir las dimensiones de gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 6 se evidencia que el 85.3% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con que sus mascotas se adaptan con facilidad a los servicios que brinda esta empresa. Los autores González et al. (2007) mediante su teoría señalan que la facilidad del servicio hace referencia a aquella capacidad que tiene un producto o servicio que brinda la empresa.
  
- Según el objetivo específico, describir las dimensiones de gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 7 se evidencia que el 79.4% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con el local de la veterinaria porque cumple con una buena estética para satisfacer a sus clientes, este resultado coincide con Olortegui (2016) en su tesis titulada: “La calidad de servicios y ventas en el área de atención al cliente en la Veterinaria Pet’s Family eirl Chiclayo 2016”, donde determinó que el 82% de los clientes encuestados manifiestan estar totalmente de acuerdo (TA) con las instalaciones de la veterinaria porque estas le permiten una atención adecuada para su mascota. Asimismo, González et al. (2007) expresan que se hace referencia a la estética que tiene la empresa para satisfacer a sus clientes. Con estos resultados encontrados se afirma que las instalaciones de las veterinarias son apropiadas para brindar sus servicios a los clientes.

- Según el objetivo específico, describir las dimensiones de gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 8 se evidencia que el 86.8% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo que cuando llegaron por primera vez a la veterinaria la calidad del servicio les generó una buena impresión, este resultado coincide con Olortegui (2016) en su tesis titulada: “La calidad de servicios y ventas en el área de atención al cliente en la Veterinaria Pet’s Family eirl Chiclayo 2016”, quien determinó que el 100% de los clientes encuestados manifiestan estar totalmente de acuerdo (TA) con el servicio que ofrece la veterinaria porque es rápido y eficiente. De acuerdo a la teoría expresada por González et al. (2007) se refiere a la impresión que causa un bien o servicio en los clientes. Con estos resultados encontrados se afirma que los servicios que son ofrecidos en las veterinarias son eficientes.

**Respecto al objetivo específico N°2, identificar los beneficios externos de la gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020**

- Según el objetivo específico, identificar los beneficios externos de la gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 9 se evidencia que el 91.2% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo de confiarles su mascota al personal que labora en esta empresa, este resultado coincide con el autor Olortegui (2016) en su tesis titulada: “La calidad de servicios y ventas en el área de atención al cliente en la Veterinaria Pet’s Family eirl Chiclayo 2016”, quien indicó que un 55% de los clientes encuestados manifiestan estar totalmente de acuerdo (TA) con el personal de la

veterinaria porque inspira confianza. Los autores García et al. (2013) expresan mediante su teoría que la confianza se gana mediante la imagen que el personal de la empresa tenga con ellos, mejorando sus expectativas. Con estos resultados encontrados se afirma que el personal que labora en las veterinarias si les ofrecen la confianza necesaria para brindarles sus servicios a las mascotas y a sus dueños.

- Según el objetivo específico, identificar los beneficios externos de la gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 10 se evidencia que el 67.6% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente en desacuerdo en que la empresa necesita mejorar para alcanzar sus expectativas. De acuerdo a la teoría presentada por los autores García et al. (2013) indican que la mejora de la imagen es fundamental en una empresa.
  
- Según el objetivo específico, identificar los beneficios externos de la gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 11 se evidencia que el 82.4% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo en que la fidelidad que le tienen a la empresa depende de las herramientas que usan. Asimismo, mediante la teoría presentada por los autores García et al. (2013) señalan que la fidelidad de los clientes depende mucho del trato que se les brindan y también de las herramientas que se utilizan durante su servicio.

- Según el objetivo específico, identificar los beneficios externos de la gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 12 se evidencia que el 80.9% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo en que la empresa se encuentra en una buena posición competitiva en el mercado. Teniendo en cuenta la teoría de García et al. (2013) este es un beneficio externo de la empresa, la posición competitiva de la empresa depende de los precios que esta ofrece y también por el servicio que brinda a sus clientes.
  
- Según el objetivo específico, identificar los beneficios externos de la gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 13 se evidencia que el 80.9% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con que la mayor parte de los clientes exigen un sistema actualizado, este resultado coincide con Moreno (2018) en su tesis titulada: “Características de la calidad de los servicios y la atención al cliente en las veterinarias de la ciudad de Sullana año 2018”, quien señaló que un 60% de los clientes encuestados están totalmente de acuerdo con los equipos e instrumentos que utiliza la empresa porque son de última generación, por lo tanto, cuentan con un sistema actualizado. De acuerdo a la teoría expresada por los autores García et al. (2013) la mayoría de los clientes exigen que las empresas cuenten con un sistema actualizado para de esta manera poder ellos obtener sus servicios. Con estos resultados encontrados se afirma que los clientes que asisten a las veterinarias siempre desean obtener un sistema actualizado para atender a sus mascotas.

**Respecto al objetivo específico N°3, describir las percepciones de la atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020**

- Según el objetivo específico, describir las percepciones de la atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 14 se evidencia que el 97.1% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo que la atención que brinda la veterinaria es de su total agrado, este resultado coincide con Pulache (2019) en su tesis titulada: “Caracterización de la calidad del servicio y el marketing en la clínica Veterinaria MEDIC VETS - Médicos Veterinarios, ciudad de Sullana, año 2018”, quien indicó que un 58.8% de los clientes manifiestan estar de acuerdo con el personal de la clínica veterinaria porque son cortés en su trato. Asimismo, Villalobos (2019) indica que la percepción de un cliente siempre depende de cómo será atendido en la empresa. Con estos resultados encontrados se afirma que el personal que trabaja y ofrece sus servicios en las veterinarias brindan un trato cortés y del total agrado de sus clientes.
- Según el objetivo específico, describir las percepciones de la atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 15 se evidencia que el 80.9% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con el personal de la empresa porque muestra disponibilidad para ayudarlo en lo que necesite, este resultado coincide con Juárez (2010) en su tesis titulada: “La satisfacción de las necesidades de los clientes en los centros veterinarios de la ciudad de Tingo María”, quien indicó que el 55,51% de los clientes afirmaron que el personal de la empresa estuvieron disponibles en atenderlos a

cualquier hora del día. Asimismo, Schiffman y Lazar (2010) hacen referencia que existen una gran variedad de ciertas influencias que se destacan en la percepción de un cliente como son la primera impresión que este tiene de acuerdo a la atención que le brinda el personal ya sea en un servicio o en una compra. Con estos resultados encontrados se afirma que el personal de las veterinarias siempre muestra disponibilidad para atender a sus clientes en lo que necesiten a cualquier hora del día.

- Según el objetivo específico, describir las percepciones de la atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 16 se evidencia que el 89.7% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo en los precios que brinda la empresa porque cubren sus expectativas, este resultado coincide con Moreno (2018) en su tesis titulada: “Características de la calidad de los servicios y la atención al cliente en las veterinarias de la ciudad de Sullana año 2018”, quien indicó que el 58.8% de los clientes manifiestan estar de acuerdo con respecto si la clínica veterinaria establece una variedad de precios los cuales son adaptados a los productos y servicios que brindan. Asimismo, Schiffman y Lazar (2010) indican que la calidad del servicio es medida una vez que el cliente percibe su atención mediante las expectativas que este tenga, para esto las empresas deben medir seguidamente la satisfacción de sus clientes, implementando mejoramientos de forma continua para ofrecer mejores servicios distinguiéndose de la competencia sin elevar sus precios. Con estos resultados encontrados se afirma que en las veterinarias se ofrecen precios justos pensando siempre en el bienestar de sus clientes.

**Respecto al objetivo específico N°4, describir las técnicas de atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020**

- Según el objetivo específico, describir las técnicas de atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 17 se evidencia que el 86.8% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con la atención personalizada que les brinda la veterinaria. El autor Villalobos (2019) indica que el ser tratado bien habla mucho de la persona.
- Según el objetivo específico, describir las técnicas de atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 18 se evidencia que el 91.2% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con el personal que labora en esta empresa porque les ofrece una buena atención, este resultado difiere con la autora Pulache (2019) en su tesis titulada: “Caracterización de la calidad del servicio y el marketing en la clínica Veterinaria MEDIC VETS - Médicos Veterinarios, ciudad de Sullana, año 2018”, quien indicó que un 58.8% de los clientes encuestados manifiestan estar de acuerdo con que los trabajadores de la clínica veterinaria no resuelven de manera inmediata aquellas emergencias de sus mascotas. De acuerdo a la teoría expresada por Villalobos (2019) señala que siempre el personal que labora en la empresa tiene que tener una atención amable con el cliente. Con estos resultados encontrados se afirma la atención que brindan el personal de algunas veterinarias no es el adecuado.
- Según el objetivo específico, describir las técnicas de atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 19 se

evidencia que el 85.3% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente en desacuerdo que los empleados de la veterinaria deben tener una buena actitud con los clientes por lo que ellos ya la tienen, este resultado coincide con la autor Juárez (2010) en su tesis titulada “La satisfacción de las necesidades de los clientes en los centros veterinarios de la ciudad de tingo maría”, quien expresa el 47,76% indicó que si son competentes el personal que atiende porque se vio que el personal saluda a sus usuarios que lo visitan con amabilidad y gentileza. Asimismo, mediante la teoría presentada por Villalobos (2019) indica que para tener una buena actitud con los clientes los empleados deben tener un buen ánimo al momento de expresarse ya sea por medio de sus gestos o su físico. Con estos resultados encontrados se afirma que el personal de las veterinarias recibe y atienden a sus clientes con una actitud positiva y sobre todo con amabilidad.

- Según el objetivo específico, describir las técnicas de atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 20 se evidencia que el 89.7% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo que cuando ellos realizan una sugerencia son escuchados con atención y con respeto, este resultado coincide con la autora Pulache (2019) en su tesis titulada: “Caracterización de la calidad del servicio y el marketing en la clínica Veterinaria MEDIC VETS - Médicos Veterinarios, ciudad de Sullana, año 2018”, quien indicó que un 58.8% de los clientes manifiestan estar de acuerdo en que los trabajadores de la veterinaria se encuentra a disposición para poder atender las inquietudes que presenten. Asimismo, Villalobos (2019) señala que siempre el trabajador debe escuchar todo lo que el cliente desea sin que este lo interrumpa. Con estos resultados encontrados se afirma

que las veterinarias siempre respetan las sugerencias o inquietudes que el cliente tiene al respecto.

- Según el objetivo específico, describir las técnicas de atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 21 se evidencia que el 85.3% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo con los beneficios que ofrece la empresa para que ellos regresen. De acuerdo a la teoría presentada por Villalobos (2019) indica que la empresa debe brindar beneficios como promociones donde los clientes se sientan cómodos con su atención.
  
- Según el objetivo específico, describir las técnicas de atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 22 se evidencia que el 85.3% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo en que la atención que la empresa les ofrece si genera ventaja para ellos. Asimismo, Villalobos (2019) señala que la atención que se les brinda genera ventajas en el cliente.
  
- Según el objetivo específico, describir las técnicas de atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 23 se evidencia que el 75.0% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo que los trabajadores de la veterinaria les han dado solución a sus problemas, este resultado coincide con Hinostroza (2018) en su tesis titulada “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, consultorios

veterinarios, Distrito de Calería, año 2018”, quien indicó que mediante la encuesta realizada un 61.5% de las mypes del sector en estudio, afirman tener un canal que atiende las sugerencias y reclamos de los clientes, dado que las sugerencias y quejas deben tratarse con prontitud, cortesía y de acuerdo a su urgencia. De acuerdo a la teoría presentada por el autor Villalobos (2019) señala que lo primero que se debe de hacer es reconocer el problema que tiene el cliente para poder deducirlo y entenderlo de la mejor manera. Con estos resultados encontrados se afirma que los problemas o reclamos que realizan los clientes en las veterinarias son atendidos para mejorar en su atención.

- Según el objetivo específico, describir las técnicas de atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020, los resultados que se obtuvieron en la tabla 24 se evidencia que el 69.1% de los clientes de la Veterinaria Sullana se encuentran totalmente de acuerdo en que la conversación que ellos tienen con el personal de la empresa durante un problema les ayuda a resolver sus preguntas, este resultado coincide con Pulache (2019) en su tesis titulada: “Caracterización de la calidad del servicio y el marketing en la clínica Veterinaria MEDIC VETS - Médicos Veterinarios, ciudad de Sullana, año 2018”, quien determinó que el 55.9% de los clientes encuestados indican estar de acuerdo que los trabajadores de la veterinaria se disponen en explicarles y despejarles cualquier duda que tenga durante el servicio ofrecido. Teniendo en cuenta la teoría de Villalobos (2019) indica que para esta técnica de interrogación es importante generar una serie de preguntas que ayude a conocer el problema que tiene el cliente. Con estos resultados encontrados se afirma que siempre el personal que labora en las veterinarias despejan sus dudas o preguntas que tengan al momento que se les brinda el servicio.

## VI. Conclusiones

### 6.1 Conclusiones

**Objetivo específico N°1: describir las dimensiones de gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.**

Se concluye que las dimensiones de gestión de calidad que utiliza la Veterinaria Sullana son muy esenciales, ya que a través de estas los clientes se encuentran totalmente de acuerdo con los productos que ofrece la veterinaria, dado que estos son eficaces para el tratamiento que requiera una mascota, asimismo estos productos que ofrecen son totalmente fiables, duraderos y de muy buena calidad siendo beneficiosos para los animales, del mismo modo se observó que ofrecen un adecuado diseño para la ropa que utilizan las mascotas, el cual se expresa al momento que el cliente se siente contento con la compra realizada . Además, los clientes están totalmente de acuerdo con la estética que tiene el local donde la veterinaria ofrece sus servicios, también esta cuenta con características llamativas y así permite que las mascotas se adapten con una facilidad a los servicios que se les brindan, finalmente la calidad del servicio que ofrece la veterinaria permite satisfacer y complacer a sus clientes.

**Objetivo específico N°2: identificar los beneficios externos de la gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.**

Se concluye que los beneficios externos de la gestión de calidad de la Veterinaria Sullana, son muy importantes porque así los clientes están totalmente de acuerdo en confiarle su mascota al personal que labora en esta empresa, ya que cumple con sus expectativas y con las herramientas que utilizan al momento de brindar su servicio, asimismo se visualizó que los

clientes están totalmente de acuerdo que la veterinaria se encuentra en una buena posición competitiva en el mercado, ofreciéndoles un sistema actualizado.

**Objetivo específico N°3: describir las percepciones de la atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.**

Se identificó que las percepciones de la atención al cliente que brinda la Veterinaria Sullana son positivas porque los clientes están totalmente de acuerdo que esta empresa brinda una atención de su total agrado.

**Objetivo específico N°4: describir las técnicas de atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.**

Se concluyó que las técnicas de atención al cliente que se ofrecen en la Veterinaria Sullana son buenas porque trata a sus clientes con una atención personalizada, asimismo los clientes están totalmente de acuerdo con el personal que labora en esta empresa porque les ofrecen una buena atención y sobre todo tienen una buena actitud con ellos, ya que al momento que realizan una sugerencia son escuchados con atención y respeto, solucionando así sus problemas y resolviendo sus preguntas durante el problema solicitado. Del mismo modo se identificó que la veterinaria ofrece beneficios para que sus clientes regresen, generando una ventaja para ellos.

## **VII. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **RECOMENDACIONES**

Realizar constantes mejoras a beneficio de la empresa y a favor de los clientes, respetando las necesidades que estos tienen, sobre todo contar siempre con herramientas que faciliten la atención del cliente, manteniendo su posición competitiva entre las demás veterinarias ubicadas en la provincia de Sullana.

Verificar constantemente las instalaciones donde se atiende a las mascotas, manteniendo la calidad del servicio a sus clientes generando buenas impresiones.

Mantener siempre una buena actitud con los clientes, ofreciéndoles constantemente beneficios para que sigan regresando.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Amaya, L., Berrío, G., & Herrera, W, (2018). Los principios éticos. *Ética Psicológica*.
- Américo, M. (2000). Metodología de Cuestionarios: Principios y Aplicaciones. *Universidad Complutense*, 263-272.
- Aranzen, K. (2012). Constitución Legal de Empresas. *CreceNegocios*
- Arias, F. (2016). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas, Venezuela: Ediciones El Pasillo.
- Baigorria, H. (2015). El rol del Médico Veterinario en la Sociedad. *Vetcomunicaciones*
- Becerra, K. (2010). Microbiología Veterinaria. Inter-Médica. Buenos Aires, Argentina.
- Blanco, C. (2013). “Comunicación y Atención Al Cliente.” Madrid, Spain: Macmillan Iberia, S.A.
- Cabrera, D. (2019). “Desarrollo de Un Prototipo de Software de Gestión de Clientes Para Veterinarias En La Provincia de Piura.’. *Universidad De Piura*. Recuperado de: [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4289/PYT\\_Informe\\_Final\\_Proyecto\\_Software\\_veterinarias.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4289/PYT_Informe_Final_Proyecto_Software_veterinarias.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (October 6, 2020).
- Cano, I. (2005). La importancia de la implantación de un sistema de gestión de calidad. *La Gaceta Jurídica de Granda y Jaén*, 7 (3), 10.
- Cantú, H. (2011). *Desarrollo de una Cultura de Calidad*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA.
- Castillo, C. (2018). *Gestión de calidad con el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro clínicas veterinarias, de Chimbote, Provincia Del Santa, año 2017. Caso veterinaria Carwill*. Tesis para optar el grado de bachiller en Ciencias Administrativas en la Universidad Uladech, Chimbote, Perú. Recuperado el 03 de 05 de

2020, de

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14614/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_CASTILLO\\_VILELA\\_CHARITO.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14614/GESTION_DE_CALIDAD_CASTILLO_VILELA_CHARITO.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Comité Institucional de Ética en Investigación. (2021). *Código de Ética para la Investigación*. Recuperado el 05 de 09 de 2021, de [https://campus.uladech.edu.pe/pluginfile.php/4119305/mod\\_resource/content/2/C%C3%B3digo%20de%20C3%A9tica%20para%20la%20investigaci%C3%B3n%20V003.pdf](https://campus.uladech.edu.pe/pluginfile.php/4119305/mod_resource/content/2/C%C3%B3digo%20de%20C3%A9tica%20para%20la%20investigaci%C3%B3n%20V003.pdf)

Corrie, C. (2009). *ISO 9001:2008-Sistemas de gestión de la calidad*. Ginebra, Suiza: ISO.

Cortés, J. (2017). "SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD." Málaga, Spain: Editorial ICB.

Facal, R. (2016). "Atención Al Cliente En Las Clínicas Veterinarias." 2016: 91. *Bibliotecadigital*. Recuperado de: <https://bibliotecadigital.fvet.edu.uy/bitstream/handle/123456789/2094/FV-31768.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (October 6, 2020).

Fernández, C. (2015). El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación . *Reis*, (154), 165-169.

Fernandez, T. (2019). Beneficio de la implementación de las normas ISO 9001 e ISO 14001. *ALICIA*.

García, A., Fraiz, J. & Del Río, J. (2013). Implantación de un sistema de gestión de la calidad: beneficios percibidos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 18 (63), 379-407.

Gob.pe. (2020). *Ministerio Del Ambiente - Coronavirus: ¿Cómo Atender a Mi Mascota Durante El Estado de Emergencia?*. Gob.pe. Recuperado el 08 de 05 de 2020, de <https://www.gob.pe/8791-ministerio-del-ambiente-coronavirus-como-atender-a-mi-mascota-durante-el-estado-de-emergencia>

González, M., Chamorro, A. & Rubio, S. (2007). *Introducción a la Gestión de Calidad*. Madrid (España): Delta Publicaciones.

Goodman, J. (2014). *Atención estratégica al cliente*. Pluma Digital Ediciones.

Hermani, M. & , Hamann, A .(2013). Percepción sobre el desarrollo sostenible de las Mype en el Perú. *Revista de Administración de Empresas*, 53 (3), 1-13.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2006). *Metología de la investigación*. Mexico: Editorial Mexicana.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Selección de la muestra*. En *Metodología de la Investigación*. (6ª ed., pp.170-191). Mexico: McGraw-Hill.

Hernández, R. (2010). *Metodología de La Investigación*, 5ta Ed: www.FreeLibros.com (May 5, 2020).

Hernández, S. (2013). Población y Muestra. *Maestría Tecnología Educativa*, 4 (2), 5.

Herrera, B. (2018). Análisis Estructural de las MYPES y PYMES. Qvipvkamayoc. *Revista de la Facultad de Ciencias Contables*. (18) 69-89.

Hinostroza, H. (2018). *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, Distrito de Calleria, año 2018*. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Uladech, Pucallpa, Perú. Recuperado el 03 de 05 de 2020, de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5886/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_HINOSTROZA\\_TRIGOZO\\_HEBER.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5886/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_HINOSTROZA_TRIGOZO_HEBER.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Izasa, A. (2018). *Control interno y sistema de gestión de calidad*. Bogotá: Ediciones de la U.

Jaffe, D. y B Price. (2015). “¡Tu Cliente Manda!” México D.F, Grupo Editorial Patria.

Juárez, J. (2010). “La satisfacción de las necesidades de los clientes en los centros veterinarios de la ciudad de Tingo María”. Repositorio UNAS. Recuperado de: <http://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/181/ADM49.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lira, M. (2009). *Servicio al cliente ¿CÓMO PUEDO MEJORAR EL SERVICIO A CLIENTE?* México: Editorial Nacional de la Industria.

Macera, D. (2020). *INFORME IPE: Impacto Del Coronavirus En La Economía Peruana*. Instituto Peruano de Economía. Recuperado el 08 de 05 de 2020, de [https://www.ipe.org.pe/portal/wp-content/uploads/2020/03/INFORME-IPE-Impacto-del-coronavirus-en-la-econom%C3%ADa-peruana\\_vf.pdf](https://www.ipe.org.pe/portal/wp-content/uploads/2020/03/INFORME-IPE-Impacto-del-coronavirus-en-la-econom%C3%ADa-peruana_vf.pdf)

Martínez, A. (2010). *Gestión de Calidad*. Universidad Abierta para Adultos (UAPA).

Martínez, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa. *Ciencia & Saude Colectiva*, 17 (3), 12.

Martinez, C. (2019). *¿Cómo Influye La Tecnología En La Sociedad?*. Lifeder.com. Recuperado el 08 de 05 de 2020, de <https://www.lifeder.com/como-influye-tecnologia-sociedad/>

Martínez, R. (2016). *Servicio al cliente interno: todos somos clientes y todos tenemos clientes*. Ediciones de la U

Monje, C. (2011). *Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa*. Colombia: Universidad Surco Colombia.

Moreno, F. (2018). *Características de la calidad de los servicios y la atención al cliente en las veterinarias de la ciudad de Sullana año 2018*. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Uladech, Sullana, Perú. Recuperado el 03 de 05 de 2020, de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4529/CALIDAD\\_DE\\_SERVICIO\\_ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_MORENO\\_ESCOBEDO\\_FIORELA\\_EDITH.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4529/CALIDAD_DE_SERVICIO_ATENCION_AL_CLIENTE_MORENO_ESCOBEDO_FIORELA_EDITH.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Mora, C. (2011). La Calidad del Servicio y la Satisfacción del Consumidor. *Remark*, 10 (2), 162.

Muñoz, S & Escandon, J. (2017). *Diseño de propuesta de manual de servicio al cliente en la clínica veterinaria APAP para el punto de recepción y servicio al cliente*. Tesis para optar

el Título de Licenciado en Ingeniería Industrial en la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Recuperado el 03 de 05 de 2020, de <http://repositorio.unilibrepereira.edu.co:8080/Viewer/index.jsp?file=123456789/845/DISEÑO DE PROPUESTA DE MANUAL DE SERVICIO .pdf>

Novillo, E., Parra, E., Ramón, D. & Lopez, M. (2017). *Gestión de la Calidad: Un enfoque práctico*. Guayaquil, Ecuador: compAs.

Olortegui, V. (2016). *La calidad de servicios y ventas en el área de atención al cliente en la Veterinaria Pet s Family eirl Chiclayo 2016*. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Señor De Sipán, Pimentel, Perú. Recuperado el 03 de 05 de 2020, de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/2289/Tesis de Olortegui Quispe Victor.pdf;jsessionid=8F77D7D42459292CAF0F1A3E2BA6147B?sequence=1>

Pacheco, G. (2017). *Propuesta de mejora en la gestión de calidad de los servicios de atención médica de la clínica veterinaria Los Sauces Quito*. Tesis para optar el Título de Especialista en Administración de Instituciones de Salud en la Universidad de La Américas, Quito, Ecuador. Recuperado el 03 de 05 de 2020, de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/8049/1/UDLA-EC-TEAIS-2017-10.pdf>

Pisonero, C. (2015). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. RA-MA Editorial.

Pola, A. 2009. “Gestión de la calidad.” Spain: Marcombo.

Prats, P. (2011). “Métodos Para Medir La Satisfacción Del Cliente.” Madrid, Spain: AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación.

Pulache, D. (2019). *CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y EL MARKETING EN LA CLINICA VETERINARIA MEDIC VETS - MEDICOS VETERINARIOS, CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2018*. Repositorio ULADECH. Recuperado de: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10552/CALIDAD\\_SERVICIO\\_PULACHE\\_NAVARRO\\_DANITZA\\_LASTENIA.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10552/CALIDAD_SERVICIO_PULACHE_NAVARRO_DANITZA_LASTENIA.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Ramos, P. (2014). *Atención al cliente*. Málaga, España: Editorial ICB.

- Rodríguez, C., Lorenzo, O., & Herrera, L. (2005). Teoría y práctica del análisis de datos cualitativos. Proceso general y criterios de calidad. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*, XV (2)133-154.
- Serna, H. (2006). *Conceptos básicos. En Servicio al cliente*. Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Schiffman, L. & Lazar, L. (2010). Comportamiento del consumidor. (10ma. Ed.) México: Pearson educación.
- Thompson, I. (2006). La Satisfacción del Cliente. *Promonegocios.net*, 10.
- Udaondo, M. (1991). *Gestión de Calidad*. Madrid (España): Diaz de Santos.
- Vargas, L. (2019). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 17 (8), 59.
- Vargas, M. (2011). *Calidad y servicio: conceptos y herramientas* (2a. ed.). Ecoe Ediciones.
- Velasco, D. (2017). “Aplicación web para la gestión de clínicas veterinarias.” *Universidad de Valladolid ESCUELA*: 154. Recuperado de:  
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/23979/TFG.B.972.pdf?sequence=1>
- Venail, P. (2020). *Coronavirus: ¿qué Efectos Genera El COVID-19 En El Medioambiente?*. UTEC. Recuperado el 27 de 04 de 2020, de <https://www.utec.edu.pe/blog-de-carreras/utec/coronavirus-que-efectos-genera-el-covid-19-en-el-medioambiente>
- Villalobos, C. (2019). 8 técnicas infalibles de atención al cliente . *HubSpot*, 20
- Yañez, M. (2019). “La gestión por procesos y la atención al cliente en una clínica veterinaria de la ciudad de Pacasmayo en el año 2019”. Repositorio UPNBOX. Recuperado de:  
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23222/Ya%c3%b1ez%20Falla%20Madelaine%20Brigitte.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

# **ANEXOS**

**ANEXO N° 1:**  
**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>																		
<b>N°</b>	<b>Actividades</b>	<b>Año 2020 I - II</b>								<b>Año 2021 I - II</b>								
		<b>SEMESTRE 1</b>				<b>SEMESTRE 2</b>				<b>SEMESTRE 1</b>				<b>SEMESTRE 2</b>				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<b>1</b>	Elaboración del Proyecto	x	x	x	x	x	x											
<b>2</b>	Revisión del proyecto por el jurado de investigación							x										
<b>3</b>	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación											x						
<b>4</b>	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación											x						
<b>5</b>	Mejora del marco teórico y metodológico											x						
<b>6</b>	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos												x					
<b>7</b>	Elaboración del consentimiento informado												x					
<b>8</b>	Recolección de datos													x				
<b>9</b>	Presentación de resultados														x			
<b>10</b>	Análisis e Interpretación de los resultados														x			
<b>11</b>	Redacción del informe preliminar														x			
<b>12</b>	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación															x		
<b>13</b>	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación																x	
<b>14</b>	Presentación de ponencia en jornadas de investigación																x	
<b>15</b>	Redacción de artículo científico																	x

## ANEXO N° 2: PRESUPUESTO

<b>PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o N</b>	<b>Total S/.</b>
<b>Suministros</b>			
▪ Impresiones	S/.0.30	200	S/.60.00
▪ Fotocopias	S/.0.10	400	S/.40.00
▪ Empastado	S/.40.00	3	S/.120.00
▪ Papel bond A-4 (500 hojas)	S/.15.00	1	S/.15.00
<b>Servicios</b>			
▪ Uso de Turnitin	S/50.00	2	S/ 100.00
<b>Sub total</b>			<b>S/ 335.00</b>
<b>Gastos de viaje</b>			
▪ Pasajes para recolectar información	S/3.00	25	S/75.00
<b>Subtotal</b>			<b>S/ 75.00</b>
<b>TOTAL PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE</b>			<b>S/.410.00</b>
<b>PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o N</b>	<b>Total S/.</b>
<b>Servicios</b>			
▪ Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	S/.30.00	4	S/.120.00
▪ Búsqueda de información en base de datos	S/.35.00	2	S/.70.00
▪ Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	S/.40.00	4	S/.160.00
▪ Publicación de artículo en repositorio institucional	S/.50.00	1	S/.50.00
<b>Subtotal</b>			<b>S/. 400.00</b>
<b>Recurso Humano</b>			
▪ Asesoría personalizada (5 horas por semana)	S/ 63.00	4	S/ 252.00
<b>Sub total</b>			<b>S/ 252.00</b>
<b>TOTAL PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE</b>			<b>S/. 652.0</b>

### ANEXO N° 3: CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Este presente cuestionario, tiene como finalidad recopilar información de la Veterinaria Sullana, la cual se usará para desarrollar la investigación que lleva como título: “GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA VETERINARIA SULLANA, PROVINCIA DE SULLANA, AÑO 2020”. La información que usted nos brindará solo será utilizada para desarrollar fines académicos y de investigación, se le agradece por colaborar con su opinión ya que será valiosa.

GRACIAS

#### ESCALA DE PREGUNTAS:

- ✓ Totalmente de acuerdo (1)
- ✓ Neutral (3)
- ✓ Totalmente en desacuerdo (5)
- ✓ De acuerdo (2)
- ✓ En desacuerdo (4)

<b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>	<b>(1)</b>	<b>(2)</b>	<b>(3)</b>	<b>(4)</b>	<b>(5)</b>
¿Los productos que le brinda esta veterinaria son eficaces para el tratamiento de su mascota?					
¿Considera que la veterinaria cuenta con características llamativas que puedan atraer nuevos clientes?					
¿Cuándo le han ofrecido un producto de esta empresa ha sido fiable?					
¿Usted está conforme con el diseño de ropa que le ofrece la veterinaria para sus mascotas?					
¿Los productos que le ofrecen esta veterinaria son duraderos y de buena calidad?					

¿Su mascota se adapta con facilidad a los servicios que brinda la empresa?					
¿El local cumple con una buena estética para satisfacer al cliente?					
¿Cuándo llegó por primera vez a esta veterinaria, la calidad del servicio le dio una buena impresión?					
¿Se siente seguro de confiarles su mascota al personal que labora en esta empresa?					
¿Considera que esta empresa necesita mejorar en algo para alcanzar sus expectativas?					
¿La fidelidad que le tiene a la empresa depende de las herramientas que usan?					
¿Considera que la empresa se encuentra en una buena posición competitiva en el mercado?					
¿Cree que la mayor parte de los clientes exigen un sistema actualizado?					
<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>	<b>(1)</b>	<b>(2)</b>	<b>(3)</b>	<b>(4)</b>	<b>(5)</b>
¿Percibe usted que la atención brindada por la veterinaria es de su total agrado?					
¿El personal de la empresa muestra disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?					
¿La empresa es cuidadosa de no poner precios que eleven las expectativas?					
¿Cuándo usted acude a esta veterinaria la tratan con una atención personalizada?					
¿El personal que labora en esta empresa le ofrece una buena atención?					
¿Cree que los empleados de esta veterinaria deben tener una buena actitud con los clientes?					
¿Cuándo realiza una sugerencia es escuchado con atención y con respeto?					
¿La empresa ofrece beneficios para que ustedes regresen?					
¿La atención que la empresa le ofrece genera ventajas para usted?					

¿Cuándo ha tenido un problema los trabajadores le han dado solución?					
¿La conversación que tiene con el personal durante un problema le ayuda a resolver sus preguntas?					

## ANEXO N° 4: CONSENTIMIENTO INFORMADO

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo de consentimiento informado, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula Gestión de calidad y atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020 y es dirigido por Farias Ordóñez Brillith Mireya investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo [brillithfariasordonez04@gmail.com](mailto:brillithfariasordonez04@gmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Junior Alexander Camero Gallardo

Fecha: 05/10/20

Correo electrónico: junigcamero@icbucd.com

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):   
VETERINARIA SULLANA S.R.L.  
Enilda Loreto Valdovinoso Villaseco

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA  
VETERINARIA SULLANA S.R.L.  
Enilda Loreto Valdovinoso Villaseco



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**“Año de la universalización de la salud”**

**Investigadora Principal:** Brillith Mireya Farias Ordóñez

**Asesora:** Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote)

Estimado Empresario,

Estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Determinar la gestión de calidad y atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020. Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso Ud. Decidirá si desea continuar en el presente estudio. Agradecemos de antemano su participación.



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**“Año de la universalización de la salud”**

**Consentimiento Informado**

**Propósito del Proyecto de Investigación**

El propósito de este estudio es: Determinar la gestión de calidad y atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.

¿Por qué le pedimos participar?

Estamos solicitando su participación como voluntario en un estudio de investigación que tiene gran importancia, Determinar la gestión de calidad y atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.

**Procedimientos**

Si UD. Accede participar, le pediremos a sus clientes que completen un cuestionario estructurado de gestión de calidad y atención al cliente, como instrumento de recolección de datos, mediante la técnica de la encuesta a una muestra poblacional que se calculará de la población de Sullana. El cuestionario demora aproximadamente 9 minutos.

**Riesgos/molestias**

Esté estudio no representa ningún riesgo para la Mype que administra.

**Beneficio**

El estudio no presenta ningún beneficio para usted, pero podría beneficiar a la ciencia ya que reportará un panorama de la gestión de calidad y la atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.

**Pago por participación**

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Nosotros no pagamos por su participación.

**Protegiendo la confidencialidad de los datos**

Manejada con rigurosa confidencialidad. Aunque se coleccionará su nombre y la MYPE para propósitos del estudio, no los usaremos rutinariamente. Y toda la información recolectada será guardada en bases de datos desprotegidas con contraseñas. Usted no será identificable ya que solo números serán usados en vez de nombres en las bases de datos.

**Compartimiento con otros**

Los resultados de este estudio podrían presentarse en revistas o conferencias científicas, pero sin ninguna información que pueda identificarlo. Su nombre no aparecerá en ninguna información que pueda identificarlo. Su nombre no aparecerá en ninguna publicación de este estudio.

**¿A quién debo llamar si tengo dudas o problema?**

- Llame a la investigadora principal, Brillith Mireya Farias Ordóñez al celular 951 762 995 o a la Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero sobre cualquier pregunta, duda o queja que crea se relacione al estudio.

- Llame o contacte a la oficina del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica. Contacte al Comité Institucional de Ética si siente que no ha sido tratado justamente o si tiene alguna otra preocupación.
- La información del Comité de Ética es la siguiente:

Dra. Carmen Gorriti Siappo

Presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la ULADECH Católica

Teléfono: (+51043) 327-933. E-mail: cgorritis@gmail.com

### **Declaración del participante**

El estudio descrito me ha sido explicado, y yo voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio. Si tengo preguntas futuras acerca del estudio, éstas serán contestadas por uno de los investigadores listados en el punto anterior.

Doy permiso a los investigadores para:

Usar la información colectada en este estudio

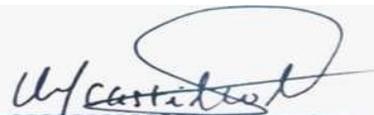
Si – No

**ANEXO N° 5: JUICIO DE EXPERTOS****CONSTANCIA DE JUICIO DE  
EXPERTO****NOMBRE DEL EXPERTO: Mag WILMER FERMIN CASTILLO MÁRQUEZ****ESPECIALIDAD: Licenciado en Ciencias Administrativas- Licenciado en Ciencias Sociales****DNI: 02820631**

Por medio de la presente hago constar que realice la revisión de test sobre la gestión de calidad y atención al cliente de la Veterinaria Sullana en distrito de Sullana, elaborado por la estudiante Farias Ordoñez Brillith Mireya quien está realizando un trabajo de investigación titulado:

“Gestión de calidad y atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020”

Una vez indicadas las correcciones pertinentes considero que dicho test es válido para su aplicación.

**Sullana 07 de octubre del 2020**

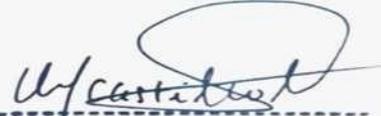
Mag. Wilmer Fermin Castillo Márquez  
LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CLAD - 01846  
LIC. EN CIENCIAS SOCIALES  
OPP. 0439221

## VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTOS DE JUICIO

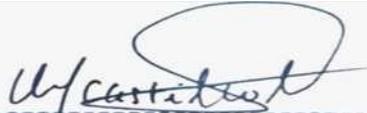
Yo, **CASTILLO MÁRQUEZ WILMER FERMÍN**

Procedo a efectuar la validación de los cuestionarios de la tesista: **FARIAS ORDOÑEZ BRILLITH MIREYA**

N°	ITEMS	CRITERIO DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
<b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>									
<b>OE 1</b>	<b>Determinar las dimensiones de gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.</b>								
<b>1</b>	¿Los productos que le brinda esta veterinaria son eficaces para el tratamiento de su mascota?	X			X		X		X
<b>2</b>	¿Considera que la veterinaria cuenta con características llamativas que puedan atraer nuevos clientes?	X			X		X		X
<b>3</b>	¿Cuándo le han ofrecido un producto de esta empresa ha sido fiable?	X			X		X		X
<b>4</b>	¿Usted está conforme con el diseño de ropa que le ofrece la veterinaria para sus mascotas?	X			X		X		X
<b>5</b>	¿Los productos que le ofrecen esta veterinaria son duraderos y de buena calidad?	X			X		X		X

  
 Mag. Wilmer Fermín Castillo Márquez  
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
 CLAD - 01846  
 LIC. EN CIENCIAS SOCIALES  
 CPP. 0439221

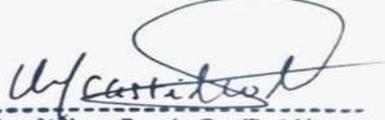
6	¿Su mascota se adapta con facilidad a los servicios que brinda la empresa?	X			X		X		X
7	¿El local cumple con una buena estética para satisfacer al cliente?	X			X		X		X
8	¿Cuándo llegó por primera vez a esta veterinaria, la calidad del servicio le dio una buena impresión?	X			X		X		X
OE 2	<b>Identificar los beneficios de la gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.</b>								
9	¿Se siente seguro de confiarles su mascota al personal que labora en esta empresa?	X			X		X		X
10	¿Considera que esta empresa necesita mejorar en algo para alcanzar sus expectativas?	X			X		X		X
11	¿La fidelidad que le tiene a la empresa depende de las herramientas que usan?	X			X		X		X
12	¿Considera que la empresa se encuentra en una buena posición competitiva en el mercado?	X			X		X		X
13	¿Cree que la mayor parte de los clientes exigen un sistema actualizado?	X			X		X		X
<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>									
OE 3	<b>Describir las percepciones de la atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.</b>								

  
 Mag. Wilmer Fermín Castillo Márquez  
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
 CLAD - 01846  
 LIC. EN CIENCIAS SOCIALES  
 CPP. 0439221

14	¿Percibe usted que la atención brindada por la veterinaria es de su total agrado?	X			X		X		X
15	¿El personal de la empresa muestra disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?	X			X		X		X
16	¿La empresa es cuidadosa de no poner precios que eleven las expectativas?	X			X		X		X
OE 4	<b>Describir las técnicas de atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.</b>								
17	¿Cuándo usted acude a esta veterinaria la tratan con una atención personalizada?	X			X		X		X
18	¿El personal que labora en esta empresa le ofrece una buena atención?	X			X		X		X
19	¿Cree que los empleados de esta veterinaria deben tener una buena actitud con los clientes?	X			X		X		X
20	¿Cuándo realiza una sugerencia es escuchado con atención y con respeto?	X			X		X		X
21	¿La empresa ofrece beneficios para que ustedes regresen?	X			X		X		X
22	¿La atención que la empresa le ofrece genera ventajas para usted?	X			X		X		X
23	¿Cuándo ha tenido un problema los trabajadores le han dado solución?	X			X		X		X

  
 Mag. Wilmer Fermin Castillo Márquez  
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
 C.I.A.D. - 01846  
 LIC. EN CIENCIAS SOCIALES  
 C.P.P. 0439221

24	¿La conversación que tiene con el personal durante un problema le ayuda a resolver sus preguntas?	X			X		X		X
----	---	---	--	--	---	--	---	--	---



-----  
Mag. Wilmer Fermin Castillo Márquez  
LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CLAD - 01846  
LIC. EN CIENCIAS SOCIALES  
CPE. 0439221

## CONSTANCIA DE JUICIO DE EXPERTO

**NOMBRE DEL EXPERTO: Javier Salvador Adrianzén López**

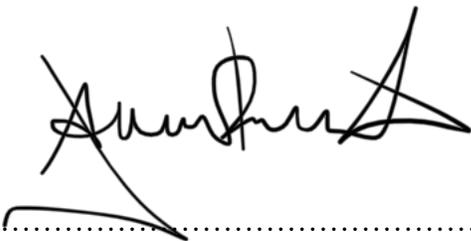
**ESPECIALIDAD: Licenciado en Ciencias Administrativas- Licenciado en Educación. DNI:  
02884302**

Por medio de la presente hago constar que realice la revisión de test sobre la gestión de calidad y atención al cliente de la Veterinaria Sullana en distrito de Sullana, elaborado por la estudiante Farias Ordoñez Brillith Mireya quien está realizando un trabajo de investigación titulado:

“Gestión de calidad y atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020”

Una vez indicadas las correcciones pertinentes considero que dicho test es válido para su aplicación.

Sullana 07 de octubre del 2020



Javier Salvador Adrianzén López

## VALIDACIÓN DE ENCUESTA POR EXPERTOS DE JUICIO

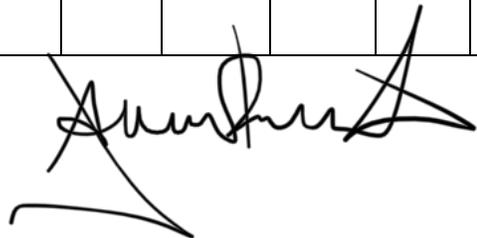
Yo, Javier Salvador Adrianzén López

Procedo a efectuar la validación de los cuestionarios de la tesista: Farias Ordoñez Brillith.

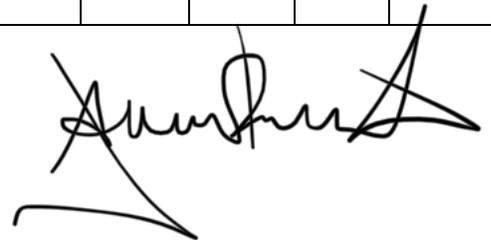
N°	ITEMS	CRITERIO DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
<b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>									
OE 1	<b>Determinar las dimensiones de gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.</b>								
1	¿Los productos que le brinda esta veterinaria son eficaces para el tratamiento de su mascota?	X			X		X		X
2	¿Considera que la veterinaria cuenta con características llamativas que puedan atraer nuevos clientes?	X			X		X		X
3	¿Cuándo le han ofrecido un producto de esta empresa ha sido fiable?	X			X		X		X
4	¿Usted está conforme con el diseño de ropa que le ofrece la veterinaria para sus mascotas?	X			X		X		X
5	¿Los productos que le ofrecen esta veterinaria son	X			X		X		X



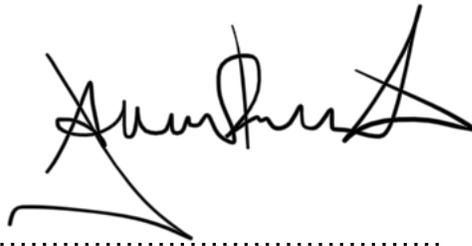
	duraderos y de buena calidad?							
6	¿Su mascota se adapta con facilidad a los servicios que brinda la empresa?	X			X		X	X
7	¿El local cumple con una buena estética para satisfacer al cliente?	X			X		X	X
8	¿Cuándo llegó por primera vez a esta veterinaria, la calidad del servicio le dio una buena impresión?	X			X		X	X
OE 2	<b>Identificar los beneficios de la gestión de calidad en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.</b>							
9	¿Se siente seguro de confiarle su mascota al personal que labora en esta empresa?	X			X		X	X
10	¿Considera que esta empresa necesita mejorar en algo para alcanzar sus expectativas?	X			X		X	X
11	¿La fidelidad que le tiene a la empresa depende de las herramientas que usan?	X			X		X	X
12	¿Considera que la empresa se encuentra en una buena posición competitiva en el mercado?	X			X		X	X
13	¿Cree que la mayor parte de los clientes exigen un sistema actualizado?	X			X		X	X



<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>								
<b>OE 3</b>	<b>Describir las percepciones de la atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.</b>							
<b>14</b>	¿Percibe usted que la atención brindada por la veterinaria es de su total agrado?	X		X		X		X
<b>15</b>	¿El personal de la empresa muestra disponibilidad para ayudarlo en lo que necesita?	X		X		X		X
<b>16</b>	¿La empresa es cuidadosa de no poner precios que eleven las expectativas?	X		X		X		X
<b>OE 4</b>	<b>Describir las técnicas de atención al cliente en la Veterinaria Sullana, Provincia de Sullana, año 2020.</b>							
<b>17</b>	¿Cuándo usted acude a esta veterinaria la tratan con una atención personalizada?	X		X		X		X
<b>18</b>	¿El personal que labora en esta empresa le ofrece una buena atención?	X		X		X		X
<b>19</b>	¿Cree que los empleados de esta veterinaria deben tener una buena actitud con los clientes?	X		X		X		X
<b>20</b>	¿Cuándo realiza una sugerencia es escuchado con atención y con respeto?	X		X		X		X



<b>21</b>	¿La empresa ofrece beneficios para que ustedes regresen?	X			X		X		X
<b>22</b>	¿La atención que la empresa le ofrece genera ventajas para usted?	X			X		X		X
<b>23</b>	¿Cuándo ha tenido un problema los trabajadores le han dado solución?	X			X		X		X
<b>24</b>	¿La conversación que tiene con el personal durante un problema le ayuda a resolver sus preguntas?	X			X		X		X



.....  
Javier Salvador Adrianzén López

**ANEXO N° 6: LIBRO DE DATOS**

	 P1	 P2	 P3	 P4	 P5	 P6	 P7	 P8	 P9	 P10	 P11	 P12	 P13	 P14	 P15	 P16	 P17	 P18	 P19	 P20	 P21	 P22	 P23	 P24
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	2	1	2	1	1	1	2	1	5	1	1	1	2	1
2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	4	2	4	2	1	1	1	2	1	5	1	1	1	2	2
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
4	1	1	1	2	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
5	1	1	3	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
6	1	4	1	1	1	1	1	1	1	5	5	4	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
7	1	1	3	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
8	2	2	1	2	2	1	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1
9	2	1	2	2	2	2	2	4	2	5	2	2	2	2	1	1	2	2	5	2	2	2	2	2
10	1	1	1	3	2	2	4	1	1	4	5	1	2	1	1	2	1	1	4	1	1	1	1	2
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	2	2	1	1	4	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
14	2	2	2	2	2	2	2	2	1	4	1	1	2	1	1	1	2	2	5	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	4	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
16	2	2	2	3	2	4	4	2	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	4	2	3	2
17	2	1	1	2	1	1	1	1	1	5	1	2	2	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	4	1	1	1	2	1	4	1	1	1	1	1
19	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	4	1	3	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1
20	1	2	1	1	1	1	2	1	1	4	4	2	4	1	2	1	1	1	5	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	4	1	1	1	2	1	1	1	5	1	1	1	2	2
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
23	1	1	1	2	1	1	1	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
24	1	2	2	2	1	1	1	1	2	5	1	1	1	1	1	1	1	2	5	1	1	1	1	2
25	1	2	2	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	2	1	2	1	4	1	2	1	2	2
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	2	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	2	1	1	5	1	1	1	1	1
28	1	2	2	2	2	1	1	1	2	5	1	1	1	1	2	1	1	1	5	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	2	2	2	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	2	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	2	1	1	1	5	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	2	1	1	2	1	1	1	5	1	1	1	1	1
34	1	1	1	2	1	1	2	1	1	5	1	1	1	1	1	2	1	1	5	1	1	1	2	2
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	2
37	1	1	1	3	2	2	3	1	1	4	1	1	2	1	2	1	1	1	5	1	1	1	1	2
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	2	1	1	4	5	1	1	1	1	1
41	1	2	2	2	1	2	1	1	2	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	2
43	1	1	1	2	1	1	2	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
44	2	1	1	1	1	2	2	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1

23	1	1	1	2	1	1	1	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
24	1	2	2	2	1	1	1	1	2	5	1	1	1	1	1	1	1	2	5	1	1	1	1	2
25	1	2	2	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	2	1	2	1	4	1	2	1	2	2
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	2	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	2	1	1	5	1	1	1	1	1
28	1	2	2	2	2	1	1	1	2	5	1	1	1	1	2	1	1	1	5	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	2	2	2	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	2	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	2	1	1	1	5	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	2	1	1	2	1	1	1	5	1	1	1	1	1
34	1	1	1	2	1	1	2	1	1	5	1	1	1	1	1	2	1	1	5	1	1	1	2	2
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	2
37	1	1	1	3	2	2	3	1	1	4	1	1	2	1	2	1	1	1	5	1	1	1	1	2
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	2	1	1	4	5	1	1	1	1	1
41	1	2	2	2	1	2	1	1	2	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	2
43	1	1	1	2	1	1	2	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
44	2	1	1	1	1	2	2	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
67	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
68	1	1	1	1	1	1	1	2	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	2	1	2	2

**ANEXO N° 7: CONFIABILIDAD DEL CUESTIONARIO**

ESTADÍSTICO DEL ALFA DE CRONBACH PARA DETERMINAR “GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA VETERINARIA SULLANA, PROVINCIA DE SULLANA, AÑO 2020”

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
.802	24

Podemos determinar que el instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que existe un 80.2% de confiabilidad alto con respecto a 24 preguntas del cuestionario.