

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**ATENCIÓN AL CLIENTE COMO ELEMENTO
ESTRATÉGICO CON LA GESTIÓN DE CALIDAD EN
LAS MYPE DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO
VETERINARIAS DEL DISTRITO DE JULIACA, AÑO
2019**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

APAZA SUAÑA, REGINA
ORCID: 0000-0003-1318-2424

ASESOR:

CARI CONDORI, DIVÁN YURI
ORCID: 0000-0002-0805-6629

JULIACA – PERU

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Apaza Suaña, Regina

ORCID: 0000-0003-1318-2424

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Bachiller de Pregrado,
Juliaca, Perú

ASESOR

Cari Condori, Diván Yuri

ORCID: 0000-0002-0805-6629

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

JURADOS

Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Espinosa Otoya, Victor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Quispe Quispe, Yan Carlo

ORCID: 0000-0001-9944-0687

FIRMA DEL JURADO EVALUADOR

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero
PRESIDENTA

Mgtr. Victor Hugo Espinosa Otoyá
MIEMBRO

Mgtr. Yan Carlo Quispe Quispe
MIEMBRO

Mgtr. Diván Yuri Cari Condori
ASESOR

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a Dios por brindarme protección, bendición y sabiduría en todo momento para poder culminar con esta investigación. Así mismo agradezco a mis amigas y compañeras de la carrera profesional por haberme brindado su apoyo incondicional y algunas sugerencias.

Agradezco a mi asesor por haberme apoyado a realizar esta investigación, gracias a cada uno de sus enseñanzas, indicaciones y paciencia. Por último, agradezco a la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote y a toda su plana de docentes por haberme formado un profesional ético y brindado una educación de calidad

DEDICATORIAS

A mi madre por brindarme su apoyo incondicional en todo momento, por sus enseñanzas y por su constante exigencia, lo cual me permitió a seguir luchando por mis sueños a pesar que existieron muchos obstáculos.

A mi padre por haberme apoyado económicamente y moralmente para seguir con mis metas trazadas.
A mi hermana por comprenderme y soportarme en este tiempo y a todas las personas que estuvieron ayudándome en todo este tiempo.

RESÚMEN

Hoy en día las MYPE a pesar de desarrollar el máximo esfuerzo para crecimiento de una empresa, tienen limitaciones y debilidades respecto a la Atención al cliente y Gestión de Calidad, para ser sostenible es necesario plantear estrategias y dar solución al problema. Esta investigación se realizó con el propósito de determinar las características de Atención al cliente como elemento estratégico con la Gestión de calidad en las MYPE del sector servicio, rubro veterinarias, del Distrito de Juliaca año, 2019. La metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, con una muestra de 13 MYPE los cuales representan el 100% del rubro de Veterinarias del distrito de Juliaca, se aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas mediante la técnica encuesta, obteniendo los siguientes resultados: Respecto al objetivo general: los representantes manifestaron una prestancia de servicio de atención al cliente alcanzando en un 65% de aceptación, contrariamente algunos representantes indicaron que no presentan una buena gestión de calidad, alcanzando un 35%. Respecto a la Atención al cliente; el 76.9% brindan buena atención al cliente, el 100% resuelven quejas que se presentan en las Mype y el 61.5% satisface los deseos de los clientes. Respecto a la Gestión de calidad: el 100% tienen buena comunicación con los clientes, el 69.2% cuentan con productos de calidad y el 76.9% se capacita para la atención al cliente. En conclusión, la mayoría de los representantes tienen similitud en sus réplicas, cabe mencionar que existe buena Atención al cliente y buena Gestión de calidad.

Palabras claves: Atención del cliente y Gestión de calidad

ABSTRACT

Today, MYPEs weigh the utmost effort to grow a company, they have limitations and weaknesses regarding Customer Service and Quality Management, to be sustainable it is necessary to propose strategies and solve the problem. This research was carried out with the purpose of determining the characteristics of Customer Service as a strategic element with Quality Management in the MYPE of the service sector, veterinary category, in the Juliaca District year, 2019. The methodology was quantitative, descriptive level , a non-experimental design, with a sample of 13 MYPE which represent 100% of the Veterinary category of the Juliaca district, a questionnaire of 20 closed questions was applied using the survey technique, obtaining the following results: Regarding the general objective: the Representatives expressed a provision of customer service reaching 65% acceptance, on the contrary, some representatives indicated that they do not present good quality management, reaching 35%. Regarding customer service; 76.9% provide good customer service, 100% resolve complaints presented on Mype and 61.5% satisfy customer wishes. Regarding Quality Management: 100% have good communication with customers, 69.2% have quality products and 76.9% are trained in customer service. In conclusion, most of the representatives have similarities in their replies, it should be noted that there is good customer service and good quality management.

Keywords: Customer service and Quality management

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
FIRMA DEL JURADO EVALUADOR	iii
DEDICATORIAS	iv
RESÚMEN	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	viii
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE FIGURAS	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	9
2.1. ANTECEDENTES	9
2.2. bases teóricas	28
2.2.1. Las Mype,	28
2.2.2. Atención al Cliente.	30
2.2.3. Gestión de Calidad.	35
2.2.4. Atención al cliente.	53
2.2.5. Gestión	53
2.2.6. Gestión de calidad	54
2.2.7. Calidad	54
III. HIPÓTESIS	56
IV. Metodología	57
4.1. Diseño de la investigación	57
4.2. Población y muestra	57
4.2.1. Población	57

4.2.2. <i>Muestra.</i>	58
4.3. Matriz de Operacionalización de Variables e indicadores....	57
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.”	59
4.4.1. <i>Técnicas.</i>	59
4.4.2 Instrumentos.	59
4.5. Plan de análisis.	59
4.6. Matriz de consistencia	61
4.7. Principios éticos	62
V. RESULTADOS.....	64
5.1. Resultados	64
5.2. Análisis de resultados	84
VI. CONCLUSIONES.....	88
6.1. Conclusiones	88
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	89
Recomendaciones”	89
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	90
Anexos 1 Cuestionario aplicado	95
Anexo 2 Instrumento de medición validación y fiabilidad.....	97
Anexo 3: Representantes de las MYPE, del sector comercio, rubro Veterinaria, del Distrito de Juliaca,	109

INDICE DE TABLAS

<i>TABLA 1</i> Sus planes contribuyen a la mejora de calidad la veterinaria.....	44
<i>TABLA 2</i> Las acciones realizadas van de acorde con las metas planteadas.....	45
<i>TABLA 3</i> Participa en programas de capacitación para la mejora de la calidad.....	46
<i>TABLA 4</i> Sus políticas promueven la eficacia en el servicio.....	47
<i>TABLA 5</i> Los empleados cumplen con los horarios establecidos en la veterinaria.....	48
<i>TABLA 6</i> Los empleados muestran interés en aprender para brindar una mejor atención al cliente.....	49
<i>TABLA 7</i> Los empleados están al pendiente de los requerimientos de los clientes en la veterinaria.....	50
<i>TABLA 8</i> Los empleados son dinámicos y proactivos.....	51
<i>TABLA 9</i> Sus empleados se identifican con la veterinaria.....	52
<i>TABLA 10</i> El personal reporta a recepción los objetos olvidados en las habitaciones.....	53
<i>TABLA 11</i> Revisa las acciones que realiza para establecer propuestas de mejora.....	54
<i>TABLA 12</i> El personal que atiende resuelve sus dudas.....	55
<i>TABLA 13</i> Cree usted que su veterinaria está en una zona adecuada.....	56
<i>TABLA 14</i> Informa precios por teléfono cuando lo solicitan.....	57
<i>TABLA 15</i> Le resulta fácil de entender la información brindada en redes sociales.....	58

<i>TABLA 16</i> Considera que el personal que atiende está debidamente capacitado.....	59
<i>TABLA 17</i> El personal brinda una atención rápida.....	60
<i>TABLA 18</i> El personal que atiende muestra amabilidad.....	61
<i>TABLA 19</i> Confía en la integridad del personal de la veterinaria.....	62
<i>TABLA 20</i> La veterinaria tiene una buena imagen.....	63

INDICE DE FIGURAS

<i>FIGURA 01</i> Sus planes contribuyen a la mejora de calidad la veterinaria.....	44
<i>FIGURA 02</i> Las acciones realizadas van de acorde con las metas planteadas.....	45
<i>FIGURA 03</i> Participa en programas de capacitación para la mejora de la calidad.....	46
<i>FIGURA 04</i> Sus políticas promueven la eficacia en el servicio.....	47
<i>FIGURA 05</i> Los empleados cumplen con los horarios establecidos en la veterinaria.....	48
<i>FIGURA 06</i> Los empleados muestran interés en aprender para brindar una mejor atención al cliente.....	49
<i>FIGURA 07</i> Los empleados están al pendiente de los requerimientos de los clientes en la veterinaria.....	50
<i>FIGURA 08</i> Los empleados son dinámicos y proactivos.....	51
<i>FIGURA 9</i> Sus empleados se identifican con la veterinaria.....	52
<i>FIGURA 10</i> El personal reporta a recepción los objetos olvidados en las habitaciones.....	53
<i>FIGURA 11</i> Revisa las acciones que realiza para establecer propuestas de mejora.....	54
<i>FIGURA 12</i> El personal que atiende resuelve dudas.....	55
<i>FIGURA 13</i> Cree usted que su veterinaria está en una zona adecuada.....	56
<i>FIGURA 14</i> Informa precios por teléfono cuando lo solicitan.....	57
<i>FIGURA 15</i> Le resulta fácil de entender la información brindada en redes sociales.....	58

<i>FIGURA 16</i> Considera que el personal que atiende está debidamente capacitado.....	59
<i>FIGURA 17</i> El personal brinda una atención rápida.....	60
<i>FIGURA 18</i> El personal que atiende muestra amabilidad.....	61
<i>FIGURA 19</i> Confía en la integridad del personal de la veterinaria.....	62
<i>FIGURA 20</i> La veterinaria tiene una buena imagen.....	63

I. INTRODUCCIÓN

En el Perú y en muchos países de América Latina, las pequeñas y medianas empresas son actores importantes en el desarrollo productivo por su contribución a la generación de empleo, su participación en el número total de empresas y por su peso en el producto bruto interno, por ello se hacen necesario su participación; sin embargo, muchas de ellas tienen problemas de subsistencia los cuales se debe a la mala gestión de calidad que aplican a sus procesos y a la atención al cliente, lo que les impide seguir creciendo en el mercado, siendo este un problema a nivel internacional (Tello, 2014).

Estos problemas también se vienen dando en Argentina, donde el 80% de las Micro y Pequeñas empresas fracasan a los dos años por no ser rentables, problema que se observa por la falta de emprendimiento y profesionalismo de sus representantes y/o administradores, lo que implica un planteamiento prudente para lograr una mejor gestión de calidad de sus servicios, incluso estas Mypes deben estandarizar las operaciones, mejorar sus recursos, llevar una buena planificación de sus objetivos, analizar sus resultados y los dueños deben tener un buen liderazgo (Paulise, 2015).

Hay que mencionar además que este problema también se presenta en Chile, donde el 97% de las pequeñas y medianas empresas tienen problemas de gestión, esto debido a que los dueños de negocio no se capacitan y no ocupan el tiempo prudencial en planificar sus estrategias el cual les permita mejorar y crecer sus negocios de una manera potencial, siguen cometiendo los mismos errores, dentro de los cuales son más comunes la falta de un análisis estratégico, incompetencia personal, ausencia de controles y sobre todo la falta de planificación, en efecto, estas

Mypes necesitan conocer y aplicar la gestión de calidad en sus negocios para así desarrollar las estrategias idóneas que permitan crecer sus negocios (Luco, 2016).

Algo similar ocurre en México, donde el 50% de las micro y pequeñas empresas fracasan en el primer año de su actividad debido a la mala gestión que aplican, el 90% quiebra antes de los cinco años de permanencia, el fracaso de estas Mypes se debe a las dificultades que tienen en el momento de vender sus productos o servicios que ofrecen, hecho perjudicial por un mal control en producir y operar, así como la falta de planificación y de no adecuarse a la gestión de calidad para que de esta manera puedan tener resultados positivos que les permita mejorar sus negocios (Marker, 2015).

El mismo caso también ocurre en el Perú, donde una de cada cuatro medianas empresas registra caídas del 50% en ventas debido a su mala gestión, estos problemas se ven reflejados principalmente en la duplicidad de las funciones que desarrollan, el precario conocimiento que tienen acerca de la misión y visión de sus negocios, así como la falta de claridad para alcanzar sus objetivos planteados, por ello deben centrarse en mejorar estos problemas con la gestión de calidad y así mejorar sus procesos y la calidad de atención lo cual permitirá el crecimiento en el mercado (Grimaldo, 2015).

No obstante, las Mype son de suma importancia para el país, pero a pesar de su importancia, muchas de ellas tienen que contrarrestar una serie de inconvenientes, lo cual limita su permanencia, crecimiento y desarrollo en el ámbito empresarial. Estos problemas surgen debido a que los emprendedores no se preocupan por mejorar sus procesos, no aplican una buena gestión de calidad tampoco buena

atención al cliente, es más no buscan estrategias adecuadas para implementarlo en sus negocios; debido a ello no logran sobrevivir en el mercado, y esto se ve reflejado en el rubro de Veterinarias de la ciudad de Juliaca, específicamente en el caso urbano, donde la competencia es demasiada agresiva, debido a que los clientes se vuelven más exigentes y selectivos a la hora de recibir un producto o servicio que satisfaga sus necesidades, están más informados, tienen mayores criterios de elección, lo que conlleva a que las micro y pequeñas empresas busquen mantener una diferencia en la gestión de calidad de sus servicios para que el consumidor no opte por recurrir a otros establecimientos donde le ofrezcan una atención de calidad mejor a la que ellos brindan, lo cual es perjudicial para sus negocios. Por consiguiente, estas Mype presentan entre sus principales problemas la falta atención al cliente y falta de gestión de calidad, además que no apuestan por brindar un servicio de calidad, el cual perjudica grandemente su rentabilidad.

La universidad católica los Ángeles de Chimbote, mediante la escuela profesional de administración, presenta la línea de investigación, Gestión de calidad de las (MYPE), para ser un medio estratégico de describir las potencialidades de los diferentes sectores de bienes y servicio. Nuestra región de Puno, tiene muchas fortalezas, como una extensión territorial muy amplia, biodiversidad de la selva alta y muchísimos ríos y lagos, por ejemplo tiene el lago más alto de mundo como es el “lago Titicaca”, por el cual los conciudadanos desarrollan sus actividades en forma integral, específicamente la investigación es relacionado a las pequeñas y medianas empresas de veterinaria, actualmente nuestro distrito es una zona estratégica de ubicación territorial, donde existe un número considerable de establecimientos de veterinaria, que brinda el servicio a los ciudadanos que se dedican a la crianza de animales menores

y mayores, a través de los procesos de la producción, distribución, transformación y exportación de sus derivados en ganadería y agricultura, que son ejes estratégicos del desarrollo de la Región.

Hoy en día, las MYPE en el sector de las veterinarias son importantes para el desarrollo de agro ganadería, porque a través de ello presta el servicio de la venta de sus productos y el servicio asistencial a los comerciantes, agricultores y ganaderos que indirectamente fortalecen el mayor empleo y crecimiento económico. En el Perú, una MYPE es una persona natural o jurídica, creada por una persona de negocios, que es emprendedora, luchadora con ganas de sobresalir y mejorar su estilo de vida.

En ese entender se tiene problemas en el sector de las veterinarias, donde los representantes, no desarrollan con efectividad el servicio que brindan al cliente, como también desconocen los conocimientos de la forma como se debe de realizar la atención al cliente, y sobre la importancia que tiene las dimensiones en el contexto de la oferta y demanda, como es la diferenciación, expectativas del cliente, flexibilidad, mejora continua y la perspectiva de la orientación al trabajo, aspectos que se debe tomar en aplicabilidad en todos los momentos de la atención al cliente, con solo el hecho de satisfacer sus deseos y expectativas del producto y servicio que brinda la empresa y así ganas mayor confianza por parte del cliente.

Cuando un usuario llega a una tienda debe ser tratado con la mayor amabilidad, propositiva y cortés por parte de los trabajadores, porque definitivamente influirá en la imagen del negocio, de no cumplir con las características más resaltantes de la atención al cliente repercutirá de forma negativa y será el, quien

propague la forma como atienden a las personas y comentará que en tal empresa no hay una buena atención.

En consecuencia, la buena acción que ejecutara la empresa veterinaria elevara el nivel de calidad de la atención en las diferentes variedades de servicio que desarrolla de forma particular, en ese entender las empresas veterinarias deben enfocarse con una metodología apropiada en la atención al cliente, para poder fidelizar directamente a los clientes cautivos y espontáneos.

Sucede el mismo problema de la variable de la gestión de la calidad, porque se presentan muchas debilidades en el conocimiento y la forma como se ejecuta las diferentes técnicas o herramientas competitivas en el mercado de las veterinarias. Se percibe que una mayoría de las empresas a nivel regional o provincial no cuentan con una estrategia coherente de la gestión de calidad, por lo cual limitan su desarrollo y crecimiento en el ámbito de los de la agricultura y de los animales y mayores de la ganadería integral, los gerentes o dueños de la empresa no realizan una buena comunicación de los productos y servicio que realiza, como también no desarrollo la creatividad e innovación, porque no se internaliza en traer nuevos productos novedosos del mercado desarrollados, como también se observa que las pequeñas empresas no acostumbra a analizar y tener sendas reuniones de la situación de la empresa y los problemas coyunturales que se les presenta.

Se conoce también que al cliente se les presenta varias alternativas para escoger a que empresa compra el producto o servicio, por cuanto existe varias veterinarias y en diferentes lugares a precios diferentes, en tal sentido los dueños de

las empresas de veterinarias deben darle la prestancia necesaria al cliente y aplicar estrategias para fidelizar y que siempre vuelva a la empresa.

Es por ello, que las Mype deben aplicar una adecuada atención al cliente y buena gestión de calidad en el servicio que ofrecen, lo que permitirá cumplir con las exigencias del consumidor, obtener su fidelidad, prestigio y así lograr posicionarse y obtener éxito en sus negocios.

En consecuencia, nos planteamos el problema general. ¿Cuáles son las características de la atención al cliente como elemento estratégico con la gestión de calidad en las MYPE del sector servicio, rubro veterinarias, del Distrito de Juliaca año, 2019? Para responder el problema general nos planteamos el objetivo general. Determinar las características de la atención al cliente como elemento estratégico con la gestión de calidad en las MYPE del sector servicio, rubro veterinarias, del Distrito de Juliaca año, 2019. Con sus respectivos objetivos específicos:

- a. Identificar las características de la atención al cliente en las MYPE del sector servicio, rubro veterinarias, del Distrito de Juliaca año, 2019.
- b. Conocer las características de la gestión de calidad en las MYPE del sector servicio, rubro veterinarias, del Distrito de Juliaca año, 2019.

Naupas, Paitan, Humberto. (2013). Describe que la justificación desde considerar el impacto en el contexto de la población, en tal sentido desde el enfoque práctico, indica que los propósitos de las MYPES, tendrán una comprensión global de las características problemáticas que se presenta y que rápidamente estructuran acciones pertinentes en la solución a través de la gestión de calidad con el enfoque de la flexibilidad, lo que impactara a mejorar la comercialización del sector de las

veterinarias que posteriormente impactara en la población, en la justificación teórica, explica que proporcionara identificar la ausencia del conocimiento de la gestión de calidad y atención al cliente de las micro y pequeñas empresas en el sector del servicio rubro veterinarias, del mismo modo implementar conocimientos mediante la ejecución de la teoría y los conceptos básicos para encontrar explicación directas a aspectos situacionales internas del negocio, en la parte de la justificación metodológica la investigación se realizaría con el método científico, durante todos los procesos del estudio investigativo, del mismo modo se ejecutara las técnicas y los instrumentos para recabar la información pertinente, del mismo modo para la medición de las variables de investigación se diseñara el cuestionario con la escala de medición nominal; el cual, tendrá el propósito de tener los resultados, para luego procesarlo mediante las tablas y figuras y finalmente realizar el análisis para las conclusiones. (p. 164)

En la parte metodológica se ejecutó el enfoque cuantitativo, diseño no experimental con el nivel descriptivo transversal transaccional, con una población de 13 MYPE del sector servicio, rubro veterinarias, del Distrito de Juliaca, del mismo modo se aplicó el muestreo no probabilístico, por conveniencia en el desarrollo del trabajo investigativo se utilizó los procedimientos metodológicos, técnicas e instrumentos para recoger información primaria a través del cuestionario, para luego ser analizado por el investigador las variables: Atención al Cliente y Gestión de Calidad que posteriormente responderá a los objetivos de investigación.

Para su mejor entendimiento, el presente trabajo de investigación se divide en cinco capítulos diferentes, los cuales son:

- I. **Introducción:** presenta una introducción general de este trabajo de investigación, así como planteamiento del problema, enunciado del problema, los objetivos y la justificación de la investigación.
- II. **Revisión de la literatura:** ello comprende los antecedentes, el marco teórico y conceptual.
- III. **Hipótesis:** en este capítulo se mencionan las respuestas de los objetivos generales y específicos que se plantearon en un inicio, pero en este caso esta tesis, no lleva hipótesis por ser una investigación descriptiva, con diseño no experimental porque no se manipula las variables de estudio, además es transversal porque la información se recoge en un solo momento y espacio único.
- IV. **Metodología:** se menciona la metodología que comprende el diseño de la investigación, determinación de población y muestra, así como las técnicas e instrumentos que se utilizará para la recolección de datos.
- V. **Resultados:** se encuentran y analizan los resultados del trabajo de campo.
- VI. **Conclusiones:** se redactan las conclusiones de la investigación y se adicionan las referencias bibliográficas y los anexos que sustentarán los resultados de la investigación.

Finalmente, esta investigación será fuente de información y servirá como antecedentes para estudiantes que realizan diferentes proyectos u otros, ya sean del ámbito geográfico del país o extranjeros.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

Díaz, Iglesias. Maritza, Isabel. (2016). Modelo de gestión de calidad y su incidencia en la satisfacción del cliente de la empresa Megaprofer s.a. de la ciudad de Ambato. Universidad técnica de Ambato. Ecuador. Conclusiones.

- Se ha detectado que la calidad de servicio y atención que brinda la empresa tan solo es bueno, creando insatisfacción al cliente.
- La entrega tardía de pedidos, ha generado que el cliente en varias ocasiones recurra a otros proveedores.
- El stock de productos que maneja la empresa en varias ocasiones, ha generado inconformidad en el cliente al momento de recibir sus pedidos.
- Los escasos del stock de productos, repercute en el retraso de la entrega de mercadería.
- Existe escases en las líneas de productos para abastecer al cliente en sus necesidades.
- La variedad de productos que maneja la empresa, en ocasiones no cubre las exigencias por parte del cliente.
- El vendedor se limita a ofrecer y no brinda un asesoramiento constante, que permita al cliente sentirse a gusto con un servicio garantizado.
- Falta de tiempo o predisposición por parte del vendedor para brindar capacitación y asesoramiento técnico.

- En ocasiones el cliente se ha sentido inconforme por los errores del vendedor, al momento de tomar y despachar sus pedidos.

Es preciso mencionar que esta tesis, me fue beneficioso para realizar la caracterización del problema en mi introducción. Pues gracias a esta investigación logré recopilar los problemas existentes en la actualidad referente a la Atención al cliente y Gestión de calidad.

Villalba, Barragán. Silvana, Alejandra (2016). Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azúcar beach, azúcar bistro y q restaurante, y sugerencias de mejora. Pontificia universidad católica del ecuador. Conclusiones;

- Mediante el proceso de esta investigación, se ha demostrado que la importancia del servicio al cliente en todo tipo de organización, ya que esto conlleva grandes beneficios para la empresa, como la ventaja competitiva dentro del mercado.
- El sistema de evaluación escogido ha reflejado de manera exitosa la situación actual del establecimiento, con respecto a la satisfacción del cliente tanto interno como externo. Permitiendo así, establecer las posibles soluciones a los problemas encontrados.
- La mayor fortaleza de los tres establecimientos es el ambiente y la limpieza del lugar; la decoración, y el tipo de música de cada uno de los restaurantes influyen en el ambiente. mientras que las debilidades detectadas fueron: la amabilidad del personal, la presentación y elaboración de bebidas y la rapidez del servicio, las cuales deben ser mejoradas una vez puesta en marcha la propuesta,

ya que estos son puntos fundamentales para una buena calidad en atención al cliente.

Esta investigación fue un aporte sustancial para mi tesis, a la vez importante para mi conocimiento, gracias a ello pude guiarme y luego expresar mis recomendaciones en la parte final de la tesis, el cual corresponde a un capítulo estructurado por el MIMI en el anexo 4, del reglamento de investigación, Versión 014.

Borja, Dousdebés. Santiago. (2015). Propuesta de un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la norma internacional ISO 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: almacenes la rebaja. Universidad internacional del ecuador. Objetivo general. Definir un modelo de gestión en calidad de servicio basado en la norma ISO 9001: 2008 para almacenes la rebaja. Metodología. Diseño no experimental descriptivo explicativo, población trabajadores de la empresa. Se aplicó la estadística de tendencia central. Conclusiones:

- Almacenes la rebaja es una empresa comercializadora de productos de consumo masivo radicada en la ciudad de quito que busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua de sus procesos y la satisfacción de los clientes.
- Actualmente el establecimiento se mantiene con ventas regulares que aún son rentables, pero en comparación con años pasados las ventas han sido bajas y se ha determinado que eso se basa en la falta de fidelidad de los clientes a la empresa.

- Es necesario hoy en día que las empresas que presenten problemas al momento de la entrega de servicio busquen la manera de corregir esta debilidad, ya que lo que busca el cliente actualmente es la calidad no solo del producto sino también la calidad de servicio entregada al momento de adquirir un producto. Por ello es que se ha vuelto más común el deseo de las empresas por mejorar sus procesos mediante la implementación de modelos de gestión de calidad.
- ISO 9001 se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente.
- Los lineamientos descritos se encuentran recopilados en la norma ISO 10002: 2004 que busca: proporcionar acceso a un proceso de tratamiento de quejas; incrementar la capacidad de la organización de responder a las quejas; mejorar la habilidad para identificar tendencias, eliminar las causas de las quejas y mejorar las actividades de la organización; crear un enfoque al cliente para la resolución de las quejas y alentar al personal a mejorar sus habilidades; y, dar una base para el análisis del proceso de quejas y su resolución.
- Proceso es un conjunto de actividades que se desarrollan en determinado orden para la realización de un objetivo. El análisis y comprensión de los procesos productivos es de suma importancia para la aplicación de normas de gestión de la calidad. Para el

desarrollo de los procesos de una empresa, se hace uso de la administración de procesos.

Esta investigación, me facilitó en conocer las normas ISO, y de tal manera reforcé a las recomendaciones que expresé al final de esta tesis, como modo de propuesta y mejora en lo que respecta a la Atención al cliente como elemento estratégico con la Gestión de calidad en el rubro Veterinarias.

Gordón (2013). En su investigación titulada: La Gestión administrativa y la satisfacción de los clientes del servicio de transporte pesado de la ciudad de Tulcán. (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán, Ecuador. Concluyó que: Las relaciones que debe existir con el cliente deben ser buenas, por lo que los colaboradores deben mostrar una actitud positiva para un trato adecuado al cliente, el inicio de una implantación de un modelo de gestión, contribuyera a tener un mejor ambiente para brindar un servicio de calidad, donde el cliente se sienta el factor más importante, el comportamiento organizacional gira en torno a las estrategias de fidelización, a partir de la satisfacción de sus necesidades y expectativas de servicio.

Esta investigación me fue útil para corroborar las recomendaciones establecidas y/o mencionadas en mi tesis de investigación.

Ortiz (2012). En su investigación titulada: Estudio de la Satisfacción al cliente en el marco de una empresa de transporte terrestre

dentro de la Comunidad Andina específicamente Ecuador, Colombia y Perú, Quito. (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador. Concluyó que: Las actitudes de trato y comunicación directa con el cliente, la cultura corporativa y la mala atención que actualmente está brindando la empresa en estudio, está causando disconformidad en los clientes en Perú, Colombia y Ecuador y está afectando al área del comercio exterior logístico, lo que finalmente repercute negativamente en las ventas, haciendo que este disminuya significativamente.

Esta investigación me permitió conocer las dificultades que existen en la actualidad, motivo por el que lo cité en mi tesis, para un mejor entendimiento y análisis crítico.

Pacheco (2017) en su trabajo de investigación denominado “Propuesta de mejora en la gestión de calidad de los servicios de atención médica de la clínica veterinaria los sauces Quito”, Ecuador, tesis para optar el título de Especialista en administración de servicios de Salud en la Universidad Industrial de Santander, México, el objetivo general: Proponer un plan de gestión para mejorar la atención médica veterinaria de la Clínica Veterinaria Los Sauces Quito, para el cual empleó la metodología de investigación cualitativa de nivel exploratorio, con el fin de describir los problemas identificados en la clínica a partir de la recopilación de información primaria, observación de documentos, revisiones y de acercamientos a la realidad actual, los principales resultados y conclusiones fueron que el puntaje promedio de 3,6 4 (bueno

a excelente) de calificación de satisfacción del cliente al respecto del área telefónica de la Clínica Veterinaria, el puntaje promedio de 3,6 / 4 (bueno a excelente) de calificación de satisfacción del cliente al respecto del área de recepción de la Clínica Veterinaria, el puntaje promedio de 2,8 / 4 (pobre a bueno) de calificación de satisfacción del cliente al respecto del área de instalaciones de la clínica veterinaria, el puntaje promedio de 3.5/4 (bueno a excelente) de calificación de satisfacción del cliente al respecto del área de consulta de la clínica veterinaria, y concluyó que el control inadecuado de insumos médico ocasional faltante de medicamentos en las áreas médicas, provocando ineficiencia en el manejo interno de pacientes hospitalizados.

El autor citado en este antecedente, me ha patrocinado en conocer las estrategias de satisfacción al cliente, puesto que esa información ha sido útil para mi variable: Atención al cliente, ya que gracias a ello pude incrementar más desarrollo a mi tesis de investigación con lo que respecta a la variable mencionada.

1.1.1. Nacional.

Sandoval, Cabrejos. Fiorella, Elisa. (2018). El sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurant el gourmet urbano en el distrito de san isidro, 2015. Universidad san Martin de porras. Objetivo general. Identificar el sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurant el gourmet urbano en el distrito de san isidro, 2015. Metodología. Diseño no experimental causal explicativo transaccional,

con una población de 80 trabajadores de la empresa. Se aplica la estadística inferencial. Conclusiones:

- Mediante el estudio se afirma que existe relación entre el sistema de gestión de la calidad y la atención al cliente en los empleados y clientes en el restaurant el gourmet urbano en el distrito de san isidro, el estudio comprueba que el nivel del sistema de gestión de la calidad en los empleados es malo en la devolución del servicio, insatisfacción del cliente y rotación de clientes.
- Además, quedó en evidencia que el restaurante el gourmet urbano debe elaborar procesos, manuales, diseño de procedimientos de calidad hacia la gastronomía permanente mediante el sistema de gestión de la calidad promoviendo así mejorar el nivel de laboral de gastronomía y todos los empleados por ende esto se traducirá en la mejora de la atención a la cliente brindada.
- También, fue notoria la necesidad de formar un comité de control de la calidad para la lograr satisfacción en los clientes, compuesto por personal capacitado, y a la vez elaborar una guía de indicadores de satisfacción del servicio.
- Otro aspecto que se pudo demostrar en la tesis es la importancia de implementar talleres de planificación mediante técnicas de diseño de procedimientos, procesos, manuales para lograr una adecuada atención al cliente que provoca devolución del servicio de parte del cliente.

- Se diseñó una propuesta de gestión de la calidad mediante un flujograma considerando los resultados de las hipótesis anteriores, en este sentido se implementará el diseño del sistema de gestión de calidad para el impulso hacia su desarrollo empresarial del restaurante el gourmet.

Este antecedente, me permitió realizar una comparación respecto a la metodología de investigación, de tal modo consideré algunos aspectos importantes relacionados con el diseño de investigación correspondiente a mi tesis.

Arrascue, Delgado. Jesús, Elizabeth. (2016). Gestión de calidad y su influencia en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte “clinifer” chiclayo-2015. Universidad señor de sipan. Objetivo general. Determinar la gestión de calidad y su influencia en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte “clinifer” chiclayo-2015. Metodología. Diseño no experimental descriptivo transaccional, con una población de 70 clientes de la empresa. Se aplica la estadística de inferencial. Conclusiones:

- De acuerdo a los datos obtenidos de las variables estudiadas y contrastados con las teorías correspondientes de cada dimensión.
- Se ha conseguido que, si existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad clinifer, por tanto, se acepta la hipótesis de trabajo (h1) y rechazamos la hipótesis nula (ho).

- Al analizar la calidad de servicio se demostró un alto promedio de 89%, en equipamiento, ambientes amplios, instalaciones limpias, diagnósticos fiables de confianza y seguridad 100%, uniformados e identificados, atención inmediata 78% y horario flexible 89%.
- El nivel de satisfacción del cliente es un promedio alto de 97%, el servicio es útil en un 100%, supero sus expectativas, volvería a solicitar el servicio, precios aceptables, atención personalizada y completa satisfacción brindada en 97%.

De esta tesis referenciada, observé su análisis de resultado, el cual me interesó mucho como modelo, motivo por el que apliqué una semejante interpretación en mi tesis de investigación.

Cobos, Gutiérrez. Carlos, Eduardo. (2015). Gestión de calidad de servicio para la mejora de atención al cliente y la correcta utilización de las atm en la agencia del bcp de chimpu ocllo de carabayllo – lima 2015. Universidad señor de Sipan. Objetivo general. Proponer un modelo de gestión de calidad de servicio para mejorar la atención al cliente y la correcta utilización de las atm en la agencia del bcp de chimpu ocllo de carabayllo – lima 2015. Metodología. Diseño no experimental descriptivo aplicado transaccional, con una población de 266 clientes de la entidad bancaria. se aplica la estadística de tendencia central. Conclusiones:

- A través del diagnóstico realizado en la entidad se ha detectado que los problemas que actualmente posee están dados por la falta de información otorgada al cliente y la ausencia del compromiso tanto de trabajadores como de los superiores inmediatos del banco lo

cual afecta a la calidad de servicio ya que se ha registrado un total de 60 reclamos debido a insatisfacciones presentadas en los diferentes canales de atención.

- Los factores que influyen en la correcta utilización de los atms de la agencia bcp de chimpu ocllo, carabayllo están en función al conocimiento y habilidades de los asesores respecto a las funciones de los atms y en su disponibilidad en el área donde se encuentran instalados estos canales alternos de atención.
- La propuesta de mejora debe basarse en incrementar el compromiso de los trabajadores y mostrar un interés por apoyar e instruir al cliente, de este modo, la gestión de calidad de servicio debe primero resolver el problema internamente, mejorando las capacidades de los asesores, asignando tareas rotativas y elevando su compromiso con el cliente.

Este antecedente referenciado, me ayudó a elaborar mis conclusiones de una manera explícita, pues su expresión me fascinó, ya que su interpretación era diferente a las de otras tesis comunes encontradas anteriormente.

Gorreca (2017) en su tesis Titulada “Sistema de Gestión de Calidad, bajo la Norma ISO 9001:2008, como herramienta competitiva en las Pymes familiares” trabajo final de especialización en dirección y gestión de las pequeñas y mediana empresas. El 18% de las Pyme industriales cuenta con certificaciones ISO y el 11% está en proceso de aplicación de las mismas, en lo que se refiere a otro tipo de certificaciones

las proporciones descienden al 8% y 4%. También en dicho informe se destaca que la disponibilidad de certificaciones de calidad difiere significativamente de acuerdo al tamaño de las firmas. La proporción de empresas que aplican certificación ISO alcanza el 40% para el segmento de las medianas industrias, cuando para las pequeñas es sólo del 12%.; 2013-2014, se detalla que solo el 17% de las pymes industriales tienen certificación de calidad ISO, mientras que un 7% se encuentra en proceso de aplicación. Sin embargo, el restante 76% no tiene certificación ni se encuentran en proceso de implementación. Como conclusión Una vez expuesta y conocida la teoría acerca de la Norma ISO 9001, sus ventajas y beneficios, el siguiente paso consiste en saber llevarlo a la práctica de la manera más eficiente y eficaz. Este paso es un aspecto clave del proceso, y muchas veces, llega a ser una fuente de conflicto interno de la organización. La implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad, se realizará en concordancia con las características definidas por la propia Pyme con el fin de favorecer la organización y la sistematización de los procesos necesarios para la gestión y la mejora, a la vez que determinar con mayor competitividad los desafíos del mercado globalizado en que vivimos.

El autor citado, me apoyó en recopilar información sobre mi variable: Gestión de calidad, gracias a ello incrementé más texto y lo redacté los puntos más importantes para un mejor entendimiento.

Cruz (2014) en tesis titulada “Sistema de Gestión de Calidad y Normativo De 5s para la Optimización de la Productividad en la Empresa

Ralomtex”. Trabajo de tesis para a la obtención del título de Ingeniería Industrial en Procesos de Automatización, tiene como objetivo general Estudiar el Sistema de Gestión de Calidad y normativas de 5 “S” y su incidencia en la productividad de la empresa RALOMTEX. La metodología de la investigación fue de enfoque cuali-cuantitativo. Cualitativo Se trabajó con un número de 13 personas entre jefes y personal de producción. Las técnicas que se emplearon en la presente investigación son: la encuesta, la entrevista y la observación. Tiene como resultado El 20% de los empleados señala que si tienen un control de calidad adecuado al elaborar su trabajo, mientras que el 70% señala que no se realiza las actividades bajo un control, y el 10% informa que hay momentos en los que sí cuentan con un control de calidad, el 30% de los empleados conoce o tiene una idea de lo que es un Sistema de Gestión de Calidad, mientras que el 70% señala que no conoce lo que es, se debe a que en la empresa consideran que no hace falta el adiestramiento de los trabajadores en este tema. Se llegó a la conclusión que la empresa al no contar con una política de calidad está causando una desmotivación en los empleados ya que no tienen trazada un objetivo y una meta fija, además no tienen un compromiso directo con la empresa para realizar las funciones de manera que la calidad siempre esté presente en cada tarea que se realiza.

Esta investigación referenciada, me valió mucho para comparar el análisis de resultado con mi interpretación, ello me motivó a mejorar algunos aspectos erróneos que existía en mi tesis de investigación.

1.1.2. Local.

De la Riva, valle. Eladia, Margot. (2019). Liderazgo y gestión de calidad en la administración pública del gobierno local puno-2018. Universidad nacional altiplano. Objetivo general. Conocer el liderazgo y gestión de calidad en la administración pública del gobierno local puno-2018. Metodología. Diseño no experimental causal explicativo transaccional, con una población de 90 trabajadores del municipio. Se aplica la estadística inferencial. Conclusiones:

- La investigación permitió determinar la existencia de relación del liderazgo con la gestión de calidad de servicio en el gobierno local de puno. Este resultado se explica debido al cálculo del p-valor menor de 0.05, y una correlación de 82.1% que indica que el liderazgo tiende a incidir en dicho nivel sobre la gestión de calidad de servicio. Estos resultados demuestran que la labor que desarrollan los jefes directos, en relación con el manejo del área y gestión del personal tiende a ejercer influencia sobre el estilo de liderazgo sobre la gestión de calidad de servicio. Cabe indicar a través del modelo puesto en práctica, es un indicador que evalúa las relaciones laborales y el liderazgo, por cual se puede deducir que existen condiciones adecuadas de liderazgo que contribuyen al logro de una gestión de calidad de servicio.
- Se determinó la existencia de relación de la credibilidad con la gestión de calidad de servicio, así como el respeto con la calidad de servicio en el gobierno local de puno. Este resultado se explica debido al cálculo del p-valor menor de 0.05, y una correlación de

71.2% y 80.8% respectivamente para un 95% de nivel de confianza, la credibilidad que conllevan una buena comunicación, adecuada habilidad gerencial e integridad, cumplimiento adecuado de niveles de respeto.

- Se determinó la existencia de relación de la imparcialidad con la gestión de calidad de servicio, el orgullo con la gestión de la calidad, así como la camaradería respeto con la calidad de servicio en el gobierno local de puno. este resultado se explica debido al cálculo del p-valor menor de 0.05, y una correlación de 81.2%, 77.6% y 80.0% respectivamente para un 95% de nivel de confianza, la presencia de índices adecuados de imparcialidad, que denotan equidad de recompensas, ausencia de favoritismo y trato justo, índices de orgullo considerables, que sugiere un trabajo individual, trabajo en equipo e imagen adecuada, y altos niveles de camaradería, que se traducen en familiaridad, hospitalidad y buen sentido de equipo

Este antecedente lo cité, para conocer las amenazas, debilidades, fortalezas y oportunidades sobre la Gestión de calidad que existen en nuestra región Puno, ello me amparó bastante y pude diagnosticar e igualar la información existente en mi tesis de investigación, lo cual fui incrementando y mejorando algunas expresiones referentes a la Gestión de Calidad.

Cordero, Rojas. David, Alexander. (2018). Evaluación de la gestión de procesos basado en el sistema de gestión de calidad para

proponer un diseño de implementación según la norma ISO 9001:2015 en la gerencia de operaciones de electro puno S.A.A. Universidad Nacional de Altiplano. Objetivo general. Determinar la evaluación de la gestión de procesos basado en el sistema de gestión de calidad para proponer un diseño de implementación según la norma ISO 9001:2015. Metodología. Diseño no experimental descriptivo transaccional, con una población de 30 trabajadores de la empresa. Se aplica la estadística de tendencia central. Conclusiones:

- Primero: los trabajadores de la gerencia de operaciones de la empresa electro puno s.a.a. perciben que el cumplimiento de implementación de la gestión de procesos en base al sistema de gestión de calidad se encuentra en un nivel establecido. Según la investigación se concluye que, el nivel de implementación y cumplimiento en la gestión de procesos basado en el sistema de gestión de calidad el cumplimiento para el componente n° 1 generalidades el nivel de madurez es establecido, y para el componente n° 2 rol en la organización el nivel de cumplimiento y madurez es establecido, de igual forma para el componente n° 3 mejora continua y gestión de riesgos el nivel de cumplimiento y madurez es establecido.
- Segundo: los colaboradores de la gerencia de operaciones de la empresa electro puno s.a.a. dan como resultados para el uso de las herramientas de mejora continua que normalmente lo utilizan, siendo los resultados que un 45% de los trabajadores indican que

normalmente hacen uso de las herramientas de mejora continua, por otro lado, solo un 2.73% indican que nunca hicieron uso de ningún tipo de herramienta de mejora continua, para optimizar la calidad de servicio.

El autor referenciado, me facilitó en la redacción de conclusiones, ya que su modo de expresión me pareció conciso y entendible, motivo por el que lo consideré en mi marco teórico.

Parisaca, Condori. David. (2018). Desempeño del personal y su incidencia en la calidad de atención al cliente en la empresa de transporte interprovincial de pasajeros virgen de Fátima s. r. Ltda. Año 2013. Universidad nacional del altiplano. Objetivo general. Determinar la incidencia del desempeño del personal en la calidad de atención al cliente usuario en la empresa de transportes interprovincial de pasajeros virgen de Fátima s.r. Ltda. Metodología. Diseño no experimental descriptivo transaccional, con una población de 100 pasajeros de la empresa. Se aplica la estadística de tendencia central. Conclusiones

- Se ha determinado que el personal cuenta con las siguientes capacidades: capacidad de manejo personal que le permite saber qué responsabilidad de la propia vida tiene en el servicio, se siente motivado para lograr objetivos, perseverancia ante los obstáculos que se le presente. Capacidad de acción estratégica, la cual consiste en entender la misión y los valores generales de la organización y asegurarse de que las acciones propias y las de quienes uno dirige estén alineadas. Capacidad de trabajo en equipo en donde se observó

la facilidad que tiene el personal de llevar a cabo tareas con personas responsables en conjunto y cuya labor es interdependiente. Capacidad de comunicación que le sirve al personal para transmitir e intercambiar eficazmente información para entenderse con los demás. Lo que genera que la calidad de atención al cliente en los servicios que presta la empresa de transportes es buena.

- En relación a la dedicación que tiene el personal se ha podido observar que la mayoría realiza sus función es a través de los indicadores de clima organizacional, identificación y productividad, considerándose que muestra una buena identificación con la organización, se encuentran muy bien capacitados en su puesto de trabajo y su participación en el logro de las metas están de acorde a los objetivos de la organización lo que genera incentivos debido a la buena realización de sus labores, permitiendo de manera positiva el desenvolvimiento de los miembros de la organización y están conscientes de que la atención al cliente cumple un papel muy importante para brindar una atención con calidad. Por parte de los clientes en su mayoría manifiestan ser atendidos con calidad pues fueron tratados con dedicación por parte del personal.

Este autor, me motivó a recopilar algunos de sus aportes principales respecto a la variable. Atención al cliente y Gestión de calidad, pues gracias a ello consideré los puntos más importantes en mi introducción de tesis.

2.2. bases teóricas

2.2.1. Las Mype,

La nueva Ley, clasifica a las Mype como unidad de medida ya que generan rentabilidad tanto al país, así como para la sociedad. Por consiguiente, las Mype tienen como objetivo de creación generar rentabilidad, con el fin de continuar creciendo en el mercado y así lograr sus objetivos y metas trazados en el rubro en el cual fueron creadas, de esta manera se facilitan el acceso para obtener a créditos bancarios, y brindar oportunidades laborales a la población.

2.2.1.1. *Características de la nueva Ley MYPE N° 30056*

Asimismo, según Ley N° 30056 (2013) las Micro y pequeñas empresas deben de basarse en lo establecido dentro de las características de la nueva Ley, la cual determina que las Mype deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales establecidas en función de sus niveles de ventas anuales.

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

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado por la Micro y Pequeña Empresa será determinado por Decreto Supremo refrenado por el Ministro de Economía y Finanzas cada 2 años y no será

menos a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido periodo.

De ahí que, la nueva Ley y sus modificaciones permite que las micro, pequeñas y medianas empresas tengan en cuenta las categorías empresariales en las cuales 12 puedan adecuarse según sus actividades y ventas anuales, ya que conformen van creciendo tienen que ir adecuándose en las categorías ya mencionadas. Así mismo, en el estudio el 50% de las Mype cuentan entre 4 a 6 años de permanencia en el rubro que desarrollan desde el inicio de su creación, esto debido a que han sabido mantenerse en el mercado.

2.2.1.2. *Importancia de las Micro y Pequeñas Empresas.*

Según Vásquez (2013) en la actualidad las Micro y pequeñas empresas son de suma importancia ya que intervienen en gran escala en el crecimiento económico del país, es decir, representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las Microempresas representan el 95,9% si se añaden las pequeñas empresas. Según datos del Ministerio de Trabajo las Mype brindan empleo a más del 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca del 45% del PBI; constituyen pues el principal motor del desarrollo del Perú. En consecuencia, su importancia se basa en:

- Proporcionar abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.

- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.

Si bien es cierto, las Micro, Pequeñas y Medianas empresas son de suma importancia para el país, debido a que generan ingresos y aportes al estado, así como empleos a la ciudadanía. Sin embargo, existen muchas Mype que aún son informales, las cuales por estar de esta manera no pueden acceder a créditos de mayor monto que le permitan invertir y hacer crecer sus negocios, a la vez no cuentan con las tecnologías adecuadas; es por ello que sólo un porcentaje de estas Mype permanecen y crecen en el mercado.

2.2.2. Atención al Cliente.

Brown. (2015). Lo define como la interacción de dos o más personas, en este caso los colaboradores y los clientes, una vez que la empresa llegue a brindar un servicio de calidad y de confianza, así se logrará tener una ventaja de diferenciación. (p.5).

Blanco. (2016). Lo define. Como la cantidad de acciones desarrolladas por las empresas con dirección al mercado, enfocadas a señalar cada necesidad de los clientes, para ofertar un producto según su necesidad, llegando a cumplir todas sus expectativas y así crear un sentimiento de satisfacción en los clientes. (p.5)

Pérez (2016). Lo conceptualiza. Donde el cliente valora o califica la atención recibida; por ende, cualquier sugerencia es de vital importancia para que la empresa vaya mejorando, se sabe que toda actividad debe estar orientada a brindar un servicio de calidad, para alcanzar plenamente la satisfacción de los clientes, las características de la atención al cliente deben ser de calidad con el precio y tiempo justo. (p.7).

2.2.2.1. *Calidad de Atención al Cliente.*

Parisaca, Condori. David. (2018) El autor en la tesis cita a Picasso Martínez del año 2000. Donde explica que es un conjunto de procedimientos actitudes con niveles de excelencia con la finalidad de satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, como también describe las principales características:

- Tener las expectativas del cliente y algo más.
- Despertar nuevas necesidades del cliente
- Lograr productos y servicios con cero defectos
- Hacer bien las cosas desde la primera vez
- Entregar un producto o servicio de satisfacción total
- Producir un artículo o servicio de acuerdo a las normas establecidas.
- Dar respuesta inmediata a las solicitudes de nuestros clientes.
- Sonreír a pesar de las adversidades y sobreponerse a nuestro mal humor.

La calidad total, es un compromiso de excelencia, es la capacidad para satisfacer al cliente dándole: compromiso de calidad, servicio de calidad, costo razonable, entrega puntual. (p. 25-26)

2.2.2.2. *Servicios de Atención al Cliente.*

Parisaca, Condori. David. (2018). El cliente es la razón de ser de la calidad del servicio. Un nivel de calidad de servicio, comparado con los competidores, que es suficientemente alto ante sus clientes para permitirle cobrar un precio más alto por su producto de servicio, ganar una participación en el mercado increíblemente elevada y / o disfrutar de un margen superior al de sus competidores.

Precisamente, por la relación que se produce y debe mantenerse entre el personal de la empresa y el cliente por la importancia que este tiene para toda organización Ha surgido la propuesta de invertir la pirámide de:

- Alta gerencia.
- Gerencia media
- Supervisión
- Personal operativo

A la siguiente propuesta

- Clientes
- Empleados de servicio
- Unidades de soporte
- Gerentes. (p. 26).

2.2.2.3. Características de la Atención al Cliente

Parisaca, Condori. David. (2018). El autor cita a Desatrick del año (2001, donde describe las características:

La labor con espíritu de servicio eficiente sin desgano y con cortesía.

- Ser accesible, no permanecer ajeno al público que lo necesita
- Hablar con claridad y utilizar un vocabulario técnico
- Procurar adecuar el tiempo de servir al favor del cliente

Concentrarse en lo que pide el cliente Formular estrategias que le permita alcanzar sus objetivos, ganar dinero y distinguirse de los competidores. (p. 27-28).

Diferenciación.

Blanco (2015). Las empresas que ofertan bienes y servicios utilizando estrategias de diferenciación brindando un servicio con un valor agregado, así mismo, la atención al cliente es el elemento fundamental para que las empresas muestren su atención diferenciada y ser mejor que la competencia. (p. 10)

Blanco. (2015). Según el autor los divide en:

Valor Añadido, es el valor agregado que se otorga al producto, como parte de una estrategia de venta para mantener contento al cliente consumidor.

Precios, para la fijación de los precios se sigue un lineamiento, muchas veces las empresas para el lanzamiento de un producto colocan un precio de oferta y pasado el tiempo de lanzamiento adquiere un precio mayor como precio base. (p. 21)

Expectativas del cliente.

Brown. (2015). El autor manifiesta que debe de tener el conocimiento de los deseos y necesidades del servicio y de la venta de los productos, como también es en vano prestar un servicio u

ofertar un producto al azar, para que un negocio que recién ha ingresado al mercado, es importante que realice un estudio de mercado para conocer las necesidades y expectativas de sus clientes reales y sus posibles clientes potenciales. (p. 21)

Brown. (2015). El autor lo clasifica en los procesos siguientes.

- **Percepción**, es la forma en cómo percibe la atención al cliente, basado en esta percepción el cliente puede o no recomendar un producto o un servicio.
- **Servicio**, es el tipo de servicio que brindan las empresas, si bien es cierto este factor se puede encontrar en un nivel bueno, regular o malo, según el criterio del cliente. (p. 22)

Flexibilidad y mejora continua

Brown. (2015). El autor indica que la flexibilidad de los colaboradores para brindar un buen servicio es de suma importancia para satisfacer las necesidades de sus clientes; asimismo, la opinión de los clientes cuenta para la mejora continua de la organización, es por eso que el personal debe mantenerse comunicado con el cliente, brindándole información verídica y confiable; así mismo, recolectando información del mismo. (p. 22)

Brown. (2015). El autor los divide en las siguientes partes:

- **Tomar decisiones**, es una etapa de mucha responsabilidad, por lo tanto, hay que tomar en cuenta todos los puntos importantes en beneficio de la empresa y el cliente.
- **Satisfacer**, es importante satisfacer al cliente, cumpliendo con sus expectativas esperadas, a través de características únicas y con valor agregado de un producto o un servicio. (p. 22)

Orientación al trabajo

Blanco. (2016). Las directrices que el colaborador debe seguir se basan netamente en la satisfacción del cliente, ya que para muchas empresas el cliente es lo más importante, por lo que en una correcta atención se debe combinar dichos factores. (p. 21)

Brown. (2015). Se divide en las siguientes partes:

- **Atención directa**, se basa en el contexto físico con el cliente, por lo que este proceso debe ser eficaz y eficiente a través de una atención de calidad.
- **Saber hacer**, es importante saber hacia dónde ir y a hacia quiénes nos dirigimos, por lo que hay que tener las estrategias adecuadas, para ofrecer un producto o servicio personalizado.
- **Procedimientos**, son los pasos o los caminos que la empresa debe seguir, para realizar una buena atención, lo que permitirá responder eficientemente en el proceso de las actividades. (p.22)

2.2.3. Gestión de Calidad.

Jáuregui, (2017). El autor cita a Edward Deming, donde afirma que no es suficiente tan sólo resolver problemas, grandes o pequeños.

La dirección requiere formular y dar señales de que su intención es permanecer en el negocio, y proteger tanto a los inversionistas como los puestos de trabajo. La misión del organismo es mejorar continuamente la calidad de nuestros productos o servicios a fin de satisfacer las necesidades de los clientes. Esto se logra generando un ambiente de integración y cooperación en el que los que estén involucrados. Si la organización consigue llegar a esa meta, aumentará la productividad, mejorará su posición competitiva en el mercado, ofrecerá una ganancia razonable a los accionistas, asegurará su existencia futura y brindará empleo estable a su personal. (p. 98)

Fuentes, Orozco. Noe, Natanael (2018). El autor cita en trabajo de investigación a Deming, W, Edwards, donde describe dos aspectos fundamentales.

- El primer paso es el fundamento de todo el ciclo. Un comienzo apresurado puede ser ineficaz, costoso y frustrante. Las personas tienen predisposición a cortocircuitar este paso. No pueden esperar a ponerse en marcha, estar activos, parecer ocupados.
- El segundo paso. La etapa de planificación puede comenzar por elegir una entre varias sugerencias. ¿Cuál podemos ensayar? ¿Cuál puede ser el resultado? Se comparan los posibles resultados de las posibles selecciones. De las varias sugerencias, ¿cuál parece ser la más prometedora en cuanto a nuevos conocimientos o beneficios?

El problema quizá sea cómo alcanzar un objetivo factible (p.78).

Bateman, Thomas, S. y Snell. Scott, A. (2009). A continuación, se describirá en detalle el proceso básico de la planeación.

Paso 1: La planeación da inicio al análisis de la situación. Dentro de las restricciones de tiempo y de recursos, los planeadores deben reunir, interpretar y resumir toda la información importante que se requiere para la planeación. El análisis general de la situación estudia los eventos pasados, examina las condiciones actuales e intenta pronosticar las tendencias futuras. Se enfoca en las fuerzas internas que existen en la organización o en la unidad de trabajo y, de forma coherente con la perspectiva de sistemas abiertos, examina las influencias del ambiente externo.

Pasó 2: Metas y planes alternativos Sobre la base del análisis situacional, el proceso de planeación debe generar metas alternativas para el futuro, así como planes alternativos que puedan ser de utilidad para alcanzar dichas metas. Este paso del proceso debe enfatizar la creatividad y alentar a los directivos y a los empleados a pensar en términos amplios acerca de sus trabajos. En cuanto se haya desarrollado una gama de alternativas, los méritos de estos planes y metas deben ser evaluadas. Siguiendo con el ejemplo de la revista, las alternativas que se querrá considerar podrían incluir si la revista debe ser dirigida a jóvenes varones, a jóvenes mujeres o a ambos grupos; si

debe venderse principalmente a través de suscripciones o en puestos de periódicos.

Pasó 3: Evaluación de la meta y del plan En seguida, los directores evaluarán las ventajas, desventajas y efectos potenciales de cada meta o plan alternativo. Deben priorizar estas metas e, incluso, eliminar algunas de ellas. Además, los directores deben considerar cuidadosamente las implicaciones de planes alternativos para cumplir con metas de alta prioridad. De forma particular, tienen que prestar atención al costo de cada iniciativa y al retorno de inversión que esperan.

Pasó 4: Selección de la meta y del plan Una vez que los directores han evaluado las diferentes metas y los planes, seleccionará aquellos que sean más adecuados y factibles. El proceso de evaluación identificará las prioridades y los beneficios de las metas y los planes. Por ejemplo, si el plan es lanzar un número de nuevas publicaciones y se está tratando de escoger cuáles serían las mejores, podrán sopesarse las inversiones iniciales de cada una, la dimensión de cada mercado, cuál de entre ellas cabe mejor en su línea de productos o la que va más de acuerdo con la imagen de la compañía, etc.

Pasó 5: La implementación. Una vez que los directores han seleccionado las metas y los planes, deben implementar los planes diseñados para alcanzar las metas. No hay que olvidar que aun los mejores planes son inútiles si no se implementan correctamente. Los

directores y los empleados deben entender los planes, contar con los recursos para implementarlos y estar motivados para hacerlo, al igual que los empleados que estuvieron en los pasos previos del proceso de planeación y que abrieron el camino para la fase de implementación.

Paso 6: Monitoreo y control Si bien muchas veces es ignorado, el sexto paso del proceso de planeación formal, el monitoreo y el control, es esencial. Sin él, nunca se sabrá si el plan tendrá éxito. Como se mencionó anteriormente, la planeación gira alrededor de un ciclo; es un proceso continuo y repetitivo. Los directores deben monitorear continuamente el desempeño real de sus unidades de trabajo y compararlas con las metas de la unidad y sus planes. También tienen que desarrollar sistemas de control para medir el desempeño y permitir la acción correctiva cuando los planes son implementados de forma inadecuada. (p. 132-136)

2.2.3.1. Corrientes metodológicas.

Baldeón, Amarillo. Yulita, Flor. (2017). El autor explica. En primer lugar, se distingue una corriente de mejora metodológica que busca perfeccionar instrumentos para medir las variables teóricas básicas, en un formato aceptable para la investigación basada en encuestas y para el análisis estadístico de datos que faciliten a los investigadores desarrollar y testar teorías en Gestión de la Calidad sobre una base firme. La segunda corriente discernible es de investigación deductiva, enfocándose a la comprensión teórica del proceso de transformación mediante el

cual las organizaciones de alta calidad alcanzan un desempeño sobresaliente en diversos indicadores como posición competitiva, productividad, rentabilidad, cuota de mercado y satisfacción del cliente. (p. 24)

Baldeón, Amarillo. Yulita, Flor. (2017). ISO 9001-2015, establece los requisitos que una organización que deben cumplir su sistema de calidad, pero no detalla el procedimiento para llevarlo a cabo, lo cual muestra lo flexible que puede ser en su aplicación en las diferentes culturas del mundo, en los sectores públicos o privados, en las organizaciones de bienes o servicios, etc. Una vez que ya se ha obtenido la certificación ISO 9001, ésta es válida durante tres años, después de este periodo es necesaria la emisión de un nuevo certificado y para ello se lleva a cabo una auditoria de renovación. (p. 15)

2.2.3.2. *Gestión de la calidad según Juran, Deming, Crosby e*

Ishikawa

Joseph M. Juran

Para Juran la calidad puede tener varios significados, dos de los cuales son muy importantes para la empresa, ya que estos sirven para planificar la calidad y la estrategia empresarial. Por calidad Juran entiende la ausencia de deficiencias que pueden presentarse como: retraso en las entregas, fallos durante los servicios, facturas incorrectas, cancelación de contratos de ventas, etc. Calidad es adecuarse al uso.

Trilogía de Juran. - Los autores Baldeón, Amarillo. Yulita, Flor. (2017). Mencionan que a la teoría de Juran se le conoce como "trilogía de Juran", un enfoque de la gestión que se compone de tres procesos de gestión: la planificación, Control de calidad y la mejora de la calidad. Que se pueden resumir de la siguiente manera:

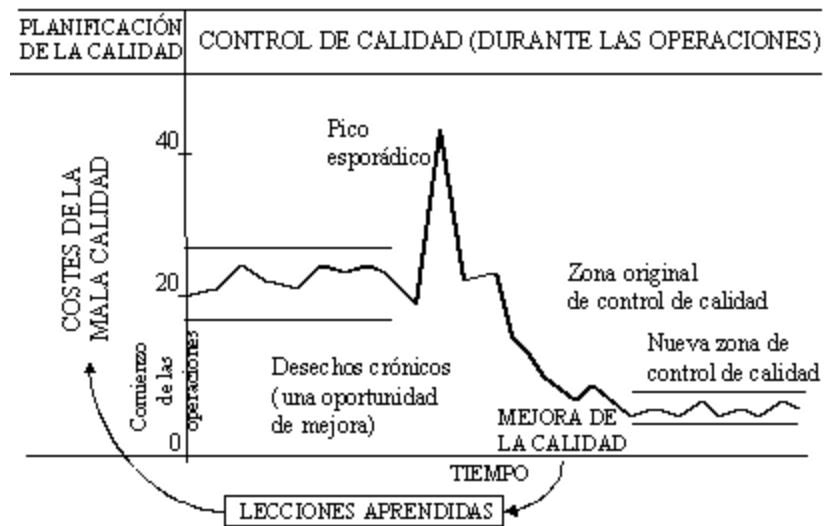
Planificación de la Calidad: Se basa en desarrollar lo que el cliente precisa, ya sea un producto o un servicio, y así satisfacerlo, esto se realiza a través de estudios de demanda del cliente cuyas requerimiento o deseos se transferirán al producto.

Control de Calidad: Es quien suministra los estándares de calidad que se utilizarán para la inspección actuando como retroalimentación siendo emprendido por todos los trabajadores comparándolo con el objetivo inicialmente establecido.

Mejora de la Calidad: Generalmente nace de la detección de errores. Hallar errores y conocer su origen nos permite encontrar una oportunidad de mejora del proceso. (p. 25)

Los tres procesos se relacionan entre sí. Todo comienza con la planificación de la calidad. El objeto de planificar la calidad es suministrar a las fuerzas operativas los medios para obtener productos que puedan satisfacer las necesidades de los clientes.

El Diagrama de la Trilogía de Juran



El diagrama de la trilogía de Juran. - Una vez que se ha completado la planificación, el plan se pasa a las fuerzas operativas en donde ocurre la producción. Luego se analiza que cambios se le deben hacer al proceso para obtener una mejor calidad.

Juran no hace énfasis en los problemas que pueden presentarse, sino en las herramientas para cualquier tarea de una empresa y así solucionarlos.

Según Arias (s/f) manifiesta que además de lo manifestado se debe considerar adicionalmente necesidades de gestión de calidad determinantes que actúan en la prestación de un servicio de calidad estos se denominan:

- **El desempeño**, la conducta del empleado y la velocidad de la transacción.
- El desempeño. Es relevante que los emprendedores estén al cuidado de las necesidades de sus clientes en lo que a

calidad se refiere, por ello en este espacio se indica como cubrir adecuadamente la necesidad de atender bien al cliente, prima la fijación del objetivo de la organización, identificación de actividades y que se debe priorizar en beneficio del cliente, el interés de aprender permanentemente para una mejor atención al consumidor y enfocarse en una comunicación abierta con los clientes internos y externos.

- ***La conducta del empleado.*** Esta debe mostrarse siempre orientada hacia el colaborador, generalmente un cliente espera de la organización: ser atendido con dinamismo, ver personal proactivo, que se anticipen a lo que pueda requerir y ver que el negocio mejora continuamente.
- ***La velocidad de la transacción.*** Consiste en revisar permanentemente las acciones que se han realizado para ver donde hay que mejorar y aprovechar las oportunidades de la empresa para fortalecer en capacidades al personal y ser rápidos en la atención de la demanda por parte del cliente.

William E. Deming

Filosofía de calidad. - Es precisamente en este entorno en el que la Calidad Total se proyecta vigorosa y revolucionariamente como un nuevo sistema de gestión empresarial y factor de primer orden para la competitividad de las empresas. El concepto de calidad, tradicionalmente relacionado con la calidad del producto,

se identifica ahora como aplicable a toda la actividad empresarial y a todo tipo de organización.

En este contexto las empresas tienen que continuar asumiendo el protagonismo que les corresponde para contribuir al crecimiento y desarrollo del país, logrando mayor eficiencia y brindando productos y servicios de calidad. Hoy más que nunca parece existir un amplísimo consenso respecto de la urgente necesidad de que las empresas funcionen bien competitivamente.

Las empresas exitosas en el Perú y el mundo son aquellas que vienen aplicando de una u otra forma la estrategia de la Calidad Total; y muchas otras con base a esta estrategia están cambiando su forma de pensar y por tanto de actuar; de hecho, están rediseñando toda la organización tanto en el aspecto físico como espiritual para enfocarla hacia los clientes, y hacerla eficiente para cumplirles y satisfacerles.

Los Catorce Puntos de Deming.

- Hacer constante el propósito de mejorar la calidad
- Adoptar la nueva filosofía
- Terminar con la dependencia de la inspección masiva
- Terminar con la práctica de decidir negocios en base al precio y no en base a la calidad
- Encontrar y resolver problemas para mejorar el sistema de producción y servicios, de manera constante y permanente.
- Instituir métodos modernos de entrenamiento en el trabajo

- Instituir supervisión con modernos métodos estadísticos.
- Expulsar de la organización el miedo
- Romper las barreras entre departamentos de apoyo y de línea.
- Eliminar metas numéricas, carteles y frases publicitarias que piden aumentar la productividad sin proporcionar métodos.
- Eliminar estándares de trabajo que estipulen cantidad y no calidad.
- Eliminar las barreras que impiden al trabajador hacer un buen trabajo
- Instituir un vigoroso programa de educación y entrenamiento
- Crear una estructura en la alta administración que impulse día a día los trece puntos anteriores.

Los logros de Deming son reconocidos mundialmente. Se ha logrado establecer que al utilizar los principios de Deming la calidad aumenta y por lo tanto bajan los costos y los ahorros se le pueden pasar al consumidor. Cuando los clientes obtienen productos de calidad las compañías logran aumentar sus ingresos y al lograr esto la economía crece.

Philip B. Crosby

Crosby es un pensador que desarrolló el tema de la calidad en años muy recientes. Sus estudios se enfocan en prevenir y

evitar la inspección se busca que el cliente salga satisfecho al cumplir ciertos requisitos desde la primera vez y todas las veces que el cliente realice transacciones con una empresa. En 1979 se crea la fundación Philip Associates II Inc. la cual se le considera una firma líder en consultorías acerca de la calidad. Se basan en la creencia de que la calidad puede ser medida y utilizada para mejorar los resultados empresariales, por esto se le considera una herramienta muy útil para competir en un Mercado cada vez más globalizado.

Crosby tiene el pensamiento que la calidad es gratis, es suplir los requerimientos de un cliente, al lograr cumplir con estos logramos Cero Defectos. En las empresas donde no se contempla la calidad los desperdicios y esfuerzos de más pueden llegar del 20% al 40% de la producción. Para lograr Cero Defectos promueve catorce pasos los cuales son:

- Compromiso de la dirección
- Equipo para la mejora de la calidad
- Medición del nivel de calidad
- Evaluación del costo de la calidad
- Conciencia de la calidad
- Sistema de acciones correctivas
- Establecer comité del Programa Cero Defectos
- Entrenamiento en supervisión
- Establecer el día «Cero defectos»

- Fijar metas
- Remover causas de errores
- Dar reconocimiento
- Formar consejos de calidad
- Repetir todo de nuevo

Teoría de Crosby

Según Baldeón, Amarillo. Yulita, Flor. (2017). Crosby Creó la idea de cero defectos en 1961, donde que la calidad es conformidad con los requerimientos, lo cual se mide por el coste de la no conformidad. Esto quiere decir que al utilizar este enfoque se llega a una meta de performance de cero defectos. Del mismo modo equipara la gestión de calidad con la prevención, inspección, experimentación, supervisión y otras técnicas no preventivas no tienen cabida en este proceso. Los niveles estadísticos de conformidad con estándares específicos inducen al personal al fracaso. Crosby sostiene que no hay absolutamente ningún motivo para cometer errores o defectos en ningún producto o servicio. (p. 26)

Kaoru Ishikawa

La mayor contribución de Ishikawa fue simplificar los métodos estadísticos utilizados para control de calidad en la industria a nivel general. A nivel técnico su trabajo enfatizó la buena recolección de datos y elaborar una buena presentación, también utilizó los diagramas de Pareto para priorizar las mejoras

de calidad, también que los diagramas de Ishikawa, diagramas de Pescado o diagramas de Causa y Efecto.

Establece que los diagramas de causa y efecto como herramienta para asistir los grupos de trabajo que se dedican a mejorar la calidad. Cree que la comunicación abierta es fundamental para desarrollar dichos diagramas. Estos diagramas resultan útiles para encontrar, ordenar y documentar las causas de la variación de calidad en producción.

Filosofía de Ishikawa

Baldeón, Amarillo. Yulita, Flor. (2017) Fue el primero en utilizar el concepto de Control de la Calidad Total, y desarrolló las siete herramientas (los diagramas de Pareto, los diagramas de causa-efecto, los histogramas, las hojas de control, los diagramas de dispersión, los flujogramas y los cuadros de control) que, según él, solucionarían el 95 por ciento de los problemas y cualquier trabajador podía utilizar. Según su teoría, el control de calidad en Japón se caracteriza por la participación de todos, desde los altos directivos hasta los empleados de más bajo rango, más que por los métodos estadísticos de estudio. (p. 27)

- *Comunicación.*

Huancas, Torres. Sefora, Sulamita. (2019). Es el intercambio de palabras entre un emisor y un receptor, a través de esto se transmite un mensaje, del cual se quiere llegar a concretar, en las organizaciones. La comunicación es un medio, que el cliente

da a conocer sus necesidades y deseos y el trabajador lo toma en consideración para lograr satisfacerlos.

Escuchar. – Es una de las formas más apropiadas de entablar una conexión con la otra persona, porque esto es la mejor manera, para atender las opiniones a lo que la otra persona quiere llegar a explicar, permitiéndolo la libre expresión de sus deseos o emociones, que las personas quieren llegar a expresar de una manera más sintetizada.

Responder. – Son todas aquellas contestaciones que los colaboradores hacen a una determinada pregunta, esto se enfatiza en la contestación de las preguntas que los clientes hacen por un determinado producto o servicio que los mismos trabajadores brinda, con el objetivo de tener al cliente a gusto y satisfacer cada una de sus necesidades.

Sinceridad: Es la expresión asociado a la sencillez y humildad, está basada en la verdad que una persona tiene en respuesta a una determinada pregunta. En las organizaciones los colaboradores practican mucho la sinceridad, para asegurar que los clientes consuman un producto que no ponga en peligro su salud.

(p. 23)

- ***Creatividad e innovación.***

Marín. (2017). Crear viene del latín creare que significaba “producir de la nada” y también “engendrar, procrear”, en el español este verbo evolucionó a su vez hacia criar que significaba

“nutrir a un niño, instruir, educar”. En la lengua española el termino crear evoluciona derivado en creación en el siglo XVII y en creativo en el siglo XVIII. El término creatividad no es recogido en el diccionario de la Real Academia Española (DRAE) hasta la edición de 1984 y quedo definido hasta entonces como: “facultad de crear” o “capacidad de creación . (p.11).

Rodríguez y García. (2015). La creatividad es necesaria en todas las actividades educativas, porque permite el desarrollo de aspectos cognoscitivos y afectivos importantes para el desempeño productivo. Ante este panorama, su incorporación a las aulas representa la posibilidad de tener en el recurso humano el agente de cambio capaz de enfrentar los retos de una manera diferente y audaz; esta meta es un reclamo de la sociedad a la escuela como institución formadora de individuos. (p.51)

Trujillo. (2015). Ha definido la creatividad como un proceso mediante el cual una persona manifiesta una cierta capacidad para percibir problemas, detectar fallos o lagunas en la información, formular hipótesis, verificarlas, modificarlas y presentar resultados novedosos. Él incluye en el pensamiento creativo los siguientes factores: sensibilidad hacia los problemas, fluidez o destreza para generar ideas, flexibilidad, destreza para definir y cambiar enfoques y originalidad y elaboración consistentes en la destreza para definir y redefinir problemas,

considerar detalles y percibir soluciones de manera diferente.
(p.14)

Gardner. (2015). La creatividad no es una especie de fluido que pueda mandar en cualquier dirección. La vida de la mente se divide en diferentes regiones, que yo denomino “inteligencias”, como la matemática, el lenguaje o la música. Y una determinada persona puede ser muy original e inventiva, incluso icono clásticamente imaginativo, en una de esas áreas sin ser particularmente creativa en ninguna de las demás . (p. 98)

Morrish. (2014). Una innovación es una mejora que se puede medir, que es resultado de una elección y un desarrollo deliberados, que es duradera y no es probable que ocurra frecuentemente. Como proceso que obedece a un propósito, lo probable será que se relacione íntimamente con el desarrollo de la tecnología social de modo sustancial y no meramente por un cambio de aspecto llevado a cabo mediante la adopción de la jerga o términos técnicos de moda (p. 76).

Gros y Clara. (2016). Incorporar la innovación constituye más que un indicador de calidad, una necesidad ineludible. Por todo ello, se ha apostado por incorporar la innovación no solo como un objetivo estratégico a conseguir como respuesta a las circunstancias actuales, sino como cultura de transformación y mejora continua una cultura que debe impregnar y fundamentar las

diferentes acciones y cambios emprendidos en el sistema, con el fin de promover y sostener una evolución constante que asegure la calidad del trabajo realizado y la competitividad de la institución. (p. 237).

- ***Dirección de reuniones***

Arano. (2016). Señala que la dirección estratégica se sustenta en tres pilares importantes: planeamiento estratégico, cultura organizacional y arquitectura organizacional (p. 29)

Cenas. (2017). Es un procedimiento que permite mejorar las insuficiencias de la planificación estratégica de la organización y facilita formular sus objetivos como resultado de la evaluación de los factores externos e internos, añadiendo un conjunto de planes, programas, con operaciones, quehaceres, recursos necesarios, designación de los responsables y plazos que permitirán conseguir las metas establecidas. (p. 15)

Basilio. (2015). Menciona que la dirección estratégica trata de las metas y objetivos a largo plazo de la organización, es una guía para los funcionarios responsables, de tomar decisiones estratégicas en la gestión de la entidad (p. 6).

Sablich. (2015). Destaca la dirección estratégica por competencias, que orienta mejor la eficiencia y eficacia de la organización; es un modelo que viene surgiendo en la actualidad. Del mismo modo cita, que la dirección estratégica, tiene como una

columna vertebral a la planificación estratégica; ya que ayuda a los funcionarios de la organización para que en forma concertada funcionarios, empleados y obreros puedan perfeccionar la misión y visión de la entidad. (p. 101)

David. (2016). Permite a una organización ser más proactiva que reactiva. Los dueños de pequeñas empresas, directivos, gobernantes y administradores de diversas organizaciones públicas y privadas, han aceptado que la ayuda importante de la dirección estratégica, ha sido apoyar a las empresas a plantear mejores estrategias; con el propósito de lograr la comprensión y el compromiso de todos los funcionarios y empleados, quienes se convierten en entes creativos e innovadores cuando asimilan y hacen suya la misión, el logro de objetivos y las habilidades y destrezas de la organización. (p. 15)

2.3.MARCO CONCEPTUAL

2.2.4. Atención al cliente.

Según Martínez (2013) la atención al cliente es uno de los elementos que mayor capacidad de diferenciación aporta al proceso de ventas. Una buena atención al cliente es imprescindible para conseguir su fidelidad. .

2.2.5. Gestión

Según Cipriano (2014) la gestión en toda organización consiste en afectar cosas por un grupo de personas con la finalidad de obtener ciertos resultados de la manera más efectiva y económica posible. Se

trata de elegir las acciones en función del resultado que se espera obtener y de los bienes de que se dispone, en otros términos, asegurar la explotación óptima de recursos. Así como las acciones se deciden a la vista de los objetivos a lograr, éstas a su vez vienen determinadas por las necesidades a saber.

2.2.6. Gestión de calidad

Según mi opinión, la gestión de calidad en estas pequeñas empresas, se maneja de manera ortodoxa, ya que los dueños, consideran que no es tan importante, enfocarse en gestionar adecuadamente sus recursos.

2.2.7. Calidad

Según Pacheco (2017) la calidad es como satisfacer, sin limitaciones todas las necesidades del cliente, para lograr este grado de satisfacción, es esencial que las empresas adopten modelos de gestión orientados a la mejora continua de sus procesos, en conclusión, la calidad total no se limita únicamente a los límites propios de la empresa sino que intentan alcanzar la excelencia y la satisfacción de todos los involucrados en sus negocios, ya sean socios, proveedores, distribuidores, grupos de interés u otras empresa que con el tiempo proporcionen servicios externalizados.

2.2.8. Calidad de servicio

Según Pizzo (2013) es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado,

ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.

III. HIPÓTESIS

En esta investigación no se planteó hipótesis por tratarse de un tipo descriptivo, ya que consiste sólo en conocer las características, costumbres y situaciones de los representantes de las micro y pequeñas empresas a través de la descripción exacta de las actividades.

Según el autor Hernández, Sampieri, Roberto, (2014). Manifiesta que no se realiza la hipótesis, por ser una investigación descriptiva, pero si se podría tener hipótesis cuando se pronostica un hecho o dato. (p. 104).

Por otro lado, el autor Fidias (2012), nos dice que no todas las investigaciones tienen hipótesis, porque en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Por lo tanto, en este estudio no se aplica la hipótesis.

IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación.

Para la realización del presente trabajo de investigación se aplicó el diseño no experimental y de corte transversal transaccional.

McMillan James, H. y Schumacher. Sally. (2005). Los autores manifiestan que la investigación es de tipo cuantitativo, con un diseño no experimental de corte transversal transaccional, porque no se manipulará las variables de estudio, al contrario, se recoge la información tal como se presentan los hechos o fenómenos sucedidos en el pasado, para posteriormente realizar el análisis correspondiente. (p. 42)

El nivel de investigación fue Descriptivo, porque el estudio detalló las características más sobresalientes de las variables de Atención al cliente y Gestión de calidad.

Según Charaja, Cutipa. Francisco. (2011). El autor explica que la investigación es de nivel descriptivo porque se describirá las propiedades, características de las variables de estudio, es transversal o transaccional porque se recogerá la información en solos momento y en un espacio único. (p. 147).

4.2. Población y muestra.

4.2.1. Población

La población está conformada por 13 MYPE del sector servicio, rubro veterinarias del Distrito de Juliaca, año 2019. (Ver anexo)

Hernández, Fernández, y Baptista. (2010). Los autores interpretan que la población está integrada por todas las personas o cosas que se encuentran en un determinado

territorio, que presentan características comunes o afines a los objetivos propuestos, se le conceptualiza también como la unidad de análisis de estudio, en este caso es el conjunto de las MYPE de rubro de veterinarios del distrito de Juliaca (p. 174).

4.2.2. Muestra.

La muestra fue no probabilística por conveniencia, porque no se ejecutó estadísticamente el método de muestreo. Cabe mencionar que mi muestra estuvo conformada por los 13 representantes de las mencionadas MYPE de rubro veterinarias, del Distrito de Juliaca año,2019.

De lo contrario, Tamayo. (1997). conceptualiza que la muestra es un fragmento de representación de la población, personas o cosas que tiene características afines a la unidad de análisis, se ejecutara estadísticamente el método de muestreo probabilístico aleatorio simple para determinar la muestra final. (p. 38). Quiere decir que sus resultados obtenidos en el muestreo, no compatibilizan con la mía.

En esta investigación no se consideró el método de exclusión, en vista de que todos los representantes a investigar participaron de una manera colaborativa según lo planeado, en este caso se les encuestó a los 13 representantes de mencionadas MYPE, del rubro Veterinarias de esta ciudad de Juliaca.

4.3. Matriz de Operacionalización de Variables e indicadores.

VARIABLES	CONCEPTO DE VARIABLES	DIMENSIONES	CONCEPTO	INDICADORES	CRITERIOS DE
Variable (1) Atención al cliente	Eliecer (2014) define “la atención al cliente como el conjunto de estrategias y/o factores que una empresa diseña para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes externos, incluso, mejor que la competencia, la prestación integral del servicio genera valor agregado, del cual asegura la permanencia y lealtad del cliente”.	Accesibilidad La comunicación La capacidad del personal La cortesía y amabilidad credibilidad	Hinojoza Cota (2013) Poner al alcance de los consumidores los canales de apoyo “fuerza de venta, puntos de venta, etc” y con esto se tenga una respuesta oportuna y eficiente. Hinojoza Cota (2013) una comunicación precisa y con un lenguaje fácil de ser comprendido por el cliente Hinojoza Cota (2013) Tener un personal capacitado con los conocimientos necesarios y además que posea habilidades necesarias para brindar una buena atención al cliente. Hinojoza Cota (2013) el personal es cortés, amable, respetuoso y atento. Tener la paciencia necesaria para poder atender de manera atenta, respetuosa, correcta y amable, ante cualquier comportamiento, grosero e impertinente. Manteniendo siempre la calma sin perder los buenos modales Hinojoza Cota (2013) la buena imagen y la integridad de los empleados y la empresa demostraran al cliente que se puede confiar en el producto o servicio que se brinda	Información Ubicación Precios Condiciones Capacidad de atención Atención Amabilidad Integridad Imagen	Nominal Nunca Casi nunca A veces Casi siempre siempre

<p>Variable (2)</p> <p>Gestión de la calidad</p>	<p>Según Juran, la calidad puede tener varios significados, dos de los cuales son muy importantes para la empresa, ya que estos sirven para planificar la calidad y la estrategia empresarial. Por calidad Juran entiende la ausencia de deficiencias que pueden presentarse como: retraso en las entregas, fallos durante los servicios, facturas incorrectas, cancelación de contratos de ventas, etc. Calidad es adecuarse al uso.</p> <p>Arias (s/f) manifiesta que se debe considerar adicionalmente necesidades de gestión de calidad determinantes que actúan en la prestación de un servicio de calidad.</p>	<p>Planificación</p> <p>Control de calidad</p> <p>Mejora de calidad</p> <p>El desempeño</p> <p>La conducta del empleado</p> <p>La velocidad de la transacción</p>	<p>Juran, Se basa en desarrollar lo que el cliente precisa, ya sea un producto o un servicio, y así satisfacerlo, esto se realiza a través de estudios de demanda del cliente cuyas requerimiento o deseos se transferirán al producto.</p> <p>Juran, Es quien suministra los estándares de calidad que se utilizarán para la inspección actuando como retroalimentación siendo emprendido por todos los trabajadores comparándolo con el objetivo inicialmente establecido.</p> <p>Juran, Generalmente nace de la detección de errores. Hallar errores y conocer su origen nos permite encontrar una oportunidad de mejora del proceso</p> <p>Arias (s/f) Menciona que se de cubrir adecuadamente la necesidad de atender bien al cliente, prima la fijación del objetivo de la organización, identificación de actividades y que se debe priorizar en beneficio del cliente, para una mejor atención al consumidor y enfocarse en una comunicación abierta con los clientes internos y externos.</p> <p>Arias (s/f) Esta debe mostrarse siempre orientada hacia el colaborador, generalmente un cliente espera de la organización: ser atendido con dinamismo, ver personal proactivo, que se anticipen a lo que pueda requerir y ver que el negocio mejora continuamente.</p> <p>Arias (s/f) Consiste en revisar permanentemente las acciones que se han realizado para ver donde hay que mejorar y aprovechar las oportunidades de la empresa para fortalecer en capacidades al personal y ser rápidos en la atención de la demanda por parte del cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Priorizar acciones • Acciones • Capacitación • Eficacia en el servicio • Horarios de trabajo • Interés en aprender • Atención en los requerimientos del cliente • Hábitos del personal • Identificación con la empresa • Valores del personal (1 • Mejoras en el servicio (20) 	<p>Nominal</p> <p>Nunca</p> <p>Casi nunca</p> <p>A veces</p> <p>Casi siempre</p> <p>siempre</p>
--	--	---	--	--	--

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

4.4.1. Técnicas.

Para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizó la técnica de la encuesta, dirigida a los representantes de las MYPE del sector comercio, rubro Veterinarias, de Distrito de Juliaca año, 2019,

Carrasco (2009) El autor manifiesta que se ejecutó la técnica de la encuesta en el estudio de investigación, en tiempos modernos sigue siendo la técnica más utilizado por los metodólogos e epistemólogos, que tiene el propósito de conseguir información de primera fuente de carácter objetivo y subjetivo. (p. 314).”

4.4.2 Instrumentos.

El instrumento de recolección que se aplicó fue el cuestionario estructurado constituido por 20 preguntas cerradas, de las cuales 09 preguntas referentes a la variable Atención al cliente y 11 preguntas direccionadas a la variable Gestión de Calidad (Ver anexo 3).

Hernández, Fernández, y Baptista. (2014) Los autores manifiestan que es el instrumento más universal en su aplicación en las investigaciones sociales y administrativos, describen las preguntas en base a las variables de estudio, además tiene una estructura de criterios de medida y la formalidad del caso como aspectos referentes. (p. 217).

4.5. Plan de análisis.

Para el estudio de los datos recolectados en la investigación se hizo el uso del análisis descriptivo de las variables en estudio de las micro y pequeñas empresas, en la cual se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales, así como figuras estadísticas.

Para la realización del presente trabajo se utilizaron los siguientes programas:

Programa Microsoft Word, a través de este programa se desarrolló el trabajo de investigación, para efectuar la estructura de la redacción digital y posteriores modificaciones.

Programa Microsoft Excel, a través de este programa se elaboró el diseño de las tablas de frecuencia absoluta y relativa, luego se procedió a realizar el diseño de las figuras adquiridas en las encuestas.

Programa Acrobat Reader, que permite descargar y leer archivos digitales en PDF.

Microsoft Word a Pdf, para la presentación final del trabajo de investigación y enviar al EVA.

En este proyecto posteriormente a la recaudación de los datos obtenidos por medio del cuestionario, se procedió a analizar los resultados, para el análisis descriptivo se utilizaron herramientas tecnológicas, entre ellas el paquete de oficina Office, específicamente los programas de Word 2010 y Excel 2010 para poder tabular y graficar de manera ordenada los datos estadísticos con el programa SPSS, versión 21 que se recogieron a través del cuestionario aplicado a los gerentes de las MYPE, Previo a ello se realizó la interpretación de los datos obtenidos (Espinoza, 2016).

Finalmente, en toda la investigación desarrollada, se aplicó Normas APA Sexta Edición.

4.6. Matriz de consistencia.

Atención al cliente como elemento estratégico con la gestión de calidad en las MYPE del sector servicio, rubro veterinarias del Distrito de Juliaca año, 2019

PROBLEMA DE LA INVESTIGACION	PROPOSITOS DE LOS OBJETIVOS	VARIABLES	POBLACION Y MUESTRA	METODOLOGÍA	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Problema general</p> <p>¿Cuáles Son las características de la atención al cliente como elemento estratégico con la gestión de calidad en las MYPE del sector servicio, rubro veterinarias, del Distrito de Juliaca año, 2019?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar las características de la atención al cliente como elemento estratégico con la gestión de calidad en las MYPE del sector servicio, rubro veterinarias, del Distrito de Juliaca año, 2019</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>a. Identificar las características de la atención al cliente de las MYPE del sector servicio, rubro veterinarias, del Distrito de Juliaca año, 2019</p> <p>b. Conocer las características de la gestión de calidad de las MYPE del sector servicio, rubro veterinarias, del Distrito de Juliaca año, 2019</p>	<p>VARIABLE (1)</p> <p>Atención al cliente</p> <p>VARIABLE (2)</p> <p>Gestión de la calidad</p>	<p>Población</p> <p>Representantes de las 13 MYPE del sector servicio rubro veterinarias del Distrito de Juliaca, que se encuentran en un determinado espacio territorial que presentan características comunes o afines a los objetivos propuestos</p> <p>Muestra</p> <p>Por ser pequeña la muestra, se considerará el mismo número de población, que equivale al 100% es decir las 13 micro y pequeñas empresas del sector rubro veterinarias</p> <p>Se ejecutó el muestro no probabilístico por conveniencia.</p>	<p>Método</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Nivel</p> <p>Descriptivo</p> <p>Diseño</p> <p>No experimental porque no se manipula las variables de estudio</p> <p>Transversal</p> <p>La información se recoge en solo momento y espacio único.</p>	<p>TÉCNICAS</p> <p>-Encuesta</p> <p>INSTRUMENTOS</p> <p>Cuestionario estructurado</p>

4.7. Principios éticos

La universidad como ente rector de las políticas institucionales, para la investigación ha desarrollado y puesto en aplicación principios éticos que se deben considerar por parte de los investigadores, es así que en la investigación desarrollada se han considerado los siguientes:

Protección a las personas. La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En las investigaciones en las que se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Los miembros de la investigación han tenido respeto profundo por las personas, su dignidad humana, se ha dado valía a la confidencialidad y privacidad.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad. Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos.”

En todo momento se consideró este principio ético.

Libre participación y derecho a estar informado. Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia.

Hubo buena comunicación con las personas investigadas (Gerentes), prácticamente se cumplió este principio ético.

Beneficencia no maleficencia. Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.”

En todo aspecto de la investigación se ha asegurado el buen trato a la persona que ha participado.

Justicia. El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas.”

En todo momento del desarrollo de la investigación el equipo de trabajo de campo, ha actuado de manera ponderada, buen juicio. Siempre ha primado la rectitud, el orden, la humildad y el respeto en el ejercicio del desarrollo de la investigación.”

Consentimiento informado y expreso. - las personas que han apoyado en el desarrollo de la investigación proporcionando información básica y fundamental, han participado de manera libre y voluntaria.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

TABLA 1

Sus planes contribuyen a la mejora de calidad la veterinaria

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	2	15%	46%
A veces	2	15%	23%
Casi siempre	6	46%	100%
Siempre	3	23%	
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

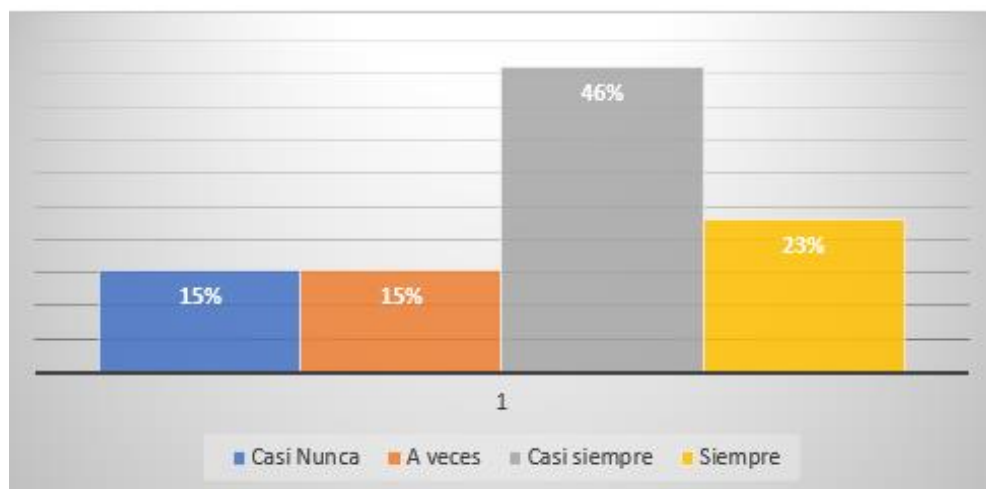


FIGURA 1. Barra sobre si sus planes contribuyen a la mejora de calidad en la veterinaria.

Interpretación: Respecto a la tabla y figura 1 se pudo observar que el 38% respondió que A veces sus planes contribuyen a la mejora de calidad en la veterinaria, el 23% respondió casi nunca, mientras que el otro 23% respondió que casi siempre sus planes contribuyen a la mejora de la calidad en la veterinaria, y el 23% respondió que siempre sus planes contribuyen a la mejora de calidad en la veterinaria.

TABLA 2

Las acciones realizadas van de acorde con las metas planteadas

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	2	15%	46%
A veces	2	15%	23%
Casi siempre	3	23%	100%
Siempre	6	46%	
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

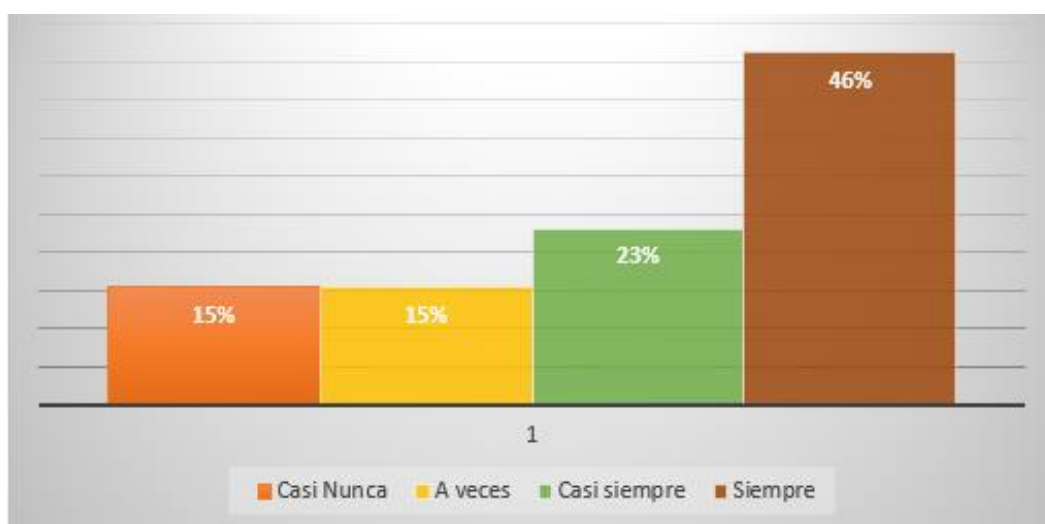


FIGURA 2. Barras sobre si las acciones realizadas van de acorde con las metas planteadas

Interpretación: Respecto a la tabla y figura 2 se pudo observar que el 38% respondió que a veces las acciones realizadas van de acorde con las metas planteadas, mientras que el 23% indicó que casi siempre las acciones realizadas van de acorde con las metas planteadas, asimismo el otro 23% casi nunca y el 15% respondió que siempre las acciones realizadas van de acorde con las metas planteada

TABLA 3

Participa en programas de capacitación para la mejora de la calidad en la veterinaria.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
A veces	4	31%	69%
Casi siempre	9	69%	100%
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

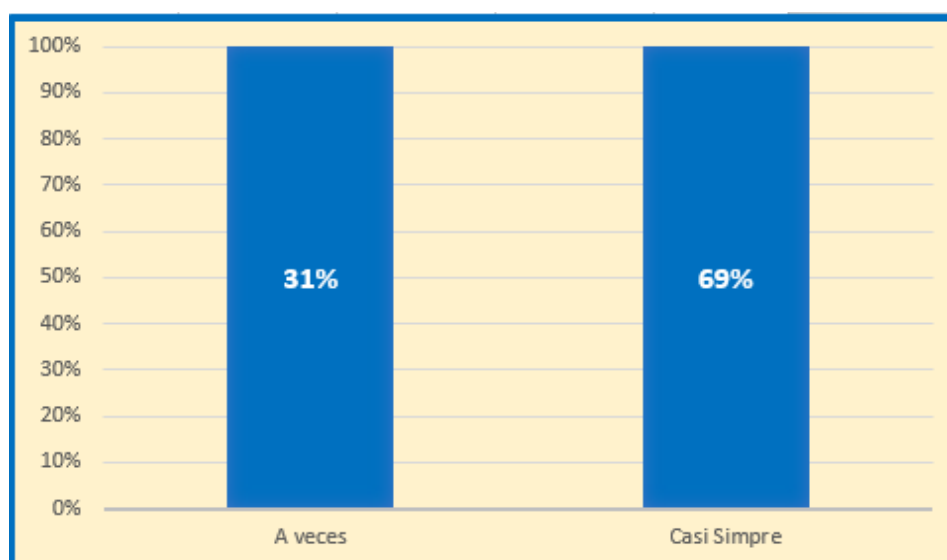


FIGURA 3. Barras sobre si Participa en programas de capacitación para la mejora de la calidad en la veterinaria.

Interpretación: Respecto a la tabla y figura 3 se pudo observar que el 62% respondió que casi siempre participa en programas de capacitación para la mejora de la calidad y el 15% respondió que casi siempre participa en programas de capacitación para la mejora de la calidad.

TABLA 4

Sus políticas promueven la eficacia en el servicio

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	2	15%	54%
A veces	4	31%	31%
Casi Siempre	7	54%	100%
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

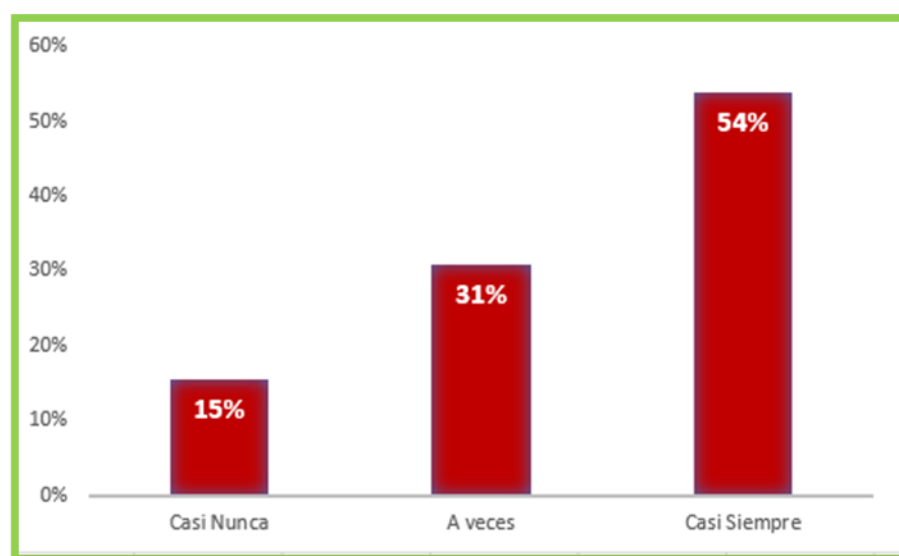


FIGURA 4. Barras sobre si sus políticas promueven la eficacia en el servicio.

Interpretación: Respecto a la tabla y figura 4 se pudo observar que el 62% respondió que casi n sus políticas promueven la eficacia en el servicio, el 31% respondió que a veces sus políticas promueven la eficacia en el servicio y el 54% indicó que casi siempre sus políticas promueven la eficacia en el servicio.

TABLA 5

Los empleados cumplen con los horarios establecidos en la veterinaria.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	2	15%	46%
A veces	3	23%	23%
Casi siempre	6	46%	100%
Siempre	2	15%	
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

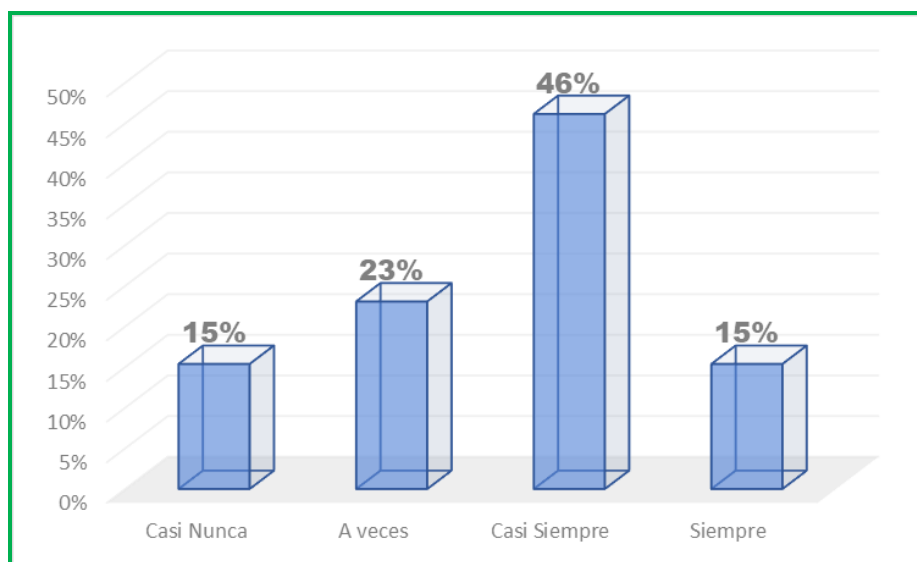


FIGURA 5. Barras sobre si los empleados cumplen con los horarios establecidos en la veterinaria.

Interpretación: Respecto a la tabla y figura 5 se observó que el 15% respondió que casi nunca cumplen con los horarios establecidos en la veterinaria, el 23% respondió que a veces los empleados cumplen con los horarios establecidos en la veterinaria, mientras que el 46% indicó que casi siempre los empleados cumplen con los horarios establecidos en la veterinaria, y el 15% respondió que siempre los cumplen con los horarios establecidos en la veterinaria.

TABLA 6

Los empleados muestran interés en aprender para brindar una mejor atención al cliente

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
A veces	1	8%	77%
Casi Siempre	10	77%	15%
Siempre	2	15%	100%
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

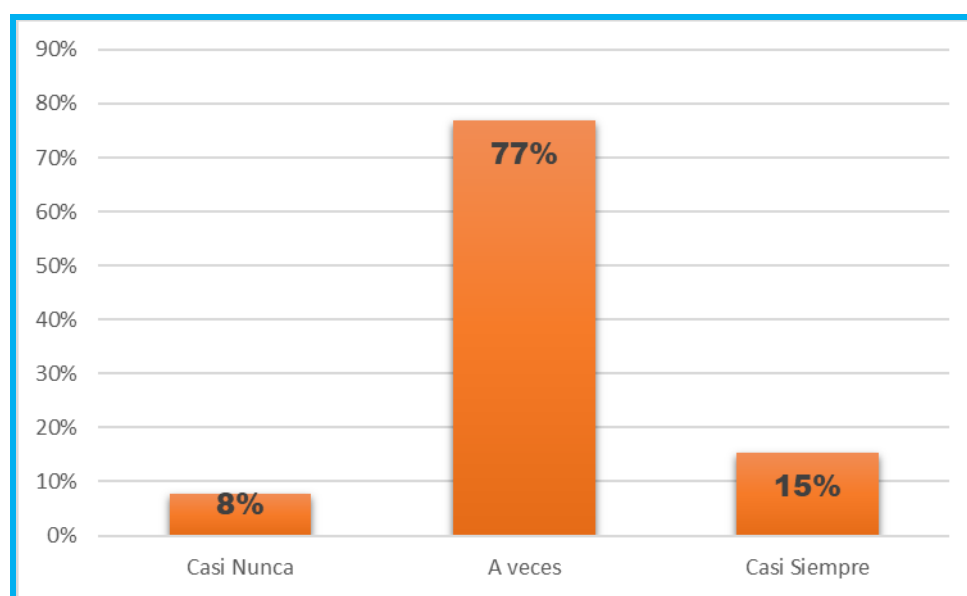


FIGURA 6. Barras sobre si los empleados muestran interés en aprender para brindar una mejor atención al cliente.

Interpretación: Respecto a la tabla y figura 6 se observó que el 8% respondió que a veces los empleados muestran interés en aprender para brindar una mejor atención al cliente, mientras que el 77% indicó que casi siempre los empleados muestran interés en aprender para brindar una mejor atención al cliente, y el 15% respondió que siempre los empleados muestran interés en aprender para brindar una mejor atención al cliente

TABLA 7

Los empleados están al pendiente de los requerimientos de los clientes en la veterinaria.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	3	23%	46%
A veces	6	46%	31%
Casi Siempre	4	31%	100%
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

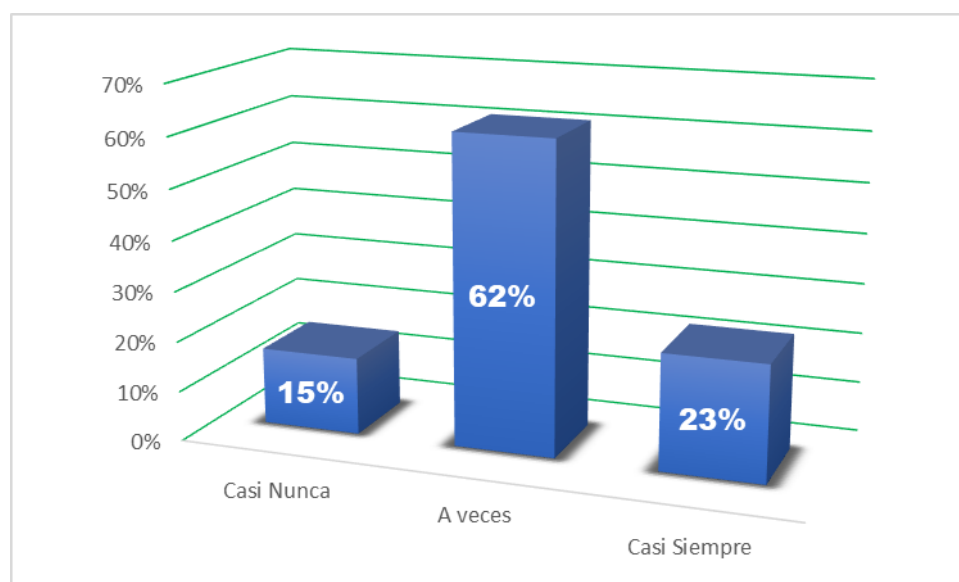


FIGURA 7. Barras sobre si los empleados están al pendiente de los requerimientos de los clientes en la veterinaria

Interpretación: Respecto a la tabla y grafico 7 se observó que el 20% respondió que casi nunca los empleados están al pendiente de los requerimientos de los clientes en la veterinaria, el 60% respondió que a veces los empleados están al pendiente de los requerimientos de los clientes en la veterinaria y el 20% indico que casi siempre los empleados están al pendiente de los requerimientos de los clientes en la veterinaria.

TABLA 8

Los empleados son dinámicos y proactivos

Item	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	7	54%	54%
A veces	3	23%	23%
Casi Siempre	3	23%	100%
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

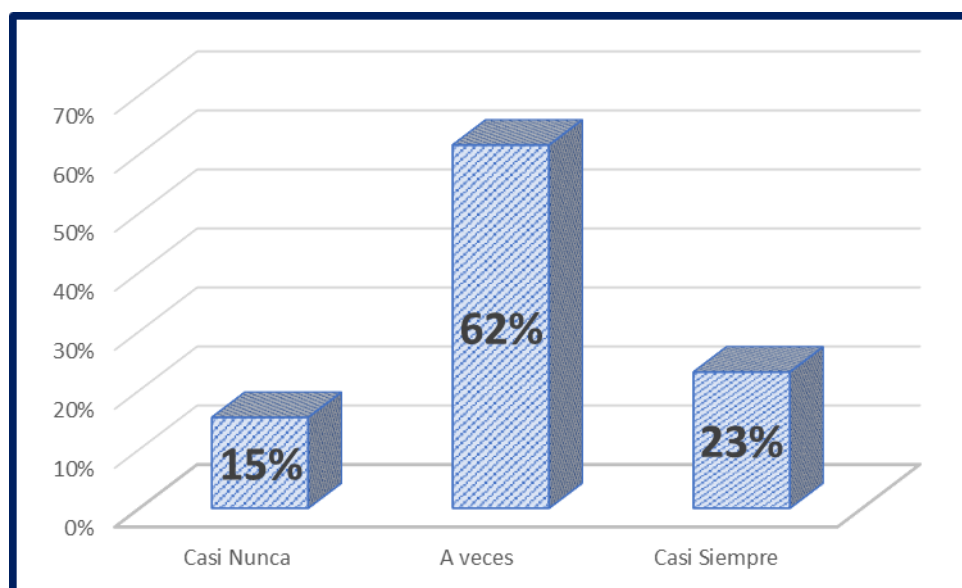


FIGURA 8. Barras sobre si los empleados son dinámicos y proactivos

Interpretación: Respecto a la tabla y figura 8 se observó que el 54% respondió que casi nunca los empleados son dinámicos y proactivos, el 23% respondió que a veces los empleados son dinámicos y proactivos y el 23% respondió que casi siempre los empleados son dinámicos y proactivos

TABLA 9

Sus empleados se identifican con la veterinaria

Item	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	1	8%	77%
A veces	2	15%	15%
Casi Siempre	10	77%	100%
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

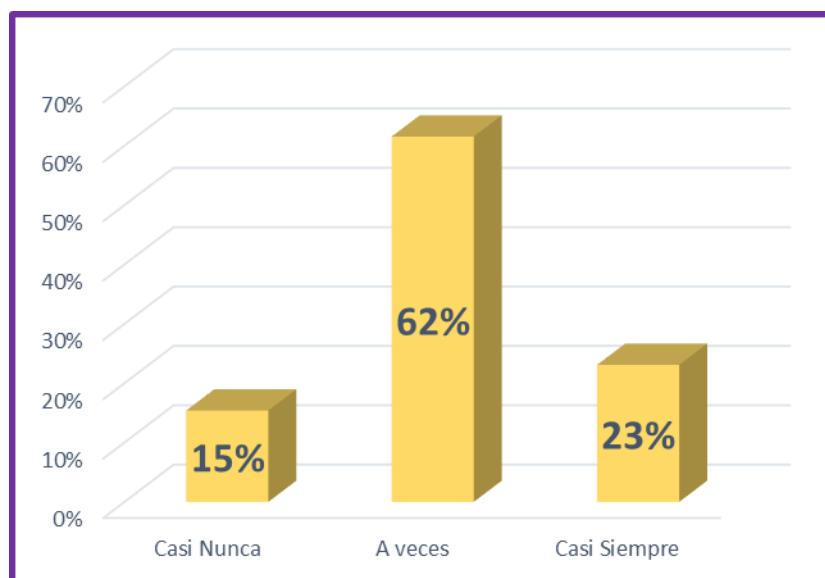


FIGURA 9. Barras sobre si sus empleados se identifican con la veterinaria.

Interpretación: Respecto a la tabla y grafico 9 se observó que el 8% respondió que casi nunca los empleados se identifican con la veterinaria, el 15% respondió que a veces los empleados se identifican con la veterinaria y el 77% respondió que casi siempre los empleados se identifican con la veterinaria

TABLA 10

El personal reporta a recepción los objetos olvidados en las habitaciones

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	1	8%	69%
A veces	9	69%	23%
Casi Siempre	3	23%	100%
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

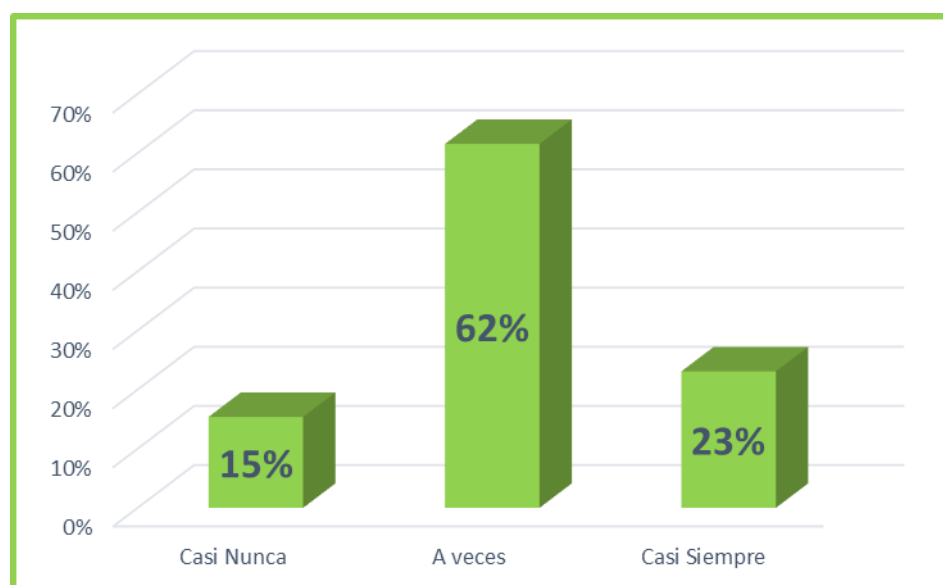


FIGURA 10. Barras sobre si el personal reporta a recepción los objetos olvidados en la veterinaria.

Interpretación: Respecto a la tabla y figura 10 se observó que el 8% respondió que casi nunca el personal reporta a recepción los objetos olvidados en las habitaciones, el 69% respondió que a veces el personal reporta a recepción los objetos olvidados en las habitaciones, mientras que el 23% indicó que casi siempre el personal reporta a recepción los objetos olvidados en las habitaciones.

TABLA 11

Revisa las acciones que realiza para establecer propuestas de mejora

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Casi Siempre	11	85%	85%
A veces	2	15%	100%
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

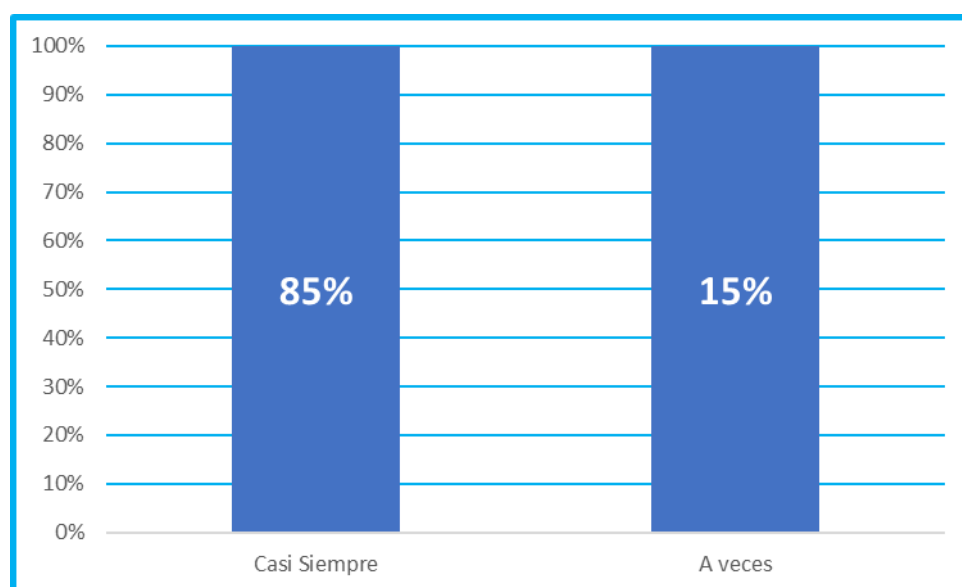


FIGURA 11. Barras sobre si revisa las acciones que realiza para establecer propuestas de mejora.

Interpretación: Respecto a la tabla y figura 11 se observó que el 15% respondió que a veces revisa las acciones que realiza para establecer propuestas de mejora y el 85% respondió que casi siempre revisa las acciones que realiza para establecer propuestas de mejorar.

TABLA 12

El personal que atiende resuelve sus dudas

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	1	8%	38%
A veces	3	23%	31%
Casi siempre	5	38%	100%
Siempre	4	31%	
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

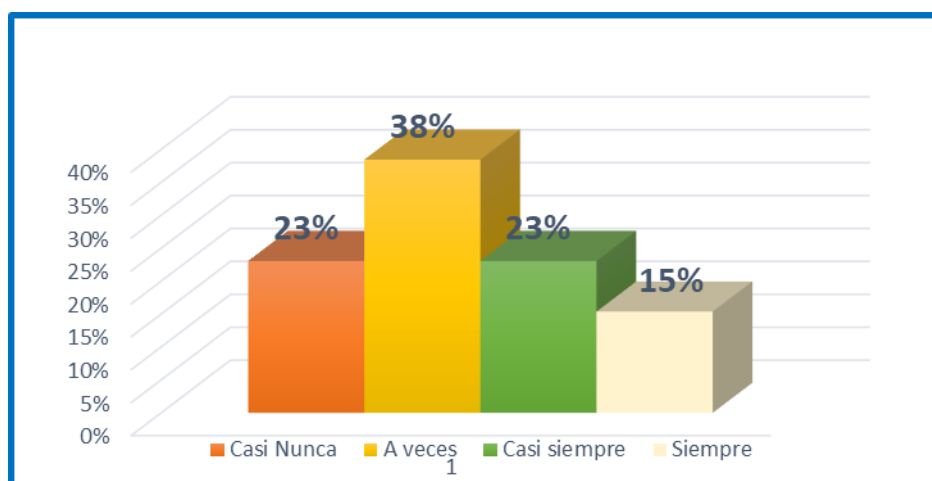


FIGURA 12. Barras sobre si el personal que atiende resuelve sus dudas.

Interpretación: Respecto a la tabla y gráfico 12 se observó que el 8% respondió que nunca el personal que lo atiende resuelve sus dudas, el 23% respondió que casi nunca el personal que lo atiende resuelve sus dudas, el 38% indicó que a veces el personal que lo atiende resuelve sus dudas, mientras que el 31% respondió que casi siempre el personal resuelve sus dudas.

TABLA 13

Cree usted que su veterinaria está en una zona adecuada

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	1	8%	62%
A veces	3	23%	23%
Casi siempre	8	62%	100%
Siempre	1	8%	
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

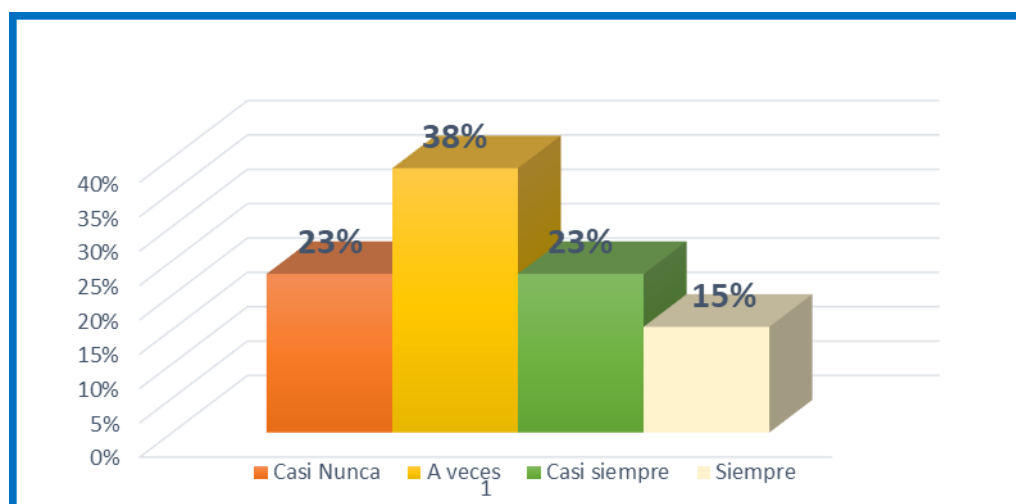


FIGURA 13. Barras sobre si cree usted que su veterinaria está en una zona adecuada

Interpretación: Respecto a la tabla y figura 13 se observó que el 8% respondió que casi nunca las veterinarias están en una zona adecuada, el 23% respondió que a veces los veterinarias están en una zona adecuada, el 62% indicó que casi siempre las veterinarias se encuentran en una zona adecuada y el 8% respondió que casi nunca las veterinarias están en una zona adecuada

TABLA 14

Informa precios por teléfono cuando lo solicitan

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	1	8%	38%
A veces	3	23%	31%
Casi siempre	5	38%	100%
Siempre	4	31%	
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

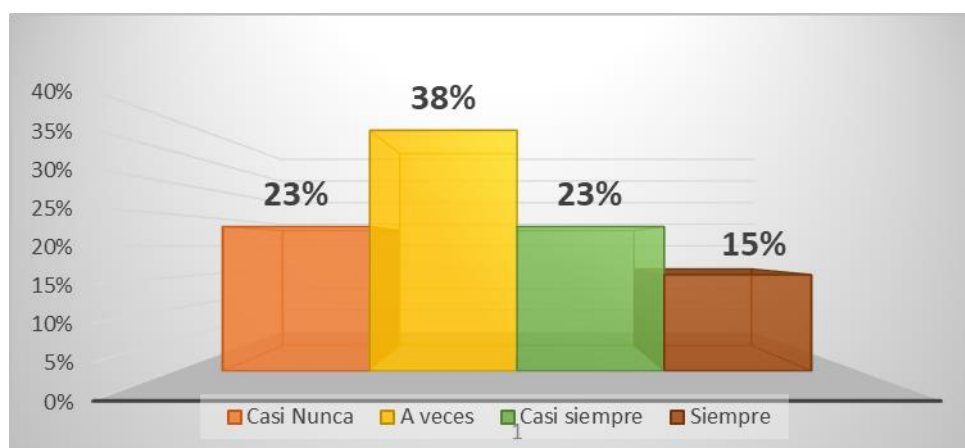


FIGURA 14. Barras sobre si informa precios por teléfono cuando lo solicitan

Interpretación: Respecto a la tabla y figura 14 se observó que el 8% respondió que casi nunca informan precios por teléfono cuando lo solicitan, el 23% respondió que a veces informan precios por teléfono cuando lo solicitan, el 38% indicó que casi siempre informan precios por teléfono cuando lo solicitan, y el 31% respondió que siempre informan precios por teléfono cuando lo solicitan

TABLA 15

Le resulta fácil de entender la información brindada en redes sociales

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
A veces	2	15%	62%
Casi Siempre	8	62%	23%
Siempre	3	23%	100%
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

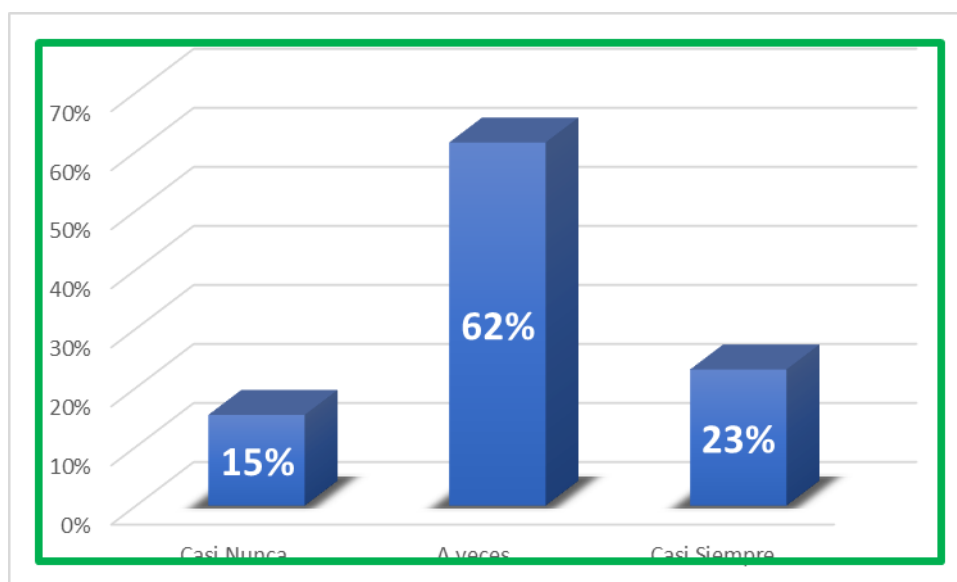


FIGURA 15. Barras sobre si te resulta fácil entender la información brindada en redes sociales

Interpretación: Respecto a la tabla y figura 15 se observó que el 62% respondió que casi siempre les resulta fácil de entender la información brindada en redes sociales, el 23% respondió que siempre le resulta fácil de entender la información brindada en redes sociales, y el 15% indicó que a veces le resulta fácil de entender la información brindada en redes sociales

TABLA 16

Considera que el personal que atiende está debidamente capacitado

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	1	8%	54%
A veces	2	1%	23%
Casi siempre	7	54%	100%
Siempre	3	23%	
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

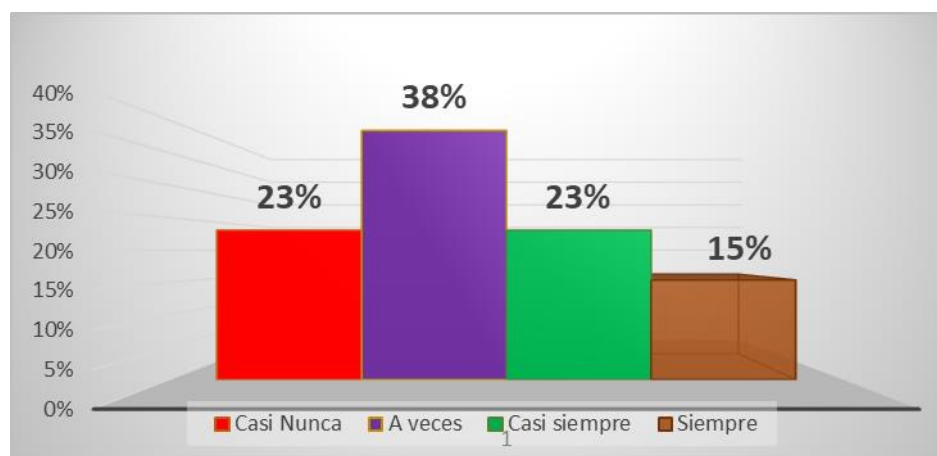


FIGURA 16. Barras sobre si considera que el personal que atiende está debidamente capacitado

Interpretación: Respecto a la tabla y figura 16 se observó que el 8% respondió que casi nunca el personal que lo atiende está debidamente capacitado, el 15% respondió que a veces el personal que lo atiende está debidamente capacitado, mientras que el 54% indicó que siempre el personal que lo atiende está debidamente capacitado, y el 23% respondió que casi nunca el personal que lo atiende está debidamente capacitado,

TABLA 17

El personal brinda una atención rápida

Item	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	1	8%	77%
A veces	1	8%	8%
Casi siempre	10	77%	100%
Siempre	1	8%	
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

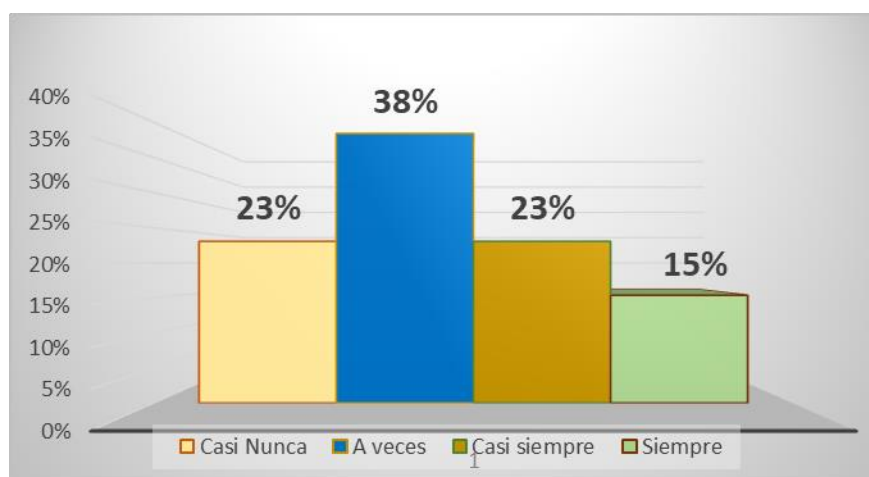


FIGURA 17. Barras sobre si el personal brinda una atención rápida

Interpretación: Respecto a la tabla y figura 17 se observó que el 8% respondió que casi siempre el personal le brinda una atención rápida, el 8% respondió que a veces el personal le ha brindado una atención rápida, mientras que el 15.7% indicó que siempre el personal le ha brindado una atención rápida y el 6.61% respondió que casi nunca el personal le ha brindado una atención rápida.

TABLA 18

El personal que atiende muestra amabilidad

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	1	8%	46%
A veces	2	15%	23%
Casi siempre	6	46%	100%
Siempre	3	23%	
TOTAL	13	92%	

Elaboración: Propia

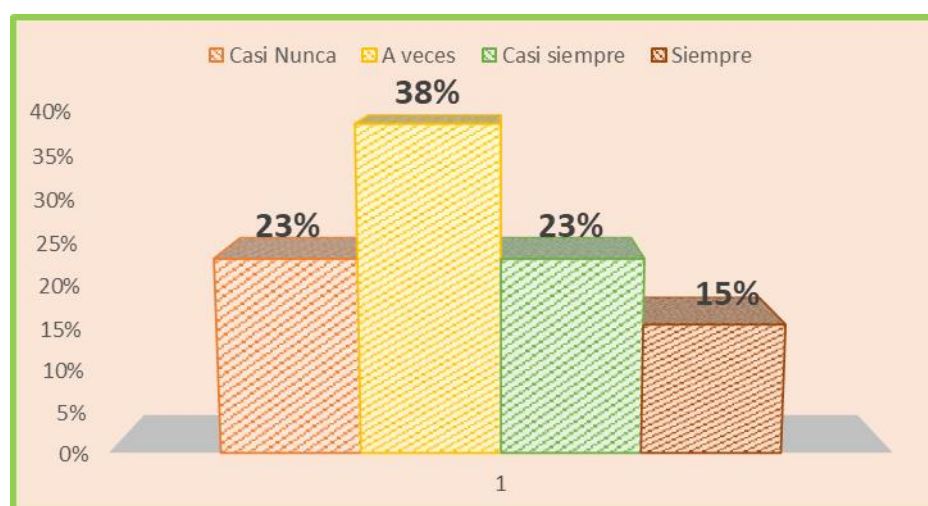


FIGURA 18. Barras sobre si el personal que lo atiende muestra amabilidad

Interpretación: Respecto a la tabla y figura 18 se observó que el 46% respondió que casi siempre el personal que lo atendió mostro amabilidad, el 23% respondió que siempre el personal que lo atiende muestra amabilidad, mientras que el 15% indicó que a veces el personal que lo atendió mostro amabilidad y el 8% respondió que casi nunca el personal que lo atendió mostro amabilidad.

TABLA 19

Confía en la integridad del personal de la veterinaria.

Item	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	2	15%	31%
A veces	3	23%	23%
Casi siempre	4	31%	100%
Siempre	4	31%	
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

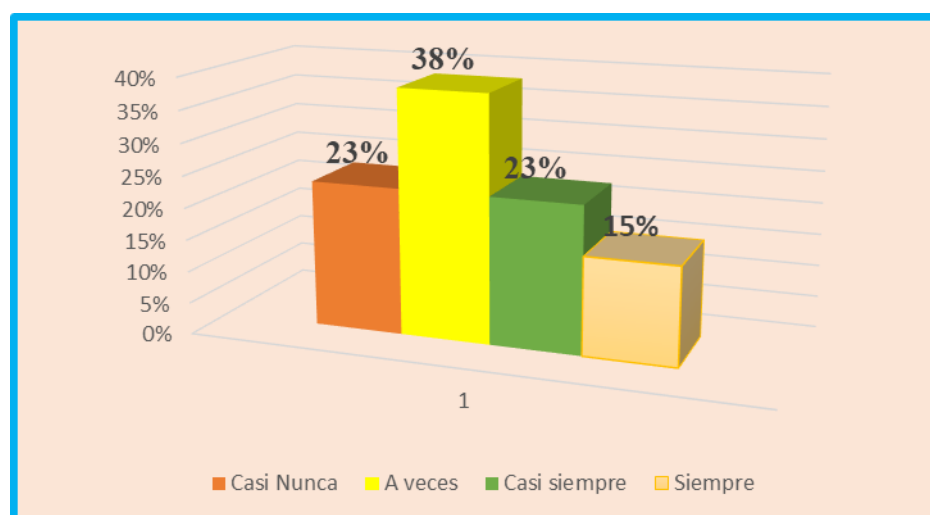


FIGURA 19. Barras sobre si confía en la integridad del personal de la veterinaria.

Interpretación: Respecto a la tabla y grafico 19 se observó que el 62.81% respondió que casi siempre confían en la integridad del personal de la veterinaria, el 18.18% respondió que siempre confían en la integridad del personal de la veterinaria, mientras que el 10.74% indico que a veces confían en la integridad del personal de la veterinaria, y el 8.26% respondió que casi nunca confían en la integridad del personal de la veterinaria.

TABLA 20

La veterinaria tiene una buena imagen

Ítem	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	3	23%	38%
A veces	5	38%	23%
Casi siempre	3	23%	100%
Siempre	2	15%	
TOTAL	13	100%	

Fuente: Encuesta aplicado a los representantes de las MYPE Sector Servicio, Rubro Veterinarias, del Distrito de Juliaca, año 2019.

Elaboración: Propia

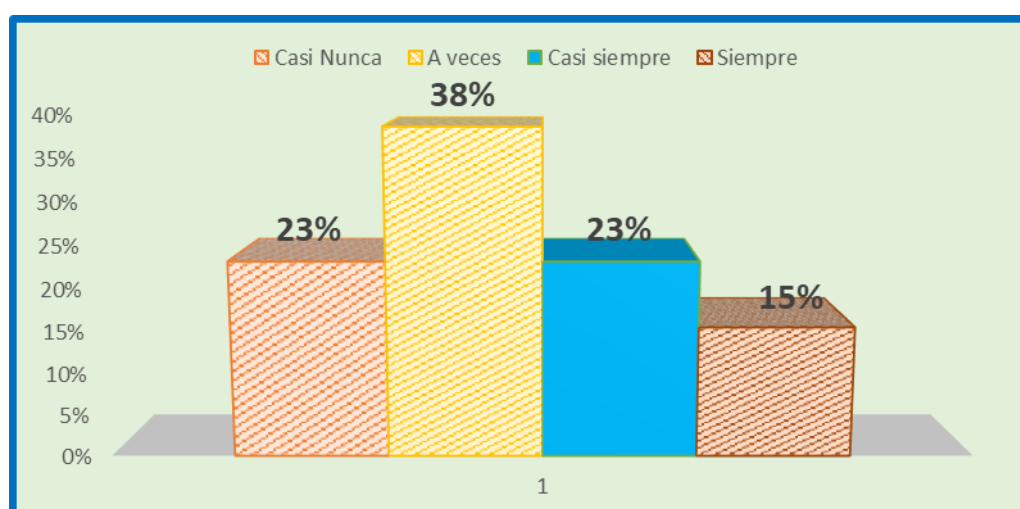


FIGURA 20. Barras sobre si la veterinaria tiene una Buena imagen

Interpretación: Respecto a la tabla y gráfico 19 se observó que el 62.81% respondió que casi siempre confían en la integridad del personal de la veterinaria, el 18.18% respondió que siempre confían en la integridad del personal de la veterinaria, mientras que el 10.74% indicó que a veces confían en la integridad del personal de la veterinaria, y el 8.26% respondió que casi nunca confían en la integridad del personal de la veterinaria.

5.2. Analisis de resultados

RESPECTO A LA VARIABLE: ATENCIÓN AL CLIENTE

Ante la pregunta. El personal que atiende resuelve dudas de los clientes. De este resultado podemos apreciar que el 46.26% indicó casi siempre el personal resuelve dudas de los clientes, este resultado contrasta con el de Carranza (2018), quien concluye que el 67% de los clientes considera que el personal siempre estuvo presente cuando solicito ayuda.

Ante la pregunta. ree ud. que la veterinaria está en una zona adecuada, podemos destacar que el 56.20% indicó que casi siempre las veterinarias se encuentran en una zona adecuada, este resultado no contrasta con el de Acha (2016), quien concluye que los clientes de las veterinarias consideran que no cumplen con sus expectativas.

Ante la pregunta. Informa ud. precios por teléfono cuando lo solicitan, de estos resultados podemos mencinoar lo siguiente: que el 69.42% respondió que casi siempre le dan precios por teléfono cuando lo solicitan, este resultado contrasta con el de Miranda (2018), quien concluye que el 56% de los clientes afirman que sus consultas son resueltas.

Ante la pregunta. Le resulta fácil brindar información mediante redes sociales, se destaca lo siguiente, el 58.66% respondió que casi siempre les resulta fácil de entender la información brindada en redes sociales, este resultado contrasta con el de Carranza (2018), quien determine que los clients utilizan las redes sociales para contactar a ala empresa.

Ante la pregunta. El personal que atiende está debidamente capacitado, de estos resultados podemos mencionar que el 52.89% indicó que casi siempre el personal que lo atiende está debidamente capacitado, este resultado contrasta con el de Carranza (2018), quien determinó que el 64% de los clientes consideran que el servicio brindado fue profesional.

Ante la pregunta, El personal brinda una atención rápida, de este resultado podemos destacar que el 58.68% respondió que casi siempre el personal le brinda una atención rápida, ese resultado no contrasta con el de Acha (2016), quien concluye que el 61% de los encuestados consideran que la atención es regular.

Ante la pregunta. El personal que atiende muestra amabilidad en la veterinaria, de este resultado podemos mencionar que, el 56.2% indica que casi siempre el personal que lo atendió mostro amabilidad, este resultado contrasta con el de Carranza (2018), quien concluye que el 64% de los clientes considera que el trato que brinda la empresa es agradable.

Ante la pregunta. Confía en la integridad del personal de la veterinaria. Podemos apreciar que, el 62.81% respondió que casi siempre confían en la integridad del personal del hospedaje, este resultado contrasta con el de Miranda (2018), quien determinó que el 67% de los clientes confía y cree en el personal.

Ante la pregunta. La veterinaria según Ud. tiene una buena imagen. De estos resultados podemos detallar que, el 48.76% respondió que casi siempre la

veterinaria tiene buena imagen, cabe mencionar que cumple con lo que ofrece las Mype, sin embargo este resultado no contrasta con el de Miranda (2018), quien concluye que el 58% de los clientes no están satisfechos con su Mype de veterinaria.

RESPECTO A LA VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD

Ante la pregunta, Sus planes contribuyen a la mejora de calidad la veterinaria, el 50% indica casi siempre, el 20% indica siempre, el otro 20% indica a veces y el 10% indica casi nunca. De los resultados podemos apreciar que, la mayoría de los representantes contribuyen sus planes a la mejora de calidad, cabe mencionar que es una Fortaleza el criterio que los representantes tienen para su Mype. Además ello apoya a que la empresa crezca cada día más y más. Este resultado contrasta con el de Bances (2018), quien concluye que el 67% de los encuestados consideran que en las tratan de mejorar la calidad de sus servicios

Ante la pregunta, Las acciones realizadas van de acorde con las metas planteadas, el 60% indicó casi siempre, el 30% indicó a veces y el 10% indicó siempre. De los resultados podemos destacar que, en gran mayoría estas acciones realizadas sí se está cumpliendo conforme a lo que cada representante se ha planteado. Quiere decir que es beneficioso para el crecimiento de mencionadas Mype dedicadas al rubro de Veterinaria, Por otro lado, este resultado no contrasta con el de Balladares (2018), quien concluye que el 80% de los encuestados considera que no se cumplen con las metas.

Ante la pregunta, Participa en programas de capacitación para la mejora de la calidad en la veterinaria, el 70% indicó casi siempre y el 30% indicó a veces. De estos resultados podemos deducir que, la gran mayoría de los representantes participan en programas de capacitación con la finalidad de poder mejorar la calidad en su Veterinaria. Asimismo, este resultado no contrasta con el de Quiróa (2014), quien concluye que el 59% de los encuestados se capacita todos los años para mejorar su servicio.

Ante la pregunta. Sus políticas promueven la eficacia en el servicio, el 40% indicó casi siempre, asimismo el otro 40% indicó a veces y el 20% indicó casi nunca. De estos resultados podemos apreciar que, desfavorablemente existe mayor debilidad y poca Fortaleza en lo que respecta a sus políticas que promueven su eficacia en el servicio. Para alcanzar el 100% de eficacia en su veterinaria, es necesario que los representantes perseveren hasta lograr el máximo porcentaje de beneficio para su empresa, venciendo todo tipo de obstáculos que se presenten en el camino. Este resultado no contrasta con el de Bances (2018), quien concluye que el 74% considera que se establecen sus procesos mediante normas escritas.

Ante la pregunta. Los empleados cumplen con los horarios establecidos en la veterinaria. Podemos apreciar que, el 50% indicó casi siempre, el 30% indicó a veces, el 10% indicó casi nunca y el otro 10% indicó siempre. Por ende es necesario que los representantes o gerentes de dichas Mypes capaciten a sus personales sobre los valores. Este resultado contrasta con el de Balladares (2018),

quien concluye que el 50% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que el personal se ajusta a las necesidades de los clientes.

Ante la pregunta, Los empleados muestran interés en aprender para brindar una mejor atención al cliente. De estos resultados podemos apreciar que, el 56.2% respondió que casi siempre el personal que atiende muestra amabilidad, este resultado contrasta con el de Carranza (2018), quien concluye que el 64% de los clientes considera que el trato que brinda la empresa es agradable.

Ante la pregunta. Los empleados están al pendiente de los requerimientos de los clientes en la veterinaria. De estos resultados podemos apreciar que, el 62.81% respondió que casi siempre confían en la integridad del personal de la veterinaria, este resultado contrasta con el de Miranda (2018), quien determinó que el 67% de los clientes confía y cree en el personal.

Ante la pregunta, Los empleados son dinámicos y proactivos. De estos resultados podemos deducir que, el 48.76% respondió que casi siempre la veterinaria tiene una buena imagen, es decir, cumple con lo que ofrece, sin embargo este resultado no contrasta con el de Miranda (2018), quien menciona autor que no sus empleados no son dinámicos ni proactivos.

Ante la pregunta, Sus empleados se identifican con la veterinaria. De estos resultados podemos mencionar que, el 50% respondió que casi siempre los empleados se identifican con la veterinaria, este resultado no contrasta con el de

Balladares (2018), quien concluye que el 60% de los empleados de la veterinaria no se sienten identificados con la empresa.

Ante la pregunta. El personal reporta a recepción los objetos olvidados en las habitaciones, podemos mencionar que el 50% respondió que a veces el personal reporta a recepción los objetos olvidados en las habitaciones, ello significa que el personal de la veterinaria no es confiable. Asimismo, este resultado contrasta con el de Balladares (2018), quien concluye que el 50% de los encuestados considera que no existe confianza entre trabajadores y clientes.

En la tabla y gráfico 20: se observó que el 80% de los empresarios casi siempre revisa las acciones que realiza para establecer propuestas de mejorar, este resultado no contrasta con el de Quiróa (2014), quien determinó que el 49% de los encuestados consideran que el desempeño de los trabajadores es regula

VI. CONCLUSIONES

6.1. Conclusiones

Respondiendo a mis objetivos específicos, llegué a las conclusiones siguientes.

Primera. Los gerentes o representantes de las Mype, mencionan que existe confianza con el personal que labora en la veterinaria, pues la atención es rápida, hay una buena comunicación a través de las redes sociales, el personal está capacitado y las veterinarias tienen una Buena imagen.

Segunda. Por otra parte se identificó que los empresarios aplican los procesos de gestión de calidad, participan en programas de capacitación orientados a la mejora de la calidad; asimismo, planifican y controlan las acciones de cada área de trabajo; sin embargo, deben mejorar sus políticas porque estas no promueven eficacia en el servicio. Asimismo los representantes de estas Mype consideran que se debe mejorar el desempeño de los trabajadores, porque no están pendientes de los requerimientos de los clientes, a la vez la conducta de los trabajadores debe mejorar porque no son dinámicos, tampoco se identifican con la empresa.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Aprovechar la experiencia y conocimientos universitario de los dueños para aplicar herramientas de gestión que mejor conozcan, elaborar un plan estratégico para conocer la situación actual de sus negocios y así formular estrategias necesarias que permitan lograr los objetivos trazados.

Implementar la gestión de calidad en la atención al cliente, ya que la MYPE deben estar prestos a los cambios del mercado y trabajar para diferenciarse de la competencia ofreciendo un valor agregado el cual les ayudará a brindar un servicio de calidad con una excelente atención al cliente y permitirá el posicionamiento del mercado y en consecuencia continuar obteniendo rentabilidad de sus negocios.

Realizar capacitaciones al personal en temas de atención al cliente, el cual debe ser continuo y adaptable a las nuevas tendencias, donde lo que se busca es brindar un buen servicio, satisfacer al cliente y contribuir con la superación de los colaboradores para que se sientan motivados y esto se vea reflejado en trato al cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrés Zavala, A (2009). Proyecto de investigación científica. Editorial San Marcos. Lima. Perú.
- Arano, R., Espinosa, F. y Arroyo, G. (2016). El rol de la dirección estratégica en las empresas. México. Universidad de Veracruzana
- Arias. Fidias, G. (2012). El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica. 6ª Edición. Editorial episteme, C.A. Caracas. Venezuela
- Ávila Baray, H.L. (2006). Introducción a la metodología de la investigación. Edición electrónica. Texto completo en www.eumed.net/libros/2006c/203
- Ávila Rojas, L. (2011). Metodología de la investigación. Editorial altiplano. Perú
- Baldeón, Amarillo. Y. (2017) Sistema de gestión de la calidad y administración pública en el Ministerio de Economía y Finanzas, Lima 2017. Universidad Cesar Vallejo
- Basilio, F. (2015). Procesos de dirección: modelo estratégico de la dirección. Recuperado de <http://es.slideshare.net/BhethoMassacre/modelo-estrategico-de-direccion>.
- Bateman, Thomas, S. y Snell. Scott, A. (2016). Administración. Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo. Octava edición interamericana editores. S.A. México.
- Blanco, A. (2015). Atención al cliente. España: Pirámide.
- Brown, A. (2015). Gestión de la atención al cliente. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=634hBJasWI4C&printsec=fro>

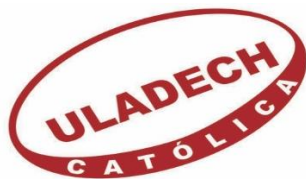
- Caballero Romero Alejandro E. (2011). Metodología integral innovadora para planes y tesis. Edita instituto metodológico. Caro. Perú.
- Carrasco Días S. (2013). Metodología de la investigación científica. Editorial San Marcos- Lima.
- Cenas, C. (2017). Dirección estratégica de recursos humanos para mejorar la gestión en la Municipalidad Distrital de Laredo 2014. Tesis de licenciatura. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Charaja, Cutipa. F. (2011). Metodología de la investigación. EL MAPIC: Segunda edición. Sagitario impresiones Puno. Perú
- Chiavenato, I. (1976), Introducción a la teoría general de la administración. Editorial Mc Graw-Hill, México
- Código de ética para la investigación. (2019). Versión 002 Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH. Católica, de fecha 16 de agosto del 2019. Chimbote – Perú
- Cuatrecasas, L. (2015). Gestión integral de la calidad: implantación, control y certificación. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- David, F. (2016). Conceptos de Administración Estratégica. 9°. Edición México: Editorial Pearson Educación S. A
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de Medición. INNOVAR, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales.
- Fidias (2012), Tipo de investigación
- Fuentes, Orozco. N, (2018). círculos de calidad una herramienta para la mejora continua en las empresas de servicio de cable en el municipio de san pedro sacatepéquez departamento de san marcos. Universidad Rafael Landívar

- Gallegos, Valdez. V. (2017). Metodología de la investigación en educación. Primera edición. Ediciones. CIEPS. Arequipa. Perú.
- Gardner, H. (2015). Estructuras de la mente. La teoría de las inteligencias múltiples. Colombia: Fondo de Cultura Económica
- Gravini, Donado. Marbe, Lucia. (2016) Aportes a la calidad educativa desde la investigación. Universidad simón bolívar
- Grimaldo, Igor (2015) Una de cada cuatro medianas empresas registran caídas de 50% en ventas por su mala gestión. Gestión. Recuperado de: <http://gestion.pe/empresas/cada-medianas-empresas-registran-caidas-50-ventas-su-mala-gestion-2157057>
- Gros Salvat, B. y Lara Navarra, P. (2016). Estrategias de innovación en la educación superior: el caso de la Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona, España.
- Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (2010) Metodología de la Investigación. 5ta Ed, Mcgraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V
- Hernández, Sampieri, R, (2014). Tipo de Investigación
- Huancas, TorresS. (2019). Estrategias de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio en el chifa jazmín. Universidad Cesar Vallejo.
- Jáuregui. A. (2016). Teorías de la calidad. Bases Teóricas y Metodológicas del Modelo de Calidad Total. Recuperado de: Recuperado <http://www>
- Luco Repposi, A (2016) *¿Por qué fracasan las Pymes?* Business Consulting. Recuperado de: <https://www.businessconsulting.cl/por-que-fracasan-las-pymes/>

- Marín, Borunda. D. (2017). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la veterinaria “san roque” de la ciudad de Huánuco - 2017. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Marker, G (2015) Casi la mitad de las Pymes mexicanas fracasan por una mala gestión. Gestión.org. Recuperado de: <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/35717/casi-la-mitad-de-las-pymes-mexicanas-fracasan-por-una-mala-gestion/>
- Morrish, Ivor. (2014). Cambio e innovación en la enseñanza. Ed. Anaya, Madrid.
- Ferro, Jesús, 1993. Modelos innovativos y estrategias para generar cambios. América Latina. Santiago, Chile.
- Parisaca, Condori. D. (2018). Desempeño del personal y su incidencia en la calidad de atención al cliente en la empresa de transporte interprovincial de pasajeros virgen de Fátima s. r. Ltda. Año 2013. Universidad nacional del altiplano
- Paulise, L (2015) Argentina difícil: el 80% de las Pymes fracasa a los 02 años. Urgente 24. Recuperado de: <http://www.urgente24.com/244816-argentina-dificil-el-80-de-las-pymes-fracasa-a-los-2-anos>
- Pérez, J. (2016). Competitividad empresarial. Artes gráficas. 1ª. Edición. Colombia.
- Rodríguez, M., & García, E. (2004). Las estrategias de aprendizaje y sus particularidades en lenguas extranjeras. Cuba: Educación.
- Sablich, Ch. (2015). Aplicación de un modelo de dirección estratégica en épocas de crisis, estudio de caso: agroexportadora de Perú. Lima: Fundación Universitaria Iberoamericana
- Tello Cabello, Sara Ynés (2014) Importancia de la micro, pequeña y medianas empresas en el desarrollo del país (artículo de asesoría empresarial). (20),

- Tevés, C. F. (2015). La gestión del servicio como propuesta de mejora para la satisfacción de clientes caso: museo san francisco de lima.
- Trujillo, F. (2015). Escritura y cultura. La retórica contrastiva. España. Facultad de Educación y Humanidades.
- Vargas, Quiñones, Martha Elena y Vega, Luz Ángela Aldana. (2007). Calidad en el servicio, Universidad de La Sabana, 2007. Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?doc>
- Vásquez, I. (2013) Mi empresa en marcha. Importancia de las MYPEs en el Perú.<http://miempresaenmarcha.blogspot.com/2013/03/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>
- Verde, Olivares, H. (2012). Estrategias de Marketing para mejorar la calidad de Serv

Anexos 1 Cuestionario aplicado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Encuesta dirigida a los representantes de las empresas de veterinarias, de la tesis de investigación que lleva como título. “ATENCIÓN AL CLIENTE COMO ELEMENTO ESTRATÉGICO CON LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE SECTOR SERVICIO, RUBRO VETERINARIAS, DEL DISTRITO DE JULIACA AÑO, 2020” La información que proporcionará, será utilizada con fines académicos e investigación, de antemano se le agradece por sus colaboraciones.

Sírvase a responder las siguientes interrogantes marcando con un aspa (X), según crea conveniente:

RESPECTO A LA VARIABLE: ATENCIÓN AL CLIENTE

	PREGUNTAS	Nu nca	Cas i nu nca	Ve ces A	Cas i Sie mp re	Sie mp re
	Atención al cliente:					
1	¿El personal que atiende resuelve dudas de los clientes?					
2	¿Cree ud. que la veterinaria está en una zona adecuada?					
3	¿Informa ud. precios por teléfono cuando lo solicitan?					
4	¿Le resulta fácil brindar información mediante redes sociales?					
5	¿El personal que atiende está debidamente capacitado?					
6	¿El personal brinda una atención rápida?					
7	¿El personal que atiende muestra amabilidad en la veterinaria?					

8	¿Confía en la integridad del personal de la veterinaria?					
9	¿La veterinaria según Ud. tiene una buena imagen?					

RESPECTO A LA VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD

	PREGUNTAS	Nu nca	Cas i nu nca	Ve ces A	Cas i Sie mp re	Sie mp re
	GESTIÓN DE CALIDAD:					
1	¿Sus planes contribuyen a la mejora de calidad en la veterinaria?					
2	¿Las acciones realizadas van de acorde con las metas planteadas?					
3	¿Participa en programas de capacitación para la mejora de calidad en la veterinaria?					
4	¿Sus políticas promueven la eficacia en el servicio?					
5	¿Los empleados cumplen con los horarios establecidos en la veterinaria?					
6	¿Los empleados muestran interés en aprender para brindar una mejor atención al cliente en la veterinaria?					
7	¿Los empleados están al pendiente de los requerimientos de los clientes en la veterinaria?					
8	¿Los empleados son dinámicos y proactivos en la veterinaria?					
9	¿Sus empleados se identifican con la veterinaria?					
10	¿El personal reporta a recepción los objetos olvidados en las habitaciones?					
11	¿Revisa las acciones que realiza para establecer propuestas de mejora?					

Anexo 2 Instrumento de medición validación y fiabilidad

Validez

Se realizó el juicio y la verificación de expertos para los instrumentos del trabajo de investigación en las dos variables.

Confiabilidad

Se realizó la prueba de consistencia interna para medir el grado de confiabilidad del instrumento, aplicando la prueba piloto a 10 encuestados y luego se procesó los resultados empleando el coeficiente de Alfa de Cronbach en la hoja de cálculo de Excel y SPSS Versión 22.00

Coeficiente Alfa de Cronbach

La prueba de consistencia interna aplicando la fórmula del Coeficiente Alfa de Cronbach, es una generalización de las fórmulas KR20 y KR21 de Kuder y Richardson, para ítems de alternativas múltiples. En los cálculos del Alpha de Cronbach se emplea el promedio de todas las correlaciones existentes entre los ítems del instrumento que apuntan a la variable que se pretende medir.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^n S_i^2}{S_t^2} \right)$$

$\sum_{i=1}^n S_i^2$ = Sumatoria de las varianzas de los ítems individuales

S_t^2 = Varianza total

K = Número de ítems

n = Tamaño de la muestra piloto.

El resultado obtenido nos indica que el instrumento es altamente confiable, por lo que puede ser aplicado a la muestra de trabajo.

Rangos	Magnitud
0.81 a 1.00	Muy alta
0.61 a 0.80	Alta

0.41 a 0.60	Moderada
0.21 a 0.40	Baja
0.01 a 0.20	Muy baja

PRUEBA DE ALFA DE CRONBACH GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
1	3	2	3	3	3	3	1	1	3	2	1	2	3	3	3	1	3
2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
3	2	2	2	2	2	3	2	1	3	3	3	4	3	2	3	3	3
4	3	1	2	2	2	1	2	3	2	3	1	2	4	4	2	1	4
5	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2
6	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	2	3	2
7	1	2	4	4	3	3	1	1	3	1	2	3	1	2	2	1	1
8	4	1	1	2	1	2	1	1	3	2	2	3	2	4	2	1	1
9	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	4	4	2	1	1	2	2
10	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	4	3	2
11	3	2	3	3	3	3	1	1	3	2	1	2	3	3	3	1	3
12	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
13	2	2	2	2	2	3	2	1	3	3	3	4	3	2	3	3	3
14	3	1	2	2	2	1	2	3	2	3	1	2	4	4	2	1	4
15	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2
16	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	2	3	2
17	1	2	4	4	3	3	1	1	3	1	2	3	1	2	2	1	1
18	4	1	1	2	1	2	1	1	3	2	2	3	2	4	2	1	1
19	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	4	4	2	1	1	2	2
20	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	4	3	2

$\sum_{i=1}^n S_i^2 =$ Sumatoria de las varianzas de los ítems individuales (13.9)

$S_t^2 =$ Varianza total (63.21)

$K =$ Número de ítems (20)

$n =$ Tamaño de la muestra piloto (20 encuestados que representa el 100%)

Reemplazando datos se obtuvo:

$$X = 0.7800$$

Siendo la confiabilidad de **muy alta** ya que se encuentra del margen de validez y confiabilidad

el resultado obtenido nos indica que el instrumento es **muy alta y confiable**, por lo que puede ser aplicado a la muestra del trabajo.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

VALIDACION DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

NOMBRE:..... VÍCTOR HUAC VALENCIA PARISACA.....

ESPECIALIDAD:..... I.N.C. ESTADÍSTICO E INFORMÁTICO.....

FECHA:..... 09-12-2019.....

II.- OBSERVACIONES EN CUANTO A:

1.- FORMA:

..... La forma de redacción es clara y
..... consistente en la formulación de
..... preguntas de acuerdo a la operación
..... validación de variables.....

2.- CONTENIDO:

..... Los contenidos están de acuerdo a
..... los dimensiones e indicadores y
..... también es consistente con los
..... objetivos.....

3.- ESTRUCTURA:

..... Sigue una estructura planteada
..... a cargo de los requisitos de la universidad

III.- APORTES Y/O SUGERENCIAS:

..... Continuar con la investigación y
..... proponer sus alcances al final.
.....
.....

Luego de revisado el documento procede a su aprobación

SI

NO

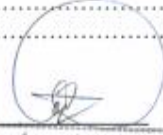
.....
MSc. Víctor Hugo Valencia Parisaca¹
ING. ESTADÍSTICO E INFORMÁTICO
C.I.P. 106473

VALIDACION DEL INSTRUMENTO

	Items	Apreciación		Observaciones
		SI	NO	
01	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	X		
02	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	X		
03	¿Las dimensiones que se han tomado en cuenta son adecuadas para la realización del instrumento?	X		
04	¿El instrumento responde a la operacionalización de las variables?	X		
05	¿La estructura que presenta el instrumento es de forma clara y precisa?	X		
06	¿Los ítems están redactados en forma clara y precisa?	X		
07	¿El número de ítems es el adecuado?	X		
08	¿Los ítems del instrumento son validos?	X		
09	¿Se debe incrementar el número de ítems?		X	
10	¿Se debe eliminar algunos ítems?		X	

Aporte y/o sugerencias:

..... *Con fioren con la investigación que*
 *es muy trascendente*



MSc. Victor Hugo Valencia Parisaca¹
 ING. ESTADÍSTICO E INFORMÁTICO
 CIP. 106473
 Fecha:/...../.....



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

VALIDACION DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

NOMBRE: *Dr. Manuel Anchapuri Quispe*

ESPECIALIDAD: *Administración*

FECHA: *04-12-2019*

II.- OBSERVACIONES EN CUANTO A:

1.- FORMA:

La redacción de los ítems de los instrumentos son claros y consistentes de acuerdo a la matriz de consistencia.

2.- CONTENIDO:

Los contenidos están de acuerdo a los objetivos específicos y de acuerdo a sus dimensiones e indicadores.

3.- ESTRUCTURA:

..... Sigue una estructura planteada con los pasos
..... de la universidad.

III.- APORTES Y/O SUGERENCIAS:

..... Continuar con la investigación y proponer sus
..... recomendaciones al final de la investigación.
.....
.....

Luego de revisado el documento procede a su aprobación

SI

NO

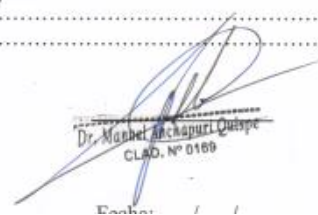

Dr. Manuel Anchapuri Quijpe
CLAD. N° 0189

VALIDACION DEL INSTRUMENTO

	Items	Apreciación		Observaciones
		SI	NO	
01	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	X		
02	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	X		
03	¿Las dimensiones que se han tomado en cuenta son adecuadas para la realización del instrumento?	X		
04	¿El instrumento responde a la operacionalización de las variables?	X		
05	¿La estructura que presenta el instrumento es de forma clara y precisa?	X		
06	¿Los ítems están redactados en forma clara y precisa?	X		
07	¿El número de ítems es el adecuado?	X		
08	¿Los ítems del instrumento son validos?	X		
09	¿Se debe incrementar el número de ítems?		X	
10	¿Se debe eliminar algunos ítems?		X	

Aporte y/o sugerencias:

..... *Continuar con la investigación porque se necesita conseguir*
aportes científicos.


 Dr. Manuel Escapuri Quespe
 CLAD. N° 0160



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

VALIDACION DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

NOMBRE: AMIRA CARRIO MARAZA
ESPECIALIDAD: Msc. ADMINISTRACION Y FINANZAS
FECHA: 04-12-2019

II.- OBSERVACIONES EN CUANTO A:

1.- FORMA:

La redacción de los ítems de los instrumentos son claros y consistentes de acuerdo a la Matriz de Consistencia.

2.- CONTENIDO:

Los contenidos están de acuerdo a los objetivos específicos y de acuerdo a sus dimensiones e indicadores.

3.- ESTRUCTURA:

...Sigue una estructura planteada con los pasos de la universidad.

III.- APORTES Y/O SUGERENCIAS:

Continuar con la investigación y proponer sus recomendaciones al final de la investigación.

Luego de revisado el documento procede a su aprobación

SI

NO


Amara Carpio Merced
Lic. Adm. Amara Carpio Merced
CORLAD PUNO GLAD N° 06325

VALIDACION DEL INSTRUMENTO

	Items	Apreciación		Observaciones
		SI	NO	
01	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	X		
02	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	X		
03	¿Las dimensiones que se han tomado en cuenta son adecuadas para la realización del instrumento?	X		
04	¿El instrumento responde a la operacionalización de las variables?	X		
05	¿La estructura que presenta el instrumento es de forma clara y precisa?	X		
06	¿Los ítems están redactados en forma clara y precisa?	X		
07	¿El número de ítems es el adecuado?	X		
08	¿Los ítems del instrumento son validos?	X		
09	¿Se debe incrementar el número de ítems?		X	
10	¿Se debe eliminar algunos ítems?		X	

Aporte y/o sugerencias:

... Continuar con la investigación porque se necesita
 ... conseguir datos ciertos.


Guiral
 Lic. María Amparo Castro Henao
 C.U.C. N° 96325

**Anexo 3: Representantes de las MYPE, del sector comercio, rubro Veterinaria,
del Distrito de Juliaca,**

N°	RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA	APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCION
1	Veterinaria canissur	Caira Mamani Héctor David	Jr. Junín N° 328 -Juliaca
2	Zarate olmedo clínica veterinaria	Olmedo Ana Cristina	Jr. José Choquehuanca N° 203-juliaca
3	Ganvet	Zapana Zapana Rene Willy	Jr. Mariano Núñez N° 831-a – Juliaca
4	Veterinaria doctor	Avellaneda Díaz Elisa	Jr. Sucre 140 – Juliaca
5	Golden vet. Perú E.I.R.L	Torres Goyzueta Yorgui Eder	Jr. Ignacio Miranda nro. 130 (cercado)-Juliaca
6	Clínica veterinaria lazy	Flores Mara Raúl Ramiro	Jr. Los naranjos N° 295 urb. la florida – Juliaca
7	Veterinaria vetermij	Quilluya Flores Ana María	Jr. Lambayeque N° 124 – Juliaca
8	Veterinaria golden vet	Flores Cruz Wily Rodolfo	Jr. Ignacio Miranda 117 – Juliaca
9	Zeus veterinaria & pet shop	Mamani Parí Nivia Margoth	Jr. 2 de mayo N° 561- Juliaca
10	Lugan vets	<u>Quispe Vázquez</u> Yohan	Jr. José domingo Choquehuanca N° 424 – Juliaca
TOTAL 13 MYPES			