



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE
COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE
CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL
SECTOR SERVICIO, RUBRO VETERINARIAS DEL
DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2020

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

AUTORA

CRIBILLERO DEPAZ, ESVERILDA MELY

ORCID: 0000-0002-4759-9933

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Cribillero Depaz, Esverilda Mely

ORCID: 0000-0002-4759-9933

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

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería,
Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Rosillo De Purizaca María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Rosillo De Purizaca, María del Carmen
Presidenta

Salinas Gamboa, José German
Miembro

Mino Asencio, María Isabel
Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarias
Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme la fuerza necesaria para mantenerme firme y poder llevar a cabo el desarrollo de esta investigación.

A mis padres y hermanos por siempre hacer de mí una mejor persona y por su apoyo incondicional, su motivación para seguir adelante, estando en todo momento hasta lograr que todo sea posible.

A mi asesor de tesis, Centurión Medina, Reinerio Zacarías por sus conocimientos, motivación, apoyo la cual permitieron que pueda lograr la culminación de esta Tesis.

DEDICATORIA

A Dios, por escuchar siempre mis peticiones, por darme paciencia, tolerancia, sabiduría y deseos de seguir adelante y no rendirme.

A mis padres, por brindarme siempre su espíritu de motivación y apoyarme en todo momento.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, para el recojo de información se utilizó una población muestral de 10 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplico un cuestionario estructurado con 23 preguntas obteniendo los siguientes resultados: El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene entre 31 y 50 años, el 80% cuentan con educación universitaria, el 70% son dueños, el 100% de las micro y pequeña empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancia, el 80% de los representantes conoce el termino atención al cliente, el 60% presenta dificultades para la implementación de la gestión de calidad debido a la poca iniciativa, el 70% utiliza la observación para medir el rendimiento del personal, el 80% considera que con una buena atención se logra fidelización de clientes. La investigación concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas dicen conocer sobre atención al cliente, también tienen dificultades para implementar la gestión de calidad, lo que ocasionaría que los clientes no se sientan satisfechos con la atención brindada, teniendo como resultado perdida para el negocio.

Palabras Clave: Atención al cliente, gestión de calidad, microempresa

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine if the improvement of customer service as a relevant factor allows quality management in micro and small companies in the service sector, Veterinary category, of the Nuevo Chimbote district, 2020. The research was by design non-experimental - cross-sectional - descriptive, for the collection of information a sample population of 10 micro and small companies was used, to whom a structured questionnaire with 23 questions was applied obtaining the following results: 50% of the representatives of the micro and small companies are between 31 and 50 years old, 80% have a university education, 70% are owners, 100% of the micro and small companies were created with the objective of generating profit, 80% of the representatives know the term customer service, 60% present difficulties for the implementation of quality management due to little initiative, 70% use observation to To measure the performance of the staff, 80% consider that with good service, customer loyalty is achieved. The research concludes that representatives of micro and small companies say they know about customer service, they also have difficulties to implement quality management, which would cause customers to not feel satisfied with the care provided, resulting in loss for the customer deal.

Key Words: Customer service, quality management, microenterprise

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de Trabajo.....	iii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	iv
5. Resumen y abstract.....	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de gráficos, tablas y cuadros	ix
I. Introducción.....	11
II. Revisión de literatura.....	19
III. Hipótesis	46
IV. Metodología.....	47
4.1. Diseño de la investigación.....	47
4.2 Población y muestra.	48
4.3. Definición y Operacionalizacion de las variables e indicadores	50
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	54
4.5 Plan de análisis.....	54
4.6 Matriz de consistencia	55
4.7 Principios éticos	57
V. Resultados.....	58
5.1 Resultados	58
5.2 Análisis de resultados	65
VI. Conclusiones.....	86
Aspectos Complementarios.....	88
Referencias bibliográficas	89
Anexos	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.....	58
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.....	59
Tabla 3. Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.....	60
Tabla 4. Elaboración de una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.....	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras

Figura 1. Edad de los representantes	118
Figura 2. Género de los representantes.....	118
Figura 3. Grado de Instrucción de los representantes.....	119
Figura 4. Cargo que desempeña el representante	119
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo	120
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa	120
Figura 7. Número de Trabajadores	121
Figura 8. Las personas que trabajan en la empresa	121
Figura 9. Objetivo de Creación.....	122
Figura 10. Conocimiento del término gestión de calidad.....	122
Figura 11. Técnicas modernas de gestión de calidad	123
Figura 12. Dificultades para la implementación de la gestión de calidad.	123
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal.....	124
Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.....	124
Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa.....	125
Figura 16. Conocimiento sobre atención al cliente	125
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda.	126
Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento.	126
Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.....	127
Figura 20. Factores que usa para la calidad al servicio que brinda	127
Figura 21. La atención que brinda a los clientes	128
Figura 22. Consideración por que está dando una mala atención al cliente.....	128
Figura 23. Resultados que se logra brindando una buena atención al cliente	129

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas son pequeños negocios constituidos por una persona natural o jurídica con el objetivo de generar ganancias y como fuentes generadoras de empleo y muestran su potencial dinamismo en la economía de nuestro País, las mismas que pueden desarrollar actividades de producción, extracción, transformación, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Es necesario identificar los problemas que presentan las micro y pequeñas empresas en la actualidad, siendo la gestión de calidad, ya que muchas empresas desconocen la forma de administración, los procesos administrativos a seguir para que tenga un correcto funcionamiento y lograr los estándares de calidad exigidos; esto se debe a que muchas de ellas han sido creadas por familiares, con la finalidad de generar empleo y poder tener ingresos económicos, pero no tuvieron los conocimientos necesarios para poder manejarlos, lo que podría ocasionar en un futuro la pérdida del negocio, la inversión que se hizo, la pérdida de empleo, hasta podría ocasionar un cierre del negocio.

Otro de los inconvenientes que se presenta en la atención al cliente, pudiendo observar cómo es que los trabajadores atienden a los clientes, quienes no quedan satisfechos con la atención recibida y no se logra una fidelización de clientes, tampoco se logra una calidad en relación a la atención al cliente; siendo ellos los que intervienen para el crecimiento y las organizaciones se deben a ellos.

Es por ello que se busca buscar una solución para estas micro y pequeñas empresas, utilizando la herramienta de atención al cliente, que permita dar estrategias para la atención, logrando fidelizarlos y satisfacer sus necesidades, ya que cada vez son más exigentes con el producto o servicio que requieren, al ser así se lograría generar más ingresos, más empleo, más prestaciones de servicios y ventas, por la recomendación de

los clientes que fueron bien atendidos. De esta manera la herramienta permitiría mejorar la gestión convirtiéndola en una gestión de calidad.

La gestión y atención al cliente son sumamente importantes para las micro y pequeñas empresas, los cuales estamos estudiando en las veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, ya que los problemas se relacionan a la mala atención y a la gestión; por lo que con las dificultades encontradas se hizo una propuesta de mejora con respecto a las variables en estudio, atención al cliente para la mejora de la gestión de calidad.

Este estudio consiste que al conocer las características de los representantes de las mype y de la atención al cliente, se lograra una mejora al momento de brindar el servicio y así satisfacer las necesidades de los clientes, para que estos sigan requiriendo de los servicios y comuniquen a nuevos clientes y así ir cumpliendo sus expectativas de una sociedad cada vez más exigente en cuanto a la calidad y el servicio; siendo el cliente el factor primordial para que esta mype logre su crecimiento en el mercado, habiendo hoy en día más competitividad.

Las micro y pequeñas empresas son importantes para la sociedad, contribuyen para la generación de empleo, son fuentes de ingreso para muchas familias; pero muchas de ellas presentan una serie de dificultades y esto no solo suele ser nacional, internacional por mencionar:

En España, los emprendimientos tienen que enfrentarse a retos diversos durante los primeros años, cabe destacar que comprenden el 93.4% del total de organizaciones; los principales problemas que presentan son: encontrar clientes para un negocio que no es reconocido, hacer crecer la lista de correos, lograr un crecimiento entre crecimiento y calidad. Aunque no suelen ser los únicos problemas que presentan las Pymes, pero si son los más comunes. (Torres, 2020)

Un rasgo que caracteriza a las estructuras empresariales latinoamericanas es el compromiso de un conjunto de mypes, en general de subsistencia, otras operan con bajos niveles de productividad. Y una buena parte de estas mypes se crean con la finalidad de generar empleo ya que es una opción a la falta de inserción laboral, mientras que para otras es la búsqueda y aplicación de una oportunidad de negocios, pero no toman en cuenta la gestión de calidad. (Kantis & Ibarra, 2016)

En Colombia se necesita más empresas con conocimientos para producir, que desarrollen planes, definan indicadores, midan sus procesos a desarrollar, aumenten la calidad tanto en productos y procesos, reduzcan sus costos y optimicen los recursos para tener una oferta más competitiva en el mercado local e internacional y se adapten a la competencia. El 70 % de las Pymes colombianas decaen en los primeros cinco años, dado que los emprendedores que las crean no estudiaron y no tienen los suficientes conocimientos para establecer y mejorar el trabajo de sus empresas. (Villalobos, 2019)

Colombia las empresas proveedoras afectan la productividad y con respecto al sector comercio y servicio su principal problema fue la competencia con otras empresas en grandes superficies con 21% y 30% en el segundo semestre del 2018. Para ello un experto en empresas considera que las pymes pueden resolver este obstáculo personalizando los servicios y productos, añadiendo un valor en la atención al cliente, que diferencie de los demás así, ser más competitivos en el mercado y obtener un mayor crecimiento. (Portafolio, 2019)

En México las Pymes no tienen acceso al crédito bancario y el manejo de cuentas bancarias: Los créditos bancarios tienen altos intereses y los requisitos son muy complejos para acceder a ellos, es por ello que para las micro y pequeñas empresas es difícil mejorar su calidad y brindar una buena atención. (Dini & Stumpo, 2018)

Las Pymes en el Ecuador se ven obligados a enfrentarse a una dura competencia al mundo de emprendedores en donde deben probar sus capacidades tanto en aceptación por los clientes como en alianzas estratégicas que generen un cambio. Son muchos los factores que no permiten un desempeño normal y eficaz de estas; entre ellas la situación económica del país, la falta de calidad para sus productos o servicios lo que impide su desarrollo y así poder competir con las grandes empresas. (Delgado & Chávez, 2018)

Dentro de los factores administrativos que no permiten el crecimiento de las Mypes en el Perú, tienen que ver con la gestión y la atención que brindan. Muchos de los trabajadores o las personas que crean las Mypes, no estudiaron o su grado de instrucción es mínima, y otras de las limitaciones se dan porque no tienen conocimientos en los negocios, lo que no les conlleva a que sus procesos o productos sean de calidad. (Palomino, 2019)

En el Perú los principales factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas son la informalidad, la demanda es limitada, la calidad de los servicios o productos que se ofrecen, muchas de las mypes no brindan una buena atención a los clientes. La gran mayoría de empresas considera que existe una gran competencia informal para su producto o servicio. Siendo muchos ambulantes que entran al mercado para poder subsistir y tener ingresos para el sustento de su familia. (INEI, 2016)

En cuanto en Nuevo Chimbote la micro y pequeñas empresas del sector servicio presentan problemas, de calidad de los servicios en cuanto a la atención al cliente, ya que muchos de ellos no reciben una buena atención, no les dan un trato amigable un buen recibimiento, no logran fidelizar a sus clientes, lo que perjudica su desarrollo de estas. Siendo los clientes los principales agentes para que estas puedan desarrollarse, sin

ellos correrían el riesgo de no tener ingresos, pérdida de empleos para muchos, es por ello que se busca estrategias para poder fidelizar a los clientes, ya que un cliente satisfecho puede retornar trayendo muchos más clientes y avanzar en su desarrollo, ser más competitiva y ofrecer productos o servicios de calidad. Además de ello presentan dificultades para la implementación de la gestión de calidad debido a la poca iniciativa de los trabajadores, más se centran en medir el personal a través de la observación y puede que estos trabajadores hagan su mayor esfuerzo cuando sean observados, a veces aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan y también consideran que si es que se da una mala atención es debido a una mala organización de los trabajadores, si conocen el término atención al cliente, pero muchas veces no saben cómo aplicarlo les falta conocer más.

Conforme a lo expresado anteriormente, el enunciado de la investigación viene a ser el siguiente: ¿La mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020?

Para poder respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Para alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. Determinar las

principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. Elaborar una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias, Distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Este trabajo se justificó porque al identificar la mejora de la atención al cliente se podrá mejorar el nivel de ingresos por servicios brindados, generar más empleos, un crecimiento para las mype y por ende el aumento de utilidades y porque no decir la mejora de sus procesos en cuanto a la atención al cliente y gestión de calidad, siendo de esta manera la mype más competitiva en el mercado.

Es importante para las veterinarias determinar el nivel de calidad de servicio que se está ofreciendo, ver el grado de satisfacción que reciben los clientes en cuanto a su atención. Lo cual esta investigación nos permitirá ver y recibir algunos alcances con las expectativas de la atención que reciben y de esta manera establecer propuestas de mejora.

Así mismo, la investigación pretende brindar a los dueños de las micro y pequeñas empresas, que puedan tener conocimientos cómo se gestiona un negocio y enfocarse en calidad de servicio en atención al cliente. Si bien es cierto, hoy en día existe competencia, y las mypes necesitan diferenciarse de otras, es por ello que ser eficientes en la atención, le hará más competitivas y que lograr la satisfacción a clientes.

Los beneficios a lograr con esta investigación; las mype tendrá una mayor lealtad de los consumidores y clientes, aumentará las ventas y habrá una mayor rentabilidad, mayor ofrecimiento de servicios a los mismos clientes, aumento de clientes nuevos, las mypes van a ganarse una mejor imagen y reputación, habrá diferenciación por

parte de sus competidores. Al haber estos beneficios los representantes podrán gestionar una atención de calidad.

Finalmente, esta investigación servirá de guía para otras investigaciones similares al sector en estudio, haciendo uso de las mismas variables, ya que esto servirá como antecedente. Así lograr la propuesta de mejora de la atención al cliente para beneficio de los dueños y de la sociedad.

La investigación realizada fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo de propuesta, para el recojo de información se utilizó una población de 10 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene entre 31 y 50 años, el 60% son de sexo masculino, el 80% cuentan con educación universitaria, el 70% son dueños, el 50% tiene más de 7 años en el cargo, como también el 40% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el mercado, el 80% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 70% contratan a personas no familiares, el 100% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancia, el 70% de los representantes conocen el término gestión de calidad, el 50% conoce la técnica moderna de atención al cliente, el 60% menciona que la dificultad para implementar la gestión de calidad es la poca iniciativa, el 70% mide a su personal mediante la observación, el 90% considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 70% indica que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas, el 80% tiene conocimiento sobre atención al cliente, el 70% a veces aplica la gestión de calidad, el 100% considera que la atención al cliente es fundamental para que regrese al establecimiento, el 80% utiliza la comunicación y confianza para un servicio de calidad,

el 80% utiliza la atención personalizada, el 80% considera que está brindando una buena atención, el 50% considera si hay una mala atención es por una mala organización de los trabajadores y un 80% manifiesta que brindando una buena atención se logra fidelización de clientes.

La investigación concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas conocen los términos gestión de calidad y atención al cliente, pero tienen dificultades para implementar la gestión de calidad, debido a la poca iniciativa, además consideran que si se brinda una buena atención se logra la fidelización de clientes, de la misma manera indican que les falta seguir actualizándose en temas de atención al cliente, de esta manera poder cumplir las expectativas de los cliente y por ende el crecimiento del negocio.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Rivera (2019) en su trabajo de investigación *la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*. Tuvo como objetivo general evaluar la calidad del servicio ofrecido a través del modelo teórico servqual a fin de identificar la satisfacción de los clientes exportadores de la empresa Greenandes Ecuador. La metodología utilizada en la investigación es de enfoque cuantitativo de investigación, puesto que este enfoque sirve como guía para recolectar y analizar datos, ya que sigue un patrón predecible y estructurado de datos numéricos, o tuvo un alcance descriptivo, ya que el mismo describe, comprende fenómenos, situaciones, contextos, sucesos y procesos del fenómeno a estudiar, ya que se trabaja sobre realidades, Este estudio se ha diseñado de manera que sea una investigación no experimental transversal, ya que se trata de aquella que se ejecuta sin afectar las 58 variables a estudiar, puesto que se concentra en describir y analizar las problemáticas de la investigación. La población objeto de estudio estuvo definida como la totalidad de todos los clientes exportadores de la empresa Greenandes Ecuador que ascienden a unos 180 a la fecha del estudio, para la recolección de datos de la muestra en esta investigación es la encuesta, tomando como modelo el cuestionario SERVQUAL, obteniéndose los siguientes resultados el 47% percibe que Greenandes Ecuador utiliza equipos de tecnología modernos, el 48% percibe que Greenandes Ecuador cuenta con instalaciones físicas cómodas, atractivas y modernas, el 63% de los clientes encuestados percibe que los empleados de Greenandes Ecuador siempre están bien uniformados con una apariencia limpia y agradable, el 60% de los clientes encuestados se encuentran totalmente de acuerdo con la información que recibe acerca de lo los materiales asociados de negocios tales como itinerarios, bookings,

cotizaciones, un 47% se encuentra bastante de acuerdo el cliente percibe el sincero interés que los empleados muestran para resolver los problemas, un 34% se encuentra en desacuerdo con respecto a la entrega de documentos de exportación a tiempo; un 38% se encuentra bastante de acuerdo con respecto a esta pregunta que Greenandes mantiene informados a los clientes con respecto a la ejecución de los servicios, un 31% manifestó sentirse bastante de acuerdo que los empleados no están demasiado ocupados para responder sus requerimientos, un 34% indico sentirse totalmente de acuerdo con este ítem que los empleados son siempre amables y respetuosos, un 44% indico estar totalmente de acuerdo con respecto a este ítem los empleados le inspiran confianza, un 53% se muestra totalmente de acuerdo con respecto a que, si los empleados le brindan una atención personalizada, un 47% se muestra totalmente de acuerdo con respecto a que, si los empleados atienden sus necesidades específicas, un 48% se muestra totalmente de acuerdo con respecto a que, si los empleados demuestran amabilidad y buen trato. Finalmente concluye que esta investigación tuvo como propósito evaluar la calidad de servicio y la satisfacción al cliente de la empresa Greenandes Ecuador, aplicando el modelo teórico SERVQUAL, cuya herramienta estadística confiable permitió conocer las diferencias que existen entre las percepciones y expectativas de la calidad del servicio de la empresa estudiada y la insatisfacción que la misma representa para los clientes. Además, permitió conocer con exactitud qué es lo que realmente esperan los clientes al momento de contratar los servicios, y que es lo que la empresa está haciendo a fin de mejorar la experiencia de la calidad del servicio.

Cupuerán (2017) en su trabajo de investigación *la gestión de calidad en la mejora de los procesos del área administrativa de la Coop. de ahorro y crédito "Bola Amarilla"*. Tuvo como objetivo general gestionar los procesos del área administrativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Bola Amarilla", basado en un modelo de gestión de

calidad. La metodología utilizada en la investigación es de enfoque cuantitativo, ya que se pretende conocer y describir los rasgos importantes del objeto de investigación, posee un método de investigación descriptiva ya que consiste en observar, conocer y describir las situaciones y características de un sujeto o área de interés, por lo tanto se desarrolla sobre la realidad, de tipo no experimental, transversal porque permitirá recolectar datos en un solo momento y tiempo único, permitiendo realizar una observación a los elementos estudiados, sin intervenir en su desarrollo normal; con la aplicación de este método se describirá las variables y se analizará su incidencia en el desarrollo de la investigación. Se utilizó 10 empleados utilizando como instrumento el cuestionario y aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: el 56% conoce de la existencia de normativas, el 67% restante conoce de forma parcial la normativa, el 67% del personal considera que los procesos, son competentes en cuanto a educación, formación, habilidades y experiencia, el 67% considera que si están definidas las responsabilidades por procesos y conoce sus funciones, el 89% del personal consultado no tienen claras estas guías fundamentales conociéndolas parcialmente, el 67% afirma que si conoce del plan de promoción de productos y servicios de la cooperativa, lo que indica que el personal que conoce del portafolio de productos y servicios está en capacidad de atender y asesorar a los clientes de la entidad, el 67% señala que conoce del desarrollo de productos o servicios en el último año, el 89% indica que la perspectiva financiera se cumple parcialmente, el 78% indica que conoce y maneja de forma parcial la reglamentación indicada, por lo que se ratifica la necesidad de frecuentes socializaciones e inducción al personal sobre la posición organizacional, el 67% indica que las metas y resultados no se cumplieron, por lo que queda claro que no todo el personal conoce sobre el POA, el 78% desconoce que la entidad aplique métodos para medir la eficiencia de su gestión, el 67% opina que son buenos estando en una escala

media, el 56% quienes indican que la organización no tiene establecido, implementado, ni mantiene algún otro documento referente a la gestión de la calidad, el 100% del personal encuestado manifiesta que no conoce que se encuentre establecido algún sistema de gestión de calidad o que haya alguna herramienta calidad que utilice la cooperativa, El 100% del personal encuestado prueba que no se tiene procedimientos documentados que definan las responsabilidades y requisitos para la planificación y realización de auditorías, el 67% indica que el ambiente es bueno, el 89% siendo el grupo mayoritario concuerda en que la entidad casi siempre implementa procesos, para equipar con los recursos al personal para sus labores, el 89% del personal considera que no existen medidores para saber la percepción del cliente y su nivel de satisfacción en cuanto al servicio. Finalmente, la investigación concluye que, de acuerdo al diagnóstico efectuado en la entidad, con relación a la situación actual del área administrativa y al cumplimiento de requisitos de la ISO 9001:2015, se determina que no se encuentra desarrollada la normativa o procesos que agreguen calidad a su gestión. Por lo tanto, al no existir parámetros de un sistema de gestión de calidad, no es posible solventar la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente externo. Para la mejora de los procesos administrativos mediante la aplicación de la Norma ISO 9001:2015 se planteó un manual de gestión de calidad agrupando los parámetros establecidos en dicha norma, la documentación posee directrices sobre los procesos del sistema de gestión de calidad (directivos, operativos, mejoramiento continuo, misional, TICs, talento humano, financiera, bienes y servicios) propuestos con el fin de asegurar la eficaz operación y control del área administrativa de la cooperativa, a través del desarrollo del modelo basado en los requisitos de la norma mencionada.

Sánchez (2017) en su trabajo de investigación *evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger Diner de Gualan, ZACAPA*. Tuvo como

objetivo general: Evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán. La metodología utilizada en la investigación fue de nivel descriptivo. Para su ejecución se planteó la metodología de ServQual de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) que responde al objetivo planteado con anterioridad. Se utilizó una muestra de 70 clientes fueron seleccionados al azar, cubriendo una jornada laboral completa, durante una semana, para lograr la mayor representatividad posible. La información se generó con los cuestionarios de expectativas y percepciones, según el modelo ServQual en caracterización de los clientes se incluyeron tres preguntas para conocer información general sobre la clientela del restaurante. El 29% de los clientes dijo visitar el restaurante una vez cada dos semanas; la mayor proporción (42%) de clientes que visitan el restaurante, son procedentes de las aldeas de Gualán; el 42% de los clientes encuestados dijo haberse enterado de Pizza Burger Diner a través de otros medios de comunicación (redes sociales y comunicación de boca a boca). Finalmente se concluye que se evaluó la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán, a través de la valoración de expectativas y percepciones, según el método ServQual para calidad de servicio. Según la evaluación realizada, el Índice de Calidad del Servicio -ICS- en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán es de -0.18, lo que indica que existe insatisfacción en los clientes por el servicio recibido. Se determinó que la brecha de insatisfacción promedio es de -0.17. En la cual la dimensión o variable con mayor insatisfacción corresponde a elementos tangibles (0.22), seguida por capacidad de respuesta (-0.21), empatía (-0.16), fiabilidad (-0.14) y confiabilidad (-0.13). Estos valores indican que en ninguna de las cinco variables o dimensiones se superan las expectativas de los clientes. Con base a la evaluación 360° se determinó que los colaboradores comprenden las expectativas de los clientes, debido a que tienen una relación directa y permanente con ellos. Mientras que los directivos no. Según Zeithaml, Parasuraman y

Berry (1993), esta discrepancia indica que los directivos al no comprender las expectativas de los clientes, no conocen lo que estos valoran de un servicio y difícilmente podrán impulsar acciones que den satisfacción a sus necesidades y expectativas.

Antecedentes Nacionales

Arévalo (2018) en su trabajo de investigación *gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Iquitos, año 2018*. Tuvo como objetivo general: Investigar la práctica de gestión de calidad y planes de atención al cliente, en las Mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Iquitos, año 2018. Se desarrolló bajo la metodología de investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, de diseño no experimental, descriptivo, transversal y correlacional. Mediante un cuestionario estructurado de 19 preguntas y a través de la técnica de encuesta, se obtuvo los siguientes resultados: Respecto al microempresario: en su mayoría jóvenes de “29 a 39 años” de edad, que representa un 33,3%; la mayoría son del sexo masculino: el 75,0% destaca nivel de instrucción “universitario” 50,0%. Respecto de la empresa: el 50,0% de las Mypes del sector servicios, consultorios veterinarios tienen presencia en el mercado de “4 a 6 años”; el 58,3% tiene entre “5 a 8 colaboradores”; el 66,7% se gerencia según su misión, visión y valores. Un importante hallazgo es que no se hace uso de herramientas para monitorear el desarrollo empresarial; el 75,0% conoce las tendencias del consumidor a futuro. De atención al cliente: el 58,3% ha invertido en equipamiento para mejorar el servicio que brinda; 58,3% también posee procedimientos para atender las sugerencias y reclamos de los clientes; y cuenta con un servicio de post venta; el 100.0% se preocupa en capacitar al recurso humano para garantizar el servicio. Finalmente, los microempresarios de las Mypes encuestadas indican que las ventajas que reditúa a la empresa el enfoque al cliente

se traducen en “rentabilidad”, “posicionamiento” y “nuevos clientes”. La dirección de los consultorios veterinarios tiene dominio del conocimiento de comportamiento del mercado y las necesidades del cliente. Existe un involucramiento de la dirección de las Mypes en las acciones de atención al cliente.

Moreno (2018) en su trabajo de investigación *características de la calidad de los servicios y la atención al cliente en las veterinarias de la ciudad de Sullana año 2018*. Tuvo como objetivo general, determinar las características de la calidad de los servicios y la atención al cliente de las veterinarias de la ciudad de Sullana año 2018. La investigación fue descriptiva – no experimental y de nivel cuantitativa, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 68 clientes, a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta utilizando como instrumento un cuestionario de 27 preguntas y se obtuvieron los siguientes resultados: el 60% está totalmente de acuerdo con las instalaciones de la veterinaria y su distribución, el 60% está totalmente de acuerdo en que los equipos son de última generación, el 50% está de acuerdo con que la veterinaria cumple con los servicios contratados, el 60% considera que el servicio es eficiente y cortés, el 90% de los clientes están de acuerdo en que el personal de la veterinaria explica y despeja sus dudas, 70% de los clientes se sienten seguros dentro de las instalaciones de la veterinaria, el 60% de los clientes están totalmente de acuerdo en que se atienden inmediatamente las emergencias de sus mascotas y el 90% de los clientes está de acuerdo con la terminología utilizada por el médico para explicar el diagnóstico de la mascota. Se concluyó que las veterinarias tienen instalaciones confortables y están distribuidas adecuadamente con la finalidad de dar una atención de calidad. Por otro lado, su mobiliario, equipos e instrumentos son de última generación permitiéndoles brindar un servicio de calidad. Se identificó como características de fiabilidad de la calidad del servicio; que las veterinarias se preocupan por cumplir con todos los servicios

contratados, con lo ofertado en la publicidad. Así mismo, que el personal de las veterinarias ha logrado inspirar confianza entre sus clientes, esto debido a que se preocupan por despejar todas las dudas de sus clientes. Se identificó que existe seguridad por parte de los clientes en cuanto a las instalaciones, el conocimiento y preparación del personal de las veterinarias. Este es un factor importante que permite a las veterinarias brindar un servicio de calidad y ello se ve reflejado en la aceptación obtenida por parte de sus clientes.

Astohuaman (2017) en su trabajo de investigación *gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes sector servicios, clínicas, distrito de Callería, año 2017*. Tuvo como objetivo general determinar si las Mypes del sector servicios, clínicas, del distrito de Callería, año 2017, evidencian técnicas de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente. La metodología utilizada en la investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo; fue descriptivo porque sólo se describieron las partes más relevantes de las variables en estudio; correlacional, analiza el comportamiento de dos o más variables. Para nuestra investigación, gestión de calidad y atención al cliente y no experimental porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran dentro de su contexto. Se utilizó una muestra de 17 clínicas; donde además se aplicó un cuestionario estructurado de 23 preguntas a través de la técnica de encuesta, obteniéndose como resultados: el 52,94% de los emprendedores esta entre 40 y 49 años; el 82,35% de emprendedores son de sexo masculino; el 64,71% son médicos; el 76.47% están formalizados; el 17, 65% le falta la renovación y/o actualización de permisos de la Dirección Regional de Salud, el 88,24% están constituidas como personas jurídicas, el 41,18% tiene “posicionamiento del mercado, el 58,82% tiene su empresa de 4 a 6 años en el mercado, el 47,06% de 8 a 15 trabajadores; el 76% de las Clínicas

registran a sus trabajadores en planilla; el 82,35% sigue un plan de negocios; 88,24% no aplica en cuanto a la misión, visión y valores de su empresa; el 41,18% no evidencia calidad de atención; el 64,71% tiene instalaciones propias; el 52,94% cuenta con instalaciones adecuadas para las atenciones médicas; el 47,06% capacita a su personal; el 76,57% de las clínicas encuestadas existe cultura de buen servicio; el 70,59% su personal acrece aplicando protocolo de servicio; el 52,9% no realiza ningún tipo de discriminación de ningún tipo; el 76,47% no tienen en cuenta la opinión de los clientes; el 35,29% considera que experimenta un enfoque de atención al cliente como resultado se obtiene “nuevos clientes; el 88,24% considera que un buen servicio fideliza al cliente; el 47,06 % de las Mypes, su personal tiene actitud de servicio. En conclusión, la adopción de una gestión para brindar una correcta atención al cliente el tema de atención aún no es aceptada por los directivos de las clínicas, razón por la cual tampoco su personal se ha comprometido con el cliente.

Peña (2017) en su trabajo de investigación *gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del sector servicios, centros odontológicos, distrito de Callería, año 2017*. Tuvo como objetivo general determinar si las Mypes del sector servicio, centros odontológicos, del distrito de Callería, año 2017, evidencian una gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente. La metodología utilizada fue de diseño no experimental –descriptivo- correlacional. La investigación es no experimental, porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran dentro de su contexto. La investigación tendrá carácter descriptivo. Sólo se describieron las partes más relevantes de las variables en estudio. Es cuando se tiene dos o más variables en estudio. Para nuestra investigación gestión de calidad y atención al cliente. La población está constituida por 17 micros y pequeñas empresas dedicadas al sector servicio, centros odontológicos; Aplicando, la

muestra se determina en 16 Mypes. En el proceso de investigación, nos facilitaron información 14 propietarios de los centros odontológicos. A quienes se les aplicó encuesta y se obtuvo los siguientes resultados: Los emprendedores en su mayoría están en el rango de 40 a 49 años con el 42,9%; el 64,3% son de género Masculino; el 42,9%; el 64,3% si están formalizadas; el 64,3% no aplica indicando que su empresa presenta todos los documentos de formalización; el 71,4% si está constituida como persona jurídica; el 28,6% identifica beneficio Acceso a crédito bancario y Funcionamiento formal; el 50,0% están en el mercado de 4 a 6 años; el 50,0% emplean de 5 a 8 trabajadores; el 64,3% no tienen registrados a sus trabajadores en planilla; el 57,1% está en diseño su plan de negocio; el 78,6% “no definió” la misión, visión y valores de su empresa, el 85,7% presenta instalaciones propia; el 64,3% si cumple con las instalaciones está pensado en el cliente, el 50,0% está por programar las capacitaciones, las Mypes encuestadas en estudio no presentan Call Center 92,9%; el 78,6% no tiene diseñado y no sigue protocolo referente de atención al cliente; el 57,1% no presenta ninguna restricción al atender al cliente; el 92,9% no recoge sugerencias ni reclamos por parte del cliente; el 64,3% si valoran el servicio, pero no genera fidelización, el 57,1% brindar más especialidades. Finalmente, la investigación concluye que las Mypes del sector servicios, centros odontológicos, son emprendimientos dirigidos por profesionales (71.4%) y técnicos dentales (28,6%). Mayoritariamente están en el rango de edad de 40 a 49 años (42.9%). Sexo masculino (64.3%) y Femenino (35.7%). El nivel de formalización es parcial. Aún 35.7% tiene algún trámite pendiente. Se trata de nuevos emprendimientos. 21.4% son a la espera de resoluciones de la autoridad de Salud. Se encuentran constituidos como persona jurídica (71,4%). Existe informalidad laboral: el 64,3% no han registrado en planilla a sus colaboradores. Como negocios, no han definido y/o exhibido la misión, visión y valores. Son negocios que en su mayoría tiene local propio y están

acondicionados para brindar un buen servicio al cliente, tanto en infraestructura como en equipamiento técnico.

Antecedentes Locales

Martínez (2019) en su trabajo de investigación *la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017*. Tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santo, año 2017. La metodología utilizada en la investigación fue de diseño no experimental, transversal – descriptivo; fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a la variable de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en estudio solo se describió tal y como se presenta en la realidad sin existir ninguna modificación. Fue transversal porque el estudio de investigación de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro comida rápida en el distrito Nuevo Chimbote de la provincia del santa, se realizó en un determinado tiempo, teniendo un inicio y un fin específicamente el año 2017. Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro comida rápida en el distrito Nuevo Chimbote de la provincia del santa, año, 2017. Se utilizó una población muestral de 15 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, comida rápida en el distrito de Nuevo Chimbote, año 2017, a quienes se les aplico un cuestionario de 23 preguntas que son 5 referidas a las representantes legales de las empresas, 4 referidas a las micro y pequeñas empresas, 6 referidas a la gestión de la calidad de las micro y pequeñas

empresas, y 8 referidas a las técnicas administrativas de atención al cliente, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: el 60% de los representantes tienen de 18 a 30 años, el 66.60% de los representantes son de género femenino, el 53.40 % de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción superior universitario, el 60% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tiene un cargo como administrador, el 73.40% de los representantes indicaron que tienen de 0 a 3 años desempeñando en el cargo de la empresa, el 53.40% de los representantes indicaron que las micro y pequeñas empresas tiene de 0 a 3 años de presencia en el mercado, el 66.63% de los representantes legales indicaron que cuentan con un numero de 1 a 5 colaboradores, el 86.80% de los representantes legales indicaron que las personas que trabaja en sus empresas son personas no familiares, el 93.40% de los representantes indicaron que la existencia de la empresa es para generar ganancia, el 86.80% de los representantes si conocen el termino de gestión de calidad, el 66.80% de los representantes legales indicaron que si utilizan las técnicas modernas de la gestión de calidad en atención al cliente, el 40% de los representantes legales indicaron que las dificultades se encuentran en el aprendizaje lento, el 60% de los representantes legales indicaron que miden el rendimiento del personal con la técnica de la observación, el 100% de los representantes legales indicaron que la gestión de calidad si contribuye a la empresa, el 100% de los representantes legales indicaron que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa, el 100% de los representantes legales si conocen el termino de atención al cliente, el 93.40% de los representantes aplican gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 100% de los representantes legales cree que la atención al cliente es fundamental para el cliente, el 60% de los representantes legales utilizan la herramienta de retroalimentación para un servicio de calidad en su negocio, el 80% de los representantes legales brinda la

calidad en el servicio a la rapidez en la entrega de los productos, el 73.40% de los representantes considera que brindan una buena atención, el 93.40% de los representantes legales considera que están dando un buen servicio al cliente, el 53.4% de los representantes considera que ha logrado tener una fidelización de los clientes hacia su empresa. La investigación concluye que la mayoría de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida rápida son gestionada por personas que tienen una edad de 18 a 30 años, son del género femenino, tienen grado de instrucción superior universitario, desempeñan el cargo de administradores y tienen de 0 a 3 años en el cargo. La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida rápida tienen de 0 a 3 años de permanencia en el mercado, tienen de 1 a 5 colaboradores, las personas que trabajan en las empresas son personas no familiares, y tienen como objetivo generar ganancia. La totalidad de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida rápida considera que la gestión de calidad ayuda a contribuir el rendimiento del negocio, ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, conoce el termino de atención al cliente. La mayoría de los representantes creen que es fundamental la atención al cliente y vienen utilizando las técnicas modernas de la gestión de calidad. Sin embargo, tienen dificultades con los trabajadores en la implementación de la gestión de calidad, y están en constante medición del rendimiento del personal. Los representantes legales están aplicando la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, y vienen utilizando las herramientas de gestión de calidad con factores que ayudan a brindar un servicio de calidad, y consideran que su atención que brinda al cliente es buena y consideran que, si brindan una buena atención al cliente, han logrado resultado de fidelización a sus clientes.

Kano (2019) en su trabajo de investigación *atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del*

sector servicio, rubro Hostales del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. Tuvo como objetivo general determinar las características en atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hostales en el distrito de Nuevo Chimbote, 2019. La metodología de investigación se utilizó un diseño no experimental, transversal y de descriptiva. Fue no experimental debido a que la presente investigación varió el contexto de su realidad y no se manipularon las variables. Fue transversal, porque realizó una sola encuesta, no será modificada y se realizó en un tiempo determinado (2019). Fue descriptiva porque se describieron las variables sin modificarlas en su estado natural. La población está conformada por 40 micro y pequeñas empresas y la muestra se consiguió por medio de un muestreo por conveniencia, donde participaron 20 de las micro y pequeñas empresas servicio. Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario para recolectar información conformado por 22 preguntas; donde se obtuvo los siguientes resultados: el 40% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 65% del género de los representantes encuestados es masculino, el 45% de los representantes tienen un grado de instrucción de educación básica, son administradores el 80% de los representantes encuestados, el 55% de los representantes tiene en cargo de 0 a 3 años, el 45% de las Mypes lleva en el rubro de 7 años a más, el 90% de las empresas cuentan con 1 a 5 colaboradores, el 85% de las personas con las que trabajan son personas ajenas al negocio, el 95% de las empresas tienen como finalidad de creación generar ganancias, el 85% si conoce el término de gestión de calidad, el 100% utiliza la atención al cliente como técnica moderna de gestión, el 100% si cree que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la empresa, el 95% si utiliza la gestión de calidad para mejorar el servicio, el 100% si cree que la atención al cliente es fundamental para que cliente retorne al establecimiento, el

60% de las herramientas del servicio de calidad es la comunicación, el 75% menciona que el principal factor para un servicio de calidad es la atención personalizada, el 100% de atención que brinda es buena, el 50% indica que los resultados de la atención al cliente son clientes satisfechos, el 100% cree que la atención al cliente es un factor relevante en la gestión de calidad, el 100% indica que la ventaja que se obtiene al brindar una atención adecuada es una buena imagen, el 90% usa reglamento interno en la empresa. Finalmente la investigación concluye que la mayoría (40) de representantes tienen entre 31 a 50 años, el 65% son del género masculino, la mayoría relativa (45%) tienen un grado de instrucción de educación básica, el 80% se desempeña como administrador y tienen en el cargo de 0 a 3 años, la mayoría (45%) de Mypes tienen en el rubro de 7 a más años, el 90% tienen de 1 a 5 trabajadores, la mayoría (85%) de empleados son personas ajenas al negocio y el 95% afirman que el objetivo de su creación es generar ganancia. La mayoría (85%) de los representantes si conocen el término gestión de calidad, la totalidad afirma que la atención al cliente es la técnica moderna de gestión que usan, la totalidad afirma que si se alcanzan los objetivos y metas trazadas gracias a la gestión de calidad, la mayoría (95%) afirma que la gestión de calidad mejora el servicio de la empresa, la totalidad afirma que la atención al cliente es fundamental para que el cliente retorne a la empresa, la mayoría (60%) afirma que la comunicación es la herramienta de calidad que aplican en el servicio, la mayoría (75%) comenta que la atención personalizada es uno de los principales factores para la calidad del servicio, la totalidad nos dice que la atención que brindan es buena, la mitad (50%) afirma que tener clientes satisfechos son los resultados de su atención al cliente, la totalidad afirma que la atención al cliente es factor relevante en la gestión, la totalidad afirma que la atención es un factor relevante para medir la satisfacción del cliente, la mayoría relativa (40%) de los representantes saben que al aplicar una adecuada gestión en base a la atención al cliente obtendrán muchas ventajas

como una buena imagen con respecto a su competencia y la mayoría (90%) utiliza reglamento de la empresa como norma de atención al cliente.

Sánchez (2018) en su trabajo de investigación *gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro clínicas odontológicas, distrito Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017*. Tuvo como objetivo general describir las principales características de Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro clínicas odontológicas, distrito Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017, Caso clínica Dental. La metodología utilizada en la investigación fue de diseño No experimental – transversal- descriptivo. Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas, distrito Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017, Caso clínica Dental, tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones. Fue transversal por qué el estudio Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro clínicas odontológicas, distrito Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017, Caso clínica Dental, se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin. (2017). Fue descriptivo porque solo se describió las características más relevantes gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro clínicas odontológicas, distrito Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017, Caso clínica Dental. La población del estudio estuvo conformada por 8 micro y pequeñas empresas del sector servicio y la muestra estuvo conformada por el 100% de la población, La técnica que se utilizó para recolectar información fue la encuesta, para registrar la información se utilizó un cuestionario

estructurado por 22 preguntas relacionadas a los aspectos generales de los representantes (5), de las micro y pequeñas empresas (4), y a la variable en estudio: Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente (13). Obteniéndose como resultado lo siguiente: el 62,5% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad; el 50,0% son de género femenino y el 50,0% son de género masculino; el 50,0% de los representantes tiene grado de instrucción superior no universitaria; el 75.0% de los representantes son los dueños; el 62,5.0% de los representantes tienen en el cargo entre 4 a 6 años; el 62.5% de las micro y pequeñas empresas tienen en el rubro entre 4 a 6 años; el 62.5% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores; el 87.5% de las micro y pequeñas empresas tiene a personas no familiares laborando; el 62.5% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo generar ganancias; el 62.5% de los representantes no conoce el término gestión de calidad, el 62.5% de los representantes utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión, el 75.0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios; el 87.5% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación; el 62.5% de los representantes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas; el 62.5% de los representantes conocen el término atención al cliente; el 62.5% de los representantes aseguran que a veces aplican gestión de calidad en el servicio que brindan; el 50.0% de los representantes consideran que a veces la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento; el 50.0% de los representantes utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente; el 50.0% de los representantes consideran como factor importante en el servicio la atención personalizada; el 62.5% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena; el 100% de los representantes no considera que esta que se está dando una mala atención; el 37.5% de los representantes

ha logrado obtener fidelidad de los clientes. La investigación concluye que la mayoría de los representantes son personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, del mismo tienen una igualdad de género, tienen grado de instrucción superior no universitaria, son los dueños y llevan en el cargo entre 4 a 6 años. Por otra parte, con respecto al caso Clínica Dental, el representante tiene entre 31 a 50 años, es de género masculino, tiene grado de instrucción superior no universitaria, es el dueño y lleva en el cargo entre 4 a 6 años. La mayoría de las micro y pequeñas empresas llevan en el rubro entre 4 a 6 años, cuentan con 1 a 5 trabajadores, tienen a personas no familiares trabajando para sus empresas y tienen como objetivo generar ganancias. Por otra parte, con respecto al caso Clínica Dental, lleva en el rubro entre 4 a 6 años, cuenta con 1 a 5 trabajadores, tiene a personas no familiares trabajando y tienen como objetivo generar ganancias.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Micro y pequeña empresa

Las micro y pequeñas empresas son pequeños negocios creado por familiares, que puedan estar constituidas por una persona natural o jurídica, con el fin de realizar actividades ya sean de extracción, transformación, producción, comercialización de algunos bienes o servicios. Asimismo, distingue a la microempresa como aquella que no excede de 10 personas y a la pequeña empresa la que tiene de 11 a 40 personas. (Ley 28015, 2003)

Características de las micro y pequeñas empresas

Según la Ley 30056 (2013) las micro, y pequeñas empresas; tienen como máximo 10 trabajadores, pueden dedicarse a producción, transformación,

comercialización, etc. Además, deben ubicarse en cualquiera de las siguientes categorías empresariales que son establecidas de acuerdo a sus ventas anuales:

- Microempresa: sus ventas anuales son hasta el monto máximo de 150 UIT.
- Pequeña empresa: sus ventas anuales vienen a ser superiores a 150 UIT y no sobrepasan las 1700 UIT.
- Mediana empresa: sus ventas anuales vienen a ser superiores a 1700 UIT y no exceden los 2300 UIT.

Importancia de las micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas son el motor de nuestra economía, son las principales generadoras de empleo, es decir brindan en un 80% de la población y generan cerca del 40% de PBI; estas contribuyen a aliviar el alto índice de desempleo que hay en nuestro país. Es importante que las mype tengan un crecimiento y mejoren sus resultados, de esta manera habrá un desarrollo de los mercados de trabajo y así mejorar en nivel de empleo en la región en los sectores ya si aumentar la productividad de nuestra económica y tener mejores ingresos para las familias.

Atención al Cliente

La atención al cliente consiste en la gestión que realiza cada empleado de la organización, para brindar un asesoramiento y ofrecer soluciones de calidad, lo que va permitir generar satisfacción a los clientes. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindándoles un asesoramiento para asegurar el uso correcto del producto o servicio que se ofrece. (Arena, 2019)

Hoy en día la atención al cliente es un requisito indispensable para las organizaciones. Para ello los empleados deben recibir una preparación para ofrecer a sus

clientes un trato amigable, amable, preferencial, personal, dinámico, etc. las Micro y Pequeñas empresas deben estar encaminadas a mejorar, con cada experiencia que viven al momento de tener relación con los clientes y esforzarse por satisfacer y conocer sus necesidades que tienen antes, durante y después de adquirir un bien o utilizar un servicio.

Características de atención al cliente

Para toda Micro y Pequeña Empresa es necesario que conozca de las características que puede tener la atención al cliente, de esta manera podrá evaluar si está haciendo bien o mal al atenderlo y lograr el éxito del negocio. Si se logra satisfacer lo que requieren los clientes, entonces se lograra una lealtad por parte de ellos y así se hará que sigan regresando los clientes. Según Arena (2019); Las características son las siguientes: Diferenciación, Conocimiento y expectativa de los clientes, Flexibilidad y mejora continua, Orientación al trabajo y al cliente, Plantearse como meta la atención al cliente la fidelización, Canales digitales.

Técnicas de atención básica a clientes

Realizar una buena atención al cliente, hará que la compra de un producto o la realización de un servicio sea más agradable y con ello se logre el éxito del negocio, muchas veces los clientes cambian de proveedor por el trato que recibe, es por eso que, según Díaz (2015) se debe conocer sobre:

- Tipología de clientes

Un cliente es considerado como aquella persona que recibe un producto o servicio. Siendo la fuente principal de información que permite a la empresa corregir o mejorar el producto o servicio, con la finalidad de satisfacer sus necesidades y expectativas. Todo negocio debe brindar un trato amable y cortés hacia los

clientes; ya que ellos son de vital importancia en la organización, sin ellos no tendría razón de ser y siempre están lleno de necesidades que necesitan ser satisfechas.

Según los rasgos de su personalidad encontramos 8 tipos de clientes clasificados como: Cliente desconfiado, Cliente polémico, Cliente sabelotodo, Cliente minucioso, Cliente hablador, Cliente indeciso, Cliente impulsivo, Cliente grosero.

- **Comunicación verbal y no verbal**

La comunicación es importante y primordial que necesita el ser humano, pudiendo ser verbal o no verbal. La verbal sirve del lenguaje hablado y también del escrito y la no verbal cuando se hace uso de gestos, posturas y movimientos. Estos siempre van a ser usados en la atención al cliente ya que se le va a tener que mirar frecuentemente y hacer uso de la sonrisa, siendo de gran importancia para recibir y con la que se da bienvenida y se dice que se le atenderá debidamente. Una buena atención al cliente hará que este quede satisfecho y nuevamente retorne.

- **Pautas del comportamiento**

En la atención al cliente es importante tener en cuenta una línea de actuación para que la comunicación entre ambas partes sea satisfactoria. Para que la atención sea optima debemos estar con una actitud positiva, una buena autoestima, agregarle una dosis de motivación y alegría y así el trabajo sea satisfactorio y no dejar que los problemas afecten a las relaciones con los clientes.

- **La atención telefónica**

La comunicación telefónica es donde el mensaje se transmite sin que los interlocutores estén presentes en el mismo lugar o tiempo. Dentro de una llamada telefónica debemos ser: respetuosos, concisos, claros, coherentes, y motivadores;

de esta manera lograr un clima agradable, amigable, que genere confianza, lograr una concentración, demostrar alegría y generar interés, lograr las expectativas de los clientes a fin de tener resultados favorables dentro del negocio.

La calidad del servicio de atención al cliente

- La satisfacción del cliente

Viene a ser la evaluación que hace el cliente respecto al servicio y depende de este que responda a sus necesidades y expectativas. Siendo así el cliente quedara satisfecho. Se les debe brindar soluciones rápidas y personalizadas, ya que se busca dar al cliente resultados más de lo que espera. Es esencial para las Mypes; ya que viene a ser el resultado de la comparación del rendimiento observado en el producto o servicio con las expectativas que mostraba.

- Fidelización del cliente

Consiste en hacer que un cliente actual se convierta en un cliente fiel a los productos o servicios que ofrece la empresa, es decir se convierta en un cliente que compra o requiere servicios frecuentemente. Es decir, todo esfuerzo de la empresa debe centrarse en aportar a ese servicio un valor añadido que se diferencie de la competencia, así el cliente regrese. (Izquierdo, 2019)

La fidelización va permitir hacer crecer el negocio y también tener ingresos fijos para lograr mantener a flote el negocio e ir ofreciendo todo lo que el cliente necesite a fin de cumplir sus necesidades y expectativas buscando lograr la eficacia y eficiencia del negocio.

- **Fases de la atención al cliente**

Es importante que todo servicio pase por fases, dado que si no se cumple con las expectativas el cliente se sentirá decepcionado y si no se responde cuando hay muchas solicitudes pasara lo mismo y esto no es bueno para nuevos clientes.

Para Tarodo (2015), las fases de la atención al cliente son:

Acogida: consiste en acoger al cliente en la empresa; para ello es importante que la empresa tenga una buena imagen, el trato con el cliente debe ser el adecuado, es decir ser amables, correctos, etc. y así el cliente se sienta cómodo hasta ser atendido por quien corresponda.

Seguimiento: aquí consiste en la espera que va hacer el cliente para ser atendido; para lo cual la persona que lo atiende debe decirle cuando tiempo va tener que esperar y la razón por lo que debe esperar y si la espera es larga hacerle conversar de rato en rato y recalcarle si necesita algo.

Gestión: consiste en atender las necesidades del cliente, para ello la persona que atiende debe resolverle todas las dudas que tenga y realizar una atención personalizada al cliente, a fin de evitar que se sienta incómodo.

Despedida: consiste en terminar con la entrevista que tiene el cliente y para ello ya antes de despedirse deben haberle resuelto todas sus dudas, de tal manera que este vaya satisfecho.

El servicio de atención al cliente

Una correcta gestión de clientes produce un crecimiento sostenido de la base de clientes, de forma de los que se marchan de la empresa sean menor a los que ingresan y permanecen, constituyendo una base sólida de consumidores a quienes ofrecer productos o servicios. Por el contrario, un cliente que no queda

satisfecho, va ir sin rumbo acumulando experiencias insatisfechas de todas ellas.
(Pacheco, 2016)

Principios de la atención al cliente

La atención al cliente requiere una cierta disposición por parte del trabajador, de esta manera se le permita desarrollar sus habilidades y de acuerdo a ello desarrollar un buen trabajo; de forma que todo el potencial que posea el trabajador haga referencia a competencias básicas que favorezcan la adquisición de conocimientos y habilidades en la prestación del servicio. Según Mateos (2019), debe tenerse en cuenta algunos aspectos al contactarse con un cliente: Respeto y amabilidad, Disposición previa, Implicación en la respuesta, Servicio al cliente, Vocabulario adecuado.

Gestión de calidad

La gestión de calidad pone en marcha un sistema que respalda a las organizaciones, a definir procesos que proporcionen aceptabilidad por el cliente y mantener estos procesos bajo control, de esta manera proporcionar confianza tanto a la organización, como a sus clientes. Dado que las que las necesidades y expectativas de los clientes siempre cambian, las compañías deberían preocuparse y mejorar continuamente ya sea productos o servicios. (Cortes, 2015)

Calidad

Calidad es apreciar la manera en que un producto o servicio es visto por el cliente, ya sea interno o externo; ya que el cliente es el que siempre interviene para definir sus requisitos o exigencias y si cumple todas sus expectativas implica comprobar que los

procesos, actividades y tareas resultantes, se desarrollan de manera eficiente y rentable. (Fernández, 2015)

Calidad consiste en mostrar cero defectos a los clientes, ir mejorando de manera continua un bien o un servicio de tal manera que el consumidor termine satisfecho, sin tener deficiencias, así mismo que cumpla con las normas y requerimientos precisos; para lograr una gestión efectiva de la organización.

La calidad total

Constituye un nuevo sistema de gestión empresarial para garantizar a largo plazo, la supervivencia, el crecimiento y rentabilidad de una organización y de esta manera optimizar la competitividad. Asegurándose de la satisfacción de los clientes y someter lo que hacemos a normas; de esta manera nos aseguramos de lo que hacemos, hacerlo igual a lo anterior. (Fernández, 2015)

Sistema de Gestión de Calidad

Los sistemas de gestión de calidad se definen como un conjunto de actividades de la dirección para poder determinar las políticas de calidad. Animar a las organizaciones a identificar y analizar los requisitos del cliente y a definir unos procesos que proporcionen servicios aceptables por el cliente y mejorar continuamente los productos y servicios. (Cortes, 2015)

En la actualidad debe consistir en desarrollar, producir, diseñar y asistir en servicios, un producto o servicio de calidad, siendo económico, útil siempre y cuando satisfaga la demanda y necesidades del consumidor final.

Marco conceptual

Micro y pequeña empresa: Son pequeños negocios que son constituidos por personas naturales o jurídicas, con el fin de generar ingresos económicos para sus familias y son fuentes generadoras de empleo. Desarrollan actividades ya sean de extracción, producción, transformación o a la comercialización de bienes o prestan servicios.

Representante de la Mypes: es una persona a quien le corresponde la organización de su actividad empresarial y se encarga de realizar diversos trámites y actuar en nombre de la Mypes.

Gestión: consiste en realizar un conjunto de trámites para administrar alguna compañía o negocio, de esta manera aumentar resultados haciendo uso de los procesos de planificación, desarrollo, implementación y control.

Gestión de calidad: es un conjunto de acciones y procedimientos que se desarrollan para garantizar la calidad del proceso del producto o servicio. Estos procesos son los que van a permitir a las Mypes organizar, planear, ejecutar y controlar; lo que va garantizar estabilidad y cumplir con las expectativas de los clientes.

Atención al cliente: es considerado aquel servicio que proporcionan las empresas para comunicarse o establecer una conexión con los clientes y de esta manera tener una comunicación directa con ellos. La atención puede llevarse a cabo mediante diversos canales que puede ser: por correo electrónico, redes sociales, en una oficina, cara a cara, etc. y para que sea una buena atención se debe satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

Veterinaria: son pequeños establecimientos que se encargan de prevenir, diagnosticar, hacer tratamiento y curar las enfermedades que afectan a los animales. La medicina veterinaria ha logrado que los animales tengan la posibilidad de curarse de una manera efectiva y más rápida. Hoy en día el tener mascotas en casa, estas se convierten en parte de la familia y al enfermarse son llevadas a las veterinarias; así contribuyen a la creciente solicitud de consultas para ver qué tipo de tratamiento requiere y darles la atención necesaria.

III. HIPÓTESIS

En el presente estudio de investigación titulado: “Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020”, no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

En el presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo – de propuesta.

- Fue no experimental, porque no se manipulo deliberadamente a la variable atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020, solamente se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Diseño no experimental es aquella investigación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Fundamentalmente se basa en la observación de fenómenos conforme a la realidad, tal y como se dan en su contexto natural para ser analizados con posterioridad. Los sujetos que intervienen en la investigación son observados en su ambiente natural. (Del Castillo & Orozco, 2014)

- Fue transversal, porque el estudio de la investigación propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020, se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin específicamente el año 2020.

Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Fue de propuesta, porque se elaboró una propuesta de mejora utilizando la atención al cliente para solucionar los problemas identificados en la gestión de calidad de las micro

y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias del Distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Es necesario elegir el tipo de investigación más adecuado para responder a los objetivos planteados al formular un problema de investigación. Las investigaciones pueden dividirse en cuatro tipos de estudio: exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos. En cada tipo son diferentes los objetivos que se proponen, el diseño de la investigación, la muestra de la población, y el análisis que se hace de la información una vez recabada. Si el planteamiento del problema es de contenido descriptivo, el objetivo será describir cuáles son sus componentes, sus principales manifestaciones, sus diferentes aspectos, etc. (Fassio, 2016)

4.2 Población y muestra.

Población:

La población estuvo constituida de 10 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. La información se obtuvo a través de sondeo y también por la municipalidad distrital de Nuevo Chimbote, haciendo uso del total de Mypes que están registrados en la municipalidad.

La población viene a ser un conjunto de casos, que formara el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados. Al hablar de población de estudio puede corresponder a animales, muestras biológicas, objetos, familias, organizaciones, etc. es importante especificar la población en estudio, ya que a partir de ello será posible generalizar o extrapolar los resultados obtenidos del estudio hacia el resto de la población. (Arias & Villasis, 2016)

Muestra:

Se aplicó a los 10 representantes de las micro y pequeñas empresas, que viene a ser el 100% de la población; para la variable atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote 2020.

La muestra consiste en seleccionar un subconjunto de unidades de análisis de la población mediante la utilización de algún método, teniendo en cuenta que no todos los métodos de selección tienen las mismas propiedades en cuanto a la información que pueden proporcionar las unidades así obtenidas. Se divide en dos grupos las probabilísticas; en las que es necesario que la muestra sea representativa, se puede muestrear la población completa y con ello asegurar la representatividad, pero si suele ser costoso para las poblaciones de interés y las no probabilísticas, se elige las unidades de análisis que integran la muestra, si hacer uso de ningún procedimiento estadístico, no pudiéndose sacar conclusiones acerca de toda la población en estudio. (Pérez, Pérez & Seca, 2020)

4.3. Definición y Operacionalización de variables

Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas

	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas.	Son personas encargadas de la administración, que tienen la capacidad de organización y llevar al crecimiento una micro y pequeña empresa.	Son personas de diferentes edades que pueden ser de género Masculino o Femenino, poseen diferente grado de Instrucción lo que le permite desempeñar el cargo; ya sea cómo dueño o Administrador y ya vienen desempeñando el cargo hace varios años.	Edad	- 18 a 30 años - 31 a 50 años - 51 a más años	Ordinal
			Género	- Masculino - Femenino	Nominal
			Grado de instrucción	- Sin instrucción - Educación básica - Superior universitaria - Superior no universitaria	Ordinal
			Cargo que desempeña	- Dueño - Administrador	Nominal
			Años en el cargo	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Ordinal

Referente a las Características de las micro y pequeñas empresas

	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Micro y pequeñas empresas	Son pequeños negocios que desarrollan actividades de producción, comercio de bienes o servicios, con la finalidad de generar ingresos económicos. Además, son fuentes generadoras de empleo. (Ley 28015, 2003)	Las micro y pequeñas empresas son pequeños establecimientos que poseen varios años en el rubro, la cantidad de trabajadores varían de acuerdo a sus necesidades. Estas personas que trabajan suelen ser familiares en algunas ocasiones y en otras no; teniendo como objetivo generar ganancias y otras para subsistencia.	Permanencia en el rubro.	- 0 a 3 años. - 4 a 6 años - 7 a más años	Razón
			Número de trabajadores	- 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores	Razón
			Tipo de trabajadores	- Personas familiares - Personas no familiares	Nominal
			Objetivo de creación.	- Generar ganancias - Subsistencia	Nominal

Referente a la variable atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Medición
Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad.	La atención al cliente consiste en la gestión que realiza cada empleado de la organización, para brindar un asesoramiento y ofrecer soluciones de calidad, lo que va permitir generar satisfacción a los clientes. (Arenal, 2019)	La gestión de calidad en atención al cliente va a permitir un mejor desarrollo de la organización, ya que existen técnicas, que nos van a permitir medir los procesos, para poder lograr los objetivos y metas trazadas. Además, el conocer los factores de calidad y principios de una buena atención va contribuir en la mejora continua de las Mypes.	Calidad de servicio de atención al cliente	-Satisfacción del cliente - Fidelización de clientes	Nominal
			Características de atención al cliente	- Diferenciación - Flexibilidad - Mejora continua	
			Técnicas de atención	- Comunicación - Confianza - Retroalimentación	
			Factores de calidad de servicio	-Atención personalizada -Rapidez en la entrega de los productos -Las instalaciones	
			Principios de la atención	- Respeto - Amabilidad - Disposición previa - Capacidad de respuesta	

	<p>Gestión de calidad define procesos que proporcionen aceptabilidad por el cliente y mantener estos procesos bajo control, de esta manera proporcionar confianza tanto a la organización, como a sus clientes. (Cortes, 2015)</p>		<p>Técnicas de gestión de calidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking -Atención al cliente - Empowerment -La 5s -Outsourcing -Otros 	<p>Nominal</p>
			<p>Técnicas para medir el personal</p>	<ul style="list-style-type: none"> -La observación -La evaluación -Escala de puntuaciones -Evaluación de 360 -Otros 	

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó para el recojo de información fue la encuesta, la cual estuvo direccionada a los representantes de las micro y pequeñas empresas.

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario elaborado con 23 preguntas dirigidas a los representantes de las micro y pequeñas empresas, a las micro y pequeñas empresas y para la atención al cliente como factor relevante para la gestión de la calidad.

4.5 Plan de análisis.

En la investigación se utilizó los siguientes programas informáticos:

Excel: Se utilizó para hacer tablas de datos, también para poder tabular la información obtenida en el cuestionario y luego poder incluir gráficos a partir de los datos mostrados.

Word: Se utilizó para el procesamiento de texto, para la realización del informe del proyecto de investigación.

Power Point: Se utilizó el programa Power Point para hacer presentaciones a través de diapositivas, para la exposición del proyecto final.

Pdf: Se utilizó para hacer los envíos de trabajos en plataforma.

Turnitin: Se utilizó para medir el % de similitud con otras investigaciones.

4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnicas e Instrumentos	Plan de Análisis
¿La mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote 2020?	<p>Objetivo General</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. - Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. 	Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad.	Se utilizó una población de 10 Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. La información se obtuvo a través de la municipalidad. Para la muestra se aplicó a los 10 representantes de las Mype.	<p>Fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo.</p> <p>Fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020, solamente se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.</p> <p>Fue Transversal, porque el estudio de la investigación propuesta de mejora de la Atención al Cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020, se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>	Se utilizó los programas informáticos como son: Word Excel Power Point Turnitin Mendeley

	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. - Elaborar una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. 			<p>específicamente el año 2020.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. 		
--	--	--	--	--	--	--

4.7 Principios éticos

En el presente trabajo de investigación, se utilizó los siguientes Principios Éticos:

Protección a las personas: Se protegió no brindando la identidad de los representantes de las Mype que participaron en la investigación. La información que proporcionaron fue por voluntad propia y solo lo que ellos aceptaron brindar; mediante la recolección de datos en encuestas anónimas. Asimismo, haciendo uso de la confidencialidad es decir la investigación se desarrolló, respetando todos los derechos de autores, haciendo uso de libros virtuales que representan la seguridad de la información elaborada para fines académicos.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: se aplicó este principio, haciendo el uso moderado del papel, mediante la aplicación de encuestas on-line a los representantes, y con la utilización de papel reciclado.

Justicia: Se aplicó este principio respetando los derechos de los representantes, tratándoles con el mismo respeto y consideración a todos de forma equitativa y al final de la investigación, haciéndole llegar los resultados por medio del correo que dejaron al momento de firmar el consentimiento informado.

Beneficencia y no maleficencia: No se ocasiono ningún daño a los representantes, la información brindada se hizo uso solo para fines académicos y al buscarlos se esperó a que estén libres y puedan responder sin interrumpirlos para no perjudicar su negocio, más bien lograr con la investigación mejoras para su negocio.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020

Características de los representantes	N	%
Edad		
18 – 30 años	3	30.00
31 – 50 años	5	50.00
51 a más años	2	20.00
Total	10	100.00
Genero		
Masculino	6	60.00
Femenino	4	40.00
Total	10	100.00
Grado de Instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Educación básica	1	10.00
Educación no universitaria	1	10.00
Educación universitaria	8	80.00
Total	10	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	7	70.00
Administrador	3	30.00
Total	10	100.00
Tiempo que desempeña el cargo		
0 a 3 años	3	30.00
4 a 6 años	2	20.00
7 a más años	5	50.00
Total	10	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Características de las Micro y pequeñas empresas	N	%
Tiempo de permanencia de la empresa		
0 a 3 años	3	30.00
4 a 6 años	3	30.00
7 a más años	4	40.00
Total	10	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	8	80.00
6 a 10 trabajadores	1	10.00
11 a más trabajadores	1	10.00
Total	10	100.00
Las personas que trabajan		
Familiares	3	30.00
No familiares	7	70.00
Total	10	100.00
Objetivo de Creación		
Generar ganancia	10	100.00
Subsistencia	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020

Tabla 3

Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Generalidades	N	%
Conocimiento del término gestión de calidad		
Si	7	70.00
No	3	30.00
Total	10	100.00
Técnicas modernas de gestión de calidad		
Benchmarking		
Atención al cliente	5	50.00
Empowerment	1	10.00
Las 5 S	2	20.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Ninguno	2	20.00
Total	10	100.00
Dificultades para la implementación la gestión de calidad		
Poca iniciativa	6	60.00
Aprendizaje lento	0	0.00
No se adapta a los cambios	1	10.00
Desconocimiento del puesto	1	10.00
Otros	2	20.00
Total	10	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	7	70.00
La evaluación	3	30.00
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	10	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Generalidades	N	%
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio		
Si	9	90.00
No	1	10.00
Total	10	100.00
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa		
Si	7	70.00
No	0	0.00
A veces	3	30.00
Total	10	100.00
Conocimiento sobre atención al cliente		
Si	8	80.00
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	2	20.00
Total	10	100.00
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda		
Si	2	20.00
No	1	10.00
A veces	7	70.00
Total	10	100.00
La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad		
Comunicación	4	40.00
Confianza	4	40.00
Retroalimentación	2	20.00
Ninguno	0	0.00
Total	10	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Concluye...

Generalidades	N	%
Factores que usa para la calidad al servicio que brinda		
Atención personalizada	8	80.00
Rapidez en la entrega de los productos	1	10.00
Las instalaciones	1	10.00
Ninguna	0	0.00
Total	10	100.00
La atención que brinda a los clientes		
Buena	8	80.00
Regular	2	20.00
Malo	0	0.00
Total	10	100.00
Consideración por que está dando una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	1	10.00
Por una mala organización de los trabajadores	5	50.00
Si brindan una buena atención	4	40.00
Total	10	100.00
Resultados que se logra brindando una buena atención al cliente		
Clientes satisfechos	1	10.00
Fidelización de los clientes	8	80.00
Posicionamiento de la empresa	1	10.00
Incremento en las ventas	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Tabla 4

Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Propuesta de mejora

Problema encontrado (Resultados)	Causa	Propuesta de Mejora	Responsable
Falta de iniciativa en los trabajadores	Falta de motivación a los trabajadores	Se propone brindar reconocimiento a aquellos trabajadores que implementen estrategias de gestión de calidad y motivarles con incentivos monetarios y no monetarios.	Propietario
No aplican diversos métodos de evaluación	Solo utilizan la observación para evaluar al personal	Además de la observación deben emplear otros métodos para medir al personal, como la evaluación ya sea verbal o escrita, además brindarles capacitaciones y medir su desempeño trimestralmente para saber si el personal tiene la capacidad de poder desempeñarse, y potenciar sus puntos débiles.	Propietario
Mala organización	El personal no está capacitado para organizarse y brindar una buena atención.	Brindar charlas para una mejor organización dentro de la empresa, elaboración de un manual de organización y funciones y hacerles conocer a cada uno.	Propietario

Continua...

Tabla 4

Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020

Problema encontrado (Resultados)	Causa	Propuesta de mejora	Responsable
No aplican correctamente la gestión de calidad	Desconocimiento del proceso administrativo.	Capacitar al personal sobre los distintos procesos de gestión de calidad y como deben ser aplicados correctamente en el negocio.	Propietario
No utilizan las diferentes herramientas de atención al cliente	Solo utilizan la comunicación.	Implementar nuevas herramientas que ayuden que el cliente se sienta como en casa tales como confianza y esto podrá lograrse si el empleado sabe qué servicio debe prestar, como lo debe hacer y como se le va evaluar su trabajo, capacidad ya que se debe juzgar si se cuenta con las herramientas necesarias para brindar un buen servicio, exista retroalimentación, siendo importante que el empleado sepa el resultado del servicio prestado.	Propietario
Se centran en la atención personalizada para la calidad al servicio que brindar.	Falta de aplicación de otros factores para la calidad al servicio.	Emplear otros factores para la calidad al servicio, como la rapidez de la entrega de productos o servicios, es un requisito también importante, los clientes necesitan rapidez.	Propietario

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Edad: el 50.00% de los representantes tienen de 31 a 50 años (Tabla 1), estos resultados coinciden con los encontrados en la investigación de Sánchez (2018), quien indica que el 62.50% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, de la misma manera coincide con los resultados de la tesis de Peña (2017), quien encontró que el 42.90% de los emprendedores están en el rango de 40 a 49 años; asimismo coincide con la investigación de Arévalo (2018), quien manifiesta que el 33,33% de emprendedores se encuentra entre 29 a 39 años, también coincide con el autor Astohuaman (2017), quien señala en su investigación que el 52.94% de los emprendedores están entre 40 y 49 años. Estos resultados indican que las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, vienen siendo administradas por personas mayores entre 31 y 50 años, quienes van adquiriendo experiencia y habilidades en el rubro, cuyo objetivo es lograr el crecimiento de la empresa y ser competitiva en el mercado.

Género: el 60.00% de los representantes son de género masculino (Tabla 1), lo cual coinciden con los resultados encontrados en la investigación de Peña (2017), quien manifiesta que 64.30% son de sexo masculino; de la misma manera coincide con la tesis de Arévalo (2018), quien encontró que el 75.00% son de sexo masculino, también coincide con el autor Astohuaman (2017), quien indica en su investigación que el 82.35% son de sexo masculino, pero contrasta con la investigación de Sánchez (2018) quien halló que el 50.00% son de género femenino. Los resultados indican que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias

del distrito de Nuevo Chimbote, son de género masculino, que tienen vocación de seguir desempeñándose en el rubro veterinarias, y tuvieron la iniciativa de emprender sus negocios para mejorar su calidad de vida, como también obtener ingresos y generar empleo en la población de Nuevo Chimbote.

Grado de instrucción: el 80.00% de los representantes tienen educación superior universitaria como grado de instrucción (Tabla 1), los resultados coinciden con la tesis de Arévalo (2018), quien señala que el 50.00% cuentan con un nivel de instrucción universitario; pero contrasta con el autor Sánchez (2018), quien encontró que el 50.00% tiene grado de instrucción superior no universitaria. Los resultados demuestran que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote cuentan con un grado de instrucción universitaria, pues consideran además de tener habilidades, destrezas, ideas, manejar estrategias es importante contar con estudios que le identifiquen en el rubro, de tal manera que le permita desarrollar un buen trabajo y gestión en la empresa.

Cargo que desempeña: el 70.00% son dueños (Tabla 1), lo cual coincide con la investigación de Sánchez (2018), quien afirma que el 75.00% de los representantes son los dueños. Los resultados demuestran que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, son administradas por sus propios dueños, quienes se iniciaron en este rubro y quieren permanecer en el mercado, asimismo ir mejorando continuamente y cubrir las necesidades de los clientes, cumpliendo sus expectativas.

Tiempo que desempeña en el cargo: el 50.00% de los representantes se desempeña en el cargo de 7 a más años (Tabla 1), estos resultados contrastan con la tesis de Sánchez (2018), el cual indica en su investigación que el 62.50% de los representantes tienen en el cargo entre 4 a 6 años. Los resultados indican que una minoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, se desempeñan en el cargo de 7 a más años, al tener experiencia en el negocio les permite ser eficaces y eficientes al enfrentarse al cliente, lo que les permite seguir frente al negocio y lograr los objetivos que se plantean en la empresa.

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Tiempo de permanencia de la empresa: el 40.00% de las mypes tienen una duración en el rubro de 7 a más años (Tabla 2), estos resultados contrastan con la investigación realizada por Peña (2017), quien argumenta que el 50.00% de la empresas tienen en el mercado entre 4 a 6 años, también contrasta con la tesis de Arévalo (2018), el cual describe que el 50.00% tiene presencia en el mercado de 4 a 6 años, del mismo modo contrasta con la investigación hecha por Astohuaman (2017) el cual describe que el 58,82% tiene de 4 a 6 años en el mercado y finalmente contrasta con el autor Sánchez (2018) el cual afirma en su investigación que el 62.50% tienen en el rubro de 4 a 6 años. Los resultados demuestran que la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen una permanencia en el rubro de 4 a 6 años, por lo que ya se vienen haciendo conocidas y lo que les permite mantenerse en el mercado, con el arduo trabajo que realizan los representantes a fin de satisfacer las necesidades de los clientes y ser competitivas.

Número de trabajadores: el 80.00% indican que tienen de 1 a 5 trabajadores (Tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados de la investigación hecho por Sánchez (2018) el cual menciona que el 62.50% de las mypes cuentan con 1 a 5 trabajadores, pero contrasta con el autor Peña (2017) quien afirma en su investigación que el 50.00% emplean de 5 a 8 trabajadores. Asimismo, contrasta con la tesis de Arévalo (2018) quien menciona que el 58.30% cuentan de 5 a 8 colaboradores y finalmente contrasta con la investigación de Astohuaman (2017) quien argumenta que el 47.06% tiene de 8 a 15 trabajadores. Los resultados sostienen que la mayoría de micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote tienen de 1 a 5 trabajadores que laboran en la empresa, ya que consideran que son suficiente personal que pueden distribuirse y elaborar el trabajo dentro de la empresa, además al ser pocos tienen un buen clima laboral y que se encuentren comprometidos con el negocio, así llegar a cumplir con los objetivos de la empresa.

Personas que trabajan en la empresa: el 70.00% de representantes indican que las personas que laboran son no familiares (Tabla 2), estos resultados coinciden con la tesis de Sánchez (2018) el cual manifiesta en su investigación que el 87.50% de las micro y pequeñas empresas tienen a personas no familiares laborando. Esto indica que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, contratan a personas ajenas a sus familias para realizar labores, dado que para ser contratados deben contar con el perfil profesional para el puesto, teniendo en cuenta las capacidades, la experiencia y estén enfocados en el crecimiento de la empresa.

Objetivo de creación: el 100% de los representantes manifiestan que el objetivo es generar ganancia (Tabla 2), estos resultados coinciden con la investigación realizada por Sánchez

(2018) el cual expresa que el 62.50% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo generar ganancias. Los resultados demuestran que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, fueron creadas con el objetivo de generar ganancias, también como fuentes generadoras de empleo y cada vez quieren seguir mejorando para poder incrementar sus ingresos y seguir posicionadas en el mercado, debido a que se ven enfrentadas en el mercado por la competencia.

Tabla 3. Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Termino gestión de calidad: el 70.00% si conoce el termino (tabla 3), lo cual contrastan con Sánchez (2018) quien admite que el 62.50% de los representantes no conoce el termino gestión de calidad. Los resultados demuestran la mayoría de los representantes de las mypes del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, si conocen el termino gestión de calidad y consideran que es importante para la organización. La gestión de calidad pone en marcha un sistema que respalda a las organizaciones, a definir procesos que proporcionen aceptabilidad por el cliente y mantener estos procesos bajo control, de esta manera proporcionar confianza tanto a la organización, como a sus clientes, dado que las necesidades y expectativas de los clientes siempre cambian, las compañías deberían preocuparse y mejorar continuamente ya sea productos o servicios.

Técnicas modernas de gestión de calidad: el 50.00% indica que conoce la técnica administrativa de atención al cliente (Tabla 3), lo cual coincide con el autor Sánchez

(2018) quien afirma en su investigación que el 62.50% utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión. Los resultados indican que la mayoría de las mypes del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, conoce la técnica de atención al cliente y lo utilizan para que el cliente se sienta satisfecho y con sus necesidades cubiertas, asimismo el personal debe contar con una actitud positiva, con un gran sentido de responsabilidad y con una formación suficiente para comunicarse con los clientes y hacerles sentir en confianza.

Dificultades para implementación de la gestión de calidad: el 60.00% indican que presentan poca iniciativa (Tabla 3), no obstante, contrastan con la investigación realizada por Sánchez (2018) quien añade que el 75.00% no se adaptan a los cambios. Los resultados demuestran que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro, veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote la dificultad que presentan es por la poca iniciativa por parte del personal, ya que no son estimulados para poder mejorar.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: el 70.00% manifiestan que conocen la observación (tabla 3), lo cual coincide con los resultados de la tesis de Sánchez (2018) el cual agrega que 87.50% de encuestados aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación. Los resultados destacan que la mayoría de las mypes del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, indican que la observación es una técnica para medir el rendimiento del personal, que consiste en observar la conducta del personal, con el fin de obtener determinada información y evaluar su desempeño, de esta manera garantizar el crecimiento de la empresa y fomentar un buen clima laboral.

La gestión de calidad mejora el rendimiento: el 90.00% indica que la gestión de calidad si contribuye a mejorar su negocio (Tabla 3), de la misma manera coincide con el autor Sánchez (2018) quien plantea en su investigación que el 62.50% de los representantes aseguran que la gestión de calidad si mejora el rendimiento de sus negocios. Los resultados dan a conocer que las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, manifiestan que la gestión de calidad si ayuda a mejorar el rendimiento del negocio, ya que ayudan a sistematizar operaciones y hacen que los procesos sean más eficientes, además pueden generar ahorros, además indican cuando un plan no se está cumpliendo, de esta manera tener una mejora continua y lograr el crecimiento de la empresa.

La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas: el 70.00% indican que la gestión de calidad si les ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, el 22.22% considera que a veces beneficia a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa (tabla 3). Los resultados indican que la mayoría de representantes de las mypes del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, manifiestan que para llegar a cumplir con los objetivos y metas trazadas por la empresa, para lo cual se requiere de la participación de todos los componentes de la empresa, de tal manera que los diferentes departamentos siempre busque la satisfacción del cliente; del mismo modo que al establecer la gestión de calidad se logra que los diferentes procesos se realicen con eficiencia y calidad, asimismo las metas se pueden lograr de forma más hábil y acelerar los pasos hasta la cima.

Conoce el termino atención al cliente: el 80.00% indica que si conocen el termino (tabla 3), lo cual coincide con el autor Sánchez (2018) quien describe en su investigación que el

62.50% de los representantes si conocen el termino de atención al cliente. Esto indica que las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, manifiestan que si conocen el termino, pero esto requiere de constante aprendizaje, y que ellos vienen adquiriendo con cada experiencia que viven al momento de tener relación con los clientes con el paso del tiempo, de tal manera que al negocio llegan diversos tipos de clientes y tienen que ser tratados de diferente manera y puedan mantener una buena comunicación con ellos a fin de conocer y satisfacer sus necesidades. Para Arenal (2019) la atención al cliente consiste en la gestión que realiza cada empleado de la organización, para brindar un asesoramiento y ofrecer soluciones de calidad, lo que va permitir generar satisfacción a los clientes. Es un instrumento eficaz para interactuar con los clientes brindándoles una sugerencia para asegurar el uso correcto del producto o servicio que se ofrece.

Aplica la gestión de calidad en el servicio: el 70.00% indican que a veces aplican la gestión de calidad (Tabla 3), de la misma forma coincide con la investigación realizada por Sánchez (2018) quien argumenta que 62.50% de los representantes indican que a veces aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan. Lo cual demuestra que las micro y pequeñas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, consideran que las actividades realizadas por el ellos como una gestión de calidad, pero que no siempre resulta como lo planearon.

Es fundamental la atención al cliente: el 100% indica que la atención al cliente si es fundamental para que el cliente regrese (tabla 3), lo cual contrasta con la tesis de Sánchez (2018) quien manifiesta en su investigación que el 50.00% consideran que a veces la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento. Los resultados

dan a conocer que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, al quedar satisfechos con la atención tienden a regresar al establecimiento y recomendar a otros. Para ello se les debe brindar soluciones rápidas y personalizadas, buscando dar resultados más de lo que espera el cliente.

Herramientas que utiliza para un servicio de calidad: el 40.00% utiliza la comunicación (tabla 3), lo cual contrasta con los resultados encontrados por el autor Sánchez (2018) quien sostiene en su investigación que el 50.00% utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente. Esto indica que la minoría de las mypes del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, utilizan la comunicación, considerando que es importante y primordial que necesita el ser humano, y este puede ser verbal o no verbal, de tal manera que la verbal sirve de lenguaje hablado y escrito y el no verbal cuando se hace uso de gestos, posturas y movimientos. Esto siempre serán usado al brindar una atención ya sea con una sonrisa, una mirada, etc, mientras que una mayoría considera que la confianza, al mostrar la personal confianza con los clientes hará que los clientes se sientan como en casa y retornen.

Factores que usa para la calidad al servicio: el 80.00% indica que la atención personalizada es un factor de calidad en el servicio que brindan (tabla 3), por otra parte, coincide con los resultados de la investigación realizada por Sánchez (2018) quien argumenta que el 50.00% consideran como factor importante en el servicio la atención personalizada. Los resultados indican que las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, consideran que los clientes deben ser atendidos de manera personalizada, en la cual el personal que le atienda resuelva todas sus consultas y dudas, que brinde un trato amable y que tome en cuenta

sus necesidades gustos y preferencias, de la manera que el cliente nos elija, antes que a la competencia.

La atención que brinda: el 80.00% indican que la atención que brinda es buena (tabla 3), lo cual coincide con el autor Sánchez (2018) el cual encontró en su investigación que el 62.50% consideran que la atención que brindan es buena. Los resultados demuestran que las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, consideran que siempre se debe brindar una buena atención al cliente, para que le diferencie de la competencia y nuevamente regrese, haciéndoles sentir como en casa cada vez que hable con el personal, y si es que no hubiera un buen trato ya no recomendarían.

Considera que está dando una mala atención: el 50.00% mencionan que si es que se brinda una mala atención, se debe a una mala organización por parte de los trabajadores, esto contrasta con los resultados del autor Sánchez (2018) quien admite en su investigación que el 100.00% de los representantes no considera que esta que se está dando una mala atención, los resultados demuestran que las micro y pequeñas empresas del distrito de Nuevo Chimbote, manifiestan que por una mala organización de los trabajadores, ocurre que se esté dando una mala atención y consideran organizarse mejor y mantener clima entre personal y cliente.

Resultados de una buena atención al cliente: el 80.00% indica que se logra la fidelización de clientes (tabla 3), de igual forma coincide con los resultados de la investigación realizada por Sánchez (2018) quien encontró que el 37.50% ha logrado obtener fidelidad de los clientes. Los resultados demuestran que las micro y pequeñas empresas del sector

servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, consideran que en estos tiempos es preferible fidelizar a los clientes, donde la competencia es cada vez más fuerte. Es por ello que se debe lograr la lealtad de los clientes, de tal manera que las otras empresas no puedan posicionarse en la mente de sus clientes. Según Izquierdo (2019) la fidelización consiste en hacer que un cliente se convierta en un cliente fiel a los productos o servicios que ofrece la empresa, es decir se convierta en cliente que compra o requiere servicios frecuentemente y todo esfuerzo de la empresa debe centrarse en aportar a ese servicio un valor añadido que se diferencie de la competencia, así el cliente regrese.

5.3 Plan de mejora

1. DATOS GENERALES:

Nombre o razón social: Clínicas Veterinarias

Giro de la empresa: “Clínicas Veterinarias”

Nombre del Representante: Dueños de las empresas de las Clínicas Veterinarias

2. Visión

Proporcionar excelencia en la atención al cliente, buscar salvaguardar la salud y el bienestar de los animales en nuestra sociedad, ser referencial en servicios médicos veterinarios especializados.

3. Misión

Brindar atención de alta calidad para nuestros pacientes y sus familias, mediante diagnósticos y tratamientos avanzados, para la atención medica de sus mascotas, además servir a nuestros clientes de manera profesional, cortes y amable que sientan valorados.

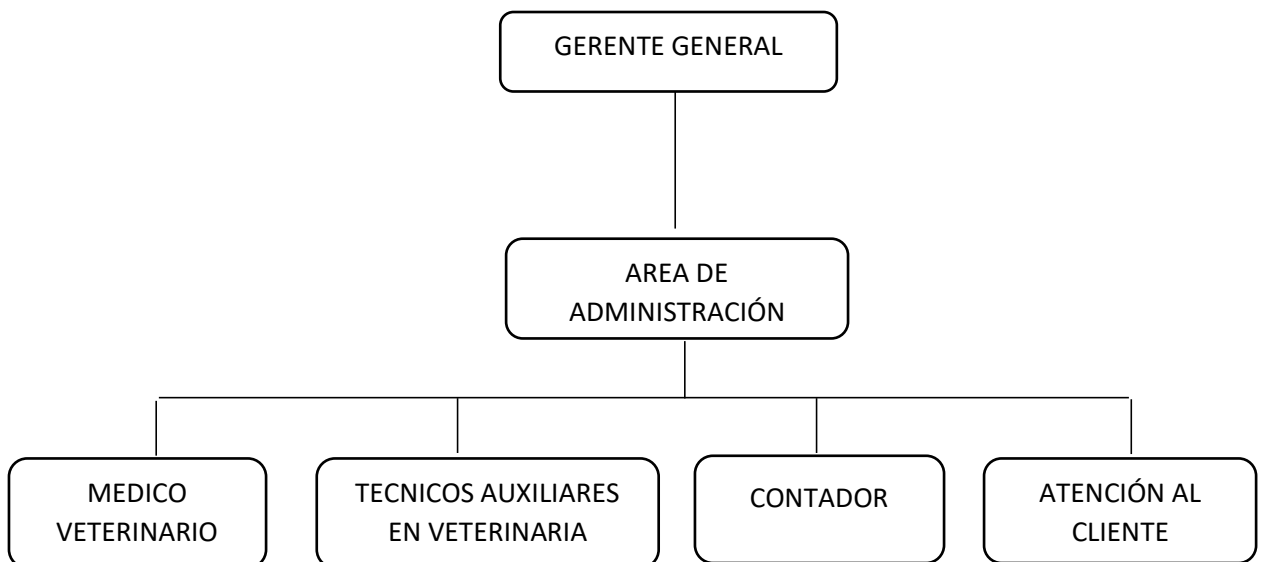
4. Objetivos

- ✓ Ser identificados como la mejor alternativa en clínicas veterinarias.
- ✓ Atender con mayor rapidez el servicio requerido por el cliente.
- ✓ Desarrollar una cultura de servicio, con la finalidad de brindar al cliente la mejor atención.
- ✓ Implementar planes y programas orientados a incentivar el servicio, la capacitación para garantizar una mejor atención.
- ✓ Satisfacer las necesidades de los clientes y superar sus expectativas.
- ✓ Mejorar la productividad y eficiencia en cada uno de los procesos.

5. Productos y/o servicios

- ✓ Consulta
- ✓ Medicina preventiva
- ✓ Cirugía y anestesia
- ✓ Diagnostico
- ✓ Medicina internan
- ✓ Reproducción
- ✓ Servicio a domicilio

6. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



6.1.Descripción de funciones

Cargo	Gerente General
Perfil	Persona líder inspirador y sirva de modelo para los trabajadores, mantener buena comunicación, fomentar el trabajo en equipo.
Funciones	Planear las actividades a desarrollar dentro de la empresa, organizar sus recursos, definir a donde se dirige la empresa entre otras tareas y fijar los objetivos que marcan el rumbo de la organización.

Cargo	Administrador
Perfil	Lic. En Administración
Funciones	Formular objetivos y determina los objetivos para alcanzarlos; diseñar el trabajo, asignar los recursos; dirigir las actividades, motivar al personal; monitorear las actividades.

Cargo	Contador
Perfil	Título de Contador y estar colegiado y habilitado.
Funciones	Manejar la gestión financiera de la empresa, mediante los registros contables; cumplir con la información que necesita gerencia para poder tomar decisiones que beneficien a la empresa, analizar las ganancias y los gastos.

Cargo	Médico Veterinario
Perfil	Médico veterinario
Funciones	Diagnosticar los problemas de salud animal, realizar cirugías menores a complejas, vacunación, tratar heridas, aconsejar a los clientes sobre la alimentación de su mascota, proporcionar cuidados preventivos.

Cargo	Técnico Veterinario
Perfil	Estudios técnicos en veterinaria
Funciones	Controlar la temperatura corporal de los animales, recoger las muestras biológicas, ayudar en las tareas al médico veterinario.

Cargo	Atención al cliente
Perfil	Lic. En Administración con especialización en atención al cliente
Funciones	Verificar que los clientes sean atendidos de manera cordial y se sientan como en casa.

6.2. Diagnóstico empresarial

	Oportunidades	Amenazas
	<p>O1 Alta posibilidad de crecimiento del sector</p> <p>O2 Tendencia en el incremento de familias que cuidan su mascota.</p> <p>O3 Rentabilidad del rubro</p>	<p>A1 Bajos precios de la competencia.</p> <p>A2 Poder de negociación de proveedores</p> <p>A3 Alta probabilidad de imitar el modelo de negocio.</p>
Fortalezas	F-O	F-A
<p>F1 Experiencia en el rubro</p> <p>F2 Empresa familiar</p> <p>F3 Atención personalizada y especializada</p>	<p>F1O1 Con la experiencia se puede abrir nuevas sucursales</p> <p>F2O2 Las familias cada vez más cuidan su mascota como un miembro más de familia</p> <p>F3O3 Asignar funciones para una mejor atención personalizada</p>	<p>F1A1 Buscar promociones, otorgar vales a clientes fieles.</p> <p>F2A2 Trabajar con proveedores que cumplan estándares de calidad</p> <p>F3A3 Buscar nuevos clientes con promociones y una buena atención</p>
Debilidades	D-O	D-A
<p>D1 Falta de interés por mejorar la atención al cliente</p> <p>D2 Desconocimiento de los nuevos métodos de gestión de calidad</p> <p>D3 Falta de toma de decisiones para implementar un mejor servicio.</p>	<p>D1O1 Capacitar al personal en tema de atención al cliente</p> <p>D2O2 Brindar capacitación al representante sobre como emplear métodos de gestión de calidad</p> <p>D3O3 Capacitar a los representantes sobre estrategias para un mejor servicio</p>	<p>D1A1 Implementar un sistema en el que el cliente califique el nivel de atención.</p> <p>D2A2 Innovar constantemente en métodos de gestión de calidad, enfocándose en los clientes.</p> <p>D3A3 Cubrir las necesidades de los clientes con la atención de médicos especialistas.</p>

7. Indicadores de gestión

Indicadores	Evaluación de los Indicadores dentro de la Mype
Participación en el mercado	Existe competencia, por lo que deben ofrecer servicios que también los tengan otras empresas
Satisfacción del cliente	No se consulta al cliente sobre la atención recibida, por lo que se debería implementar un aplicativo en el que el cliente manifieste el grado de satisfacción por la atención recibida.
Evaluación permanente sobre atención al cliente	Poco conocimiento o conocimiento desactualizado en atención al cliente.
Implementar gestión de calidad	Presentan poca iniciativa por implementar la gestión de calidad en el servicio que brindan.
Posicionamiento de la empresa frente a la competencia	Los clientes buscan a la empresa por la calidad del servicio recibido
Índice de fidelización del cliente	Deficiente cantidad de clientes fidelizados

8. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Participación en el mercado	Existe competencia, por lo que deben ofrecer servicios que no tengan otras empresas	No innovan.
Satisfacción del cliente	No se consulta al cliente sobre la atención recibida.	Falta de un aplicativo que permita medir el nivel de satisfacción o aplicar encuestas.
Evaluación permanente sobre atención al cliente	Poco conocimiento o conocimiento desactualizado en atención al cliente.	No reciben capacitación constante en atención al cliente.
Implementar gestión de calidad	Presentan poca iniciativa por implementar la gestión de calidad en el servicio que brindan.	No buscan mejoras en gestión de calidad.
Posicionamiento de la empresa frente a la competencia	Los clientes buscan a la empresa por la calidad del servicio recibido	Las mypes no emplean técnicas modernas de atención al cliente y gestión de calidad que las diferencie a las demás.
Índice de fidelización del cliente	Deficiente cantidad de clientes fidelizados	No se sienten satisfechos con la atención recibida o no cumplen con sus expectativas

9. Establecer soluciones

9.1. Establecer acciones

Indicadores	Problemas	Acción de mejora
Participación en el mercado	Existe competencia, por lo que deben ofrecer servicios que no los tengan otras empresas	Ofrecer nuevos servicios que requieran los clientes y se diferencien de las demás.
Satisfacción del cliente	No se consulta al cliente sobre la atención recibida.	Implementar un aplicativo que permita medir el nivel de satisfacción que tiene el cliente.
Evaluación permanente sobre atención al cliente	Poco conocimiento o conocimiento desactualizado en atención al cliente.	Capacitación en estrategias para una mejor atención al cliente.
Implementar gestión de calidad	Presentan poca iniciativa por implementar la gestión de calidad en el servicio que brindan.	Diseñar e implementar una nueva gestión de calidad que pueda ser aplicada en la empresa.
Posicionamiento de la empresa frente a la competencia	Los clientes buscan a la empresa por la calidad del servicio recibido	Hacer conocer los servicios que presta, que un cliente recomiende a otro por la calidad de atención.
Índice de fidelización del cliente	Deficiente cantidad de clientes fidelizados	Brindar cursos sobre fidelización de clientes.

9.2. Estrategias que desean implementar

N°	Acción de mejora	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Ofrecer nuevos servicios que requieran los clientes y se diferencien de las demás.	Capacitar a los médicos	1 año	Ofrecer un servicio escaso.	Especializado en un servicio que requiera la población.
2	Implementar un aplicativo que permita medir el nivel de satisfacción que tiene el cliente.	La inversión para comprar el aplicativo	2 meses	Conocer la realidad sobre la satisfacción de clientes.	Contar con el aplicativo, y así poder mejorar en lo que se viene fallando.
3	Capacitación en estrategias para una mejor atención al cliente.	Poco presupuesto para contratar expertos.	3 meses	Ofrecer un mejor servicio de atención.	Conocer nuevas estrategias de atención al cliente y aplicarlo en la empresa.
4	Diseñar e implementar una nueva gestión de calidad que pueda ser aplicada en la empresa.	Desinterés por parte del dueño y poca iniciativa de los trabajadores	6 meses	Mejorar los procesos administrativos, para un mejor servicio.	Realizar un análisis de los procesos y solo permanecer con los más adecuados.
5	Hacer conocer los servicios que presta, que un cliente recomiende a otro por la calidad de atención.	El cliente no logra cumplir sus expectativas.	1 mes	Que un cliente quede satisfecho llama más clientes	Brindar un buen servicio que cumpla las expectativas de los clientes.
6	Brindar cursos sobre fidelización de clientes.	Poco presupuesto	3 meses	Incrementar la cartera de clientes fidelizados	Mantenerse en capacitaciones constantes sobre como fidelizar clientes

9.3. Recursos para la implantación de estrategias

N°	Acción de mejora	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Ofrecer nuevos servicios que requieran los clientes y se diferencien de las demás.	Médicos veterinarios	5000.00	Computadora libros	1 año
2	Implementar un aplicativo que permita medir el nivel de satisfacción que tiene el cliente.	Gerente	1000.00	Computadora	2 meses
3	Capacitación en estrategias para una mejor atención al cliente.	colaboradores	1000.00	Computadora internet	3 meses
4	Diseñar e implementar una nueva gestión de calidad que pueda ser aplicada en la empresa.	Administrador	2200.00	Local	3 meses
5	Hacer conocer los servicios que presta, que un cliente recomiende a otro por la calidad de atención.	Área de atención al cliente	0.	local	1 mes
6	Brindar cursos sobre fidelización de clientes.	Administradores colaboradores	1200.00	computadora	3 meses

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción superior universitaria, se desempeñan como dueños, son de género masculino, a su vez tienen de 31 a 50 años y se desempeñan en el cargo de 7 años a más. Esto indica que los representantes, que vienen dirigiendo las micro y pequeñas empresas del rubro veterinarias, son personas que vienen desempeñándose varios años, y cuentan con experiencia en el rubro, además de ello el estar varios años en el rubro le permite tomar decisiones en los distintos ámbitos de la empresa.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancias. La mayoría cuentan con personal de 1 a 5 trabajadores y tienen laborando a personas no familiares. La minoría posee un tiempo de permanencia en el mercado de 7 a más años. Esto nos da a conocer que los emprendedores los crearon para mejorar su economía y como fuentes generadoras de empleo para la población, además para el contrato del personal tienen en cuenta que se cumplan con los requisitos para el puesto y tengan la experiencia necesaria y así poder brindar un buen servicio; asimismo el estar ya posicionadas en el mercado hace que tengan sus clientes, pero aún les falta aspectos por mejorar y diferenciarse de los demás.

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que la atención al cliente si es fundamental para que este regrese al establecimiento. La mayoría considera que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, además manifiestan que la atención que brindan es buena, del mismo modo que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, por su parte tienen conocimiento sobre atención al cliente, a su vez el factor que usan para la calidad al servicio que brindan es la atención personalizada, asimismo los resultados que pueden

lograr brindando una buena atención al cliente es la fidelización de clientes, de la misma manera consideran que si tienen conocimiento sobre gestión de calidad, además consideran que las dificultades que tienen para la implementación de la gestión de calidad se debe a la poca iniciativa, de igual manera las técnicas para medir el rendimiento del personal es mediante la observación, lo cual a veces aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan, por otra parte conocen a la atención al cliente como técnica moderna de gestión de calidad y manifiestan que si es que se estuviera dando una mala atención al cliente se debe a una mala organización de los trabajadores. La minoría utiliza la comunicación como herramienta para un servicio de calidad. Es importante que las micro y pequeñas empresas brinden una buena atención al cliente, ya que será una ventaja comparativa porque puede hacer la diferencia en cualquier negocio, el servicio será trascendental para crear fidelidad entre la empresa y el cliente, además es primordial tener satisfecho a los clientes, siendo ellos los que hacen que el negocio crezca y sea reconocido.

Aspectos Complementarios

Recomendaciones

Motivar al personal que labora, con reconocimiento laboral monetario (incremento salarial, bonos, comisión, tarjetas de regalo), o un reconocimiento laboral no monetario (seguridad laboral, ascensos, certificados de logros, horarios flexibles), de tal manera que se sientan identificados, para lograr una mejor implementación de la gestión de calidad.

Brindar asesoramiento al personal sobre gestión de calidad y atención al cliente, empleando estrategias actuales y ayuden a identificar a los diferentes tipos de clientes (conversador, reservado, tímido, exigente, detallista, impacientes, indecisos, etc) y lograr los objetivos trazados por la empresa.

Implementar nuevas técnicas de atención al cliente tales como la de escucha activa, de empatía, de explicación, para una buena actitud y presencia; de esta manera fidelizar a los clientes y captar nuevos clientes en un mercado cada vez más competitivo.

Fortalecer las habilidades de atención al cliente, ser persuasivo, mostrar empatía, paciencia y constancia, de tal manera que se pueda lidiar con los diferentes clientes.

Referencias bibliográficas

Arena, C. (2019). *Atención Básica al Cliente*. Recuperado de:
<https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/105977>

Arena, C. (2019). *Gestión de la atención al cliente / consumidor. UF0036*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/122303>

Arevalo, A. (2018). *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, consultorios veterinarios, distrito de Iquitos, año 2018*. Título para Licenciatura. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote- Pucallpa. Recuperado de:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14051/GESTION_CALIDAD_AREVALO_DAVILA_ANA_CECILIA%281%29.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Arias, J & Villasis, A. (2016). *El protocolo de Investigación III: La población de estudio*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

Astohuaman, A. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes sector servicios, clínicas, distrito de Calleria, año 2017*. Tesis de Licenciatura. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote- Pucallpa. Recuperado de:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2373/FORMALIZACION_GESTION_ASTOHUAMAN_HUARANGA_ALEX_DAVIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cortes, J. (2015). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. Recuperado de:
<https://elibro.net/es/ereader/uladech/56053>

- Cupuerán, B. (2017) *La gestión de calidad en la mejora de los procesos del área administrativa de la Coop. de ahorro y crédito “Bola Amarilla”*. Tesis para Mg en Contabilidad y Auditoría. Universidad Técnica del Norte Ecuador. Recuperado de:
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/7697/1/PG%20572%20TESIS.pdf>
- Del Castillo, C. y Olivares, S. (2014). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial. Patria. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/39410>
- Delgado, D & Chávez, G. (2018): “*Las Pymes en el Ecuador y sus fuentes de financiamiento*”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana. Recuperado de: <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/pymes-ecuador-financiamiento.html>
- Díaz, M. (2015). *Atención básica al cliente: manual teórico*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/50772>
- Díaz, M.(2015). *Pyme avanzada : Motor del desarrollo en américa latina*. Recuperado de:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5636715&query=pyme%2Blatinoamericana>
- Dini, M. & Stumpo, G. (2018): *Mipymes en América Latina*. Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. Recuperado de:
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707_es.pdf
- Fassio, A. (2016). *Apuntes para desarrollar una investigación en el campo de la administración y el análisis organizacional*. Eudeba. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/119719>

- Fernandez, R. (2015). *La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/62307>
- INEI. (2016). *INEI: Estos son los cuatro problemas que limitan el crecimiento de las empresas*. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/inei-son-cuatro-problemas-limitan-crecimiento-empresas-147918-noticia/?ref=gesr>
- Izquierdo, F. (2019). *Atención al cliente en el proceso Comercial*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/113432>
- Kantis & Ibarra. (2016). *Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico 2016*. Obtenido de http://170.210.53.25/icsedprodem/wp-content/uploads/2015/07/informe-completo-FINAL_2016.pdf
- Kano, M. (2019) *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Hostales del distrito de Nuevo Chimbote, 2019*. Tesis para licenciatura. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Trujillo. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16032/ATENCION_CLIENTE_KANO_MIRANDA_MARIA_ANTIETA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ley 28015. (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>
- Ley 30056. (2013). *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. Recuperado de: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>

- Martínez, A. (2019) *La gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017*. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/20835>
- Mateos, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio. COMM002PO*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/124251>
- Moreno, F. (2018). *características de la calidad de los servicios y la atención al cliente en las veterinarias de la ciudad de Sullana año 2018*. Tesis para Licenciatura. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote- Sullana. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4529/CALIDAD%20DE%20SERVICIO_ATENCION%20AL%20CLIENTE_%20MORENO%20_ESCOBEDO%20_FIORELA%20_EDITH.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pacheco, G. (2016). *Atención al cliente y tramitación de consultas de servicios financieros: UF0529*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/59196>
- Palomino, J. (2019). *Problemática para el desarrollo de las Mypes en la región* . Recuperado de: <http://pagina3.pe/problematika-para-el-desarrollo-de-las-mypes-en-la-region/>
- Peña, J. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, centros odontológicos, distrito de Calleria, año 2017*. Tesis de grado. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Pucallpa. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044824>
- Perez, L. Perez, R. y Seca, M. V. (2020). *Metodología de la investigación científica*. Editorial Maipue. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/138497>

Portafolio (2019). Principales factores que aquejan el desempeño de la Pymes en el país.

Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/principales-factores-que-quejan-el-desempeno-de-las-pymes-en-el-pais-532635>

Rivera, S. (2019) *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa*

Greenandes Ecuador. Tesis para Magíster en Administración de Empresas.

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado de:

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12117/1/T-UCSG-POS-MAE-224.pdf>

Sanchez, A. (2017). *evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza*

Burger Diner de Gualan, ZACAPA. Tesis de Licenciatura. Universidad Rafael

Landívar, Zacapa. Obtenido de:

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>

Sanchez, J. (2018) *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro*

y pequeñas empresas, sector servicio, rubro clínicas odontológicas, distrito

Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017 caso clínica dental. Tesis de

licenciatura. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000050592>

Tarodo, C. (2015). *Comunicación Empresarial y atención al cliente*. Recuperado de:

<https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/62484>

Torres, D. (2020). *9 problemas que enfrentan las pymes y cómo superarlos*. Recuperado

de: <https://blog.hubspot.es/sales/principales-problemas-pymes>

Villalobos, C. (2019). *La importancia de las PYMES en Colombia*. Recuperado de:

<https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-colombia>

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2020								Año 2021							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura						X										
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la investigación									X							
10	Conclusiones y recomendaciones										X	X					
11	Redacción del pre informe de Investigación.												X				
12	Redacción del informe final													X			
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														X		
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															X	
15	Redacción de artículo científico																X

Anexo 02. Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (s/.)
Suministros(*)			
• Impresiones	20.00	1	20.00
• Fotocopias	10.00	1	10.00
• Empastado	10.00	1	10.00
• Papel bond – A4 (500 hojas)	12.00	2	24.00
• Lapiceros	2.50	2	5.00
Servicios			69.00
• Uso de Turnitin	50.00	1	50.00
Sub Total			50.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	100.00	1	100.00
Sub Total			100.00
Total de presupuesto desembolsable			219.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet(Laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de Información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte Informático (Modulo de Investigación del ERP University – MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio Institucional	50.00	1	50.00
Sub Total			400.00
Recurso Humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub Total			252.00
Total presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			871.00

Anexo 3: Cuadro de Sondeo

N°	Razón Social	Dirección	Nombre del Representante y/o Empresa
1	Veterinaria Mi Vet	Av Pacifico – Lt. 11	Orbegozo Horna Shanti
2	Veterinaria Pet Market	Urb. Jose Carlos Mariategui M3 Lte 31	Cotos Guerrero Keny
3	Veterinaria Mimasconsentidas	Urb. José Carlos Mariátegui	Tirado Cruzado Eligio Francisco
4	Veterinaria Boutique Canina “Happy Dog”	Urb. Jose Carlos Mariategui	Muñoz Vera Ricardo
5	Veterinaria – “Doctor House”	AA.HH. Primero de Agosto Mz. C Lt. 06	Cueva Florentino Juan Manuel
6	“Veterinaria Huellas”	Urb. Nicolás de Garatea Mz. C Lt. 17	Aquino Bonilla Noemí
7	“Clínica Veterinaria San Luis”	AA.HH. Vista Alegre Mz II Lt. 01	Paulino Ponce Iván Aníbal
8	“Veterinaria D’ Patas”	Urb. José Carlos Mariátegui Mz 13 Lt. 36	Pacheco Silva Elvis Guillermo
9	“Veterinaria & acuario Baby Dog”	Urb. José Carlos Mariátegui Mz S3 Lt 42	Hipólito Segura Anthony Irvin
10	“Clínica Veterinaria San Luis”	AA.HH Villa Magisterial Mz a Lt 06	Mirez Saavedra Chimer Jhoel

Anexo 04. Consentimiento informado

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Esverilda Mely Cribillero Depaz, identificado (a) con DNI 71829273 y código de estudiante 0109151063 de la Escuela profesional de Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.


Declaro bajo juramento que:

Los datos presentados en los resultados del Trabajo de Investigación son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Los resultados fueron obtenidos de los representantes de las micro y pequeñas empresas quienes participaron en la encuesta en Forma Voluntaria pero no quisieron firmar el Consentimiento Informado proporcionando la información requerida para el desarrollo de la investigación titulada: *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.* Trabajo de Investigación para optar el grado académico de licenciada en Administración.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del Trabajo de Investigación. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar tanto a LA UNIVERSIDAD como a terceros, por el incumplimiento de lo declarado. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del Trabajo de Investigación.

De identificarse plagio, falsificación o manipulación de datos en el Trabajo de Investigación; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad de Católica los Ángeles de Chimbote.

Lugar y fecha: Chimbote, 24 de Mayo del 2021


.....
ESVERILDA MELY CRIBILLERO DEPAZ
DNI: 71829273



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020*. Para obtener el grado académico de Licenciada en Ciencias Administrativas y es dirigido por Cribillero Depaz, Esverilda Mely, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.


Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de _____ Si desea, también podrá escribir al correo mely.11.1994@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Juan Manuel Cueva Florentino

Fecha: 20.10.20

Correo electrónico: tuamigo4333@hotmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): Esper

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020*. Para obtener el grado académico de Licenciada en Administración y es dirigido por Cribillero Depaz, Esverilda Mely, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de _____ . Si desea, también podrá escribir al correo mely.11.1994@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbote.


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

Nombre: Noemi Aquino Bonillo

Fecha: 22/10/20

Correo electrónico: noemi2610@hotmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADACH CATÓLICA

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)**

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

La presente investigación se titula *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020*. Para obtener el grado académico de Licenciada en Administración y es dirigido por Cribillero Depaz, Esverilda Mely, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de Chimiel@gmail.com. Si desea, también podrá escribir al correo mely.11.1994@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Joel

Fecha: 22/10/2020

Correo electrónico: Chimiel@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020*. Para obtener el grado académico de Licenciada en Administración y es dirigido por Crihillero Depaz, Esverilda Mely, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de _____ . Si desea, también podrá escribir al correo mely.l.1994@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: RICARDO MUÑOZ VERA

Fecha: 22 OCTUBRE 2020

Correo electrónico: boutiquecoruna-hoppeydef@hotmmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)**

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

La presente investigación se titula *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020*. Para obtener el grado académico de Licenciada en Ciencias Administrativas y es dirigido por Cribillero Depaz, Esverilda Mely, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de _____ Si desea, también podrá escribir al correo mely.11.1994@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Eligio Francisco Tirado Cruzado

Fecha: 20/10/20

Correo electrónico: HIMAYLOSENTIDAS132@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)**

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

La presente investigación se titula *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020*. Para obtener el grado académico de Licenciada en Ciencias Administrativas y es dirigido por Cribillero Depaz, Esverilda Mely, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de shan.obegoro.h@gmail.com si desea, también podrá escribir al correo mely.11.1994@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbote.

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

Nombre: Shanti Obegoro Flores

Fecha: 19 Octubre 2020

Correo electrónico: shan.obegoro.h@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020*. Para obtener el grado académico de Licenciada en Ciencias Administrativas y es dirigido por Cribillero Depaz, Esverilda Mely, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de evanyrdiazos-PE@Gmail.com. Si desea, también podrá escribir al correo mely.11.1994@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Evany Román Cardenas

Fecha: 22 de octubre del 2020

Correo electrónico: evanyrdiazos-PE@Gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020*. Para obtener el grado académico de Licenciada en Administración y es dirigido por Cribillero Depaz, Esverilda Mely, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de _____ . Si desea, también podrá escribir al correo mely.11.1994@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Kenya Coto Guerrero

Fecha: 22/10/2020

Correo electrónico: kenyacoto@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

Anexo 5. Cuestionario

CUESTIONARIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. Para obtener el grado académico de Licenciada en Ciencias Administrativas. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

1.1. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. Edad

- a) 18 – 30 años
- b) 31 - 50 años
- c) 51 a más años

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de Instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Educación básica
- c) Superior no universitaria
- d) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

1.2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas.

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

7. Número de trabajadores

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTION DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad

- a) Si
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento

11. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:

- a) Benchmarking
- b) Atención al Cliente
- c) Empowerment
- d) La 5s
- e) Outsourcing
- f) Otros
- g) Ninguno

12. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?

- a) Poca iniciativa
- b) Aprendizaje lento
- c) No se adapta a los cambios
- d) Desconocimiento del puesto
- e) Otros

13. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:

- a) La observación
- b) La evaluación
- c) Escala de puntuaciones
- d) Evaluación de 360°
- e) Otros

14. ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?

- a) Si
- b) No

15. ¿la gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?

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

2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el termino atención al cliente?

- a) Si
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento

17. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?

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

18. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento?

- a) Si
- b) No

19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad

- a) Comunicación
- b) Confianza
- c) Retroalimentación
- d) Ninguno

- 20. Principales factores para la calidad al servicio que brinda.**
- a) Atención personalizada
 - b) Rapidez en la entrega de los productos
 - c) Las instalaciones
 - d) Ninguna
- 21. La atención que brinda a los clientes es:**
- a) Buena
 - b) Regular
 - c) Malo
- 22. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente**
- a) No tiene suficiente personal
 - b) Por una mala organización de los trabajadores
 - c) Si brindan una buena atención al cliente
- 23. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente.**
- a) Clientes satisfechos
 - b) Fidelización de los clientes
 - c) Posicionamiento de la empresa
 - d) Incremento en las ventas.

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Estrada Díaz, Elida Adelia
- 1.2. **Grado Académico:** Magister en Administración
- 1.3. **Profesión:** Licenciada en Administración
- 1.4. **Institución donde labora:** Universidad Católica los Ángeles de Chimbote
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Docente
- 1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario de atención al cliente
- 1.7. **Autor del instrumento:** Cribillero Depaz Esverilda Mely
- 1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento

Nº de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. Edad	X		X		X		
2. Genero	X		X		X		
3. Grado de instrucción	X		X		X		
4. Cargo que desempeña	X		X		X		
5. Tiempo que desempeña en el cargo	X		X		X		
6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	X		X		X		
7. Número de Trabajadores	X		X		X		
8. Las personas que trabajan en su empresa son:	X		X		X		
9. Objetivo de creación	X		X		X		
10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?	X		X		X		
11. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?	X		X		X		
12. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?	X		X		X		
13. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?	X		X		X		

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
14. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	X		X		X		
15. ¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?	X		X		X		
16. ¿Conoce el termino atención al cliente?	X		X		X		
17. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?	X		X		X		
18. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?	X		X		X		
19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.	X		X		X		
20. Principales factores que para la calidad al servicio que brinda.	X		X		X		
21. La atención que brinda a los clientes es:	X		X		X		
22. ¿Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente?	X		X		X		
23. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente.	X		X		X		



Estrada Díaz, Elida Adelia
CLAD: N° 14640

Anexo 6. Hoja de Tabulación

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad	18 - 30 años	III	3	30.00
	31 – 50 años	IIII	5	50.00
	51 a más años	II	2	20.00
	Total	IIII IIII	10	100.00
Género	Masculino	IIII I	6	60.00
	Femenino	IIII	4	40.00
	Total	IIII IIII	10	100.00
Grado de instrucción	Sin instrucción		0	0.00
	Educación básica	I	1	10.00
	Superior no universitaria	I	1	10.00
	Superior universitaria	IIII III	8	80.00
	Total	IIII IIII	10	100.00
Cargo que desempeña	Dueño	IIII II	7	70.00
	Administrador	III	3	30.00
	Total	IIII IIII	10	100.00
Tiempo que desempeña el cargo	0 a 3 años	III	3	30.00
	3 a 6 años	II	2	20.00
	7 a más años	IIII	5	50.00
	Total	IIII IIII	10	100.00

Características de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo de permanencia de la empresa	0 a 3 años	III	3	30.00
	4 a 6 años	III	3	30.00
	7 a más años	III	4	40.00
	Total	III III	10	100.00
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	III III	8	80.00
	6 a 10 trabajadores	I	1	10.00
	11 a más trabajadores	I	1	10.00
	Total	III III	10	100.00
Personas que trabajan	Familiares	III	3	30.00
	No familiares	III II	7	70.00
	Total	III III	10	100.00
Objetivo de creación	Generar ganancia	III III	10	100.00
	Subsistencia		0	0.00
	Total	III III	10	100.00

Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Termino gestión de calidad	Si	IIII II	7	70.00
	No	III	3	30.00
	Total	IIII IIII	10	100.00
Técnicas modernas de gestión de calidad	Benchmarking		0	0.00
	Atención al cliente	IIII	5	50.00
	Empowerment	I	1	10.00
	Las 5S	II	2	20.00
	Outsourcing		0	0.00
	Otros		0	0.00
	Ninguno	II	2	20.00
	Total	IIII IIII	10	100.00
Dificultades para implementar la gestión de calidad	Poca iniciativa	IIII I	6	60.00
	Aprendizaje lento		0	0.00
	No se adapta a los cambios	I	1	10.00
	Desconocimiento del puesto	I	1	10.00
	Otros	II	2	20.00
	Total	IIII IIII	10	100.00
Técnicas para medir el personal	La observación		7	70.00
	La evaluación	IIII II	3	30.00
	Escala de puntuaciones	III	0	0.00
	Evaluación de 360°		0	0.00
	Otros		0	0.00
	Total	IIII IIII	10	100.00
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento	Si	IIII IIII	9	90.00
	No	I	1	10.00
	Total	IIII IIII	10	100.00

Continua...

Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos	Si	IIII II	7	70.00
	No		0	0.00
	A veces	III	3	30.00
	Total	IIII IIII	10	100.00
Conocimiento sobre atención al cliente	Si	IIII III	8	80.00
	No		0	0.00
	Tengo cierto conocimiento	II	2	20.00
	Total	IIII IIII	10	100.00
Aplica la gestión de calidad	Si	II	2	20.00
	No	I	1	10.00
	A veces	IIII II	7	70.00
	Total	IIII IIII	10	100.00
La atención al cliente es fundamental para que este regrese	Si	IIII IIII	10	100.00
	No		0	0.00
	Total	IIII IIII	10	100.00
Herramientas para un servicio de calidad	Comunicación	IIII	4	40.00
	Confianza	IIII	4	40.00
	Retroalimentación	II	2	20.00
	Ninguno		0	0.00
	Total	IIII IIII	10	100.00
Factores que usa para la calidad al servicio que brinda	Atención personalizada	IIII III	8	80.00
	Rapidez en la entrega de los productos	I	1	10.00
	Las instalaciones	I	1	10.00
	Ninguna		0	0.00
	Total	IIII IIII	10	100.00

Continúa...

Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Concluye...

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Atención que brinda	Buena	IIII III	8	80.00
	Regular	II	2	20.00
	Malo		0	0.00
	Total	IIII IIII	10	100.00
Consideración de si da una mala atención	No tiene suficiente personal	I	1	10.00
	Por una mala organización de los trabajadores	IIII	5	50.00
	Si brindan una buena atención	IIII	4	40.00
	Total	IIII IIII	10	100.00
Resultados que se logra brindando una buena atención	Clientes satisfechos	I	1	10.00
	Fidelización de los clientes	IIII III	8	80.00
	Posicionamiento de la empresa	I	1	10.00
	Incremento en las ventas		0	0.00
	Total	IIII IIII	10	100.00

Anexo 7.

Figuras

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro veterinarias del distrito Nuevo Chimbote, 2020

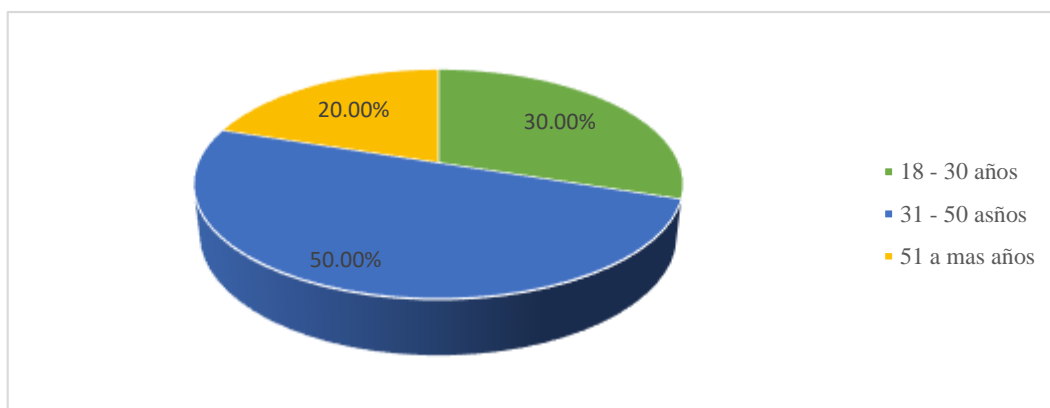


Figura 1. Edad de los representantes
Fuente. Tabla 1

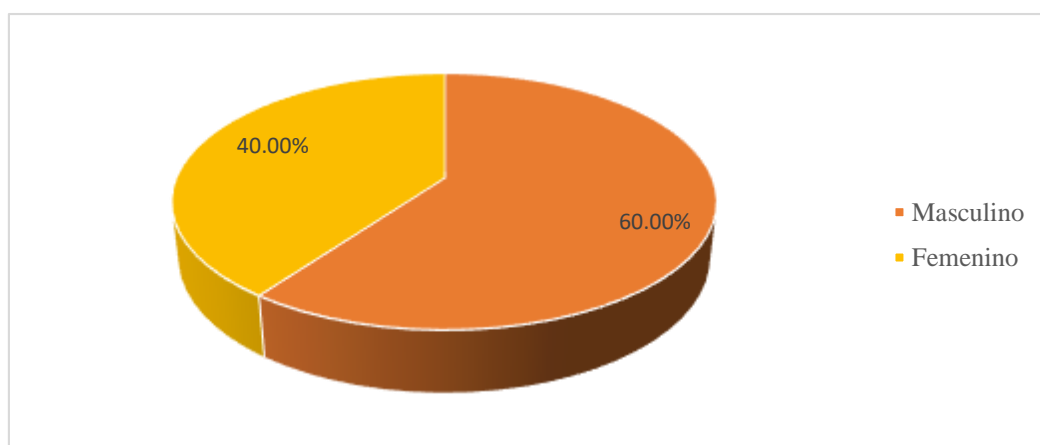


Figura 2. Género de los representantes
Fuente. Tabla 1

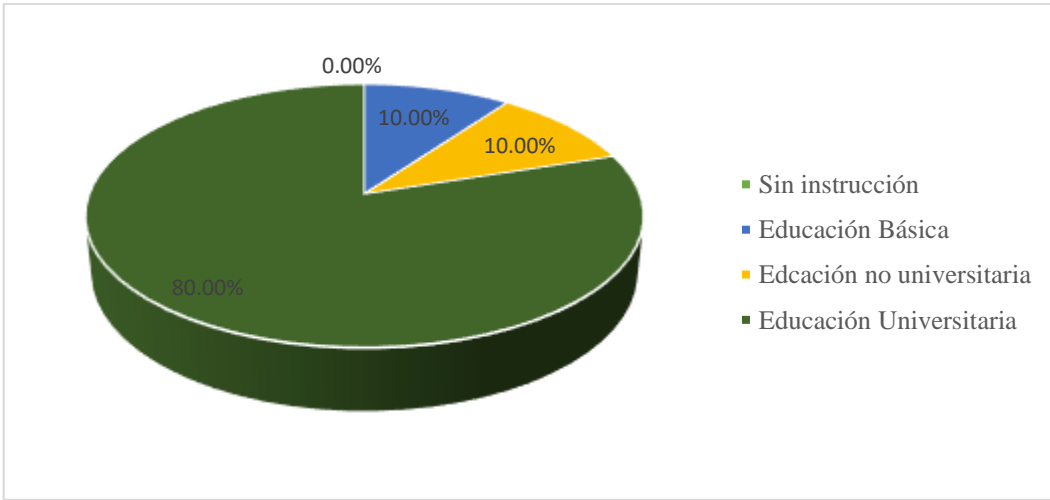


Figura 3. Grado de Instrucción de los representantes
Fuente: Tabla 1

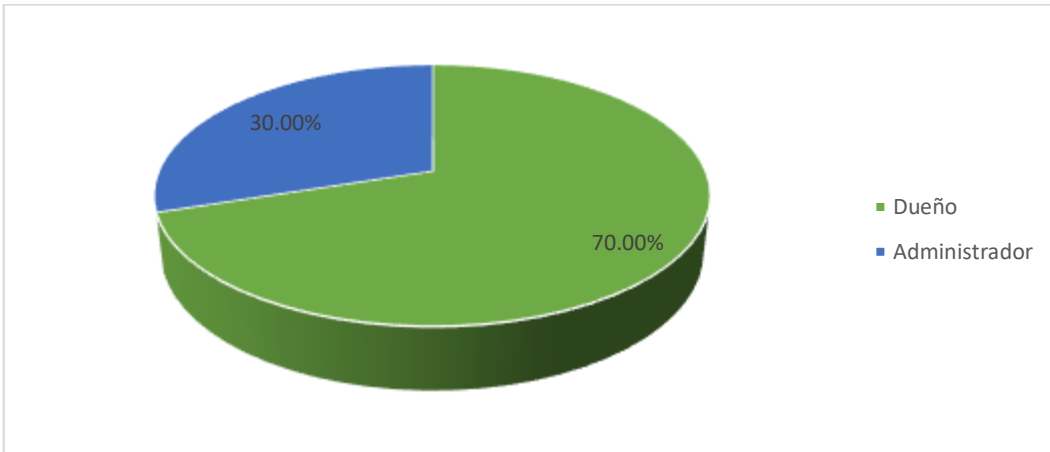


Figura 4. Cargo que desempeña el representante
Fuente: Tabla 1

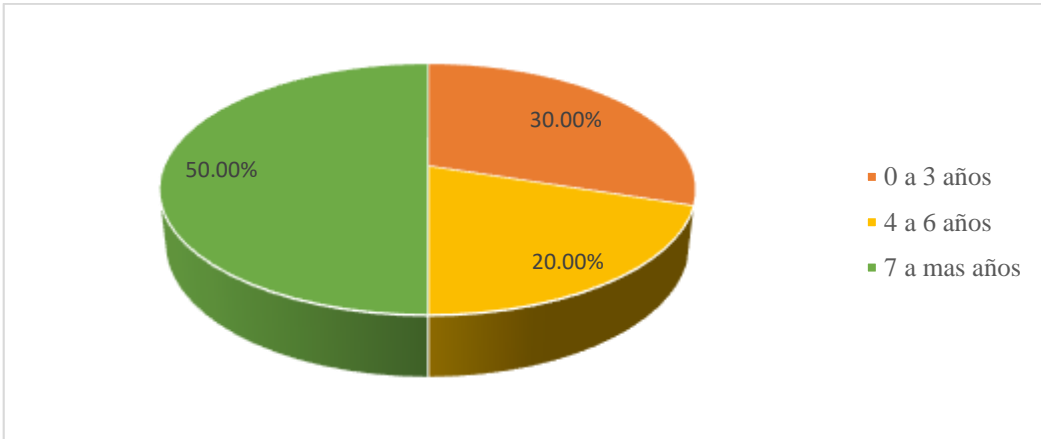


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo
Fuente: Tabla 1

Características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Veterinarias, en el distrito de Nuevo Chimbote 2020.

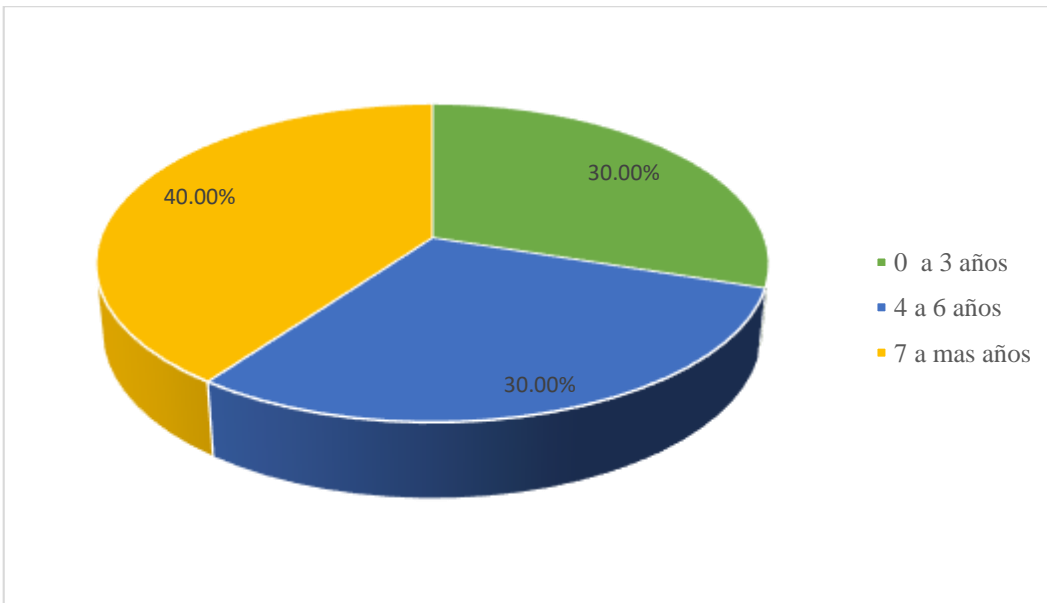


Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa
Fuente. Tabla 2

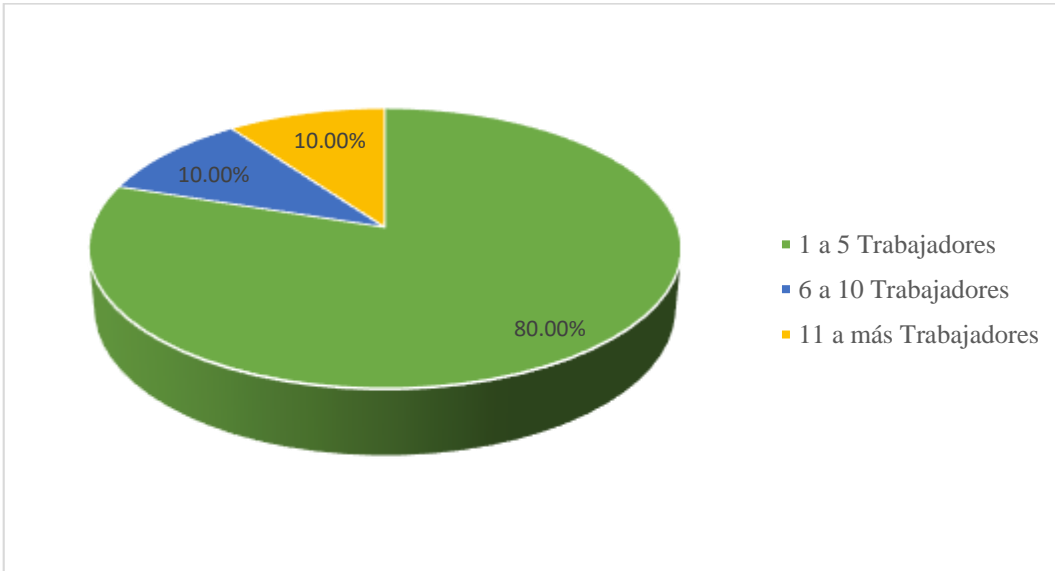


Figura 7. Número de Trabajadores
Fuente. Tabla 2

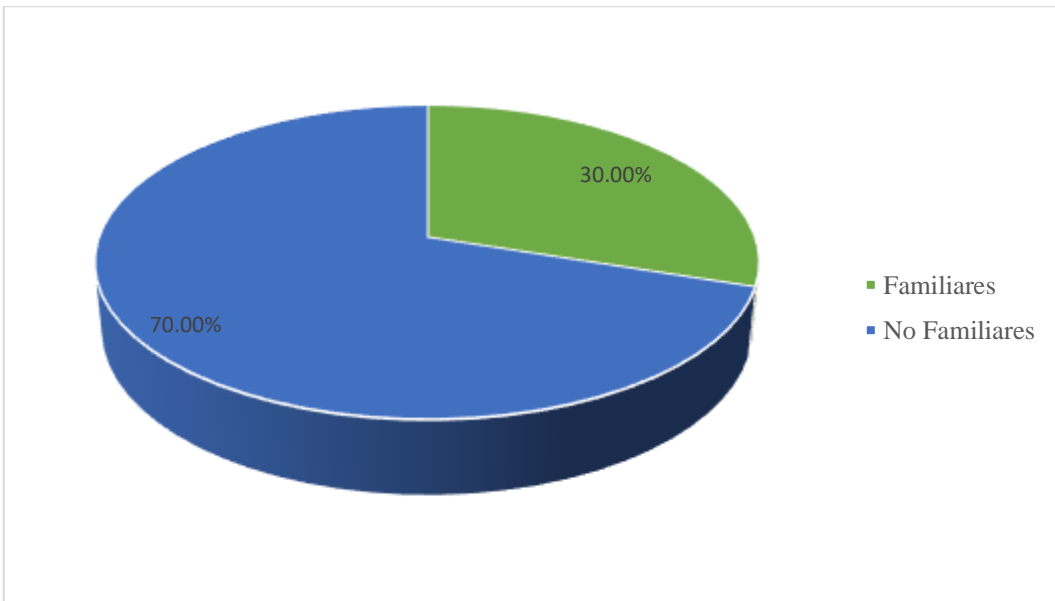


Figura 8. Las personas que trabajan en la empresa
Fuente. Tabla 2

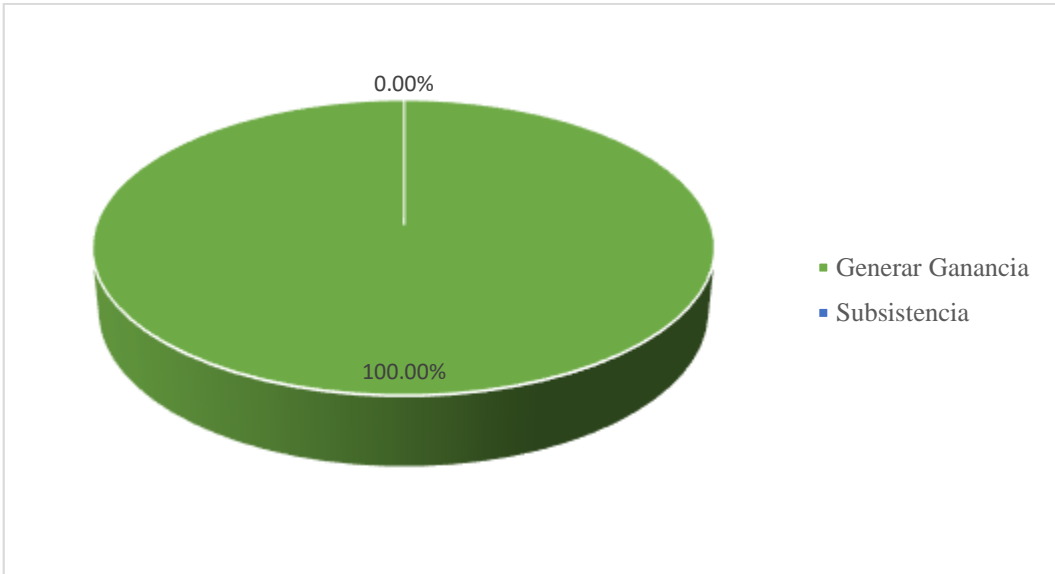


Figura 9. Objetivo de Creación
Fuente. Tabla 2

Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Veterinarias, del Distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

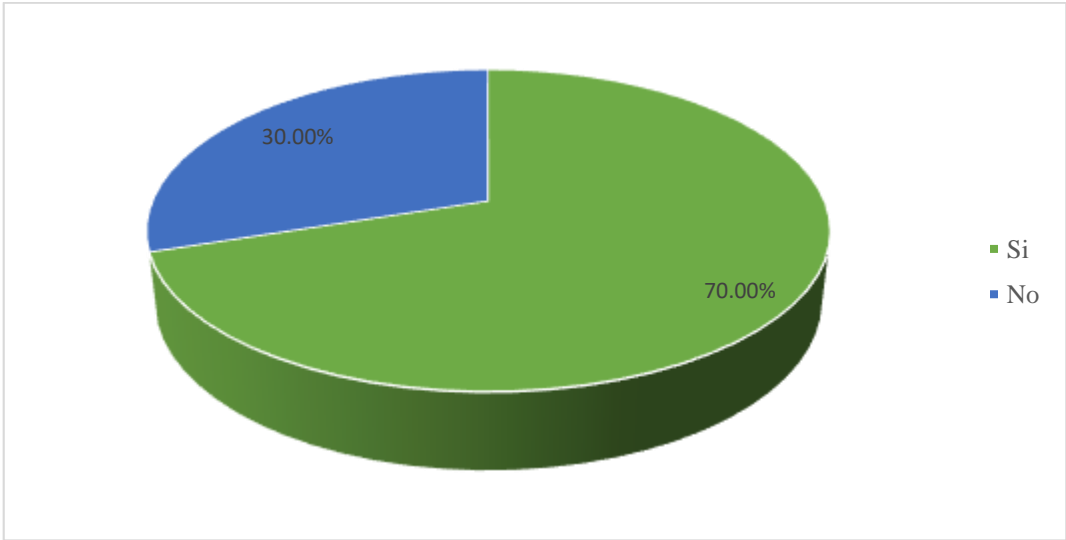


Figura 10. Conocimiento del término gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

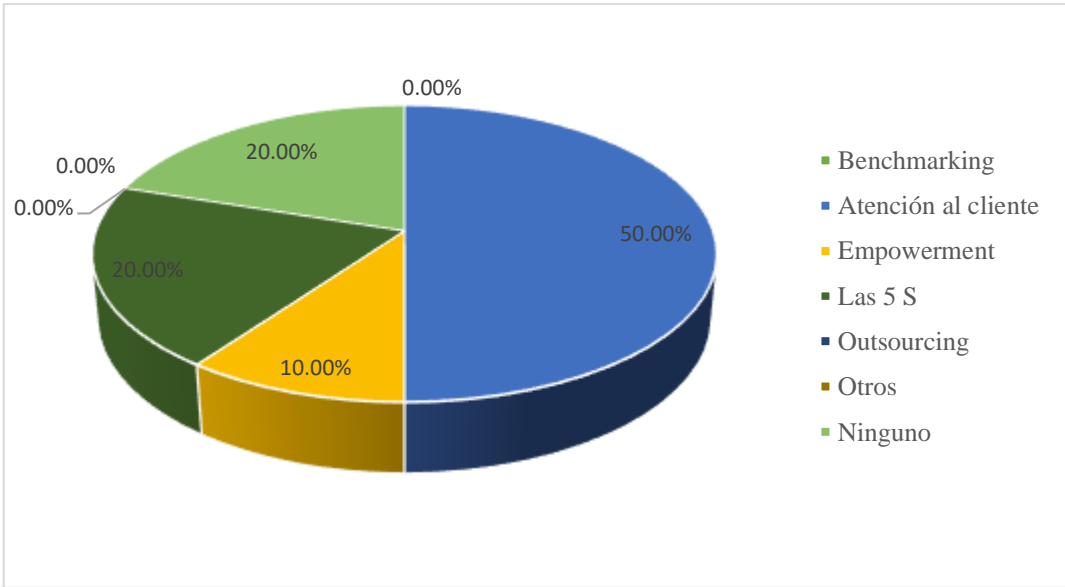


Figura 11. Técnicas modernas de gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

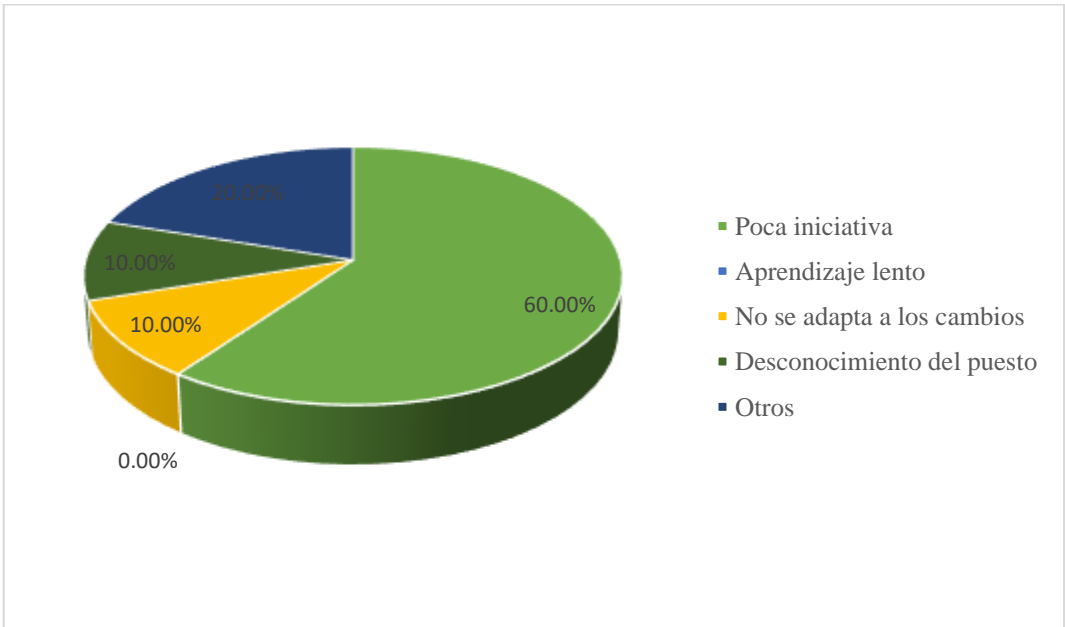


Figura 12. Dificultades para la implementación de la gestión de calidad.
Fuente. Tabla 3

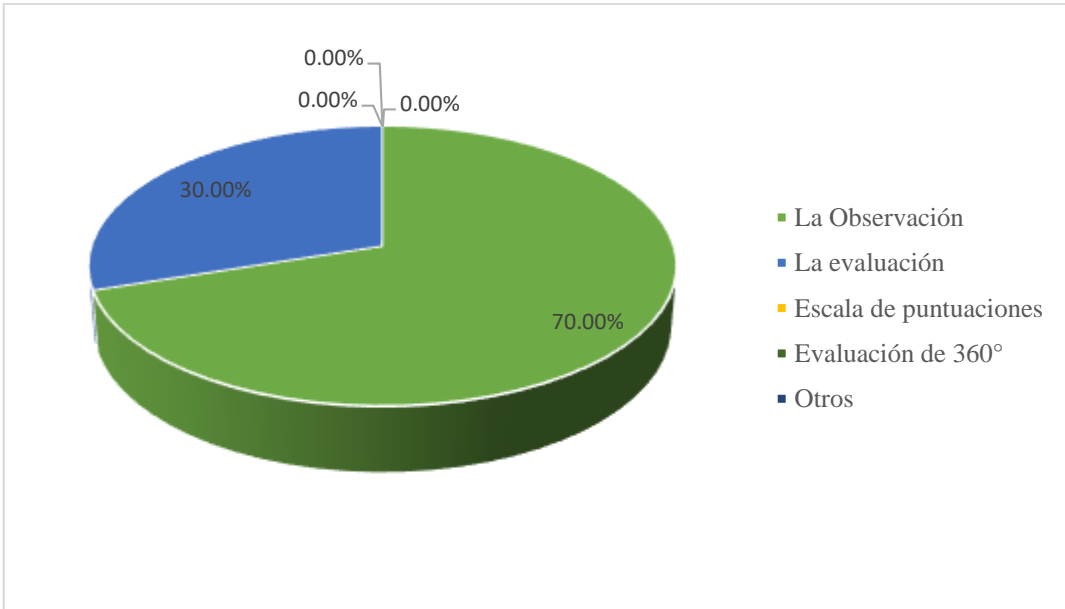


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal
Fuente. Tabla 3

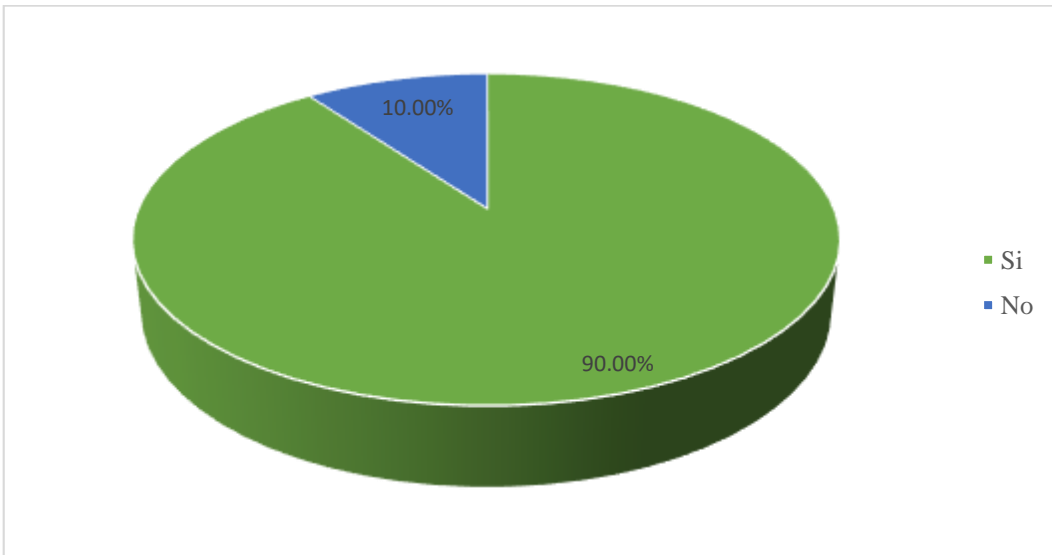


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio
Fuente. Tabla 3

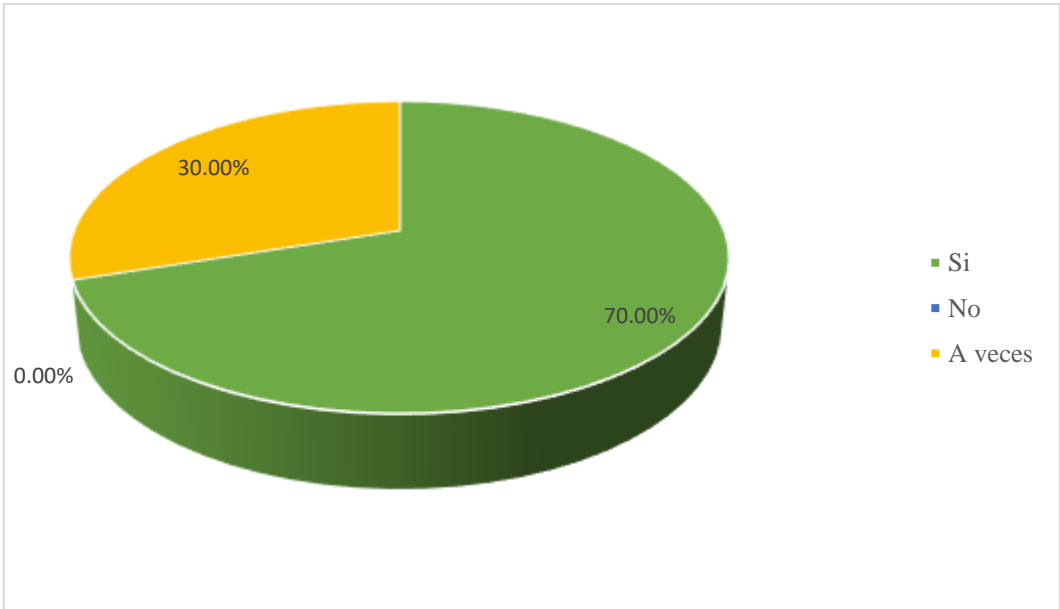


Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa
Fuente. Tabla 3

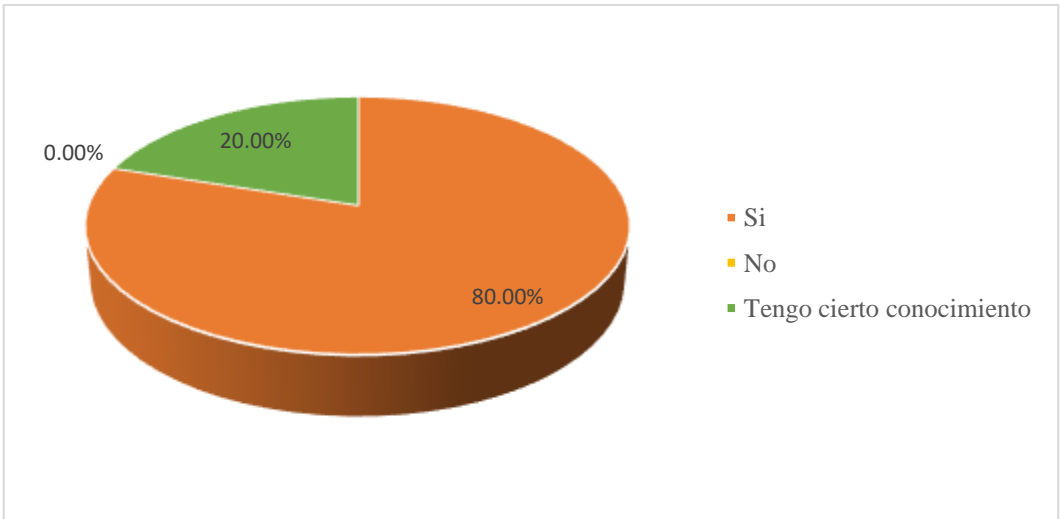


Figura 16. Conocimiento sobre atención al cliente
Fuente. Tabla 3

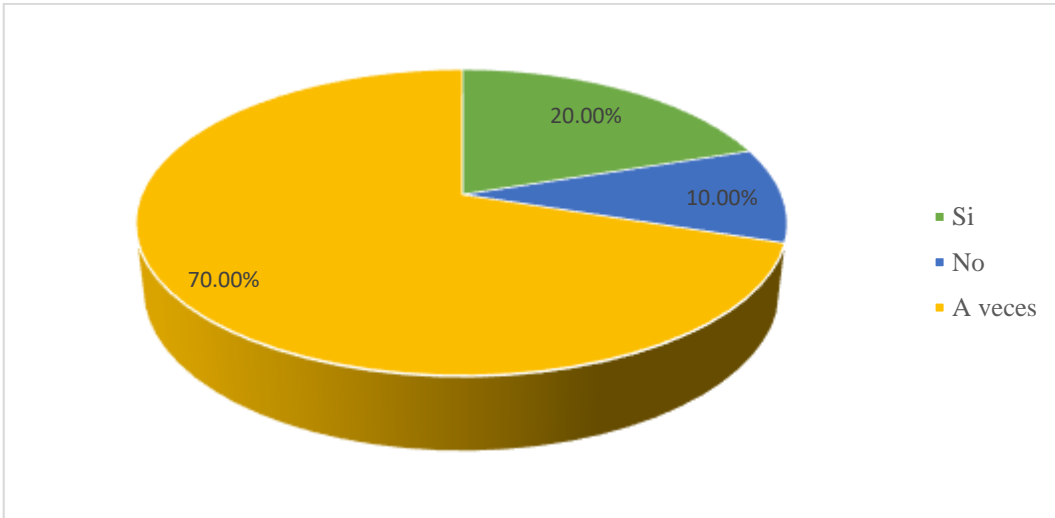


Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda.
 Fuente. Tabla 3

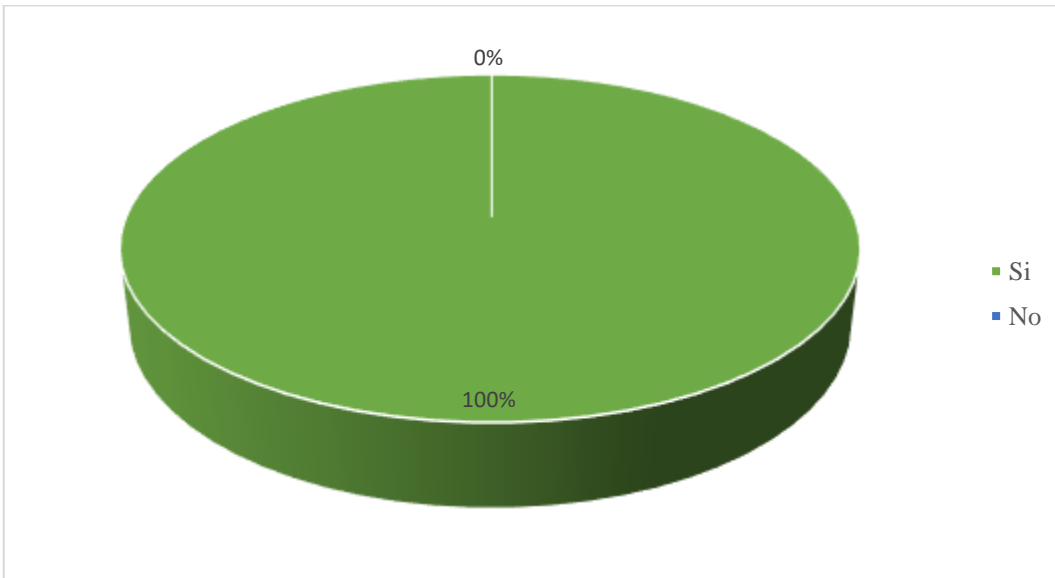


Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento.
 Fuente. Tabla 3

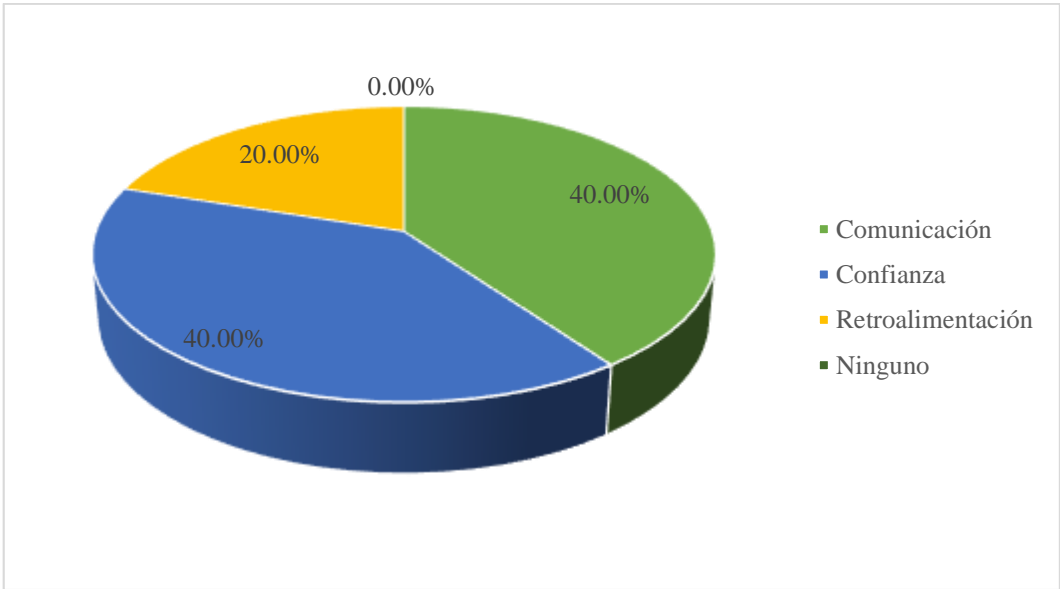


Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.
Fuente. Tabla 3

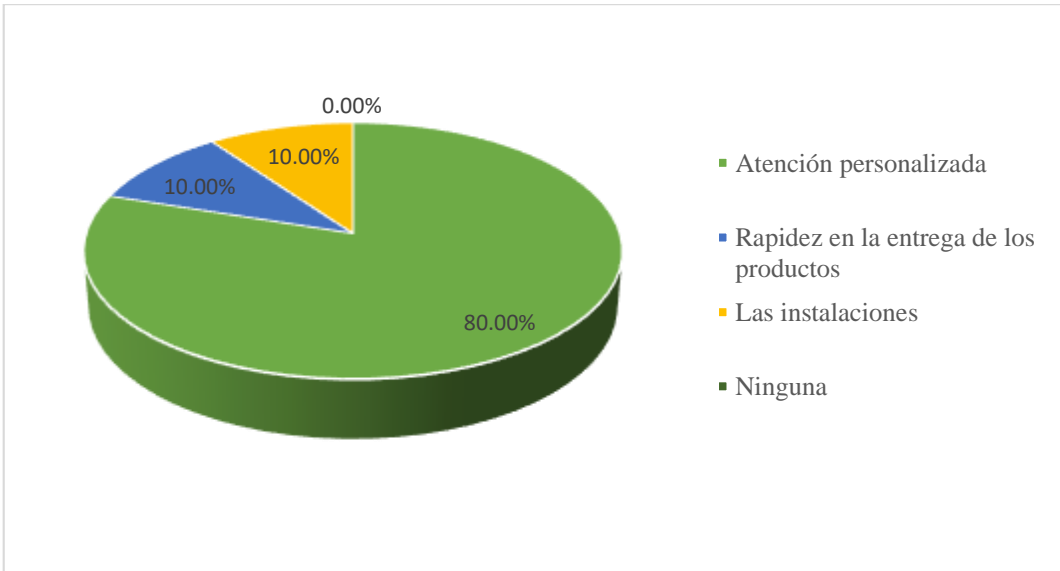


Figura 20. Factores que usa para la calidad al servicio que brinda
Fuente. Tabla 3

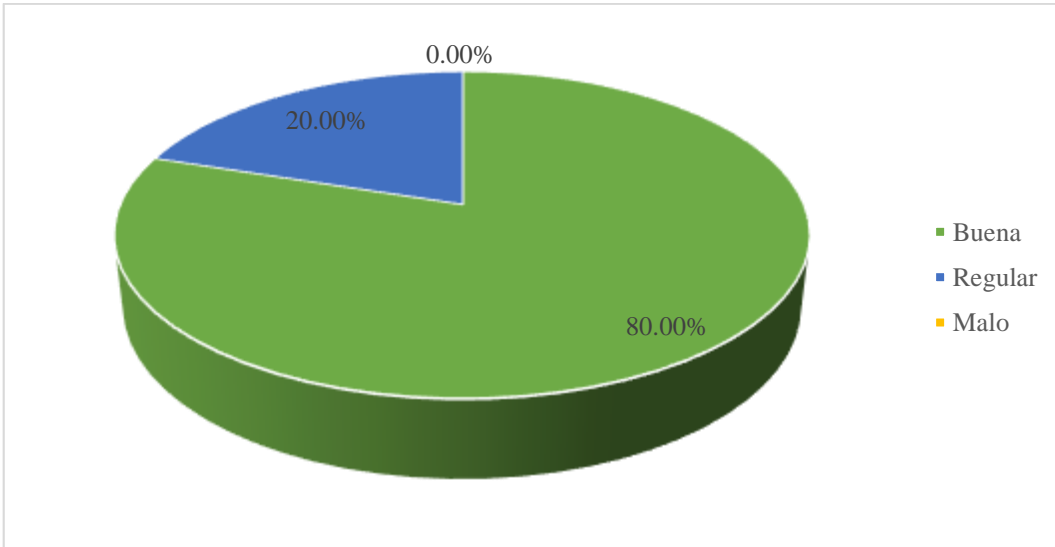


Figura 21. La atención que brinda a los clientes
 Fuente. Tabla 3

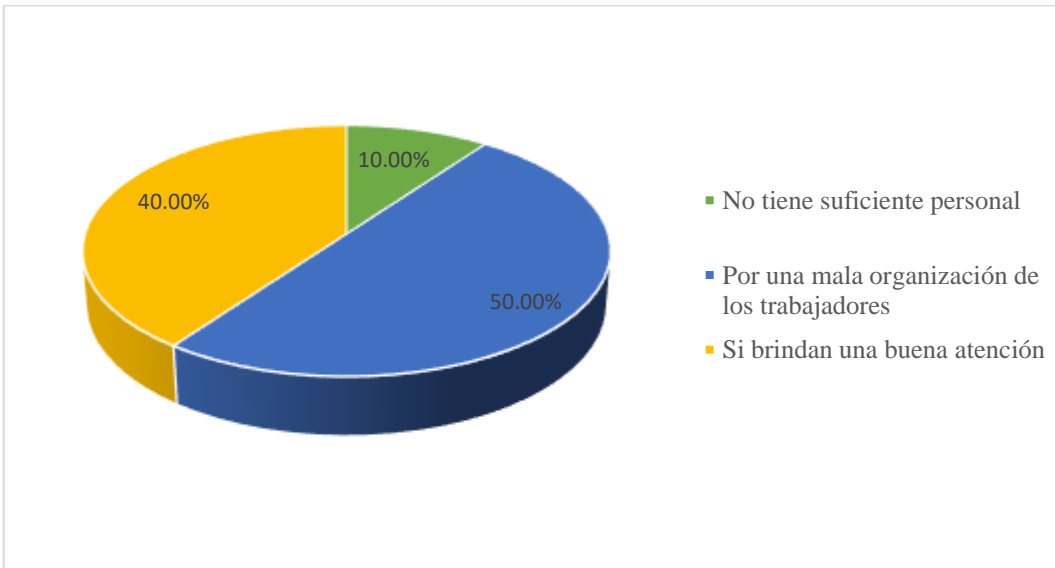


Figura 22. Consideración por que está dando una mala atención al cliente.
 Fuente. Tabla 3

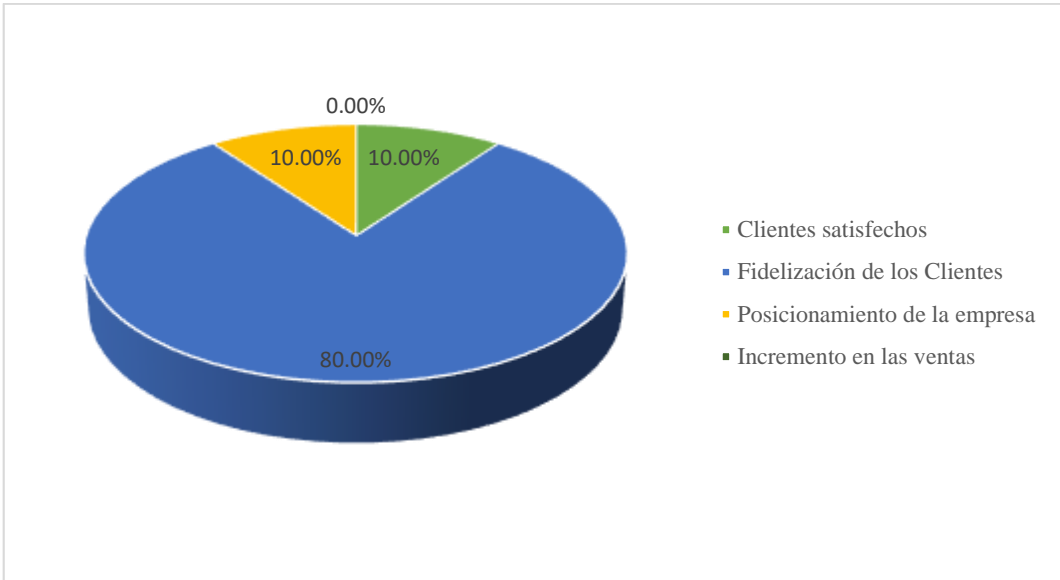


Figura 23. Resultados que se logra brindando una buena atención al cliente
Fuente. Tabla 3

