



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO HERRAMIENTA DE
GESTIÓN PARA MEJORAR LAS VENTAS EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO – RUBRO AGRÍCOLAS DEL DISTRITO DE
SANTA, PROVINCIA DEL SANTA, AÑO 2022.**

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

AUTORA:

REYES VALUIS LIZ SUSAN

Orcid: 0000-0003-4275-1091

ASESOR:

CENTURIÓN MEDINA, REINEIRO ZACARIAS

Orcid: 000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2023

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Reyes Valuis Liz Susan

Orcid: 000-0003-4275-1091

Universidad Católica los Ángeles de chimbote, estudiante de pregrado,
Chimbote, Perú

ASESOR

Centurión Medina, Reineiro Zacarias

Orcid: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería,
Escuela profesional de Administración, chimbote, Perú

JURADO

Canchari Quispe, Alicia

Orcid: 0000 0001 6176 191x

Presidente

Rosillo de Purizaca

Orcid: 0000-0003-2177-5676

Miembro

Limo Vásquez Miguel Ángel

Orcid: 0000 0002 7575 3571

Miembro

HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Canchari Quispe, Alicia

Orcid: 0000 0001 6176 191x

Presidente

Rosillo de Purizaca

Orcid: 0000-0003-2177-5676

Miembro

Limo Vásquez Miguel Ángel

Orcid: 0000 0002 7575 3571

Miembro

Centurión Medina, Reineiro Zacarias

Orcid: 0000-0002-6399-5928

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco al creador por mantenerme de pie a pesar de las circunstancias difíciles que me ha tocado pasar, pudiendo solucionarlo a tiempo y lograr el objetivo deseado que es permitir terminar mi tesis.

A los dos seres más sagrado de la tierra mis padres Floiran y Berta, por darme la fortaleza de seguir avanzando durante toda mi carrera.

A la persona más eficiente y eficaz del curso el docente, pues con sus experiencia y profesionalismo ha subido darnos el apoyo necesario para el logro de nuestra meta trazada obtener nuestro Título en administración.

DEDICATORIA

A Dios por enseñarnos que con esfuerzo y dedicación se puede lograr grandes cosas, pudiendo tener éxito en todo lo que realizamos y pensamos hacer a futuro.

A los docentes por darnos constantes enseñanzas con ello el tiempo necesario que se requiere para que hayamos podido avanzar en el proyecto que conlleva al logro de la culminación de nuestra tesis.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la atención al cliente como herramienta de gestión para mejorar las ventas en las micro y pequeñas empresas del sector Comercio – Rubro Agrícolas del Distrito de Santa, Provincia del Santa, año 2022, El Diseño de investigación Descriptivo, Transversal - No experimental, para la investigación se utilizó 16 micro y pequeñas empresas, representando el 100%(16) micro pequeñas empresas ubicados en el Distrito de Santa, el cual se aplicó un cuestionario de 9 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los resultados Referente atención al cliente como herramienta gestión El 30% tiene poco conocimiento en atención al cliente, El 45% algunas veces ha tenido dificultad en atención al cliente, 80% no aplica un sistema para hacer pagos para una mejor atención al cliente, el 90% considera que si es importante la atención al cliente El 90% considera que la fidelización es gracias a la atención al cliente, Referente a mejorar las ventas en las micro y pequeñas empresas El 80% muestra conocimiento de los servicios que ofrecen, el 60% muestra interés por conocer las necesidades y requerimientos, el 60% no argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas. llegando a la Conclusión La mayoría de los representantes afirman que 50% tienen poco conocimiento en atención al cliente, El 45% de los representantes de las mypes algunas veces han tenido dificultades para la atención al cliente,80% no verifican su satisfacción después de haber realizado el servicio.

Palabras clave: Atención al cliente, Mypes agrícolas, Ventas

SUMMARY

The present research work had as general objective To determine the characteristics of customer service as a management tool to improve sales in micro and small companies in the Commerce sector - Agricultural Item of the District of Santa, Province of Santa, year 2022, The Research Design Descriptive, Transversal - Non-experimental, for the investigation 16 micro and small companies were used, representing 100% (16) micro small companies located in the District of Santa, which applied a questionnaire of 9 questions, using the survey technique, obtaining the results Regarding customer service as a management tool 30% have little knowledge of customer service, 45% have sometimes had difficulty in customer service, do not apply a system to make payments for better customer service, 90% consider that loyalty is thanks to customer service, 90% consider that if it is i Customer service is important. Regarding improving sales in micro and small companies 80% show knowledge of the services they offer, 60% show interest in knowing the needs and requirements, 60% if they argue coherently and efficiently the answers to their doubts. And reaching the Conclusion Most of the mypes affirm that they have little knowledge in customer service 50%, 45% of the representatives of the mypes have sometimes had difficulties with customer service, 80% do not verify their satisfaction after having performed the service.

Keyword: Customer service, agricultural Mypes, Sales

CONTENIDO

1. Caratula.....	i
2. Equipo de Trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del Jurado y Asesor.....	iii
4. Hoja de Agradecimiento y Dedicatoria.....	v
5. Resumen y Abstract	vii
6. Índice de Contenido	viii
7. Índice de gráficos y tablas	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. Revisión de literatura.....	6
2.1 Antecedentes.....	6
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	13
III. Hipótesis	23
IV Metodología.....	24
4.1 Diseño de la investigación.....	24
4.2 Población y muestra	25
4.3 Operacionalización de las variables	25
4.4 Técnicas e Instrumento de la Recolección datos	29
4.5 Plan de Analisis	29
4.6 Matriz de Consistencia	30
4.7 Principios Éticos	33
V. Resultados.....	34
5.1 Resultados.....	34
5.2 Analisis de resultados.....	34
VI. Conclusiones.....	48
VII. Recomendaciones.....	49
Referencias Bibliográficas.....	50
Anexo 1: Cronograma de Actividades.....	55
Anexo 2: Presupuesto.....	56
Anexo 3: consentimiento informado.....	57
Anexo 4: Instrumento de Recolección de datos.....	58
Anexo 5: validación	60
Anexo 6: Figuras.....	69
Anexo 7. Turnitin.....	74
Cuadro de sondeo de las mypes.....	75
Hoja de permiso para investigación.....	76
Fotos de las mypes encuestadas.....	80

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Identificar las características de la atención al cliente como herramienta en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – Rubro Agrícolas del Distrito de Santa, provincia del santa, año 2022.....	34
Tabla 2. Identificar las características de las ventas en las micro y pequeñas empresas sector comercio Rubro Agrícolas del Distrito de santa Provincia del santa, año 2022.....	35
Tabla 3. Elaborar un plan de mejora para las ventas en las micro y pequeñas empresas, sector comercio – Rubro Agrícolas del Distrito de santa, Provincia del santa, año 2022.....	36

INDICE DE FIGURAS

Referente a la atención al cliente como herramienta de gestión

Figura 1. Conoce el termino Atención al cliente.....	69
Figura 2. A tenido dificultades para la atención al cliente.....	69
Figura 3. Aplica un sistema para hacer pagos para una mejor atención.....	70
Figura 4. Es importante la atención al cliente.....	70
Figura 5. Considera que la fidelización es gracias a la atención al cliente.....	71

Referente a la mejora de las ventas en las micro y pequeñas empresas

Figura 6. El personal de las agrícolas muestra conocimiento de los servicios que ofrece.....	71
Figura 7. El personal de las agrícolas muestra interés por conocer sus necesidades y requerimientos	72
Figura 8. El personal de las agrícolas argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas.....	72
Figura 9. El personal de las agrícolas verifica su satisfacción después de haber realizado el servicio.....	73

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las micro y pequeñas empresas se han incrementado brindando así mayor calidad de vida a las personas. Son consideradas conjunto de personas que se agrupan en un determinado lugar para satisfacer diversas actividades, cumpliendo algunos requisitos para su funcionamiento, habiendo mypes informales que salen al mercado a vender sus productos ganando líquido sus ganancias. También deberán mantener un adecuado nivel competitivo al momento de ofrecer sus productos, con eso obtener grandes beneficios. Se podría decir que existen diferentes criterios donde se adoptan la problemática en el rubro agrícola, ya que estos son ubicados en uno u otro tamaño según el valor de los activos.

Las micro y pequeñas empresas buscan sostenerse en el mercado, utilizando sus recursos para transformar sus amenazas en oportunidades obteniendo una buena gestión y administrando de una manera más oportuna.

La informalidad en las micro y pequeñas empresas se han convertido en una situación difícil de realizar, puesto que afecta directamente al mercado donde las personas que están legalmente registradas no les ayuda, y obligan a la mypes a adaptarse.

Un factor que afecto a las mypes fue la pandemia aumentando consigo la informalidad, atrayendo el caos en las calles. La mayoría de las mypes quiebra o cambia de rubro en poco tiempo, debido a que no se enfocan en ampliar temas que ayuden a mejorar.

La atención al cliente juega un parte importante en el mercado, siendo este una herramienta que ayuda a satisfacer las necesidades de los clientes, teniendo como finalidad dar solución oportuna inmediata y efectiva a los clientes, cubriendo inquietudes que estos a la vez serán parte del proceso de fidelización en los clientes.

Las ventas a su vez consideradas como una actividad que se realiza con el intercambio de bienes y/o servicios que al hacerlo se logra obtener un producto terminado que nos permita satisfacer nuestros gustos y preferencias manteniéndonos en una constante participación con el entorno y generando confianza y fidelización de clientes en base a él buen producto y cuidado que se logra tener en ello. La innovación va generar consigo un aporte en las ventas, ya que va permitir que más clientes puedan obtener los productos haciendo de estos su prioridad al obtenerlos y viendo que cubre sus expectativas de gusto.

A nivel nacional internacional y local se realizará el problema a tratar y en este contexto se citará a países donde nos manifestaran de qué manera se presentaron en su entorno. Asimismo, en los últimos años 5 millones de personas perdieron su trabajo dando un giro radical en sus negocios para poder sobrevivir; las ventas que se encontraban de los 8,000 millones de soles se redujeron a los 600 millones; generándose así un problema para los que trabajan en diferentes rubros. Asevera el representante del gremio de la pequeña empresa de la cámara de comercio de lima (CCL). Ojeda, R. (2022) que la situación de hace años ha sido muy compleja pues tres puntos un millón de pequeñas empresas han sido golpeadas fuertemente por el tema de la pandemia. Así también muestran la existencia de fortalezas y un gran potencial en diferentes sectores, a su vez comparten debilidades de desarrollo, siendo un papel importante para la sociedad. Tanto los países desarrollados y subdesarrollados presentan una elevada participación. Reflejándose en la mayoría de limitaciones en su desempeño a consecuencia de escasos activos que poseen baja productividad, productos de bajos ingresos, informalidad, desconocimiento de la atención al cliente, técnicas para las ventas y estrategias.

La importancia de las micro y pequeñas empresas están enfocadas en la capacidad de absorción del empleo, es por ello que el mundo está experimentando cambios que afecta la posibilidad de crecimiento, al mismo tiempo generan espacios nuevos que pueden ser aprovechados. Caipo, O. (2022) Presidente de la CONFIEP, sostuvo que entre 2 y 3 millones de micro y pequeñas empresas salieron del mercado debido a la pandemia del Covid – 19.

En Japón las mypes realizan una estrategia enfocada en tener mayores salarios asegurando la permanencia y retención de la persona, el 45% de las micro y pequeñas lo realizan. Resalta que no podrían asegurar los recursos sin realizar un aumento salarial. El entorno en donde se envuelve y las condiciones en las que se encuentran son inciertas debido a que no hay resultados empresariales que digan lo contrario, dándose de esta manera un problema. Según la cámara de comercio e industria de Japón la subida de precios de las materias primas estarían afectando, debido a ello se reflejarán en el mercado, siendo obligados a realizar determinadas acciones para un mejor futuro.

En america latina y el caribe representan los 94.9 % del sector empresarial del Perú y las pequeñas el cuatro punto dos por ciento manifestó la Economista Silupu, B. (2021) Docente de la Universidad de Piura, dando a conocer también que el problema de la informalidad es un tema a tratar debido a que existe ya hace mucho en nuestro

país, siendo desde hace tiempo la segunda economía de América Latina con mayores índices de tasas, no pudiendo cambiar ni aplicar así políticas para incentivar la formalización. Se ha implementado como un estilo de vida incorporando en sus diversas actividades, pues cambiarlo no sería una tarea fácil. La tasa de informalidad es de 84%, considerándose una tasa de fracaso empresarial muy alto en donde necesitan mayor orientación, para no fracasar al momento de realizarlo.

En Brasil consideran a las MYPES de gran importancia de acuerdo a la economía brasileña existen 40.3% puestos de trabajo. A su vez estos enfrentan obstáculos para su crecimiento que disminuyen el desarrollo. Según Melles, C. (2022) Presidente del SEBRAE dijo que el emprendedor viene creciendo mucho en Brasil, pues las MYPES representan el 99 % de las empresas del país, casi 30% del PBI. Además, asevero que hay 14,8 millones de micro y pequeñas empresas, 45 formales, más de 10,3 millones informales que representan a 28.7 millones de empleos y los 99.23% de los negocios del país. Está buscando realizar alianzas para que se logre aumentar el ser competitivo, formación, generar empleo, innovar, dar importancia a las habilidades tecnológicas, capacitación necesaria para satisfacer las demandas y ampliar el acceso a tener más oportunidades.

En Huancayo las MYPES se verán beneficiadas, ya que recibirán créditos para que puedan financiar y salden cuentas que se acumuló, por la enfermedad que asecha a todo el país dejando fuera del mercado a estas empresas. Así mismo se les aplicaran plazos de acorde a sus posibilidades y tiempos de pago justos para que no se vean afectados en su canasta familiar el cual es de todos los días gastar. Camayo, R. (2020)

En la región en Lambayeque el trabajo que realizan las MYPES, se refleja en lograr una formalidad, buen acceso a la tecnología, mejoramiento de infraestructura, entre otros, es por ello que este país fortalece las MYPES de una manera diferente a otros dando así como resultado el incremento de más empresas. Alvarado, L. (2022) indica que las empresas lambayecanas dan trabajo a 300 mil personas, preciso que para impulsar el desarrollo productivo se tendrá que hacer uso de estrategias de diferenciación. En esta región, realizan eventos sin costo para ayudar a proyectar un adecuado conocimiento en la tecnología habiendo se esa manera más MYPES, volviéndose estas más organizadas y fuertes a la vez, gracias a ello impulsan emprender de manera que se fortalezcan la economía de más personas.

En Áncash, Borja, H. (2021) Gobernador Ancashino afirma que estará trabajando en 70 actividades teniendo con un alcance de 36,399 beneficiados con el fin de dar a

conocer estrategias plasmadas en temas de interés tales como: innovación, atención al cliente, comercialización productividad. Se muestra un crecimiento en diferentes rubros, prueba de ello se tiene que seguir proyectando avances y mejoras abriéndose paso a tener una buena gestión a largo plazo.

En Chimbote las mypes mostraran sus productos en la feria que organizara el COREMYPE (2022) entidad que brinda oportunidades a los emprendedores para que sus productos se han más conocidos ganándose un nombre propio, eliminando poco a poco las amenazas que aparecen en sectores, y los precios en los que han brindado mayor desempeño al momento de la presentación o degustación de sus bienes o servicios que han llevado para la exhibición mencionada.

En Santa lugar donde se realizará la investigación existen mypes que se dedican al rubro agrícolas el cual no realizan una atención al cliente adecuado como herramienta en la gestión debido a ello está siendo un problema en la población pues al no enfocarse en el tema principal que es la atención y solo en Generar Ganancia y no tienen mayor aprendizaje para mejorar poder con ello aumentar los clientes e incrementar los ingresos y las ventas. En base a la problemática planteada se presenta el siguiente enunciado: ¿Cuáles son las principales características de la atención al cliente como herramienta de gestión para mejorar las ventas en las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio – Rubro Agrícolas del distrito de santa, provincia del santa, año 2022?

Para responder al problema se ha considerado el siguiente objetivo: Determinar las características de la atención al cliente como herramienta de gestión para mejorar las ventas en las micro y pequeñas empresas del sector Comercio – Rubro Agrícolas del Distrito de Santa, Provincia del Santa, año 2022.

Para conseguir el problema general he planteado los siguientes objetivos específicos: Identificar las características de la atención al cliente como herramienta de gestión para mejorar las ventas en las micro y pequeñas empresas, sector comercio – Rubro agrícolas, provincia del santa, año 2022, Identificar las características de las ventas en las micro y pequeñas empresas sector Comercio – Rubro Agrícolas del Distrito de Santa, Provincia del santa, año 2022, Elaborar un plan de mejora para las ventas en las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio – Rubro Agrícolas del Distrito de Santa, Provincia del Santa, año 2022.

La investigación se justifica, pues va permitir saber las características de la atención al cliente del sector comercio – Rubro Agrícolas, Distrito de Santa, Provincia del santa, año 2022, haciendo frente así a sus debilidades con ello incluir en sus empresas estrategias para una mejor gestión. A su vez se conocera las características de las ventas en las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio – Rubro Agrícolas del Distrito de Santa, provincia del santa, año 2022, ayudando a tener un conocimiento más amplio de la importancia que conlleva tener una mype y el crecimiento que han logrado tener en el entorno Administrativo, Tambien se busca elaborar un plan de mejora para las ventas en las micro y pequeñas empresas y ver en que beneficiara aplicar la atención al cliente dentro de cada aspecto que se quiera incluir. Siendo este trabajo de gran utilidad para los dueños de determinadas empresas y rubros, el cual no hayan aplicado una buena atención al cliente en sus empresas, y poder dar solución a problemas, que se tengan no sabiendo usar una buena atención al cliente para mejorar las ventas. Esta investigación ayudara a estudiantes y colegas que quieran realizar una investigación e incluir en su trabajo antecedentes para complementar y terminar con éxito dicha labor y trabajo.

La metodología: Descriptivo, Transversal- No experimental. Se aplica una encuesta para la recolección de información de la muestra que fue calculada en un tiempo determinado. La muestra conformada por 16 micro y pequeñas empresas. Por lo que se planteó el siguiente tema de investigación La atención al cliente como herramienta de gestión para mejorar las ventas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – Rubro Agrícolas del Distrito de Santa, Provincia del santa, año 2022

II. Revisión de Literatura

2.1 Antecedentes de la Investigación

Se recurrió la búsqueda de diferentes trabajos el cual fueron investigados encontradas en la biblioteca, estudios similares acerca de los temas tratados que se detalla a continuación:

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Plasencia, E. (2016) En su trabajo de investigación *La gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de productos agrícolas del distrito de santa cruz de Toledo – Cajamarca, 2016*. En su objetivo general: determinar las principales características la gestión de calidad y la formalización de las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de productos agrícolas del distrito de Santa Cruz de Toledo - Cajamarca 2016, los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características del representante legal de las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de productos agrícolas en el distrito de Santa Cruz de Toledo -Cajamarca 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de productos agrícolas en el distrito de Santa Cruz de Toledo -Cajamarca 2016. Determinar las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de productos agrícolas en el distrito de Santa Cruz de Toledo -Cajamarca 2016; y finalmente determinar las principales características de la formalización las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de productos agrícolas en el distrito de Santa Cruz de Toledo -Cajamarca 2016. Se utilizó un diseño No experimental, porque no varían las variables de gestión de calidad y la formalización de las micros y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de productos agrícolas del distrito de Santa Cruz de Toledo – Cajamarca, 2016. Transversal, porque él estudió está dentro de un tiempo determinado de enero a diciembre 2016. Descriptivo, porque se describió las variables en estudio como se observó en la realidad y en el momento en que se recogió la información. Tuvo como resultados los siguientes: El 75% de las micro y pequeñas empresas en estudio son informales, 62.5% de las micro y pequeñas empresas tiene entre 5 a 10 años en mercado, el 62.5 % evalúan el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización del producto. Esto se concluye que: tiene entre 5 a 10 años en mercado laboral, evalúan el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización del producto y en su totalidad que si

ofrecen productos de calidad, no están formalizadas, no les ha generado beneficios ser formales, no están formalizadas por requisitos difíciles y costos elevados.

Cerna, L. (2017) En su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para niños, centro comercial mercado modelo, distrito de Chimbote, 2017*. En su objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para niños, centro comercial Mercado Modelo, distrito Chimbote, 2017. Por otra parte, para lograr el objetivo general, se ha determinado los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para niños, centro comercial Mercado Modelo, distrito Chimbote, 2017. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para niños, centro comercial Mercado Modelo, distrito Chimbote, 2017. Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para niños, centro comercial Mercado Modelo distrito Chimbote, 2017. Determinar las principales características en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para niños, centro comercial Mercado Modelo, distrito Chimbote, 2017. Elaborar una propuesta de mejora al resultado de investigación, gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para niños, centro comercial Mercado Modelo, 2017. un aporte metodológico, para la investigación científica, puesto que se utilizó un diseño no experimental -transversal – descriptivo, para su respectiva recolección de información detallada y concisa se usó una población muestral de 16 micro y pequeñas empresas, en las cuales se le aplicó como instrumento el cuestionario realizado por 23 preguntas, así mismo se obtuvo los siguientes resultados: El 93,8% utilizan la técnica de atención al cliente, el 43,8% consideran que la dificultad de su personal es el aprendizaje lento, el 68,8% utilizan la comunicación como herramienta para brindar un servicio de calidad y el 62,5% de los encuestados afirmaron que logran tener clientes satisfechos. Por otro lado se plasmaron las siguientes conclusiones: La mayoría relativa de los representantes son dirigidas por mujeres, así mismo la mayoría relativa tienen grado de instrucción superior no universitaria, pero utilizan la técnica de atención al cliente, la totalidad mencionaron que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento

Otiniano, J. (2018) En su trabajo de investigación *La gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transporte de colectivos categoría M1 del distrito de Nepeña*, Año 2018. objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transporte de colectivos categoría M1 del distrito de Nepeña 2018. Para lograr obtener el objetivo general, se planteó los objetivos específicos siguientes: Determinar las principales características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transporte de colectivos categoría M1 del distrito de Nepeña, 2018, Determinar las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transporte de colectivos categoría M1 del distrito de Nepeña, 2018., Determinar las principales características de una a gestión de calidad en la atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transporte de colectivos categoría M1 del distrito de Nepeña, 2018, Elaborar una propuesta de mejora de la gestión de calidad en la atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro transporte de colectivos categoría M1 del distrito de Nepeña, 2018, No Experimental, porque se realizó sin manipular la variable; transversal, porque el estudio se realizó en un periodo de tiempo determinado y descriptivo, porque solo describió las características principales de las micro y pequeñas empresas. Los resultados fueron los siguientes: el 80.00% reconoce como debería ser una buena atención al cliente, el 60.00% desconocen si el cliente se encuentra satisfecho, 80.00% pocas veces percibieron su disconformidad, el 40.00% les permiten dar sugerencias y a veces las implementan. El 80.00% no capacita al personal, 80.00% ha realizado mejoras en los últimos años en favor de los clientes, el 60.00% no tiene la certeza que los clientes recomienden su empresa. Concluye diciendo que la mayoría poseen escasas nociones sobre gestión de calidad, del mismo modo la mayoría desconoce si los clientes están satisfechos con el servicio y pese a percibir cierta disconformidad no tienen la certeza si esto guarda relación con la disminución de los clientes. Pese a que en la mayoría existe un déficit cognoscitivo referente a la gestión de calidad no promueven la capacitación.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Pérez, J. (2017) En su trabajo de investigación *Gestión de calidad en la capacitación del recurso humano y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, Rubro Agrícolas de la avenida José Gálvez cuerdas 8 y 9 del distrito de chimbote. provincia del santa, 2017.* Tuvo como objetivo principal de

esta investigación fue la de determinar las principales características de la gestión de calidad en la capacitación del recurso humano y propuesta de mejora de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro Agrícola de la Avenida José Gálvez cuadras 8 y 9 del distrito de Chimbote, provincia del Santa, 2017. Tuvo un diseño no experimental-transversal-descriptivo, con una población de 15 agricultores , una muestra de 15, a través de la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: solo 43.60% se capacitaron en ventas. Concluyendo que la mayoría tienen nociones sobre gestión de calidad, pero no la implementan, y a pesar de considerar la importancia de la capacitación la mayoría no lo realiza por falta de presupuesto.

Samanez, L. (2019) En su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Sayán, provincia de Huaura, año 2019*. Tuvo como objetivo principal: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019, de esta manera cuenta con los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019, Describir las principales características de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura 3 año 2019, Describir las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019, Elaborar un plan de mejora a los resultados para la aplicación de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019. La metodología que se realizó fue Para la elaboración del siguiente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo. No experimental, porque la investigación se realizó sin manipular la variable gestión de calidad en atención al cliente, se observó el fenómeno tal como se funciona dentro de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes de distrito de Sayán sin modificación alguna. Transversal, porque el estudio se realizó en un determinado tiempo, donde se tuvo un inicio y un fin específicamente el año 2019. Descriptivo, porque solo se describió las características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas, y de la variable Gestión de calidad en atención al cliente. Los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes: Con respecto a las edades se

obtuvo lo siguiente: el 64% tienen una edad de entre 31 a 50 años, el 23% de entre 18 a 30 años y el 13% cuentan con una edad de 51 a más. Estos coinciden con los resultados expuesto por Gamarra (2017) donde manifiesta que el 55% de los representantes de las mypes tienen una edad entre 31 a 50 años. En tanto al género se obtuvo los siguientes datos: el 77% de los encuestados son del sexo masculino y el 23% del sexo femenino. Estos coinciden con los resultados expuestos por Ríos (2015) donde manifiesta que el 65% de representantes son de sexo masculino, pero a la vez también estos resultados coinciden lo manifestado por Gamarra (2017) en donde el 67% de los empresarios respondieron que son de sexo masculino, En cuanto a que si las micro y pequeñas empresas están aplicando una Gestión de Calidad se obtuvo la siguiente información: el 70% manifestó que no aplica una Gestión de Calidad y el 30% manifestó que si aplica una Gestión de Calidad. . Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación. En cuanto al uso de las técnicas de Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas, se obtuvo la siguiente información: el 37% manifiesta que no usa ninguna técnica de gestión, el 37% utilizan la técnica del Marketing, el 17% utilizan la mejora continua como técnica de gestión y el 10% utiliza el plan estratégico como técnica de gestión. Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación. Las conclusiones fueron las siguientes: En cuanto a que si las micro y pequeñas empresas están aplicando una Gestión de Calidad se obtuvo la siguiente información: el 70% manifestó que no aplica una Gestión de Calidad y el 30% manifestó que si aplica una Gestión de Calidad. . Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación. En cuanto al uso de las técnicas de Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas, se obtuvo la siguiente información: el 37% manifiesta que no usa ninguna técnica de gestión, el 37% utilizan la técnica del Marketing, el 17% utilizan la mejora continua como técnica de gestión y el 10% utiliza el plan estratégico como técnica de gestión. Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación, Con respecto a las prioridades para determinar la calidad de su empresa, se obtuvo que el 53% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad los precios bajos, lo cual nos indica que para ellos es más importante el precio de oferta que otros indicadores que también son importante como la atención al cliente y la calidad del producto. En relación a la prioridad ante los clientes se obtuvo que el 37% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad ante sus clientes los potajes de calidad, esto indica que los potajes de calidad destaca ante los demás, lo

cual demuestra que la gran parte de los empresarios prefieren más a enfocarse en brindar una buena calidad en sus potajes innovando con nuevos platos y que sean sofisticados.

Ayambo, E. (2017) En su trabajo de investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio, colegios particulares, en el distrito de Callería, año 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar si las mypes del sector servicios, colegios particulares, del distrito de Callería, año 2017 cuentan con procesos de gestión de calidad y atención al cliente. Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos: Determinar si las mypes del sector servicios, colegios particulares, del distrito de Callería, están formalizadas, Determinar si las mypes del sector servicios educativos colegios particulares, del distrito de Callería, aplican gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y finalmente Determinar qué beneficios obtienen con la gestión de calidad las mypes del sector servicios, colegios particulares del distrito de Callería, año 2017. Se elaboró desarrollando una metodología de investigación del tipo descriptivo – correlacional - no experimental. Respecto al emprendedor: el 45% está en el rango de 40 a 50 años; en su mayoría son de género masculino; de profesión profesores. Respecto a la empresa y la formalización: las mypes encuestadas se encuentran formalizadas (85%) y el 15% no culmina sus trámites por espera de resoluciones; las mypes del sector en estudio están en el mercado de 4 a 6 años (50%) y los docentes si cumplen con una formación de acuerdo a ley (70%). Respecto de la gestión de calidad: 45% utiliza un plan de negocio y 20% está por implementar; el 60% tiene definido la misión, visión y valores de su empresa. Además, si cuentan con local propio (65%) y las instalaciones está pensado en el alumnado (70%); una minoría (40%) si recurre a cursos de capacitación; el 60% no prioriza esta herramienta; demostrando que el 70% si tiene diseñado protocolos referentes al servicio de atención al cliente sin ningún tipo de discriminación, recogiendo sugerencias de los clientes que se fidelizan con el servicio brindado (90%)

2.2.3 Antecedentes Regional

Valderrama, O. (2017) En su trabajo de investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro agrícolas del distrito de Chimbote de la provincia del santa, año 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro agrícolas del distrito de Chimbote de la provincia del Santa, año 2017. Y para

alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro agrícolas del distrito de Chimbote de la provincia del Santa, año 2017. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro agrícolas del distrito de Chimbote de la provincia del Santa, año 2017. Determinar las características de una gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro agrícolas del distrito de Chimbote de la provincia del Santa, año 2017. La metodología que se utilizó en el trabajo de investigación fue de diseño no experimental – transversal. No experimental, porque en el estudio realizado no se manipulo la variable, de modo que solo se observó el fenómeno de acuerdo de la realidad existente, sin ser sometido a ningún tipo de modificación. Transversal, porque el estudio de investigación fue realizado en un espacio de tiempo, lo cual tuvo un inicio y un fin en el año de su realización. obteniendo los siguientes resultados: el 85% conoce la gestión de calidad, el 65% utiliza la técnica de la observación para medir el rendimiento de personal, el 90% conoce la atención al cliente, el 80% considera brindar una buena atención al cliente y el 50% considera la fidelización de clientes como resultado de la buena atención al cliente. Se concluyó que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son mayores de edad, son profesionales de género masculino que ocupan el cargo de administrador entre 0 a 3 años. Y la mitad de estas micro y pequeñas empresas permanecen en el mercado entre 0 a 3 años y cuentan con 1 a 5 trabajadores no 6 familiares cuyo objetivo de creación es generar ganancia. Finalmente, la mayoría de micro y pequeñas empresas conocen y utilizan la gestión de calidad en el servicio de atención al cliente considerando como una herramienta fundamental para que estos regresen a su establecimiento, ya que brindando una buena atención al cliente les permite la fidelización de clientes.

Yacupoma, C. (2016) En su trabajo de investigación *La gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de huarney; caso: ferretería santa maría s.a.c, año 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarney; caso: ferretería Santa María S.A.C, año 2016. Así mismo para poder lograr el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos. Determinar las Características de los representantes, Determinar las características de las micros y pequeñas empresas de las ferreterías de Huarney, Determinar las Características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las

micros y pequeñas empresas de Huarmey, Determinar las características de la gestión de calidad en la atención al cliente de la ferretería Santa María S.A.C. 5. Elaborar el cuadro comparativo de las características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas de Huarmey y la ferretería Santa María S.A.C. La metodología que realiza es la siguiente: No experimental-transversal-descriptivo. Obteniendo los siguientes resultados: Obteniendo como resultados: el 50 % de los representantes tienen entre 33 a 45 años. El 62,5 % son masculinos. El 100 % de Las MYPES son formales. El 100 % aplican una gestión de calidad para atención a los clientes. El 62,5 % de las MYPES han aplicado técnicas modernas para la mejora de la gestión de calidad. El 100 % brindan una atención de buena calidad a los clientes. Concluyendo que los empresarios tienen una edad promedio de 33 a 45 años, de sexo masculino, las MYPES son formales, aplican una gestión de calidad a los clientes, aplican técnicas modernas para la mejora de la atención al cliente, y su prioridad es la buena atención con amabilidad. Respecto al caso: el representante tiene entre 33 a 45 años, sexo masculino, la MYPE es formal, aplican una gestión de calidad para atención a los clientes, aplican técnicas modernas y su prioridad es la atención con amabilidad, concluyendo que el representante de la Ferretería Santa María S.A.C tiene 36 años, de sexo masculino, la MYPE es formal, aplican una gestión de calidad, aplican técnicas modernas, su prioridad es la atención con amabilidad.

2.2 Bases Teóricas de la Investigación

2.2.1 Micro y pequeñas empresas

Según Mares, C. (2017) comenta que las micro y pequeñas empresas tienen como definición: es la organización empresarial que desarrolla actividades de extracción prestación de servicios y constituida ya sea natural o jurídica. El crecimiento de las mypes radica en la constancia que han manifestado a lo largo de los años.

Es por ello que tienen la capacidad para acceder rápidamente al entorno adaptándose y mejorando la liquidez para un incremento de ventas positivo. No define que una mype sobreviva en el mercado hoy en día debido a las condiciones económicas en que se encuentra nuestro país. Así mismo tendrá que adaptarse al cambio para acostumbrarse a ello (p,3)

Las micro y pequeñas empresas han enfrentado un tremendo desafío al aparecer en el entorno un gran problema que aqueja a todos (pandemia) siendo este un parámetro que al presentarse a provocado que la economía de grandes y pequeñas empresas se vea afectada generándose y presentándose el desempleo como un ente que no les dejara avanzar como empresa. Así mismo las mypes son un motor que abarca a toda la población siendo este generador de trabajo para todas las personas que no logran obtener oportunidad en el área laboral, debido a que para la contratación de personal requieren de experiencia laboral, no aceptándose así para lograr tener una mejor calidad de vida a corto plazo.

Las mypes representan una parte del sector que deberá adaptarse a los cambios que, al aparecer los problemas, tendrán que dar una respuesta rápida y dejar de lado las necesidades del mercado para enfocarse en aplicar estrategias de diferenciación.

Importancia de las mypes

Las mypes brindan el 80% de empleo a la población así manifiesta la abogada especializada en propiedad intelectual Canepa, F. (2022) quien nos dice también que como unidad económica produce bienes y servicios, que al realizarlo obtendrán clientes donde optarán por comprar sus productos volviéndose más conocidos y atrayendo a más clientes, aplicando una buena gestión al lograr satisfacer la necesidad de cada uno de ellos y brindándoles seguridad en cada compra que hagan.

Según Guzmán, C. (2018) nos dice que las mypes destacan laboralmente como emprendedoras debido a que aportan de gran manera manteniendo consigo diversos factores que los hacen interesantes y que a su vez aplican y ejecutan para el progreso y bienestar de sus clientes.

También nos ayudara a enfocarnos a crecer económicamente pudiendo resolver a corto, mediano y largo plazo nuestra situación monetaria debido a que creceremos como emprendedores y poder consigo pertenecer a grupos donde podamos ampliarnos como empresa y personal.

Nos permitirá realizar acciones en base a capacidades dinámicas para poder emplear la innovación como un arma para la defensa de los diferentes peligros y anomalías que se generan en el día.

Evolución de las micro y pequeñas empresas

Las mypes han evolucionado constantemente a los diferentes factores que han podido ejercer y seguir, generando así un aprendizaje a nivel organizacional, para que con ello se planteen metas y puedan seguir avanzando y ayudando a otras mypes que recién ingresan y quieren crecer y desempeñar una forma de estructuración, aprovechando los pocos recursos que tienen y planteando nuevas soluciones a través de la modificación en ya sea técnicas o creación de algunas fuentes de competitividad.

La mayoría de personas han aplicado la tecnología en sus negocios para que con ello trabajen de manera remota y cambiando los paradigmas de las situaciones por venir. El Gerente Comercial para Pequeñas y Medianas empresas de Microsoft South. Villacorta, M. (2022) señaló que se lograra excelentes oportunidades al aplicarlo y agilizar los procesos al considerarlo en la transformación digital con la inteligencia de datos como modalidad de trabajo.

La mayoría de las mypes se encuentran conformadas por personas que al no haber conseguido una oportunidad laboral optan por independizarse, arriesgándose en obtener un negocio propio para generar experiencia y ganancias al tenerlo.

El mercado empresarial conformado por las mypes se ha convertido en un escenario local más visto por las personas puesto que permiten analizar el potencial que tienen en las organizaciones para una mejor orientación teniendo un alto aprendizaje y provocando el aumento en las ventas.

Gestión

Está orientada básicamente a satisfacer las expectativas de las personas para que al hacerlo se genere la fidelización de los clientes, con ello busca aplicar el comportamiento ético que traerán como resultado la mejora en la atención al cliente. También está el hecho de realizar una estrategia de calidad, para coordinar esfuerzos apoyándonos en la modificación de procesos que deán como resultado una atención personalizada y con ello el regreso de las personas a nuestro establecimiento. Para que se realice una buena gestión de calidad se tiene que incluir en el proceso a la atención al cliente como herramienta clave será una de las cosas que se pondrá en funcionamiento para que podamos seguir desarrollando nuestro trabajo con eficacia, evaluando constantemente nuestro desempeño y desarrollo.

Al respecto Deighton, M. (2022) afirma que gestionar e implementar procesos en la gestión de calidad brindara al negocio un estándar alto. Además, al tener información necesaria se evitará la falta de precisión e incapacidad provocando un conocimiento útil.

La constancia en la rutina de los trabajos aportara de gran manera puesto que al tener tareas repetitivas podrán memorizarse las labores que realicen manteniendo un buen soporte para identificar el compromiso de todo el equipo, puesto que nos enfocamos en lo que el cliente necesita y requiere.

Importancia de la gestión

La importancia radica en proporcionar de manera adecuada, dinámica y eficaz, el proceso de la enseñanza aprendizaje para que con ello se disminuyan los costos alcanzando patrones de calidad avanzando así hacia los nuevos cambios que el entorno necesita. Osorio, R. (2019) manifiesta que la calidad es el soporte que garantiza el buen funcionamiento de los negocios orientadas a la buena producción tanto de bienes y servicios el cual se requiera. Así mismo el control enfocado en la calidad va desarrollar etapas que garanticen y crear un trabajo integrado con el fin de optar por ser la número uno del mercado.

Según Hurtado, L. (2016) afirma que la importancia de la calidad en una empresa genera satisfacción en clientes, aplicando estándares de calidad que logren entrar en competencia en el mercado. A su vez se centra en diferentes elementos que obteniendo un sistema efectivo le ayude a solucionar exigencias que estos a la vez tengan mayor consistencia involucrándose a terminar de forma eficiente la exigencia de cada persona.

Atención al cliente

Según Ucha, F. (2022) manifiesta que se considera al servicio que se brinda a determinadas personas con el objetivo de intercambiar bienes, el cual se comunican directamente pudiendo entablar una comunicación clara y precisa para lograr el objetivo que es satisfacer sus necesidades básicas. Asimismo, es la base de cualquier empresa, pues permite que los clientes se sientan especiales al momento de visitar la empresa y van a favorecer en un adecuado recurso con ello la fidelización de los clientes. También el segmento de mercado es parte del nivel de un servicio de alta calidad. La orientación al cliente tendrá que ver con el esfuerzo que los trabajadores logren al momento de tener contacto con los clientes.

La atención al cliente genera la lealtad entre cliente y vendedor, ya que, al tener una adecuada atención, esto va generar que se logre el incremento de las ventas, siendo más rentable adaptándose a la captación a través de la comunicación boca a boca. Se refiere al trato que se logra dar para una vuelta de la compra de productos, aplicando habilidades técnicas de conocimiento para una buena gestión.

Al entrar en contacto con el cliente se tendrá que emplear las acciones que ya se les ha indicado y practicado para que al presentarse en cualquier momento se pueda atender con respeto, carisma y buena atención.

Importancia de la atención al cliente

Según Ortiz, J. (2023) manifiesta que la importancia de una atención al cliente lograra los siguientes:

- ✓ Ayudar a identificar problemas y posibles soluciones a las personas que lleguen a comprar.
- ✓ Permitir la interacción del personal y el cliente cumpliendo con ayudar a cubrir sus necesidades.
- ✓ Permitir que los clientes que visitan frecuentemente se vuelvan fieles a la empresa
- ✓ Lo consideran una ventaja competitiva pues ayudara a priorizar y escuchar a cada cliente que ingresan.

Asi mismo para que un negocio llegue a prosperar se tendrá que destacar en cuanto a la rapidez amabilidad la seguridad y realizando un seguimiento con mayor eficacia en los procesos que implica la atención.

El diferenciador que se lograra tener será en cuanto a la experiencia ya que cada personal que atienda podrá desenvolverse de tal manera que puedan lograr una adecuada interacción y ayuda oportuna a las personas manteniendo a los clientes.

Cabe recalcar que la importancia de hacer una buena atención al cliente va destacar a clientes satisfechos manteniéndoles valorados y recompensados por el tiempo que nos visitan. Tiene que ver tambien el desenvolvimiento del personal en la imagen que tenga la empresa manteniéndose en constante captación para dar a los clientes un servicio de calidad y con un amplio estándar de acogida, complementando asi con la amabilidad

y la cortesía hacia ellos y de la mano de la paciencia que, aunque el cliente se ha difícil se tiene que saber tratar y escuchar.

Evitar dificultad al momento de realizar la atención al cliente

Para que se logre no tener dificultad al momento de una atención al cliente, se tiene que evitar todo tipo de distracciones, puesto que al hacerlo se concentrara más en estímulos que son de su interés., provocando que estos atraigan de mayor medida a nuestra atención.

Escuchando de manera clara a los clientes, para que se sientan de esta manera ignorados al no estar directamente en concentración a ellos.

Evitar hablar todo el tiempo y esperar que se han ellos quien les manifieste lo que necesitan y que se permita que se expresen libremente.

Teniendo empatía poniéndose en el lugar de la otra persona al no poder decidir que producto desea adquirir pudiendo orientarles a la mejor opción.

Según Limia, S. (2022) manifiesta que para dar solución a un problema se tendrá que hacer los siguiente:

- ✓ Identificar el problema que se presenta, escuchando al cliente dejando que explique el porqué de su incomodidad.
- ✓ Muestra empatía al momento de descubrir cuál fue el problema que se presentó
- ✓ Busca solucionar de la mejor manera el problema en curso que tanto el personal y el cliente puedan resolverlo.

Sistema para hacer pagos

Considerados como instrumentos bancarios el cual realizan transferencias asegurando la circulación del dinero y pudiendo pagar de manera oportuna determinada actividad.

Los medios de pagos comprenden los que se realizan de manera efectiva y sin efectivos, dándose de esta manera que al incluir un sistema de pago en la empresa se podrá ahorrar tiempo y evitar de llevar consigo demasiada plata que al descuidar se nos pueda robar.

Mejorar la atención al cliente con la implementación de un sistema para hacer pagos

Proyectarnos a incluir un sistema de pago en nuestra empresa nos ayudaría a brindar seguridad y eficiencia con ello innovar contribuyendo al progreso y desarrollo de nuevas opciones en el mercado, con ello no haciendo esperar mucho

al cliente y aprovechando ese tiempo para el acceso de más clientes. Además, para que la empresa tenga más acogida se tendrá que buscar mayores prospectos donde se verán reflejadas alternativas que ayudara al cliente a sentirse como parte de la empresa.

Fidelización al cliente

Radica en que los clientes vuelvan a comprar prefiriendo nuestra marca dando a conocer a más personas aportando mayor posibilidad de posicionamiento en el mercado logrando asegurar ventas futuras dando lealtad a la marca y a la empresa.

El objetivo de la fidelización al cliente será basado en que se convierta en una persona que regresa de manera habitual y tenga la mejor experiencia en su compra. Lograr impulsar las ventas permitirá se tenga mayor compromiso a través del comportamiento de manera repetitiva.

Según Viñaras, E. (2021) asegura que la fidelización aporta de gran manera a la empresa obtenido ventajas y estrategias que se tiene que cumplir para lograr que se tenga un éxito asegurado.

Ventajas de la fidelización al cliente

Reducir el gasto del marketing, ya que ayudara a incrementar los beneficios que implican captar clientes desde cero, captando nuevos prospectos sin costo alguno, Mejora los beneficios que se les da a cada cliente durante el tiempo que nos visitan, adquiriendo mayor valor en cada compra, Los clientes no regresen a las marcas de la competencia reforzando el posicionamiento dentro del mercado donde nos desempeñamos y obtener mayor información de los clientes teniendo así que se multiplique las posibilidades de éxito valiéndonos de que ya conocer sus gustos y preferencias.

Estrategias para la fidelización al cliente

- ✓ Invertir facilitando una tecnología donde se pueda dar el proceso de compra de una manera más fácil y útil.
- ✓ No decir cosas que no se logren hacer a un plazo determinado dándole así a la empresa una imagen errónea de nuestro servicio al no cumplirlo.
- ✓ Establecer con un programa en base a descuentos y puntos que los clientes puedan obtener.

- ✓ No ignorar las quejas que presentan los clientes.
- ✓ Incluir la responsabilidad social en la empresa como herramienta para enganchar a las personas a nuestra empresa.

Ventas

Es el proceso que empieza con la búsqueda de posibles candidatos para vender un producto o servicio, siendo importantes para el desarrollo de la gestión empresarial. Para que así puedan tomar las mejores decisiones al momento de elegir.

Las ventas según Bertone, P. (2019) son operaciones donde se analiza ventajas para acceder a objetivos gestionando diversas actividades correspondientes a sectores que involucra a la empresa. Además, manifiesta que se tiene que estimular a los consumidores para que opten por la compra aplicando las herramientas y diversas promociones para complemento. Está dirigida a los esfuerzos de actividades donde se evitará riesgos que generen pérdidas aplicando consigo estrategias de ventas y emprendiendo formas para identificar e incrementar las ventas la imagen de la empresa y cumplimiento de los objetivos.

Según Díaz, S. (2020) manifiesta que se tiene que realizar el proceso de venta siguiendo una secuencia para poder vender, generando interés en común con el cliente para dar solución a sus problemas.

Presentación. - En esta etapa se logrará que se tenga conocimiento de los productos y los servicios para obtener un buen desarrollo de ventas con ayuda de la información antes encontrada.

Necesidades. - Se dará de manera que las necesidades y gustos que tiene el cliente se puedan dar solución pudiendo satisfacer y ayudar a cubrir sus expectativas.

Argumentación. – Se transmiten ideas donde el personal manifiesta al comprador para que este algo saber pueda obtener nuestro producto pudiendo beneficiarse de nuestra atención y servicio proyectando nuestra diferenciación al de la competencia.

Cierre. - Este es el último paso para que se logre la compra esperada, pudiendo conseguir el pedido que el cliente requiera y poder difundir su experiencia en nuestra empresa.

Estos pasos a seguir que se les presenta podrán ayudar de gran manera a las empresas para poder compartir oportunidades de desarrollo en conjunto con los clientes puesto que para que se tenga éxito y buena acogida en ello se tiene que ver más allá de lo que el cliente prefiere pudiendo así aprovechar nuestras ventajas para poder pulir y seguir ofreciendo nuestro 100% a todos los clientes que quieran pasar una experiencia inolvidable. (P.13)

Tiendas Agrícolas

Son aquellas donde venden productos agropecuarios, para el cuidado de las plantas y con ello su pronto crecimiento prolongando el peligro que se tiene al aparecer enfermedades como las plagas a consecuencia de falta de cuidado, generando así un proceso más productivo y rentable.

Castro, H. (2018) Manifiesta que en el sistema de los agro negocios incluyen la transformación, que abarca realizar actividades productivas donde la capacidad de poseer gran variedad de cultivos en cuanto a la calidad de exportación se trate.

Las estrategias comerciales serán clave para lograr obtener un valor agregado en cada producto para que con ello se logre el reconocimiento del entorno y agrandar estándares de calidad para una gestión de calidad basadas en la atención al cliente y centrarse en lo que el cliente necesite.

2.2.2 Bases Conceptuales

Ventas

Son actividades donde se realizan negocios que al hacerlos provocaran que se incentive a crear clientes potenciales a futuro, logrando que se interesen realizar una determinada compra. Así mismo poder tener más ventas va depender de como logres convencer y entender a los clientes para que estos logren tener seguridad y confianza en nuestra empresa.

Atención al cliente

Es el punto clave para poder tener éxito en el entorno en donde nos desenvolvemos, pudiendo resolver cualquier aspecto que nos quejan. La imagen también tiene que ver en cuanto a la atención al cliente, pues supone como diferenciador para la competencia.

Brindará fortaleza a la empresa dando más valor a los trabajadores y ayudando a que ellos logren considerar como su segunda casa, brindándoles todos los beneficios que conlleva el tener un personal bien calificado. Los servicios que ofrecen la empresa tiene que tener mayor publicidad para un mejor incremento de niveles de satisfacción.

Tiendas Agrícolas

Es considerado un sistema que agrupa fases que tendrá que ver con el campo, en la transformación y comercialización para la distribución de medicinas que ayudaran y se pondrán a disposición de los clientes para el control de plagas que afectan directamente a las plantas que no han sido tratadas por especialistas y aplicadas a tiempo ocasionando así la pérdida de cultivos y la disminución de los recursos que afectaran en la administración de cada agricultor. También el cambio de clima afectaran en los cultivos que al prevenirlo con productos de calidad garantizada ayudaran a resistir y prolongar por algún tiempo lo afectado, obteniendo mayor seguridad alimentaria en cada cultivo. Es por ello que los riesgos que aquejan en los cultivos son múltiples previniendo así en la medida que estos tengan un mejor rendimiento y se obtenga un producto terminado de calidad el cual reflejara en la cosecha de cada cultivo.

III. HIPÓTESIS

En este trabajo de investigación: La atención al cliente como herramienta de gestión para mejorar las ventas en las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio – Rubro Agrícolas del Distrito de Santa, Provincia del santa, año 2022, no se planteara hipótesis por ser de tipo descriptiva. Según Huairé, E. (2019) manifiesta que la hipótesis es considerada como enunciados que expresan, ya sea juicios, afirmaciones o negaciones enlazando variables de los cuales considera solo dos como mínimo para cualquier trabajo de investigación que se requiera realizar, todo ello referente a la realidad en que se presenta.

IV. METODOLOGÍA

4.1.3 Diseño de la investigación

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó los siguientes:

Descriptivo, pues solo describirá las características de la variable atención al cliente como herramienta en la gestión. Según Sabino, C. (2020) manifiesta que se da en base a realidad que estarán enfocadas en hechos reales que al hacerlo se convierte en una interpretación correcta y bien redactada, descubriendo así características de fenómenos.

Transversal, porque se realizó en un tiempo establecido, conociéndose así el tiempo de inicio y su fin. Según Padilla, J. (2021) manifiesta que es aquella donde se va recaudar datos que se darán en un solo tiempo, analizando variables y su incidencia en un determinado momento.

No experimental, debido a que se realizó sin elegir ningún tipo de experimento referente a la variable la atención al cliente como herramienta en la gestión de estudio. Según Álvarez, A. (2020) manifiesta que la investigación no experimental, es aquel que se da sin alterar el objeto de investigación por parte de la persona que lo realiza, no habiendo ninguna manipulación en las variables, ni experimento alguno.

4.2 Población y muestra

4.2.1 Población

La población está conformada por 16 representantes del Sector Comercio – Rubro Agrícolas del Distrito de Santa, el cual fue recopilado mediante una investigación amplia en las mypes. Según Parra, A. (2023) manifiesta que una población es un grupo de personas que se reúnen para una determinada finalidad, teniendo consigo aspectos que quiere el investigador para realizar un estudio de investigación, considerándose también como conjunto total de la población.

4.2.2 Muestra

Para la muestra se utilizó el 100% (16) representantes del sector comercio – Rubro Agrícolas en el Distrito de Santa, quienes nos dieron las facilidades necesarias para lograr con éxito este trabajo de investigación. Según López, P. (2017) manifiesta que una muestra es una parte de una determinada población de estudio, con el objetivo de sacar información que interesa al investigador.

4.3 Operacionalización de las variables

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala medición
<p>Atención al cliente</p>	<p>Según Silva, D. (2022) Es considerada una herramienta, que garantiza que el cliente regrese al establecimiento al haber satisfecho sus necesidades.</p>	<p>Conocimiento</p>	<p>Atención al cliente</p>	<p>Conoce el termino atención al cliente</p>	<p>Nominal</p>
		<p>Estrategias</p>	<p>Dificultad</p>	<p>A tenido dificultad para la atención al cliente</p>	
			<p>Mejorar</p>	<p>Aplica un sistema para hacer pagos para una mejor atención</p>	

			Importancia	Importancia de la atención cliente	Nominal
			Fidelización al cliente	Considera que la Fidelización es gracias a la atención al cliente	

Ventas	Según Galaz, J. (2023) manifiesta que es el intercambio de dinero por la adquisición de bienes y servicios.	Conocimiento	Presentación	Conoce los servicios que ofrece	Nominal
		Técnicas	Necesidades	Muestra interés por necesidades y requerimientos	Nominal

		Optimización de la calidad	Argumentación	Argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas	
		Proceso de venta	Cierre	Verifica la satisfacción después realizado el servicio	Nominal

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos se utilizará la técnica de la encuesta teniendo consigo un conjunto de preguntas estructuradas que nos servirá para recoger información de las Mypes de los representantes, y propietario de la empresa del sector comercio, Rubro Agrícolas del distrito de santa, año 2022.

El instrumento que se realizo fue el cuestionario el cual estuvo conformado por 9 preguntas: 5 referidos a la atención al cliente, 4 referidos a las ventas, siendo este instrumento que se utilizará para poder realizar la entrevista a los representantes del sector comercio - rubro agrícolas.

4.5 Plan de análisis

Se emplearán técnicas dimensiones del análisis descriptivo, debido a que se hizo todo para que la información sea entendible entre ellas clasificar estructurar y resumir, lo cual permite emitir conclusiones para toda una población a partir de la información obtenida en la muestra.

Por último, la información se realizó en tablas que fueron elaboradas en el programa Microsoft Excel. También se utilizó el programa Turnitin para comprobar el porcentaje de similitud para un mejor trabajo de investigación, Word para la digitación del proyecto Power Point para las diapositivas a exponer al finalizar el proyecto y PDF para que se guarde el trabajo y no se tenga ninguna des configuración al momento de enviar al jurado en la tuerquita.

4.6 Matriz de consistencia

<i>Titulo</i>	<i>Enunciado del problema</i>	<i>Objetivos</i>	<i>Variable</i>	<i>Población y muestra</i>	<i>Metodología Método</i>	<i>Técnicas e Instrumento</i>	<i>Plan de analisis</i>
La atención al cliente como herramienta de gestión para mejorar las ventas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro	¿Cuáles son las principales características de la atención al cliente como herramienta de gestión para mejorar las ventas en las micro y pequeñas empresas, Sector Comercio – Rubro Agrícolas del distrito de santa, provincia del santa, año 2022?	<p>a) Objetivo General</p> <p>✓ Determinar las características de la atención al cliente como herramienta de gestión para mejorar las ventas en las micro y pequeñas empresas, sector Comercio – Rubro Agrícolas del distrito de santa, provincia del santa, año 2022.</p>	La Atención al cliente como herramienta en la Gestión para mejorar las ventas	<p>La población: conformada por 16 representantes Sector Comercio – Rubro Agrícolas del distrito de santa, el cual fue recopilado mediante una investigación amplia en las mypes.</p> <p>Muestra: se utilizó el 100% (16) micro y pequeñas empresas del sector comercio – Rubro Agrícolas en el distrito de santa, quienes nos dieron las facilidades necesarias para lograr con éxito este trabajo de investigación</p>	Para la elaboración del presente trabajo de investigación se empleó el diseño no experimental-transversal-descriptivo.	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>	Se usó los programas tales como: Excel, Word, Power point, Turnitin, pdf

<p>Agrícolas del distrito de santa, provincia del santa, año 2022</p>		<p>b) Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificar las características de la atención al cliente como herramienta de gestión para mejorar las ventas en las micro y pequeñas empresas, sector Comercio – Rubro Agrícolas del distrito de santa, provincia del santa, año 2022. ✓ Identificar las características de las ventas en las micro y pequeñas 					
---	--	---	--	--	--	--	--

		<p>empresas sector Comercio – Rubro Agrícolas del distrito de santa, provincia del santa, año 2022.</p> <p>✓ Elaborar un plan de mejora para las ventas en las micro y pequeñas empresas, Sector Comercio – Rubro Agrícolas del distrito de santa, provincia del santa, año 2022.</p>					
--	--	---	--	--	--	--	--

4.7 Principios éticos

La universidad Uladech (2022) manifiesta los principios para el desarrollo de la investigación.

Protección a las personas

En el trabajo de investigación, se realizó teniendo cuidado en la privacidad de las personas, puesto que para que se haya realizado se ha tenido que confirmar, que lo están haciendo bajo el libre consentimiento de cada uno de ellos.

Libre participación y derecho a estar informado

Se realizó con los datos e información dadas por los representantes de las mypes, siendo libres de opinar respecto a las preguntas planteadas en nuestra encuesta, comunicándoles cual es el propósito que tenemos al hacer dicha investigación.

Beneficencia y no maleficencia

Se planteó el trabajo de investigación sin dañar la imagen de ningún representante de las mypes, que bien a su interés nos ayudaron a poder cumplir y poder tener datos que nos interesan para nuestra investigación.

Justicia:

El buen respeto, trato se tuvo al momento de visitar a cada uno de ellos, siendo este un factor de comportamiento positivo en donde nos dirigamos y que al hacerlo se lograra tener oportunidades ayudando a que nos pudieran apoyar en el término de nuestra encuesta.

Integridad científica:

Los datos extraídos de los representantes de las micro y pequeñas empresas son reales, puesto que no se tuvo que alterar los resultados obtenidos para que se han válidos y se pueda aceptar la investigación realizara.

V. 5.1 RESULTADOS

Tabla 1.

Características de la atención al cliente como herramienta de gestión para mejorar las ventas en las micro y pequeñas empresas distrito de santa, provincia del santa, 2022

Características	N	%
Conoce el termino atención al cliente		
Si	2	40.00
Tiene poco conocimiento	13	50.00
No	1	10.00
Total	16	100.00
A tenido dificultades para la atención al cliente		
Si	4	25.00
Algunas veces	9	45.00
No	3	30.00
Total	16	100.00
Aplica un sistema para hacer pagos para una mejor atención		
Si	5	20.00
No	11	80.00
Total	16	100.00
Es importante la atención al cliente		
Si	15	90.00
No	1	10.00
Total	16	100.00
Considera que la fidelización es gracias a la atención al cliente		
Si	15	90.00
No	1	10.00
Total	16	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes sector comercio – Rubro Agrícolas del Distrito de Santa, Provincia del Santa, año 2022

Tabla 2.

Características de las ventas en las micro y pequeñas empresas distrito de santa, provincia del santa, 2022

Características	N	%
El personal muestra conocimiento de los servicios que ofrece		
Si	14	80
No	2	20
Total	16	100
El personal muestra interés por conocer necesidades y requerimientos		
Si	13	60
No	3	40
Total	16	100
El personal argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas		
Si	3	40
No	13	60
Total	16	100
El personal verifica la satisfacción después de realizado el servicio		
Si	2	20
No	14	80
Total	16	100

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes del sector comercio – Rubro Agrícolas del Distrito de Santa, Provincia del Santa, año 2022.

Tabla 3.

Plan de mejora para las ventas en las micro y pequeñas empresas distrito de santa, provincia del santa, año 2022.

Problemas encontrados (RESULTADOS)	Causa	Acción de mejora	Responsable
Poco conocimiento en atención al cliente	Al conocer poco el tema atención al cliente, esto generara bajo nivel ventas.	Reforzar en temas como en atención al cliente, para mejorar permitiendo avanzar y cumplir con los objetivos.	Personal a cargo
Algunas veces ha tenido dificultades para la atención al cliente	Conocen poco del tema es por ello que se dice que tiene dificultad en el tema mencionado.	Realizar una evaluación de la observación al personal para verificar a que se debe la dificultad en aquellas veces	Personal a cargo

<p>No aplica un sistema para hacer pagos para una mejor atención al cliente.</p>	<p>No aplica un sistema para hacer pagos.</p>	<p>Realizar la implementación de un sistema de pagos para que se logre la disminución de tiempo y un mayor control en las ventas e innovar en la empresa para mejores resultados.</p>	<p>Personal a cargo</p>
<p>No argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas.</p>	<p>No argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas</p>	<p>Se tendrá que hacer curso de habilidades comunicativas, para ser claros al comunicarnos.</p>	<p>Personal a cargo</p>
<p>No verifica la satisfacción después de haber realizado el servicio.</p>	<p>No verifica la satisfacción después de haber realizado el servicio</p>	<p>Capacitar al personal sobre la importancia de la satisfacción al cliente, logrando cubrir sus necesidades y expectativas.</p>	<p>Personal a cargo</p>

5.2 Analisis de resultados

Tabla 1: Características atención al cliente

El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas afirman que tienen poco conocimiento respecto a la atención al cliente, esto coincide con Valderrama, O. (2017) quien señala que el 90% conoce la atención al cliente, con Yacupoma, C. (2016) quien manifiesta que el 100% conocen la atención al cliente. Así mismo el autor Ucha, F. (2022) manifiesta que se considera al servicio que se brinda a determinadas personas con el objetivo de intercambiar bienes, el cual se comunican directamente pudiendo entablar una comunicación clara y precisa para lograr el objetivo que es satisfacer sus necesidades básicas. Por lo tanto, los resultados obtenidos de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubros agrícolas, afirman que la atención al cliente es importante para una gestión de calidad en la empresa.

El 45% de los representantes de las micro y pequeñas empresas algunas veces han tenido dificultades para la atención al cliente. Esto difiere con Valderrama, O. (2017) quien señala que el 80% brindan una buena atención al cliente, por ende, no han tenido dificultades en ello, con Yacupoma, C. (2016) afirma que el 100% brindan una atención de buena calidad a los clientes logrando que estos no tengan dificultad alguna en la atención. Referente a los resultados obtenidos se logra una buena atención al cliente es por ello que no se presentó dificultad alguna con ello una buena gestión.

El 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresas no aplica un sistema para hacer pagos para una mejor atención al cliente, Esto coincide con Cerna, L. (2017) quien manifiesta que el 62.5 % logran tener clientes satisfechos sin emplear un sistema para hacer pagos. Los sistemas para hacer pagos generan ahorro de tiempo.

El 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que es importante la atención al cliente, esto coincide con Otiniano, J. (2018) quien manifiesta que el 80% es importante la atención al cliente, pues saben cómo debería ser una atención al cliente para que se logre ser competitivo en el mercado. El autor Según Guzmán, C. (2018) nos dice que las mypes son importantes pues destacan laboralmente como emprendedoras debido a que aportan de gran manera manteniendo consigo diversos factores que los hacen interesantes y que a su vez aplican y ejecutan para el progreso y bienestar de sus clientes.

El 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas considero que la fidelización es gracias a la atención al cliente, coincide con Valderrama, O. (2017) quien afirma que el 50% considera la fidelización de clientes como resultado de la buena atención al cliente. Al haber una buena atención al cliente va permitir que los clientes logren volverse fieles a nuestro establecimiento.

Tabla 2. Características de las ventas

El 80% de los representantes manifestó que el personal de las agrícolas si muestran conocimiento en los productos que ofrecen, difiere con Pérez, J. (2017) quien manifiesta que el 43.60% no muestra conocimientos en los productos que ofrecen es por ello que se capacitaran en ventas. Se entiende con ello que si tiene conocimiento en los productos debido a que para ellos es fundamental conocer y poder estar atentos para seguir avanzando y progresando en el trabajo a cargo.

El 60% de los representantes manifiesto que el personal de las agrícolas si muestra interés por conocer las necesidades y requerimientos esto difiere con cerna, L. (2017) quien manifiesta que el 43,8% considera que el personal tiene aprendizaje lento debido a que no muestran interés por conocer sus necesidades y requerimientos. Siendo las necesidades y el requerimiento importantes para lograr que se logre que se tenga un retorno a nuestra empresa cumpliendo sus expectativas.

El 60% de los representantes manifestó que el personal de las agrícolas no argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas esto difiere con Otiniano, J. (2018) quien tiene el 40% manifestando que les permiten dar sugerencias para dar respuestas a sus dudas, argumentando de manera coherente y eficiente.

El 80% de los representantes manifiesto que el personal de las agrícolas no verifica su satisfacción después de haber realizado el servicio, esto difiere con Plasencia, E. (2016) quien tiene el 62.5% manifestando que si verifican el nivel de satisfacción después de haber realizado el servicio. La Satisfacción tiene que ver con el cumplimiento de expectativas donde se logre una buena impresión.

5.3. Plan de mejora

1.- Datos Generales

Nombre o Razón social: Agrícolas

Giro de la empresa: Comercio

Dirección: Distrito de santa

Historia:

Las tiendas agrícolas son lugares donde se venden productos tales como: fertilizantes, abonos foliares, nacieron debido a que se observó que los agricultores quisieron innovar en cuanto al crecimiento de sus sembríos, dado que antiguamente se utilizaba el estiércol observando así un mayor crecimiento de los cultivos en las zonas de acumulación natural donde se reunían los animales. Siendo esto un hecho que marcó un antes y un después en la vida de los agricultores, prueba de ello es que los fertilizantes se han convertido en una parte tan importante de la agricultura moderna debido al tiempo que se ha utilizado y en el impacto que ha tenido en la producción de alimentos. La mayor preocupación de los agricultores en relación con el uso de fertilizantes es cuánto cuesta, cuánto se necesita y qué formulación de fertilizante aplicar para que con ello tengan una producción exitosa con productos de calidad y un buen dinero por la cantidad de bienes terminados.

2.- Misión:

- ✓ Tener clientes que logren estar satisfechos con los productos que se ofrecen.

3.- Visión:

- ✓ Ser líder a nivel global en el mercado de insumos orgánicos.

4.- Objetivos:

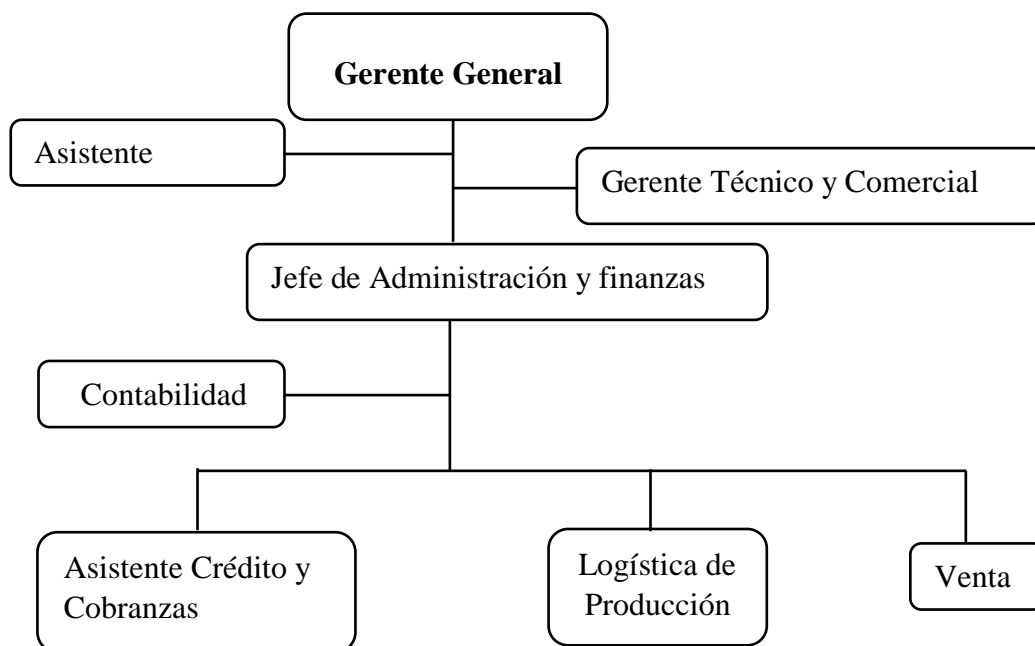
- ✓ Que los agricultores puedan estar contentos con la atención que se les brinda, con los productos que se ofrece y tengan un mejor crecimiento en sus sembríos a medida que se les vaya aplicando podrán ver el resultado.
- ✓ Lograr cumplir las expectativas de los clientes estando en los procesos que se siguen al momento de aplicar sus productos, pudiendo contrarrestar a las plagas u otras enfermedades que aparecen en las plantas.
- ✓ Aumentar las ventas en los próximos meses del año.

- ✓ Adaptarnos al entorno en donde nos movemos, siendo este un mercado competitivo que sin pensar aparecen más tiendas agrícolas con ello nace la competencia.

5.- Productos y/o Servicios:

- ✓ Brindan una variedad de productos tales como: fertilizantes, abonos, foliares, plantas orgánicas. Así también mantienen un servicio de calidad, con garantía en sus productos pues venden marcas certificadas que respaldan el buen producto.

6.- Organigrama de la empresa



7.- Diagnostico General:

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Amplitud del terreno para el trabajo ✓ Tierra bien catalogada ✓ Buena calidad del producto ✓ Alto nivel de confianza de los trabajadores ✓ Proveedores fijos debido a la confiabilidad (a capacidad de pago) ✓ Clientes fijos (gracias al trabajo interno) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de marketing ✓ Definición de funciones. ✓ Capacitación al personal ✓ Falta de personal

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mayor demanda de alimentos ✓ Mercados internacionales ✓ Favoritismo por productos de la zona. ✓ Tecnología al alcance de la mano. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ataque de plagas y enfermedades. ✓ Fenómenos climáticos adversos ✓ Uso irracional de los recursos naturales

8.- Indicadores de Gestión:

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de la mype
Poco conocimiento en atención al cliente como herramienta	No conocen respecto a la atención al cliente como herramienta para el logro de objetivos.
Algunas veces ha tenido dificultades para la atención al cliente	Debido a que el personal a estado distraído y ha entregado un producto que no es lo que el cliente pidió.
No aplica un sistema para hacer pagos para una mejor atención al cliente.	No se ha implementado un sistema para hacer pagos, provocando una desventaja en ello.
No argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas	No argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas, dando como resultado que los clientes no compren en la empresa, al no convencerlos.
No verifica la satisfacción después de haber realizado el servicio.	No logran verificar la satisfacción después de haber realizado el servicio.

9.- Problemas:

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Poco conocimiento en atención al cliente	Al no conocer el tema atención al cliente, esto generara bajo nivel en las ventas.	Se origina pues no aplican estrategias en ventas pues con ello se lograría poder ampliar los conocimientos y experiencias.
Algunas veces ha tenido dificultades para la atención al cliente	Tiene dificultades debido a que conocen poco de este tema.	Debido a que el personal a cargo no está capacitado, para cumplir con las metas establecidas de la empresa.
No aplica un sistema para hacer pagos para una mejor atención al cliente.	No implementa un sistema para hacer pagos para una mejor atención al cliente.	Demora en dar los vueltos al momento que los clientes paguen.
No argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas	No argumenta de manera coherente y eficiente, provocando que no logre convencer al cliente.	No logra que el cliente opte por comprar en nuestra empresa debido a que no logro convencer y generar curiosidad por el producto.
No verifica la satisfacción después de haber	No verifica la satisfacción después	Se origina debido a que no logran aplicar la satisfacción al cliente después que han culminado el servicio.

realizado el servicio.	de haber realizado el servicio.	
------------------------	---------------------------------	--

10.- Establecer soluciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Poco conocimiento en atención al cliente	Al conocer poco el tema atención al cliente, esto generara bajo nivel ventas.	Reforzar en temas como en atención al cliente, para mejorar permitiendo avanzar y cumplir con los objetivos.
Algunas veces ha tenido dificultades para la atención al cliente	Conocen poco del tema es por ello que se dice que tiene dificultad en el tema mencionado.	Realizar una evaluación de la observación al personal para verificar a que se debe la dificultad en aquellas veces
Sistema para hacer pagos para una mejor atención al cliente.	No aplica un sistema para hacer pagos.	Realizar la implementación de un sistema de pagos para que se logre la disminución de tiempo y un mayor control en las ventas e innovar en la empresa para mejores resultados.
No argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas.	No argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas	Se tendrá que hacer curso de habilidades comunicativas, para ser claros al comunicarnos.

No verifica la satisfacción después de haber realizado el servicio.	No aplica la satisfacción después de haber realizado el servicio.	Capacitar al personal sobre la importancia de la satisfacción al cliente, logrando cubrir sus necesidades y expectativas.



11. Recursos para la implementación de las estrategias




- ✓ Humanos
- ✓ Económicos
- ✓ Tecnológicos
- ✓ Tiempo

Nº	Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Participar en talleres del tema atención al cliente, logrando se pueda reforzar las labores diarias en el área donde se labora.	Personal a cargo	S/. 100.00	Computadora	2 días
2	Analizar el comportamiento de cada personal	Personal a cargo	-----	Computadora	1 mes

	mediante una evaluación.				
3	Aplicar sistema de pagos para la innovación y actualización en la empresa.	Personal a cargo	S/. 300.00	Computadora	2 días
4	Realizar cursos de habilidades comunicativas.	Personal a cargo	S/. 180.00	computadora	1 mes
5	Capacitar en satisfacción al cliente	Personal a cargo	S/. 100.00	Computadora	1 mes

12. Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	DICIEMBRE	MARZO
1	Participar en talleres del tema atención al cliente, logrando se pueda reforzar las labores diarias en el área donde se labora.	01/12/2022	05/12/2022		
2	Analizar el comportamiento de cada personal mediante una evaluación.	20/12/22	05/12/2022		

3	Aplicar sistema de pagos para la innovación y actualización en la empresa.	29/01/2023	28/01/2023	
4	Realizar cursos de habilidades comunicativas.	29/01/2023	15/02/2023	
5	Capacitar en satisfacción al cliente	15/03/2023	10/03/2023	

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las agrícolas manifestaron que tienen poco conocimiento respecto si conoce el termino atención al cliente, algunas veces han tenido dificultades para la atención al cliente, No aplica un sistema para hacer pagos para una mejor atención al cliente, si es importante la atención al cliente, considera que la fidelización es gracias a la atención al cliente.

La mayoría de los representantes de las agrícolas manifestaron que si muestran conocimientos en los productos que ofrecen, asi tambien si muestran interés por conocer las necesidades y requerimientos, la mayoría asegura que, no argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas, no verifica la satisfacción después de haber realizado el servicio.

Se realizó un plan de mejora en base a los resultados obtenidos de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – Rubro Agrícolas, donde se logró ver que tienen poco conocimiento respecto a la atención al cliente, debiendo reforzarse asi en temas de interés como atención al cliente logrando con ello cumplir con los objetivos y seguir avanzando dia a dia, Tambien, se identificó que los representantes de las micro y pequeñas empresas han manifestado que algunas veces han tenido dificultades en la atención al cliente, teniendo asi que realizar una evaluación al personal a cargo para identificar a que se debe que algunas veces se haya dado la dificultad en mención. Por otro lado, no aplican un sistema para hacer pagos para una mejor atención al cliente, realizando asi la implementación de un sistema de pagos para lograr tener mayor acogida en la empresa pudiendo permitir que el cliente ahorre tiempo, se sienta a gusto con el servicio brindado y con ello innovar, no argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas. Finalmente, no verifica la satisfacción después de haber realizado el servicio es por ello que se tendrá que capacitar al personal sobre la importancia de la satisfacción al cliente.

VII. RECOMENDACIONES

Referente a la atención al cliente como herramienta de gestión, tienen que innovar implementando un sistema de pago para que se logre una mejor atención al cliente, con ello la actualización de sus redes sociales para una difusión con mayor acogida de los productos que ofrecen. Por otro lado, deben de capacitarles en atención al cliente para saber de qué manera poder entenderlos y poder aplicarlo en la empresa.

Respecto a mejorar las ventas se tenga en cuenta capacitarse en habilidades comunicativas, satisfacción al cliente para obtener una fidelización. También capacitarles en ventas y como poder cerrar una venta exitosa para dar mejores resultados e incrementar nuestros ingresos con efectividad y eficiencia.

Implementar el plan de mejora según los resultados obtenidos en la investigación con el objetivo de ayudar a la empresa a mejorar en diversas áreas o aspectos que realice, para un mejor desenvolvimiento de su personal y mejorar en aspecto que tengan que ver con los gustos y preferencias de los clientes dándoles alternativas que no duden en aceptar. Así también poder adelantarse a la competencia con resultados y cumplimientos de sus metas establecidas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, L. (2022) Buscan impulsar y fortalecer mypes en Lambayeque. Perú, Gobierno Regional de Lambayeque.
Recuperado: <https://Regionlambayeque.gob.pe/web/noticia>
- Alvarado, S., Angulo, P. (2019) las micro y pequeñas empresas, su influencia en el crecimiento de la producción y el empleo provincia de Pasco. Perú. Recuperado de: <https://Repositorio.undac.edu.pe/>
- Álvarez, A. (2020) clasificación de las investigaciones. Perú. Universidad de Lima.
Recuperado de: <https://repositorio.ulima.edu.pe/>
- Ayambo, E. (2017) Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio, colegios particulares, en el distrito de calleria, año 2017. (Tesis de Pregrado, Universidad los Angeles de Chimbote)
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044823>
- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, (2022) El panorama que plantea este 2022 en las mypes. Perú. Recuperado de: <https://bbva.com>
- Bertone, P. (2019) la venta como un proceso: diseñando modelos de gestión de ventas. Argentina. Recuperado de: [creativecommons/argentina/atribución/](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)
- Borja, H. (2021) Gobernador Regional presenta plan regional para la reactivación económica en Ancash. Perú. Portal de transparencia. Recuperado: <https://regionancash.gob.pe/noticias>.
- Cámara de comercio e industria de Japón (2022) más del 50% de la mypes aumentan los salarios para asegurar su personal. Una ventana a Japón. Recuperado de: <https://Nippon.com/es/Japan>
- Camayo, R. (2020) caja Huancayo beneficiara a 16,709 emprendedores con créditos FAE MYPE II Y REACTIVA PERU II. Perú. Revista Oficina de Marketing. Recuperado de: https://cajahuancayo.com.pe/PCM_Noticias
- Campos, D. (2017) La gestión bajo el enfoque en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, en el sector transporte urbano de pasajeros rubro servicio de taxis, en el distrito de trujillo, 2017.(Tesis de Pregrado, Universidad los Angeles de Chimbote)
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000051824>

- Canepa, F. (2022) La importancia de las mypes en el Perú. Idealex.press Recuperado de:
<http://dealex.press/la-importancia-de-la-mypes-en-el-perú/>
- Caipo, O. (2022) PERU: Mypes representan el 99.% del sector empresarial, pero aun el 86% son informales. Perú. Infobae. Recuperado de:
<https://www.infobae.com/america/peru/2022/07/15/peru-mypes-representan-el-96-del-sector-empresarial-pero-aun-el-86-son-informales/>
- Castro, H. (2018) El sistema de agro negocios en el Perú: de la agricultura familiar al negocio agroalimentario. Revista mexicana de agro negocios.
<http://www.redalyc.org/jatsRe-po/141/1415824201/14158242001.pdf>
- Consejo Regional de la micro y pequeñas empresas (COREMYPE), (2022), Feria Mype, Perú. Recuperado de: <https://noticias/organizan-feria-de-la-micro-y-pequeña-empresa-en-chimbote>.
- Cortez, L. (2017) procesos y fundamentos de la investigación científica. Editorial UTMACH. Recuperado de: <http://utmachala.edu.ec-investigación-cuantitativa>.
- Cruz, E. (2018) Los mecanismos de control interno en la programación de las cuentas por pagar en las empresas agrícolas en el Perú (Tesis de pregrado, Universidad Católica los Angeles de Chimbote).
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000048816>
- Deighton, M. (2022) Gestión de calidad:7 pilares de la norma iso 9001. Zendesk. Perú. Recuperado de: <http://zendesk.com.mx/blog/sistema-gestión-de-calidad/>
- Diaz, S. (2020) la venta integral: la fórmula de todos los vendedores. Guia de gestión de la pequeña empresa. España. Recuperado de: small/business/&/publishing/distrito-chimbote, 2017. (Tesis de Pregrado, Universidad Católica los Angeles de Chimbote)
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000050546>
- Galaz, J. (2023) ventas: que son, importancia, herramientas para concretarlas. Aloha. Recuperado de: <https://www.alohacreativos.com/blog/ventas-que-son-importancia-y-herramientas#01>
- Guzmán, C. (2018) Mypes: Porque son importantes para la economía peruana.
<http://Pqs.pe/actualidad/economia/mypes-porque-son-importantes-para-la-economia/>
- Edic, M. y Yupanqui, A. (2018). Gestión de calidad bajo el enfoque del neuromarketing en las mypes del sector comercial, venta de productos agroquímicos, equipos e

- insumos, distrito de Satipo, provincia de Satipo, año 2018 (Tesis de pregrado Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote)
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000051758>
- Huaire, E. (2019) Hipótesis y variables. material de clase. Recuperado de:
<http://aacademia.org/org/Edson.jorge.huaire.inaco/36>
- Hurtado, L. (2016) La importancia de la calidad en empresas. Desarrollo de negocios. Perú. Recuperado de: [http://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-calidad-en-empresas lilee-hurtado-guzman](http://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-calidad-en-empresas-lilee-hurtado-guzman)
- Manrique, A. (2016) Gestión y diseño: convergencia disciplinaria. Universidad nacional de Colombia. Colombia. Recuperado de: <https://scielo.org.co/pdf/pege/>
- Martínez, R. (2017) El concepto de representación en la actualidad. Universidad autónoma de Madrid. Madrid. Recuperado de: <https://scielo.org.pdf>.
- Mares, C. (2017) las micro y pequeñas empresas en el Perú. Perú. La Referencia. Recuperado de: <http://repositorio.ulima.edu.pe>
- Melles, C. (2022) Servicio brasileño de apoyo a las micro y pequeñas empresas Sebrae. Brasil. Cinterfor . Recuperado de: <https://www.oitcinterfor.org/institución-miembro/servicio-brasil/>
- Padilla, J. (2021) Que es un estudio transversal. Perú. Editorial La mente es maravillosa. Recuperado de: <https://lamenteesmaravillosa.com/estudio-trnasversal/>
- Parra, A (2023) Que es una población de estudio, características y técnicas de muestreo. Question pro. Recuperado de: <https://questionpro/blog/es/población-de-estudio/>
- Pérez, J. (2017) Gestión de calidad en la capacitación del recurso humano y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, Rubro agrícolas de la avenida José Gálvez cuadras 8 y 9 del distrito de chimbote, provincia del santa, 2017 (Tesis de pregrado, Universidad Católica los Angeles de chimbote)
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000050439>
- Plasencia, E. (2016) “la gestión de calidad y formalización de las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de productos agrícolas del distrito de santa cruz de Toledo –Cajamarca, 2016” (Tesis de pregrado, Universidad Católica los Angeles de chimbote)

- Ojeda, R. (2022) Mypes: sinónimo de resiliencia en el Perú. Perú. Revista el peruano. Recuperado de: <https://actualidadgubernamental.pe/noticia/mypes-sinonimo-de-resiliencia-en-el-Perú>.
- Osorio, R. (2019) importancia del control de calidad en las empresas. Contyquim. México. contyquim Recuperado de: <http://contyquim.com/blog/la-importancia-del-control-de-calidad-en-las-empresas>.
- Ortiz, J.(2023) La importancia del servicio al cliente para tu negocio. HubSpot. Lima. Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/service/importancia-servicio-cliente>
- Sabino, C. (2020) Investigación Descriptiva según autores. Venezuela. Tesis plus. Recuperado de: tesisplus.com/investigación-descriptiva/investigación-descriptiva-según-autores/
- Samanez, L. (2019) Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de sayan, provincia de huaura, año 2019. (Tesis de Pregrado, Universidad, Universidad Catolica los Angeles de Chimbote) <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000050474>
- Silupu, B. (2021) La fuerza dinamizadora de las mypes. Piura. el suplemento semana del diario el tiempo. Recuperado de: <http://udep.edu.pe/hoy/2021/09/la-fuerza-dinamización-de-las-mypes/>
- Silva, D. (2022) ¿Que es atención al cliente? Definición, elementos e importancia para las empresas en la actualidad. Zendesk. <https://zendesk.com.mx/blog/que-es-la-atención-al-cliente>.
- Tello, S. (2014) Importancia de las micro y pequeñas empresas. Perú. Editorial la Economía.
- Valderrama, O. (2017) Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro agrícolas del distrito de Chimbote de la provincia del Santa, año 2017 (Tesis de pregrado, Universidad Catolica los Angeles de Chimbote). <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000050615>
- Villacorta, M. (2022) Aceleración digital: más del 94% de las mypes peruanas invirtió en tecnología en el último año. News Center Microsoft Latinoamérica. Perú.

Recuperado de: <http://news.microsoft.com/es-xl/aceleración-digital-mas-del-94-de-las-pymes-peruanas-invirtio-tecnologia.en-el-ultimo-año>

Viñaras, E. (2021) Fidelización de clientes: qué es, beneficios y ejemplos de éxito. Ciberclick. Barcelona. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/fidelizacion-de-clientes-que-es-beneficios-y-ejemplos-de-exito>

Yacupoma, C. (2016) La gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de huarney; caso: ferretería santa maría s.a.c, año 2016. (Tesis de pregrado, Universidad Católica los Angeles de Chimbote). <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045648>

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

Cronograma de actividades																	
N°	Actividades	Año 2022															
		Diciembre				Enero				Febrero				Marzo			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Redacción del informe preliminar	x	x	x													
2	Revisión del informe final por el jurado de investigación				x												
3	Pre banca					x	x	x									
4	Aprobación del informe final de la tesis por el jurado de investigación									x	x	x					
5	Redacción del artículo científico													x	x		
6	Sustentación final													x	x	x	x

Anexo 2: Presupuesto

PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE (Estudiante)			
Categoría	Base	% Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
Impresiones	0.40	100	40
Fotocopias	0.10	20	2.00
Empastado	102	1	102
Papel bond A-4 (500 hojas)	0.10	100	10
Lapiceros	0.50	3	1.50
Servicios			
Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar información	-	-	-
Sub total			
Total presupuesto de			255.50
PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE (Universidad)			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
Servicios			
Uso de Internet	30.00	4	120.00
Búsqueda de información en base	35.00	2	70.00
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University – MOIC)	40.00	4	160.00
Publicación de artículo en repositorio	50.00	1	50.00

Anexo 3: Consentimiento informado

PROTOCOLO PARA CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

Estimado señor (a):

.....

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación para optar el título profesional de Licenciada en Ciencias Administrativas denominada: La atención al cliente como herramienta de gestión para mejorar las ventas en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – Rubro Agrícolas del Distrito de Santa, provincia del santa, año 2022.

Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos representantes de las mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación el estudiante investigador e alcanzará una encuesta donde usted responderá las interrogantes relacionadas relacionadas a la atención al cliente como herramienta en la gestión.

Toda información que usted proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos

Si tiene dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con la persona del celular 934150983.
CORREO

con el docente tutor investigador de la escuela de Administración de la ULADECH, de la ciudad de chimbote, Perú Reineiro Zacarias centurión Medina N° 980259211, E-mail: Escuela-administración uladech.edu.pe

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con esto no renuncio a mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

Nombre del participante

Firma del participante

Nombre del DT

Firma del DTI

Fecha

Hora

Anexo 4. Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN PARA MEJORAR LAS VENTAS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO AGRICOLAS DEL DISTRITO DE SANTA, PROVINCIA DEL SANTA, AÑO 2022. Para obtener el título de licenciada en administración, se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

INTRUCCIONES: A continuación, le presentamos las preguntas, le solicitamos que frente a ella exprese su opinión personal. Marcar con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo a las siguientes alternativas.

1.1 REFERENTE A LA VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

1.1. ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Conoce el termino atención al cliente

- a) Si
- b) Tiene poco conocimiento
- c) No

2. A tenido dificultades para la atención al cliente

- a) Si
- b) Algunas veces
- c) No

3. Aplica un sistema para hacer pagos para una mejor atención al cliente

a) Si

b) No

4. Es importante la atención al cliente

a). Si

b) No

5. Considera que la fidelización es gracias a la atención al cliente

a) Si

b) No

2.2. Referente a la variable Ventas

2.2 Ventas

6. El personal de las agrícolas muestra conocimiento de los servicios que ofrece

a) Si

b) No

7. El personal de las agrícolas muestra interés por conocer sus necesidades y requerimientos

a) Si

b) No

8. El personal de las agrícolas argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas

a) Si

b) No

9. El personal de las agrícolas verifica su satisfacción después de haber realizado el servicio

a) Si

b) No

Anexo 5: Validación de instrumento

VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

I. TITULO DE LA INVESTIGACIÓN:

LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN PARA MEJORAR LAS VENTAS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO AGRICOLAS DEL DISTRITO DE SANTA, PROVINCIA DEL SANTA, AÑO 2022.

II. TESISISTA:

Liz Susán Reyes Valuis

III. DECISIÓN

Después de haber revisado los cuestionarios, se procedió a validarlos teniendo en cuenta la estructura, profundidad y coherencia de cada uno de ellos; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

APROBADO: SI



Mg Miguel A. Limo Vásquez
DNI: 18215927
CLAD 04926

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Limo Vásquez, Miguel Ángel

1.2. **Grado Académico:** Magister

1.3. **Profesión:** Licenciado en Administración

1.4. **Institución donde labora:** ULADECH

1.5. **Cargo que desempeña:** Docente

1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario

1.7. **Autor del instrumento:** REYES VALUIS LIZ SUSAN

1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN: correspondientes al Instrumento: Atención al Cliente

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Conocimiento							
Conoce el termino atención al cliente	X		X		X		
Dimensión 2: Estrategias							
¿A tenido dificultades para la atención al cliente?	X		X		X		
¿Aplica un sistema para hacer pagos?	X		X		X		
¿Considera importante la Atención al Cliente?	X		X		X		

¿Considera que la fidelización es gracias a la buena atención al cliente?	X		X		X		
---	---	--	---	--	---	--	--

III. Ítems correspondientes al Instrumento: Ventas

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Conocimiento							
¿Conoce los servicios que ofrece?	X		X		X		
Dimensión 2: Técnicas							
¿Muestra interés por las necesidades y requerimientos?	X		X		X		
¿Argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas?	X		X		X		
Dimensión 3: Optimización de la calidad							
¿Verifica la satisfacción después de realizado el servicio?	X		X		X		

Otras observaciones generales:


 Mg Miguel A. Limo Vásquez
 DNI: 18215927
 CLAD 04926

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

I. TITULO DE LA INVESTIGACIÓN:

LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN PARA MEJORAR LAS VENTAS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO AGRICOLAS DEL DISTRITO DE SANTA, PROVINCIA DEL SANTA, AÑO 2022.

II. TESISISTA:

Liz Susan Reyes Valuis

III. DECISIÓN

Después de haber revisado los cuestionarios, se procedió a validarlos teniendo en cuenta la estructura, profundidad y coherencia de cada uno de ellos; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

APROBADO: SI

MG. ROBERT RUBIO CASTILLO
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD N° 01358

DNI: 32888279

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** Rubio Castillo, Robert S.
- 1.2. Grado Académico:** Magister en Administración
- 1.3. Profesión:** Licenciado en Administración
- 1.4. Institución donde labora:** Hospital III – Essalud
- 1.5. Cargo que desempeña:** Gestión de Empresas

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: REYES VALUIS LIZ SUSAN

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN: correspondientes al Instrumento: Atención al Cliente

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Conocimiento							
Conoce el termino atención al cliente	X		X		X		
A tenido dificultades para la atención al cliente	X		X		X		
Dimensión 2: Estrategias							
¿Aplica un sistema para hacer pagos?	X		X		X		
¿Considera importante la atención al cliente?	X		X		X		
¿Considera que la fidelización es gracias a la buena atención al cliente?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento: Ventas

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Conocimiento							
¿Conoce los servicios que ofrece?	X		X		X		
Dimensión 2: Técnicas							
¿Muestra interés por las necesidades y requerimientos ?	X		X		X		
¿Argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas?	X		X		X		
Dimensión 3: Optimización de la calidad							
¿Verifica la satisfacción después de realizado el servicio?	X		X		X		



MG. ROBERT RUBIO CASTILLO
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD N° 01358

DNI: 32888279

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

I. TITULO DE LA INVESTIGACIÓN:

LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN PARA MEJORAR LAS VENTAS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO AGRICOLAS DEL DISTRITO DE SANTA, PROVINCIA DEL SANTA, AÑO 2022.


II. TESISISTA:

Liz Susán Reyes Valuis

III. DECISIÓN

Después de haber revisado los cuestionarios, se procedió a validarlos teniendo en cuenta la estructura, profundidad y coherencia de cada uno de ellos; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

APROBADO: SI



Mg. Yuly Yolanda Morillo Campos
LICENCIADA EN ADMINISTRACION
CLAD N° 01359

DNI N° 33263862

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Morillo Campos, Yuly Yolanda
- 1.2. **Grado Académico:** Magister en Administración Publica
- 1.3. **Profesión:** Licenciada en Administración
- 1.4. **Institución donde labora:** Independiente
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Gestión de Empresas
- 1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario
- 1.7. **Autor del instrumento:** REYES VALUIS LIZ SUSAN
- 1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN:

III. VALIDACIÓN: correspondientes al Instrumento: Atención al Cliente

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Conocimiento							
Conoce el termino atención al cliente	X		X		X		
Dimensión 2: Estrategias							
¿A tenido dificultades para la atención al cliente?	X		X		X		
¿Aplica un sistema para hacer pagos?	X		X		X		
¿Considera importante la Atención al Cliente?	X		X		X		

¿Considera que la fidelización es gracias a la buena atención al cliente?	X		X		X		
---	---	--	---	--	---	--	--

Ítems correspondientes al Instrumento: Ventas

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Conocimiento							
¿Conoce los servicios que ofrece?	X		X		X		
Dimensión 2: Técnicas							
¿Muestra interés por las necesidades y requerimientos?	X		X		X		
¿Argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas?	X		X		X		
Dimensión 3: Optimización de la calidad							
¿Verifica la satisfacción después de realizado el servicio?	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Mg. Joly Virginia Morillo Páez
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
CLAD N° 01359

DNI N° 33263862

Nota: se adjunta el proyecto de investigación

Anexo 6: Figuras

Referente a la variable atención al cliente como herramienta de gestión para mejorar las ventas

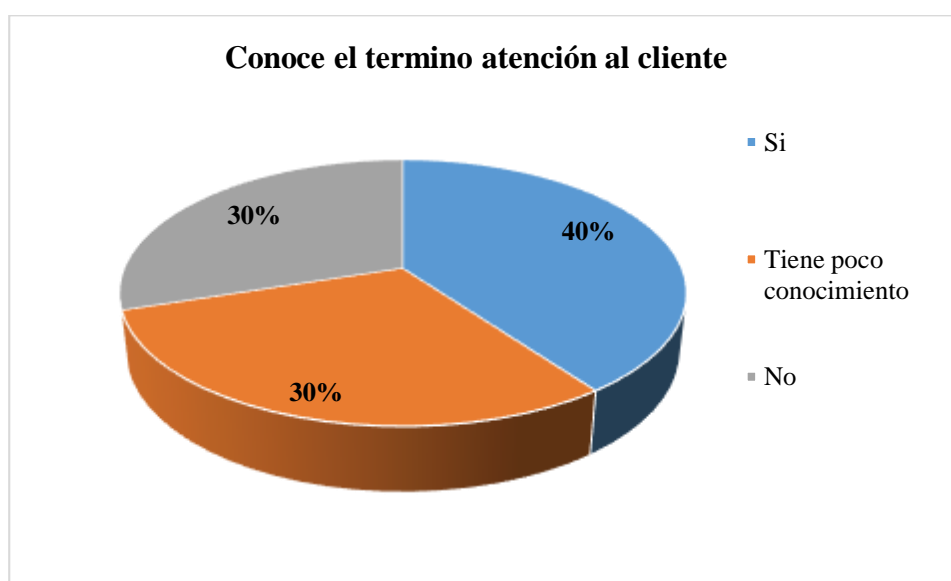


Figura 1. Conoce el termino atención al cliente

Fuente: Tabla 1

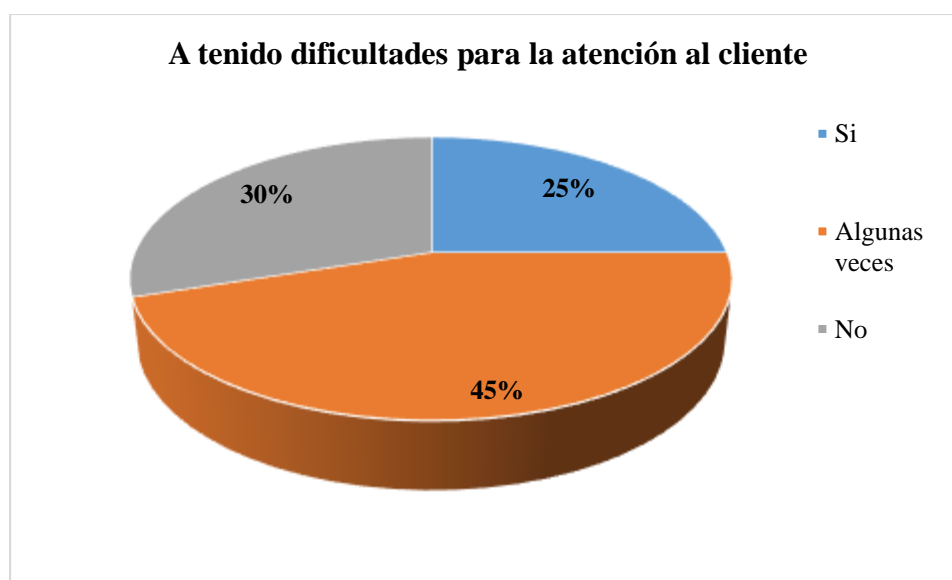


Figura 1. A tenido dificultades para la atención al cliente

Fuente: Tabla 1

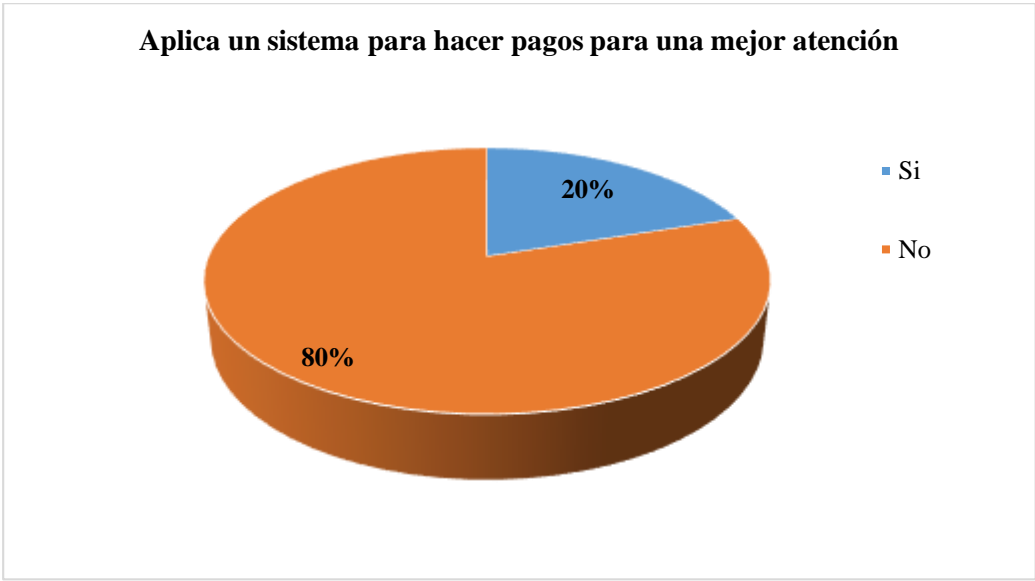


Figura 1. Aplica un sistema para hacer pagos para una mejor atención

Fuente: Tabla

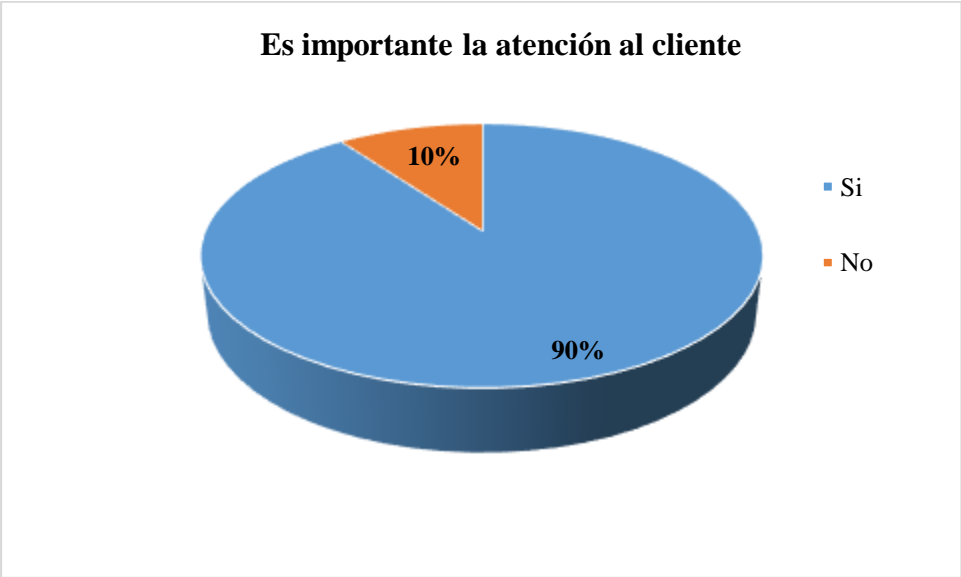


Figura 1. Es importante la atención al cliente

Fuente: Tabla 1



Figura 1 Considera que la fidelización es gracias a la atención al cliente

Fuente: Tabla 1

Referente a la variable ventas

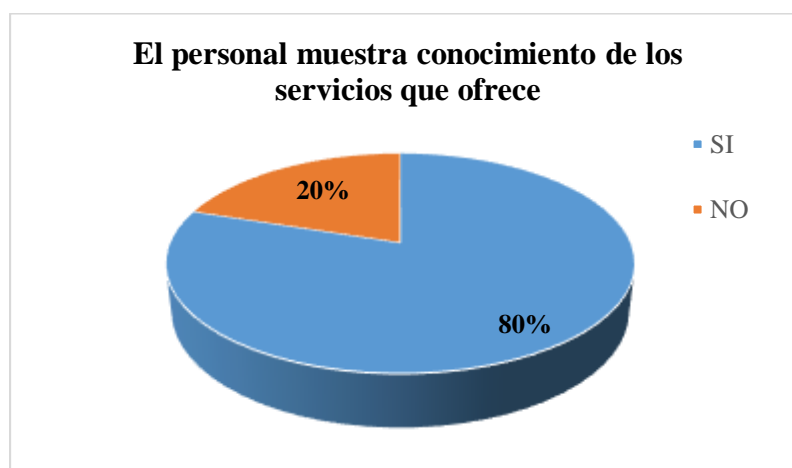


Figura 2 El personal muestra conocimiento de los servicios que ofrece

Fuente: Tabla 2

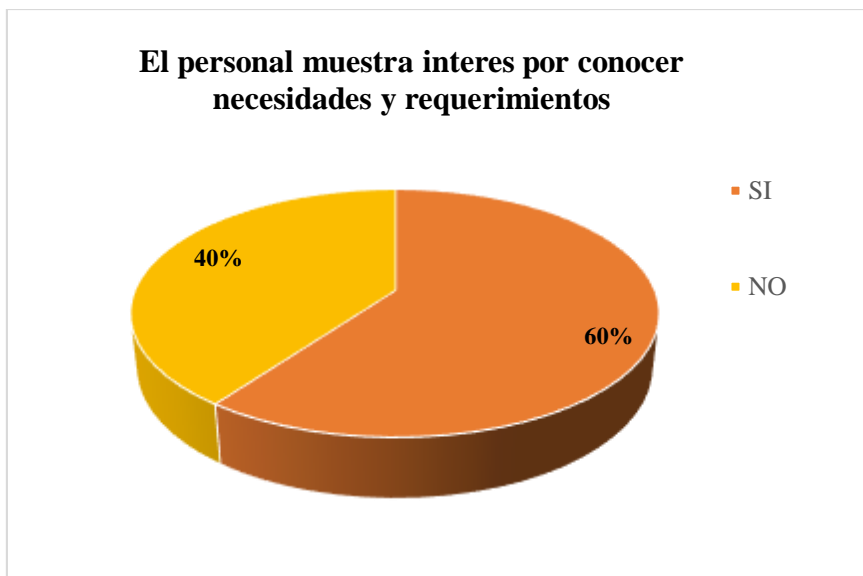


Figura 2 El personal muestra interés por conocer necesidades y requerimientos

Fuente: Tabla 2

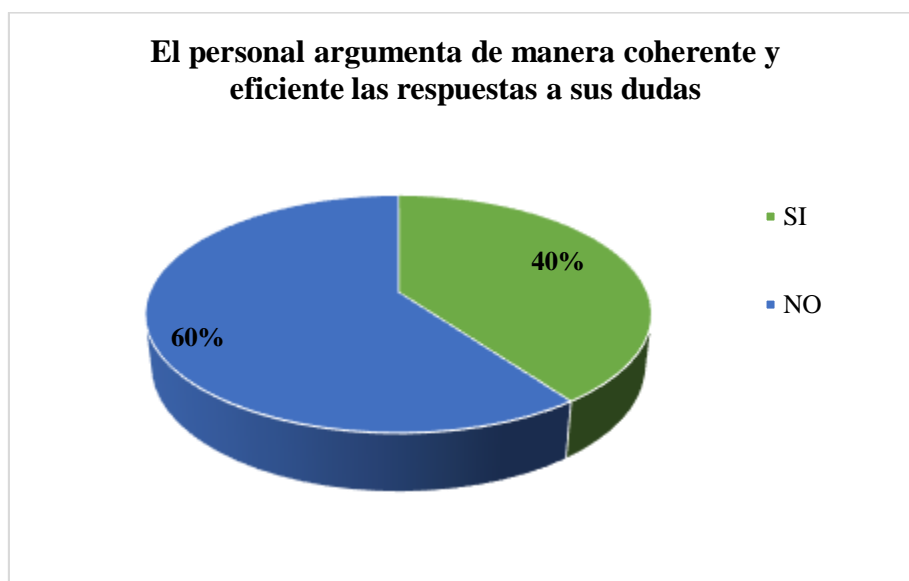


Figura 2 El personal argumenta de manera coherente y eficiente las respuestas a sus dudas

Fuente: Tabla 2

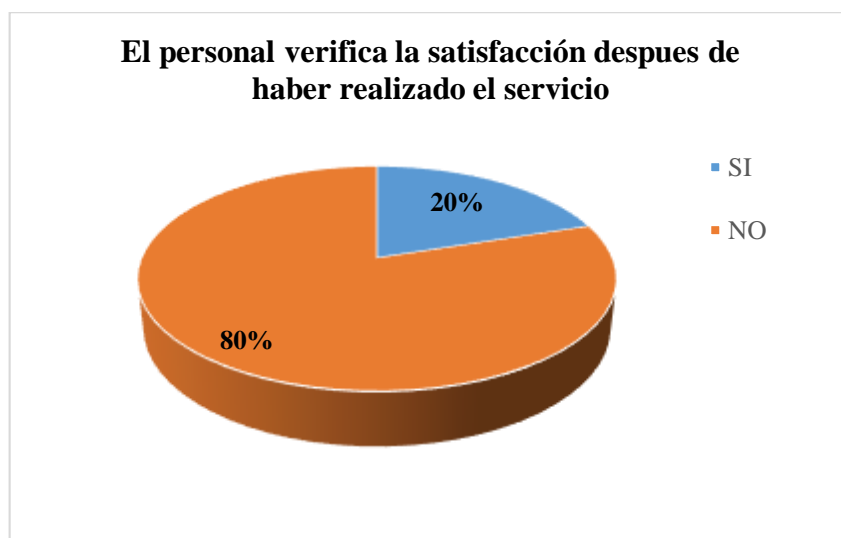


Figura 2 El personal verifica la satisfacción después de haber realizado el servicio

Fuente: Tabla 2

Anexo 7: Turnitin



The screenshot shows a web browser window displaying a Turnitin submission page. The browser's address bar shows the URL: `ev.turnitin.com/app/carta/es/?a=2021018703&lang=es&ou=1140254832&student_user=163+1`. The Turnitin logo is visible in the top left corner, and the user's name, "LIZ SUSAN REYES VALDES", is shown in the top right. The main content area features the logo of the Universidad Católica Los Ángeles Chimbote and the following text:

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA

**ESCUELA PROFESIONAL
DE ADMINISTRACIÓN**

LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO
HERRAMIENTA DE GESTIÓN PARA MEJORAR
LAS VENTAS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO
AGRICOLAS DEL DISTRITO DE SANTA,
PROVINCIA DEL SANTA, AÑO 2022.

On the right side, there is a "Resumen de coincidencias" (Similarity Summary) panel showing a 0% similarity score. Below this, there is a note: "No existen fuentes consultadas para esta informe". The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with a temperature of 24°C, weather "Mayorm. nubla...", and the date "23/01/2023".

Cuadro de sondeo de los datos de los representantes de las mype

La población 100% (16) de las micro y pequeñas empresas que se dedican al Comercio de Agrícolas en el Distrito de Santa son las siguientes:

N°	NOMBRE DE LAS AGRICOLAS	UBICACIÓN
1	AGRO TECNOLOGÍA INTEGRAL	Jr. Rio Santa
2	CONSORCIO AGRÍCOLA RIO SANTA	Jr. Rio Santa (Centro cívico Mz F Lt. 19ª)
3	G & LL E.I.R.L	Jr. Rio Santa (Mz F Lt. 15)
4	AGROFERNANDA	Jr. Rio Santa
4	FARMAGRO S.A	Jr. Rio Santa
5	AGRÍCOLA TOCAS S.A.C	Jr Amazonas
6	AGROJACK E.I.R.L	Jr. Rio Santa
7	DINSA	Jr. Rio Santa
8	AGROJSAC	Jr. Marañon
9	AGRO FER SRL	Jr. Rio Santa
10	SILVESTRE AGROMEN SAC	Jr. Marañon
11	AGROPECUARIA ZETA E.I.R.L	Jr. Marañon 166
12	INAGA	Jr. Marañon
13	EL BARATERO DE LA ZONA	Jr. Marañon
14	AGRO MARKET	Jr. Marañon (Mz k Lt. 009)
15	SEIAGRO SAC	Jr Pachitea
16	AGRO INVERSIONES FOX	Jr. Huallaga

Documento presentado a la Municipalidad Distrital de Santa para proporcionar información sobre la cantidad de mype que se va encuestar.

"AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL"

SOLICITO: INFORMACIÓN ACTUALIZADA SOBRE
UBICACIÓN Y RELACIÓN DE TIENDAS
AGRICOLAS EN EL DISTRITO DE SANTA

SEÑOR:

Mg. Abog. Alex Motta Borjas
ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DEL DISTRITO DE SANTA

Presente. -

Yo, LIZ SUSAN REYES VALUIS CON D.N.I N°
46822861, CON DOMICILIO EN URB. VÍCTOR
RAÚL HAYA DE LA TORRE MZ B LT. 22-
SANTA, ante usted con el debido respeto me
presento y expongo:


Que, en mi calidad de Bachiller de la Facultad de Administración de la Universidad ULADECH católica, acudo a su digno despacho a fin de Solicitar ordene a quien corresponda se me entregue **INFORMACIÓN ACTUALIZADA SOBRE UBICACIÓN Y RELACIÓN DE TIENDAS AGRICOLAS DEL DISTRITO DE SANTA**, información que obra en los archivos de la entidad que Ud. tan dignamente dirige.

POR LO EXPUESTO:

Pido a usted Sr. alcalde acceder a mi solicitud por ser de justicia.

Santa, 11 de enero del 2023

Atentamente,


LIZ SUSAN REYES VALUIS

D.N.I 46822861



MUNICIPALIDAD
DISTRITAL DE SANTA

Jr. Mareñón N° 227 - Santa - Ancash

CONSTANCIA DE PRESENTACIÓN

Unidad Orgánica: UNIDAD DE TRAMITE
DOCUMENTARIO Y ORIENTACION
AL CIUDADANO

Expediente N° : 0236 - 2023-MDS

Fecha/Hora : 11/01/2023 13:04:42

Usuario: cmanzon

Solicitó: OTRO PROCEDIMIENTO GENERAL

Asunto : INFORMACION ACTUALIZADA SOBRE
UBICACIÓN Y RELACIÓN DE TIENDAS
AGRICOLAS EN EL DISTRITO DE SANTA

Folios: 02

Presentante: LIZ SUSAN REYES VALUIS
N° DNI/RUC : 46822861



Consulte su trámite en: <http://www.munidistsanta.gob.pe>

Fotos de las mypes encuestadas









ATENCION_AL_CLIENTE_REYES_VALUIS_LIZ_SUSAN.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

9%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

22%

★ repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo