



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN ATENCIÓN AL CLIENTE  
COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA  
SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN  
LAS MYPES DEL SECTOR INDUSTRIAL, RUBRO  
ENVASADORA DE AGUA DE MESA, DEL DISTRITO  
DE CALLERÍA, UCAYALI 2021  
TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACION**

**AUTORA**

**INCA CARDENAS, FREYCI  
ORCID: 0000-0002-9926-1176**

**ASESOR**

**POMA ANCCASI, SIMON  
ORCID: 0000-0001-6594-8650**

**LIMA – PERÚ**

**2021**

## **2. Equipo de Trabajo**

### **AUTORA**

Inca Cárdenas, Freyci

ORCID: 0000-0002-9926-1176

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

Perú

### **ASESOR**

Poma Anccasi Simón

ORCID: 0000-0001-6594-8650

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,

Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Perú

### **JURADO**

Rosillo de Purizaca María del Carmen

ORCID ID: 0000-0003-177-5676

Salinas Gamboa José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

### 3. Hoja de firma del jurado y asesor

---

Rosillo de Purizaca María del Carmen  
**Presidente**

---

Salinas Gamboa José German  
**Miembro**

---

Mino Asencio María Isabel  
**Miembro**

---

Poma Anccasi, Simón  
**Asesor**

#### **4. Hoja de dedicatoria y/o agradecimiento**

Agradezco a Dios en primer lugar por la salud. Dedico el trabajo a mis padres por su apoyo y por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, muchos de mis logros obtenidos a lo largo de mi vida se lo debo. Me formaron como una persona leal en principios y valores. A mi asesor de tesis por darme el soporte necesario para lograr todos los objetivos propuestos en un corto tiempo.

## 5. Resumen y abstract

### Resumen

La investigación titulada atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa, del distrito de Callería, Ucayali 2021, tuvo como objetivo general determinar las mejoras de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería, Ucayali 2021. la muestra fue de

15 myps del rubro industrial en estudio. Los principales resultados referente a si la empresa si gestiona con rapidez la atención al cliente se puede decir que el 67% de las mypes siempre gestiona con rapidez la atención al cliente y solo el 33% casi siempre lo hace sobre si la empresa se enfoca en la satisfacción del cliente se puede mencionar que el 67% siempre la empresa se enfoca en la satisfacción del cliente y un 33% algunas veces así mismo si la empresa da solución de entrega del producto ante un reclamo se puede mencionar que el 47% la empresa siempre se preocupa por dar una solución al cliente y el 33% algunas veces referente a si la empresa tiene establecido una atención personalizada se puede decir que el 34% casi siempre la empresa tiene establecido una atención personalizada, y el 33% muy pocas veces lo realizan. Se llega a la conclusión que se propuso las mejoras de atención al cliente y su aplicación beneficiara a los empresarios de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro envasadora de agua de mesa, por tal motivo es muy importante realizar la propuesta de mejora en la atención al cliente como base los resultados alcanzados en la investigación.

Palabras clave; Atención al Cliente, sostenibilidad de los emprendimientos

## **Abstract**

The research entitled customer service as a relevant factor for the sustainability of enterprises in the mypes of the industrial sector, table water bottling category, in the district of Callería, Ucayali 2021, had as a general objective to determine the improvements in customer service as a factor relevant for the sustainability of ventures in the mypes of the industrial sector, table water bottler in the district of Callería, Ucayali 2021. The methodology was a quantitative approach at a descriptive level and with a non-experimental cross-sectional design of non-probabilistic sampling development, the sample was 15 mypes of the industrial category under study. The main results regarding whether the company manages customer service quickly can be said that 37% of mypes always manage customer service quickly and only 14% almost always do so on whether the company focuses on customer satisfaction it can be mentioned that 100% the company always focuses on customer satisfaction and 57% sometimes likewise if the company provides a product delivery solution in the face of a claim it can be mentioned that 80% the company always cares about giving a solution to the customer and 14% sometimes regarding whether the company meets customer service skillfully, it can be said that 69% sometimes meets customer service skills and only 14% almost always it does. Regarding whether the company has established personalized attention, it can be said that 71% It is concluded that improvements in customer service were proposed and their application will benefit entrepreneurs of micro and small companies in the industrial sector in the table water bottling sector, for this reason it is very important to make the proposal for improvement in the customer service based on the results achieved in the investigation.

Keywords; Customer service, sustainability of enterprises

## 6. Contenido

2. Equipo de Trabajo .....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor .....	iii
4. Hoja de dedicatoria y/o agradecimiento.....	iv
5. Resumen y abstract .....	v
6. Contenido.....	vii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
<b>I. Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>II. Revisión de literatura .....</b>	<b>4</b>
2.1 Antecedentes .....	4
2.2 Bases Teóricas.....	17
<b>III. Hipótesis.....</b>	<b>38</b>
<b>IV. Metodología .....</b>	<b>39</b>
4.1 Diseño de la investigación .....	39
4.2 Población y muestra .....	39
4.3 Definición y Operacionalización de Variables.....	41
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	44
4.5 Plan de análisis .....	45
4.6 Matriz de consistencia.....	46
4.7 Principios éticos.....	48
<b>V. Resultados .....</b>	<b>51</b>
5.1 Resultados .....	51
5.2 Análisis de resultado .....	72
<b>VI. conclusiones y recomendaciones.....</b>	<b>76</b>
6.1 Conclusiones .....	76
6.2. Recomendaciones .....	78
Referencias Bibliográficas .....	80
<b>Anexos .....</b>	<b>89</b>
<b>Anexo 01. Cronograma de actividades.....</b>	<b>89</b>
<b>Anexo 02. Presupuesto.....</b>	<b>90</b>
<b>Anexo 03. Instrumento de Recolección de Datos.....</b>	<b>91</b>
<b>Anexo 04. Consentimiento informado .....</b>	<b>94</b>

<b>Anexo 05. Propuesta de Mejora.....</b>	<b>95</b>
<b>Anexo 05. Plan de mejora.....</b>	<b>97</b>
<b>Anexo 06. Directorio de mypes en estudio .....</b>	<b>98</b>

## 7. Índice de tablas y figuras.

### Índice de tablas

Tabla 1. La empresa gestiona con rapidez la atención al cliente .....	51
Tabla 2. La empresa se enfoca en la satisfacción del cliente.....	52
Tabla 3. La empresa da solución de entrega del producto ante un reclamo .....	53
Tabla 4. La empresa tiene personal con habilidad de servicio .....	54
Tabla 5. La empresa cumple con destreza la atención al cliente .....	55
Tabla 6. La empresa cumple los compromisos con sus empleados.....	56
Tabla 7. La empresa tiene establecido una atención personalizada.....	57
Tabla 8. La empresa gestiona el contacto con clientes permanentemente.....	58
Tabla 9. El personal de la empresa brinda un trato agradable al cliente.....	59
Tabla 10. La empresa tiene organizado su área de materiales .....	60
Tabla 11. La ubicación de equipos cumple con los estándares de defensa civil .....	61
Tabla 12. La empresa cuenta con zona de mantenimiento .....	62
Tabla 13. La empresa aplica un método de servicio eficiente. ....	63
Tabla 14. La empresa desarrolla una participación en el mercado. ....	64
Tabla 15. . La empresa ejecuta una gestión de mejora para incrementar la rentabilidad. ....	65
Tabla 16. La empresa brinda oportunidad laboral sin discriminación.....	66
Tabla 17. La empresa desarrolla un plan social responsable .....	67
Tabla 18. La empresa promueve el principio de igualdad en la organización.....	68
Tabla 19. La empresa promueve el cumplimiento de las normas ambientales.....	69
Tabla 20. La empresa establece las políticas ambientales .....	70
Tabla 21. La empresa se preocupa por la reducción de impacto al medio ambiente..	71

## Índice de figuras

Figura 1. La empresa gestiona con rapidez la atención al cliente.....	51
Figura 2. La empresa se enfoca en la satisfacción del cliente .....	52
Figura 3. La empresa da solución de entrega del producto ante un reclamo.....	53
Figura 4. La empresa tiene personal con habilidad de servicio.....	54
Figura 5. La empresa cumple con destreza la atención al cliente.....	55
Figura 6. La empresa cumple los compromisos con sus empleados. ....	56
Figura 7. La empresa tiene establecido una atención personalizada. ....	57
Figura 8. La empresa gestiona el contacto con clientes permanentemente. ....	58
Figura 9. El personal de la empresa brinda un trato agradable al cliente. ....	59
Figura 10. La empresa tiene organizado su área de materiales.....	60
Figura 11. La ubicación de equipos cumple con los estándares de defensa civil. ....	61
Figura 12. la empresa cuenta con zona de mantenimiento. ....	62
Figura 13. La empresa aplica un método de servicio eficiente.....	63
Figura 14. La empresa desarrolla una participación en el mercado.....	64
Figura 15. La empresa ejecuta una gestión de mejora para incrementar la rentabilidad. ....	65
Figura 16. La empresa brinda oportunidad laboral sin discriminación. ....	66
Figura 17. La empresa desarrolla un plan social responsable.....	67
Figura 18. La empresa promueve el principio de igualdad en la organización. ....	68
Figura 19. La empresa promueve el cumplimiento de las normas ambientales. ....	69
Figura 20. La empresa establece las políticas ambientales.....	70
Figura 21. La empresa se preocupa por la reducción de impacto al medio ambiente.	71

## **I. Introducción**

La investigación realizada tiene como finalidad demostrar, determinar las características de sostenibilidad para los emprendimientos que faciliten a las mypes en atención al cliente; empezando a realizar los problemas planteadas en las mypes del sector industrial rubro envasadora de agua de mesa; así mismo, en este trabajo de investigación se tomará en cuenta aspectos importantes de la sostenibilidad en los emprendimientos a nivel social, ambiental y económico.

El desarrollo de estos conceptos y acciones sostenibles en conjunto con la atención al cliente, en la actualidad, se viene aplicando en pequeñas, medianas y grandes empresas ya que durante el proceso de capacidad de respuesta, fiabilidad, accesibilidad infraestructura y equipo siempre se toma en cuenta la sostenibilidad desde ambiental para seguir las reglas de acuerdos según la normativa que regula los temas ambientales en las empresas; en suma, también estas empresas del sector y rubro en estudio deben desarrollar actividades y tomar acciones referente a la sostenibilidad social, generando un impacto positivos en su medio socio ambiental en el que se rodea. Para el sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa, la empresa demostró un ritmo favorable desde el año 2019, donde el h2o de mesa aún tiene el margen de crecimiento en el mercado, mediante el mayor ritmo de compra, mediante el primer semestre del 2021 que las compras de h2o fue de que en 06 días regresaban a comprar y alcanza el 92% y las bebidas gaseosas tiene el método de compra cada 2 días regresan por más gaseosas. A comprar agua

demonstró tienen una gran conveniencia favorable en el crecimiento del mercado, mediante una mayor compra (Castro, 2020).

Tuvo una gran demanda con los clientes para estar en un buen margen y mantenerse en el mercado y mantener una mejor calidad de vida con el producto de agua de mesa y de esa manera impacta hacia las demás mypes del sector industrial del rubro envasadora de agua de mesa obligando a desarrollar técnicas e innovaciones industriales, además de la gestión y su nivel de atención al cliente. Por tal motivo, en este estudio parte del problema ¿Cuáles son las mejoras de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería Ucayali 2021?

Como objetivo principal, se planteará, determinar las mejoras de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería, Ucayali 2021, y se justifica porque permitirá un mayor conocimiento sobre la atención al cliente para la sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería, Ucayali 2021

Para la mejora de la investigación, se usó métodos del tipo cuantitativa, nivel descriptivo y de diseño no experimental aplica una población censal de 15 micro y pequeñas empresas del rubro en referencia; para el tratamiento de datos se aplicará instrumentos de medición generando tablas y gráficos para una mejor comprensión y análisis de resultados.

La metodología de esta investigación será cuantitativo no experimental de carácter descriptivo, por tanto, solo se realizará la recolección de datos a partir

de instrumentos planteados en el desarrollo del proyecto de investigación; se analizará los resultados de acuerdo a las situaciones del contexto en las mypes tomadas como muestra, la culminación dicha tesis se elaboró una propuesta de mejora de acuerdo a los objetivos del trabajo de investigación

Como principales resultados de la investigación se determina que la variable atención al cliente se caracteriza por orientarse e identificar si la empresa se enfoca en la satisfacción del cliente se puede mencionar que un 67% siempre la empresa se enfoca en la satisfacción del cliente muy pocas 33% Ángeles (2017), mantienen un resultado de 67% de gestión de calidad con los clientes satisfechos. así mismo si la empresa da solución de entrega del producto ante un reclamo se puede mencionar que el 80% la empresa siempre se preocupa por dar una solución al cliente y el 20% algunas veces, Gamboa (2018) Reconoce a los clientes el equivalente que no tiene liquidez rápida para solventar que surgen realmente tomando forma o mejoramiento del cliente.

Respecto a sostenibilidad de los emprendimientos Referente a si la empresa promueve el principio de igualdad en la organización y solo el 80% nunca considera trascendental la igualdad y equidad dentro de los miembros que la componen, mientras que solo el 20% casi siempre lo realiza. (tabla18) Esto contrasta con Aceijas (2020), quien consideró que el 82% ejerce una cultura de la integración.

Finalmente, la presente investigación concluye de acuerdo con el objetivo general que las micro y pequeñas empresas del rubro envasadora de agua de mesa en función a las variables de atención al cliente y sostenibilidad de los emprendimientos presentan un enfoque a satisfacer sus necesidades comerciales y poca orientación a desarrollar al capital humano

## **II. Revisión de literatura**

### 2.1 Antecedentes

#### **Internacional**

Monteverde, (2018) en su tesis de Medida de Atención al cliente mediante la calidad del agua para consumo humano: salud de la población residente en el área de la cuenca matanza-riachuelo del gran buenos aires 2018, tuvo como objetivo profundizar en el análisis de la relación entre el déficit de atención al cliente y el padecimiento de enfermedades hidro transmisibles para estudiar en qué medida la baja calidad del agua que se utiliza en los hogares sería el mecanismo que incrementa el riesgo de padecimiento de enfermedades de origen hídrico entre la población SNI acceso a agua proveniente de la red pública, se recogieron muestras de agua en 90 hogares localizados en la cuenca Matanza- Riachuelo donde habitaban 380 personas. la metodología aplicada es cuantitativa del tipo descriptivo con un alcance explicativo, se obtuvo como resultado que la atención mediante la calidad del agua domiciliaria según su origen, el 9% de las muestras de agua provenientes de la red pública, el 45% de las de agua envasada y el 80% de las provenientes de perforaciones o pozos individuales resultaron no potables por exceso de coliformes nitratos. Los individuos de la muestra de hogares en los que la fuente principal de agua para el consumo eran pozos individuales presentaron una probabilidad 55% superior de padecer alguna enfermedad de origen hídrico, probabilidad que llegaría al 87% en el caso de las diarreas y al 60% en el de las dermatitis. el agua para consumo humano en este

territorio debería provenir de fuentes centralizadas que aseguren el control de la calidad del agua.

Camino (2018) en su tesis Sostenibilidad de los emprendimientos del sector industrial, rubro agua de mesa el oro-Santa Rosa Ecuador 2018. Para optar el título de Magíster en Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. El objetivo general del presente trabajo de investigación fue, Determinar la sostenibilidad de los emprendimientos para la medición de su impacto en el sector industrial, rubro agua de mesa y la metodología aplicada es cuantitativo del tipo descriptivo con un alcance explicativo, se obtuvo como resultado que el 60% de los encargados o administradores fueron en su mayoría varones y el 40% restante eran mujeres, del 100% de encuestados del 90% conoce el significado del desarrollo sostenible y el otro 10% aún le falta . Así mismo el 67% considera que los emprendimientos son viables económicamente y el 33% aseguran que no existe dicho caso en el que se mide las variables, el presente tuvo como objetivo determinar la sostenibilidad de los emprendimientos para la medición de sus impacto en el sector industrial rubro agua de mesa con una metodología cuantitativa, descriptiva y tuvo un resultado al 100% de encuestados que donde el 40% asegura que los emprendimientos son viables en el ámbito económico cabe resaltar que el 60% conoce el significado de desarrollo sostenible, se llegó a las siguientes conclusiones de la investigación, los emprendimientos industriales del rubro agua de mesa el oro de la ciudad de Santa Rosa mantienen una carencia de conocimiento sobre el tema de misión y visión, esto explica el errado direccionamiento de la mayoría de los emprendimientos. La gestión administrativa en los emprendimientos industriales rubro agua de mesa el oro de

la ciudad de Santa Rosa es deficiente, por lo que explica su insuficiente desarrollo. Existe una falsa idea de conocimiento en la aplicación 11 de estrategias de ventas por lo que su aplicación es netamente empírica, ya que la mayoría de los dueños de los emprendimientos no cuenta como un mínimo de capacitación en ventas. Un 80% alto porcentaje de emprendimientos industriales mantienen confianza en el desempeño de sus actividades, en los controles prioritarios de su organización, sabiendo que su aplicación es netamente empírica, por lo que su desarrollo industrial es demasiado lento e inseguro. Pudo recomendar a seguir con las capacitaciones al personal interno y mantener las estrategias de cultura de conocimiento y desarrollo para la sostenibilidad en ámbitos sociales, ambientales y económicos.

Lozano (2017), en su investigación Atención al cliente en la Planta Embotelladora de Agua Mineral en la localidad de Cuyo 2017, la cual tuvo como objetivo identificar el producto a distribuir, su metodología fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo y de diseño no experimental en este caso se trató de agua mineral embotellada en envases de pebx. Para poder diferenciarse del resto, el producto contó de acuerdo al análisis con una cantidad de sodio de 18 mg/litro resultado que permite calificar al agua como apta para el consumo humano, si está por debajo de los 20 mg/litro. Se concluyó mediante el planteamiento en recolectar la formación de que buscaban los clientes con esta implementación, obteniendo como respuesta que un 56% de los encuestados buscaban satisfacer necesidades vitales y futuras, y un 44% obtener un agua de buena calidad. Posteriormente buscaron identificar de la zona de influencia del proyecto, siendo seleccionada la Ciudad de Cuyo, así como la capacidad de diseño de la planta, la cual se determinó tomando como base el

último año proyectado más su 10%, de la misma manera una red de distribuidores adecuados la cual permita llegar de manera rápida a los clientes, por otro lado establecieron como punto fundamenta el abastecimiento oportuno a estos, considerando la importancia de contar con almacenes que puedan contener la cantidad necesaria de producto terminando, analizando los escenarios pesimistas el cual consideraba el eventual caso que queden desabastecidos y no puedan cumplir los pedidos, por tal motivo consideraron importante establecer los intervalos de stock de seguridad entre 7 y 10 %. Finalmente, la ejecución de un estudio económico y financiero, tuvo como resultado una tasa interna de retorno del 36%, con un valor actual neto de \$8 084 795.

Barros, (2017) en su investigación Proyecto de evaluación en la atención al cliente de agua purificada en botella en la ciudad de Santa Elena 2017 tuvo por objetivo principal posicionarse en la ciudad de santa Elena como empresa líder en la elaboración y distribución de agua purificada mediante la atención al cliente, brindando un producto de calidad cumpliendo con parámetros establecidos para el consumo humano y cantidad a un mejor precio; tuvo la metodología del tipo cuantitativa, nivel descriptivo y de diseño no experimental; Como también estableció su mercado potencial la cual será satisfecha con este nuevo producto de agua purificada 74% ,del mismo modo contar con estrategias de publicidad para posicionarse dentro del mercado de agua purificada embotellada y finalmente determinar la factibilidad financiera de atención al cliente de agua purificada en botella proyecto a ejecutar. Obteniendo un resultado de 86% del proyecto el diseño del producto a distribuir, la forma del envase de 20 litros es el más vendido en la zona en un 90%, la fuente de materia prima es la distribución de bullones de 20

litros de la empresa aguapen, además al establecerse las metas principales de la envasadora de agua purificada en su primer año en el mercado en el cual se espera que tenga un 10% de participación se proyecta a conseguir utilidades para los socios y accionistas de la empresa; aplicando un estudio de mercado adecuado, en el cual se determinó que en los próximos 4 años recuperará el dinero invertido en el proyecto \$/. 68 354, finalmente con la ejecución del plan de negocios aumenta el crecimiento económico, trabajo y producción de la ciudad de Santa Elena.

Ángeles (2017) En el trabajo de investigación titulado Propuesta de una metodología de Lean Logísticas para ser aplicada en los procesos de operadores logísticos en cadenas de suministros en Colombia. Se planteó el objetivo general de Proponer el diseño y/o adaptación de una metodología de lean logísticas para ser aplicada en los procesos de operadores logísticos en cadenas de suministros. La metodología que se utilizó fue la metodología lean logísticas en las cadenas de suministros, mediante el análisis de la literatura, se identificará las características de la empresa, así mismo, se evaluará las operaciones logísticas hechas en la empresa. Se seleccionará las herramientas lean más adecuadas. Los resultados son, sobre la limpieza, el 70% de las empresas cumplen con esta actividad periódicamente y piensan que es importante para la misma. 45% de la muestra piensa que el mantenimiento preventivo en las áreas operacionales de la empresa es un aspecto de gran importancia que debe ser tomado en cuenta. El 40% de las empresas opinan que es importante basarse en casos anteriores, bien sea exitosos o de fracasos para así aprender de ellos. Sobre los procesos estandarizados, el 60% de las empresas lo pone en práctica regularmente, pero sin embargo opina que es

Cárdenas y Yessid (2019), en su tesis. Formulación de acciones de mejora en Atención al cliente aplicando las normas ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015 y el modelo serviqual del banco comercial, sede Bogotá, para optar diplomado HSEQ Facultad de Ingeniería en la Universidad Cooperativa de Colombia Bogotá. La presente tesis tuvo como objetivo general: Formular de acciones de mejora en el área de atención al cliente aplicando las normas ISO 9001 E ISO 14000 y modelo de bonita 7 en el banco Comercial sede Bogotá; metodología de la investigación fue cuantitativo, con el nivel de investigación descriptivo, técnica utilizada la encuesta, con el instrumento de cuestionario, muestra 100 usuarios del Banco Continental de Colombia-sede Bogotá, plantea las siguientes conclusiones: Se tomó una muestra de una población de 100 usuarios del banco Comercial, donde se evidencia que el 35 % de los vinculados al banco, deduce que el servicio prestado por el área de servicio al cliente es aceptable, un 32 % que es insuficiente, un 22% deficiente y un 11 % dice que es sobresaliente. Esta primera cifra nos lleva a concluir que el potencial en atención que brindan los colaboradores de la organización, no cumplen con los intereses y necesidades de los usuarios del banco Comercial, sede Bogotá. Adquirieron habilidades y capacidades necesarias para el desempeño adecuado del trabajo.; se observó que la fiabilidad tiene una calificación de 1,9% y el factor de capacidad de respuesta un 2,38% esto nos indica una alerta para que las oportunidades sean presentadas de una manera versátil por el área del servicio al cliente; con un 3% el factor empatía nos muestra que los factores críticos

## **Antecedentes Nacionales**

Zelada (2017) en su tesis titulada Atención al cliente y su influencia en el nivel de distribución de agua de mesa Solano e.i.r.l. en el primer semestre del 2017 del distrito de Trujillo, tuvo como objetivo determinar la atención al cliente y su influencia en el nivel de distribución de agua de mesa en el primer semestre del 2017 del Distrito de Trujillo. La metodología de la investigación que utilizó es de tipo transaccional; causal, de corte transversal, utilizando una muestra representativa de 333 clientes quienes evaluaron la calidad de atención al cliente brindado por el personal. Así mismo se trabajó con una población muestra de 10 trabajadores para determinar los factores que influyen en la atención del cliente. tuvo el instrumento utilizado fue el cuestionario aplicado a ambas muestras, se concluyó dichos resultados más relevantes se establece que la atención al cliente en el área de despacho un 55% está entre regular y 25% es mala y 20% es el factor que influye en dichos resultados es la falta de capacitación orientada al cliente por lo que mediante la presente investigación se está proponiendo un protocolo de atención al cliente que permitirá a la empresa incrementar sus ventas y por ende la fidelización de sus clientes.

Ángeles (2017), en su tesis Caracterización de la Gestión de Calidad de atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector Industrial – Rubro Venta de Agua gasificada en la urbanización el profesor, año 2017, en la ciudad de Chimbote – Perú, que optar el título profesional de Licenciado en Administración tuvo como objetivo principal de la empresa es mantener sus clientes actuales y

antiguos e incrementar la clientela, La metodología de la investigación se consideró en su diseño de investigación no experimental- transversal descriptivo, donde realizo su estudio de sus variables aplicando como técnica las encuestas, mediante cuestionarios, lo cual llega a la conclusión que el 33% de los representantes de las MYPES no conocen de las técnicas de gestión de calidad de atención al cliente, 25% si aplican el liderazgo democrático, pero un 28% en los planes de negocios estratégicos no tienen un plan desarrollado, pero a pesar de ello mantienen un resultado de 65% de gestión de calidad con los clientes satisfechos, lo que el autor identificó que a pesar de no llevar un planeamiento estratégico formal, tienen la conducción de dirigir y satisfacer los requerimientos de los usuarios, por tanto se puede indicar que para garantizar y desarrollar la calidad del servicio la empresa tienen la idea de cumplir con la idoneidad, pero falta una capacitación administrativa para la aplicación y por ende conllevar a un orden organizacional empresarial.

Gaitán (2017), en su Proyecto Atención al Cliente en la Empresa Distribuciones de agua tratada ac sas, trabajo para optar al título de Profesional en administrador de empresas, Universidad Santo Tomás, tuvo como objetivo principal de la empresa es mantener sus clientes actuales e incrementar la clientela externa a nivel nacional, mejorando significativamente la atención al cliente, aplicó la metodología del tipo cuantitativa, nivel descriptivo y de diseño no experimental tomó el uso de las herramientas administrativas, se procede a realizar encuestas a los funcionarios y clientes de la organización con el fin de identificar y diagnosticar el o los posibles problemas que pueden afectar las relaciones con los clientes internos y externos.

Se concluyó 37% hubo mejora en la relación con los clientes interno, porque hoy en día la comunicación es más bien eficiente, y 49% en la distribución de agua de mesa a los clientes externos, En cuanto a la tecnología, tuvo un 39% las herramientas de trabajo están obsoletas y dañadas en el momento de su uso, lo que dificulta el desarrollo de las actividades laborales ya que son factores que pueden afectar negativamente o positivamente el crecimiento y desarrollo de la misma.

Del Rio y Rosero (2018), en su tesis Plan de atención al cliente y creación de la empresa envasadora agua vida s.a.s para optar el grado de Administrador de Empresas de la Universidad EAN Bogotá, Colombia. El cual tuvo como objetivo general desarrollar un plan de atención al cliente y creación de la empresa envasadora agua vida s.a.s cuya actividad comercial estará enfocada en universidades de la ciudad de Trujillo. Tiene diseño metodológico basado en sus objetivos y su población Los mencionados tesista después que realizó un brillante trabajo llegaron a los siguientes resultados, el 91% de la población joven tiene voluntad por generar un cambio en pro de la conservación ambiental. El 77% de los universitarios son conscientes del daño generado por las botellas plásticas, aunque no todos son ecologistas activos, el 93% de estos están dispuestos a tomar decisiones que beneficien el planeta siempre y cuando el entorno les facilite su ejecución. La estrategia de atención al cliente y la creación de la planta envasadora estará enfocada a la difusión de la problemática señalando los 15 responsables y causantes del daño ambiental, posteriormente se contará el fin empresarial de la creación de agua vida. El proyecto será financieramente rentable aun si se dona el

27% de las ventas totales de la empresa. El 39% prefirió pagar por llenar un termo de agua vida que comprar una botella será por motivación de ayuda ecológica y su conciencia con el medio ambiente. Se tuvieron en cuenta para la determinación el 48% del volumen de ventas fueron basados en la aplicación de la encuesta, es decir que toda la viabilidad empresarial está sujeta a la sinceridad de respuesta de los encuestados, en conclusión el más grande obstáculo en la consecución del presente Plan de atención al cliente y creación de la empresa envasadora agua vida s.a.s, 48% los costos de la maquinaria necesaria para la operación de agua vida, ya que algunos proveedores solo brindan información a empresas legalmente constituidas. El tiempo dedicado a investigar la viabilidad del negocio fue fructífero, a medida del desarrollo de cada capítulo se identificaron elementos que fueron tenidos en cuenta en esta tesis.

Rivera (2019) en su tesis titulada Calidad de atención al cliente en las Mypes del sector comercio rubro agua de mesa en el distrito de Zarumilla, año 2019, el presente trabajo que investigó cuáles son las Caracterización de la calidad de atención al cliente en las mypes del sector comercio rubro agua de mesa, Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación Determinar las Calidad de atención al cliente en las Mypes del sector comercio rubro agua de mesa en el distrito de Zarumilla, año 2019, Utilizó una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental; aplicando la encuesta y cuestionario como instrumentos y técnicas de recolección de datos; con una población de 68 clientes de las 03 mypes dedicadas al rubro de agua de mesa lo concluyó que tanto el dueño como el personal no está comprometida con ofrecer producto de calidad en la

distribución del agua envasada y que la empresa no evalúa sus indicadores de compra.

### **Antecedentes Locales**

Pilco (2019) en su tesis Propuesta de mejora de Atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de agua, condominio Ciudad Sol de Retablo del distrito de Comas, 2019. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, tuvo como objetivo principal, Proponer la Toma de Decisiones como factor relevante para la mejora de atención al cliente y de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de agua, Condominio Ciudad Sol De Retablo - Comas, 2019. Su metodología fue cuantitativo, descriptivo, no experimental-transversal, en sus resultados se concluyó que del 100 % siempre promueven el crecimiento en la participación del mercado en las ventas, el 100 % manifestaron que siempre son sostenibles por su desempeño económico, el 60 % manifestó que algunas veces desarrolla estrategias competitivas que le permita su sostenibilidad, la mayoría el 80 % manifestó que siempre fomenta la inclusión como estrategia de sostenibilidad y el 20 % lo hace algunas veces, el 50 % manifestó que siempre cuenta con algún programa de reciclaje como política de sostenibilidad, el 40 % casi siempre, el 50 % señaló que siempre practican la buena atención al cliente para la sostenibilidad de la empresa se llegó a concluir e Identificó a los siguientes factores relevantes: los objetivos, certeza, preferencias conductuales, desempeño económico, estrategia competitiva.

Castro (2019) en su tesis que realizó; Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector producción-rubro agua embotellada de la urbanización los Viñedos, del distrito de Santiago de surco, 2019, tuvo como objetivo general Proponer las mejoras en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector producción, rubro agua embotelladas, de la urbanización los viñedos del Distrito de Santiago de Surco, 2019. La metodología fue cuantitativo, descriptivo, de diseño no experimental y transversal. Llegó a la conclusión con respecto a la mejora de producción del producto que brinda al público 60% satisfechos;20% llegada del producto antes de la hora indicada, 20% con mejoras en producción y competitividad como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector producción- rubro agua embotellada.

Cárdenas (2017) En su tesis Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente y la formalización de las mypes del sector comercialización - rubro distribución de agua de mesa para consumo humano en el distrito de Juanjuí, 2017, para optar el título profesional de licenciado en administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, tuvo como objetivo general conocer las características de la gestión de calidad en atención al cliente y formalización en las MYPES, del sector comercialización –rubro distribución de agua de mesa en el distrito de Juanjuí, 2017. El tipo de investigación es descriptiva – no experimental. Finalmente, se concluyó con respecto a la gestión de calidad 57% se observa que la mayoría de los encuestados afirma que su servicio está de acuerdo a las necesidades

del cliente, y 28% una minoría indica su servicio no está de acuerdo a las necesidades del cliente.

Gonzales (2019) en su tesis, que realizó Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro envasadora agua de mesa, de la avenida Antúnez de mayolo, del distrito de Los Olivos, 2019. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, tuvo como objetivo general proponer la mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro envasadora agua de mesa, de la avenida Antúnez de mayolo del distrito de Los Olivos, 2019. La metodología empleada fue cuantitativo, descriptivo, no experimental-transversal y tuvo resultados en cuanto al consumo de agua de mesa un 10% señalan que la empresa está en lugar apropiado, así mismo otro 10% señala que se encuentra satisfecho con el precio del buyón de agua, mientras que la gran mayoría en un 80% señala satisfacción por la calidad, higiene de agua que brinda a la población. En conclusión, observó entonces que para el sector y rubro en estudio es importante el financiamiento inicial del emprendimiento, por los resultados obtenidos se aprecia que la mayoría de las mypes es rentable y cuya rentabilidad ha permitido no requerir de financiamiento externo posterior para la continuidad de las operaciones. Hidalgo (2017). En su tesis Atención al cliente y formalización de las mypes del sector industrial rubro agua de mesa, distrito de Iquitos, año 2017 para optar el título profesional de licenciado en administración de la Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote tuvo como objetivo general Comprobar si las Mypes del Sector industrial, rubro agua de mesa, del distrito de Iquitos están

formalizadas y hacen uso de herramientas de atención al cliente. La metodología es cuantitativa – descriptiva – no experimental. Finalmente, se concluyó que los microempresarios del Sector industrial, rubro Agua de Mesa del distrito de Iquitos, según la investigación realizada, un 70% están enfocados en sus resultados económicos administrando las operaciones según su experiencia; el 20% está interesado en cuanto a las técnicas y estrategias de una buena atención al cliente. Esto se evidencia la formalización de empresas envasadoras de agua que existe en Iquitos solo hay (10%)

## 2.2 Bases Teóricas

### 2.2.1 Teoría de atención al cliente

Brown (2018) La prestación al usuario no está relacionado con hacerles saber a los clientes que están en lo correcto. Excepto si puede hacer un esfuerzo adicional con la suposición de brindar a los clientes la mejor asistencia que los clientes y la organización pueden cumplir. No obstante, creo que profesa "poner al cliente primero" y de vez en cuando conoce nada menos que a una de sus propias organizaciones que ha intentado llevar a cabo una más de las medidas antes mencionadas. Debe estar "situado en el cliente". Estos pensamientos son, en general, furor en la actualidad, y cuando localizan un problema, numerosos jefes se idealizan en discursos mediante el saludo e intentan aplicarlo a sus heridas, de forma similar a un "vendaje". No trabajan a mas periodos y desarrolla menos. Mas organizaciones están convencidas de agruparse en un objetivo que es la atención al cliente, y sus empresas de promoción han elaborado una “comparativa para ella”.

Varias organizaciones vienen haciendo referencia de manera efectiva constantemente para poner a los usuarios como una gran necesidad. Para ello se espera que la base al usuario sea la conexión entre las organizaciones y el usuario, para que el comprador reciba el artículo lo más pronto y lo hace con precisión.

La atención al comprador se determina como una poderosa herramienta organizacional del ejecutivo, un aparato esencial que permite ofrecer clientes mejorados en cuanto al trato realizado por los contendientes y lograr la impresión de contraste en la propuesta mundial de la organización (Blanco 2010cita Pérez 2018)

## 1. ATENCION AL CLIENTE

la atención al cliente viene a ser el servicio que una empresa brinda a sus clientes al momento de venderle un producto o servicio, en el que además se busca atender sus inquietudes, reclamos o pedidos; asimismo no manifiesta que, los factores que influyen directamente en la calidad de servicio Da Silva (2018).

Lana (2017) el cliente es el más importante y el único capaz de producir gran valor a una empresa, dicho éxito depende en captar, aumentar y mantener a los usuarios ya que son la razón de formación de mypes, contratar trabajadores y la realización de variadas actividades empresariales (p.133)

Atención al cliente es la unión de hechos interconectadas orientadas en práctica por una institución hacia sus usuarios vayan a la satisfacción del primer momento a la fidelización eterna.

Albrech (2017) sostiene que el cliente es un individuo con necesidades e inquietudes, que definitivamente no tiene razón en todos los casos, sin embargo, que constantemente necesita comenzar las cosas asumiendo que una empresa necesita separarse por la naturaleza de su administración.

Harrington (2018) caracteriza al cliente como el individuo principal de otras ocupaciones. En nuestra labor significa establecimiento donde acuden personas con necesidades y deseos donde nuestra responsabilidad es cumplirlos, merecen el trato más atento y respetuoso que podamos, abordan el imperativo líquido para este negocio o algún otro, sin ellos nos veríamos obligados a terminar. Los usuarios de la organización de la administración se sienten desilusionados y debilitados, por sus precios, sino por la falta de respuesta, el maltrato y el olvido de sus trabajadores.

Desatnick (2018) demuestra que las principales cualidades que identifiquen la atención al usuario y son:

A: El trabajo debe ser base principal con un sentimiento de asistencia competente, sin vacilaciones y con cortesía.

B. El representante debe estar apto, no olvidar al cliente que lo necesita.

C. Debes intentar ajustar la hora de administración no a tu propio tiempo, sino al tiempo accesible para el cliente, es decir, para tener rapidez.

D. Se prescribe enérgicamente centrarse en lo que solicita el cliente, en caso de que haya una imperfección. El usuario verá el valor de cualquier individuo que necesite ser grande con él.

Además, la organización debe formar técnicas que le permitan lograr sus destinos, generar efectivo y separarse de los contendientes.

F. La organización debe lidiar con las preguntas e inquietudes de sus usuarios, disminuyendo tanto como podría esperarse la distinción entre la verdad de la ayuda y las suposiciones del cliente.

## 2. Tipo de Clientes

Con respecto a los tipos de clientes Cuatrecasas (2017), señala los siguientes tipos de compradores:

- ✚ Cliente fiel; Está que repite constantemente para compra un producto, servicio.
- ✚ Cliente Potencial; aquellos individuos que aún no compran, pero se les considera como futuros consumidores; es decir serán una forma de ganancias en ventas futuras.
- ✚ Cliente; expediente de cumplimiento, tasa ominosa o positiva.
- ✚ Producto / Servicio; Medición de congruencia o no similitud con las referencias. Este indicador se puede estimar mediante archivos de referencia, determinación, manual de proceso o contrato con el proveedor del cliente. Esto es válido para algunas conexiones de proveedores de clientes, dentro de la organización y que normalmente no se consideran.
- ✚ Proceso: Se estimará por sus grados de imperfecciones, averías, despidos, errores, etc.

### **3. Características de clientes**

Albrecht (2017), en su libro "Grandeza en la asistencia", presenta 7 reglas que caracterizan a los usuarios.

1. Los clientes son las principales personas más importantes en cualquier negocio.
2. Los clientes no dependen de nosotros. Confiamos en ello.
3. Los clientes no se entrometen en nuestro trabajo, son objetivos.

En el momento en que aparece un cliente, lo ayudamos, pero no lo hacemos sirviéndolo.

4. Los clientes son una pieza vital de nuestro negocio. Es cualquier cosa menos un forastero.
5. Los clientes no son solo dinero en el cajero. Es un ser humano emocional y se lo debe brindar el mejor trato.
6. Los clientes son unas personas apasionadas y merecen un trato consciente.
7. Los clientes deben tomar la consideración más meticulosa que podamos dar ya que es el alma de cualquier negocio.

En lo que respecta a la definición de Sostenibilidad Las conexiones de las organizaciones con los clientes están avanzando, el comprador tiene una importante inversión para mostrar su punto de vista correspondiente al ítem o administración que la organización da, esto infiere una variedad de dificultades que consideran que la administración de clientes es una técnica manejable ya que infiere organizar una progresión. de actividades para aportar valor social, ecológico y monetario. Ser

compatible infiere tener una armonía entre el alcance económico, social y ecológico de la organización (Triquel, 2018).

Santillana (2018) presenta una combinación de las cuatro postulaciones sobre hipótesis de sustentabilidad

En cuanto a la microempresa, Gamboa (2018) llama la atención sobre que es la más pequeña de las organizaciones, el propietario de las pequeñas empresas trabaja con la ayuda de sus familiares, que puede ser un establecimiento pequeño. Reconoce a los clientes el equivalente que no tiene liquidez rápida para solventar circunstancias que surgen realmente tomando forma o mejoramiento del equivalente, difiriendo los ciclos en eventos y desempeñando distintas capacidades: comprar el producto, solicitarlo, atenderlo, cobrarlo, paga y se ocupa de las perspectivas de gestión.

#### **4. Importancia de Atención al cliente.**

La atención al cliente y su importancia para la empresa, nos mencionaba que resulta aceptable definir a la satisfacción del cliente como el resultado de la comparación que de forma inevitable se realiza entre las expectativas previas del cliente puestas en los productos y/o servicios y en los procesos e imagen de la empresa, con respecto al valor percibido al finalizar la relación comercial (Feigenbaum 2019).

El cliente es definido por Albrecht y Bradford (1990), como la razón de existir de nuestro negocio. Entonces se entiende que es la persona que paga por recibir a cambio un producto o un servicio. Esta es la razón por la cual las empresas dirigen

sus políticas, productos, servicios y procedimientos a la satisfacción de sus expectativas.

### **2.2.1.1 dimensiones de Atención al cliente**

Según las dimensiones de atención al cliente, indica que la eficacia no es lo que pone en una ayuda, es lo que el cliente capta de ella y por lo que pagará. Como regla general, el cliente valora la exhibición de su asociación según el grado de cumplimiento que adquirió al contrastarla y sus supuestos. La mayoría de los clientes utilizan 4 aspectos de dimensiones y cada uno 3 indicadores para completar dicha prueba **Drucker (2018)**

- a) **Capacidad de respuesta;** La capacidad de respuesta en la atención al cliente; es dar una respuesta correcta en el momento oportuno donde se evalúa el comportamiento de los clientes, recuerda que una característica notable es que todos desean ser atendidos lo más pronto posible. Drucker (2018)

#### **indicadores**

- ✚ Rapidez; es pilar principal de un buen servicio de atención al cliente y es dedicar el tiempo necesario al cliente hasta satisfacer sus necesidades.
- ✚ Satisfacción del cliente; es una medida de satisfacción y de cómo llegar a las expectativas del cliente.

✚ Solución de entrega; es la medida del tiempo desde el inicio de orden de compra hasta el momento de entrega del producto.

b) **Fiabilidad;** Es la capacidad para desempeñar el servicio prometido con formalidad y exactitud. Significa brindar el servicio en forma correcta desde el primer momento. Aquí se incluyen todos los elementos para permitirle al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de la organización. Drucker (2018)

### Indicadores

✚ Habilidad de servicio; son cualidades y aptitudes que brindan un empleado al cliente.

✚ Destreza; es la habilidad de comunicación de manera efectiva y clara hacia el cliente.

✚ Compromiso; es el vínculo que tiene la empresa hacia los clientes es decir fidelizar al cliente

c) **Accesibilidad;** las empresas ofrecen un nivel de atención personalizada a sus usuarios para la satisfacción de la misma. Este servicio se adapta y se transmite al gusto del usuario. Drucker (2018)

indicadores

- ✚ Atención personalizada; es la atención personalizada del trato de un empleado hacia el cliente
- ✚ Contacto con el cliente; es un medio de desarrollar estrategias y mantener fidelizados con la marca a los clientes.
- ✚ Trato agradable; es la forma de identificar sus gustos y necesidades y empatizar con el cliente; para obtener una buena y exitosa atención.

**d) infraestructura y equipos;** Es el aspecto físico donde se determina las instalaciones y ubicación de los equipos, materiales y el capital humano.

Drucker (2018)

indicadores

- ✚ Áreas de materiales; es de suma importancia porque mantiene un flujo de materiales operativos de la empresa.
- ✚ Ubicación de equipos; es el lugar donde se coloca las maquinarias y tenga un buen punto de distribución
- ✚ Zona de mantenimiento; Es el área de realizar los mantenimientos preventivos y correctivos de las instalaciones de la empresa.

### **1.2.2 sostenibilidad de los emprendimientos**

Vásquez (2018) el emprendimiento sostenible tiene como finalidad realizar buen uso de los recursos que existen en la empresa como es el factor humano,

innovación, medio ambiente y de esa forma obtengan bienes y servicios de la población.

El emprendimiento sostenible, implica un proceso cuyo fin es lograr el desarrollo sostenible, mediante el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades y la creación de valor que provoca la prosperidad económica, la cohesión social y la protección del medio ambiente (Guzmán & Trujillo, 2008).

Da Silva (2018), indica que el interés al usuario viene a ser el servicio que una empresa brinda a sus compradores al momento de venderle un producto o servicio, en el que además se busca satisfacer sus inquietudes, reclamos o pedidos; asimismo la calidad del usuario influye directamente en los factores.

## **1. Definición de sostenibilidad**

Vázquez (2017) La sostenibilidad es utilizada con los activos de forma objetiva, y así arreglar dichos obstáculos actuales sin negar

a las personas en el futuro de tener sus necesidades cubiertas (p.20)

Según Dopico e Iglesias (2017) es el avance financiero que puede hacer inconvenientes en el tiempo de hoy que limitan las oportunidades futuras. Más allá que el inicio tiene numerosos atributos en todas las naciones, de todos modos, la controversia sobre el avance es en todo el mundo, lo que expone el riesgo de la sostenibilidad ecológica del planeta en la oportunidad de que siga con los ejemplos recientes de avance

### **2.2.2.1 dimensiones sostenibilidad de los emprendimientos**

**A) dimensión ambiental;** Se identifica por medio la conducta del individuo que realiza con el medio ambiente.

La integración de los criterios de sostenibilidad ambiental en la gestión de una empresa ha ido cobrando importancia a lo largo de los años. En la actualidad, las cuestiones ambientales se consideran estratégicas para garantizar el éxito y la operatividad de una organización y representan ya un factor determinante para inversores que buscan la rentabilidad de las empresas sostenibles.

(Gómez Raquel 2018) En relación a este aspecto el creador sugiere El avance Rural Sostenible supone siempre la incorporación armónica entre producción y medio ámbito, entre reglas públicas y privadas, entre ocupaciones agrícolas y no agrícolas, entre espacios territoriales y culturales, entre avance barato, humano y ecológico (Sánchez ,2009, p.24).

Las tácticas que debe integrar el avance sostenible son el desarrollo barato sostenible, sostenimiento del medio natural, y que logren estos sostenimientos ser evaluados sabiendo el encontronazo ambiental producidos por el avance urbano. Esta cita otorga de comprender que estamos seguros de que se hagan todas las evaluaciones ambientales primordiales para todas las ocupaciones comerciales. Además, nos encontramos en compromiso a realizar distintas leyes y regulaciones de custodia ambiental, en concordancia en periodo se obtiene normas internas para evitar accidentes, contaminación y contribución (Sánchez ,2009, p.24).

### **indicadores**

✚ Responsabilidad; es la cualidad de la persona responsable.

- ✚ Desarrollo de los procesos de reciclaje; es un proceso en recolectar y transformar los residuos o materiales en desechos y convertir en nuevas materias para su reutilización.
- ✚ Incentiva compra de productos ecológicos; son todos aquellos métodos que han sido elaborados bajo fórmulas no dañinas para el medio ambiente.

**B) Dimensión económica;** Resalta el valor económico entre la diferencia entre el valor y precio.

Es el elemento más importante para su crecimiento y desarrollo no se puede pasar por alto la gran cantidad de factores económicos externos que pueden afectar en mayor o menor medida a su situación, (Cotes 2017, p. 2820)

Según Liderman, Messina, Pienknagura y Rigolini (2014) el avance barato se puede determinar la aptitud de países o zonas para hacer riqueza a fin de fomentar y sostener la prosperidad o confort barato y popular de sus pobladores. Se podría obtener los resultados cualitativos dentro de un sistema económico por tasas de incremento se mantienen muy en alto permitiendo sostenerse en procesos de acumulación de capital (p.4).

Según Johnson y Scholes (2010) comentan que las características del ámbito en el emprendimiento sostenible para el avance barato representan una dirección y amplitud del accionar de una organización en todo el tiempo, para suplir las solicitudes del mercado y las expectativas, provocando virtudes competitivas desde la configuración de los elementos, dentro de un ámbito preciso, es de esta

forma, como se muestran ahora los próximos elementos: En la mayoría de los casos, el valor barato de las compañías se asimila a su desarrollo financiero, el cual, paralelamente, se obtiene de las cantidades que arroja la contabilidad (Padilla-Ospina y Rivera-Godoy, 2016)

### **indicadores**

- ✚ Incentivos; son recompensas que dan a los empleados por su mayor productividad realizado durante el mes.
- ✚ Emprendimientos; es la acción de convertir una idea e innovación en un modelo de negocio que tenga la oportunidad de mercado.
- ✚ Innovación; es importante que las empresas manejen una estrategia competitiva, eficiente para satisfacer constantemente las exigencias del cliente.

**C) DIMENSION SOCIAL;** El factor se reajusta y reorganiza a largo tiempo medida de las necesidades de la población que el cliente lo solicite.

Los factores sociales que afectan el entorno económico de una empresa son las influencias culturales de la época, tendencias a nivel de consumo, modas y costumbres de los recursos humanos son de gran importancia para generar recursos financieros y desarrollo de las organizaciones que hacen parte del sistema de emprendimiento, la enseñanza, cultura y contiendas claras para encaminar un negocio que se convierten en elementos claves que generan distinciones y conducen al éxito (Auletta y Rivera, 2011:14)

### **indicadores**

- ✚ Competitividad; es la capacidad de competencia en el precio de las demás empresas y tener un valor agregado y así llegar a la satisfacción de cliente.
- ✚ Adapta y promueve la viabilidad; es la cualidad analizar y obtener la probabilidad del éxito de un proyecto.
- ✚ Conservar el compromiso; se debe mostrar el aprecio hacia el cliente y mantenerlo fidelizado.

**2.2.3 La Micro y Pequeña Empresa (MYPE):** es el valor económico conformado por personas naturales o jurídicas bajo diferentes tipos de empresas que tiene por temas importantes de desarrollar actividades, transformación, comercialización de bienes y servicios, producción. Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

### **1.MYPES**

Palacios (2011). El Artículo 4° de la Ley MYPE, da unos puntos importantes de las mypes, a la letra dice: es un conjunto de unidades económicas que opera en la sociedad ya sea persona natural o jurídica, bajo variadas formas de empresas que ejecutan diferentes actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (TEXTO UNICO ORDENADO), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (Dec. Leg. N° 1086)

Tello (2013). las mypes es la actividad económica que está constituida por persona natural y jurídica, bajo cualquier forma empresarial, o gestión empresarial contemplada en la legislación 37 vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla mypes (p.18).

## **2.CARACTERISTICAS Y TAMAÑO DE MYPES**

Los caracteres y tamaños son diferentes de las mypes que se rigen en el Perú por dicha (Ley de promoción y formalización de las mypes, donde se establece que el número total de trabajadores de una microempresa abarca:

Tipo de empresa	Personal (trabajadores)
microempresa	1 hasta 10 trabajadores
Pequeña empresa	1 hasta 50 trabajadores

Como dijo Cabrera (2013) los negociantes son un conjunto de guías que mueven su poder de autoridad con variados públicos y ambientes, a través de sus sueños y aspiraciones.

Las empresas son la fuerza y confianza en diversas personas, esperanza y aguarda para poder formar, ocuparse, cooperar y desenvolver su potencial competitivo/laboral en las medianas y pequeñas empresas.

## **3.Las Mypes en la emergencia sanitaria Covid 19**

En la actualidad el mundo se enfrenta a una gran pandemia de covid 19 que causo muertes instantáneas y ocasionó las quiebras a distintas mypes de diferentes rubros afectando a la tecnología, ambiente, comercio y finanzas. Es la forma más correcta ante los desafíos intergubernamental para solucionarlo por sí sólo. Después del covid 19 es la oportunidad única de cooperación mundial. reconstruya el orden internacional, incluso en el ámbito del comercio internacional. El cierre 40 de fábricas en el extranjero afecta a las pequeñas empresas de todo el mundo, y los choques de oferta y demanda cruzan las fronteras a través de cadenas de suministro interrumpidas. Suministro flexible la cadena puede transferir conocimiento bajo la nueva normalidad, brindar estabilidad y generar agilidad cómo integrar a los participantes de la cadena de suministro con el comercio multilateral vinculados al sistema para hacer recomendaciones, por ejemplo, mediante el establecimiento de un consejo de cadena de suministro y la implementación de algunas de estas recomendaciones puede fortalecer el comercio multilateral sistema. Por último, la rápida acumulación de experiencia práctica de China en la gestión ambiental en los últimos años puede proporcionó una lección valiosa del personal que deben desarrollar y compartir prácticas e innovaciones de gestión ambiental e incrementar la cooperación con los otros países y la experiencia práctica en cobrar los servicios ecológicos.

#### **2.2.4 Agua de mesa:**

Agua es un término que procede del vocablo latino agua, es el nombre de la sustancia que dispone de moléculas compuestas por dos átomos de hidrógeno y un átomo de oxígeno.

Se trata del principal componente vital de nuestro planeta. Un mineral, por su parte, es una sustancia inorgánica que presenta algún tipo de interés al ser humano

El Agua como producto, el agua tiene un proceso de tratamiento para ser distribuido y entregado a los consumidores.

El Agua segura; el agua es sura para beber cuando se eliminan las bacterias peligrosas, metales tóxicos para el ser humano.

El agua, en tal razón García-Pelayo y Gross R. (1974, p. 20), detalla que, el agua es un cuerpo compuesto, que resulta de la combinación de dos volúmenes de hidrogeno por uno de oxígeno. Su fórmula es H<sub>2</sub>O. En estado puro no tiene color e insípida; hierve a la temperatura de 100° C, cuando la presión que en ella se ejerce no es superior a la de una atmósfera, pero dicha temperatura de ebullición aumenta con la presión; el agua se solidifica a 0o C. Existe en la atmósfera en estado de vapor. El agua natural no es pura; contiene en disolución gases y sales y en suspensión gases polvos diversos y a veces microbios, La filtración de estos últimos puede resultar graves enfermedades y muy especialmente la fiebre tifoidea. Por tal razón conviene filtrar cuidadosamente el agua que ha de beber y siempre previamente se debe hervirla”.

#### **a) El embotellado de agua de mesa**

Es un proceso productivo

### **- Reactivos para el tratamiento:**

El tratamiento de una cisterna de agua se realiza de pasar de una cisterna a otra. En esta cisterna se ejecuta la incorporación bacteriológica a fondo de ozono por contorno el cual se desarrolla una separación de moléculas de O<sub>2</sub>, luego su purificación, se pasa a un aparato cerrado de 3 bombillas de iluminación ultravioleta.

- Luego por un **periodo de 8 horas** aproximadamente se deja reposando el agua, donde las partículas y el asentamiento de los sólidos que se retiran una vez que estén coagulados por un tiempo determinado para eliminar todos los microorganismos patógenos.

### **- Filtración:**

Luego de un proceso de descanso, se empieza el proceso de filtración bombeando agua a través de todos los filtros; el filtro primero contiene grava y arena, por medio del cual se exterminan aquellos compactos que aún están suspendidos en el agua. El filtro segundo es de carbón activado cuya situación primordial es la de eliminar el sabor a cloro que le existe al agua, así eliminar cualquier olor. En este filtro se suspende las partículas que dan color al agua, si las hay presentes.

### **- Suavizador:**

Luego se pasa al suavizador, el suavizador está colmado con zeolitas y las sales en calcio y magnesio por sodio se convierten en catiónico.

**- Osmosis inversa:**

Este último proceso se quita las sales que sobraron por medio de membranas cargadas con pulidores de intercambio catiónico.

**b) Almacenamiento de agua envasada**

el H<sub>2</sub>O sano y puro se coloca en un tanque elevado, con forro azulejo de color blanco, dicho tanque está tapado para evitar la contaminación del agua; desde él se realiza por gravedad el llenado de garrafones.

**c) Lavado de garrafones:**

Este proceso se lleva a cabo en las lavadoras digitales, que se reparten en dos etapas, una de lavado y una de enjuagado. Para la limpieza se empieza con una solución de sosa cáustica al 2% que se introduce a presión por la boca del botellón boca abajado. Para el enjuague se utiliza el segundo nivel de la lavadora en donde mediante las válvulas que introducen el agua tratada para sacar completamente fría. Los botellones limpios se pasan a la etapa de llenado.

**d) Llenado, tapado y etiquetado.**

Se distribuye por un aparato donde se llena el bidón, luego se coloca sobre una plataforma con ruedas en la parte de debajo de las válvulas, se llena y se desliza sobre la mesa donde se efectúa el tapado con tapones de plásticos, claro bien desinfectado con cloro, posteriormente se etiqueta y se lleva al almacén.

**e) Envasado**

El envasado tiene una función de proteger los alimentos elaborados de la luz, la humedad y otros contaminantes del medio ambiente.



**EVOPACK PERU SRL**  
 INGENIERIA Y EXPERIENCIA FABRICANDO MAQUINARIA PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA.

**Máquinas para procesos:**

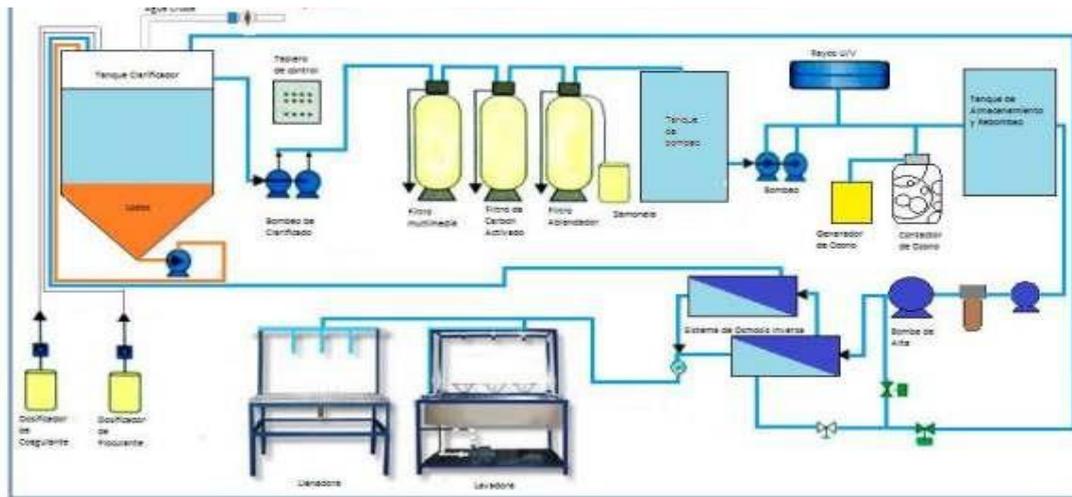
- Lixivación
- Dosificadores
- Secadores
- Mixoblock de brezo y azúcar
- Empacadoras
- Túnel de laminación
- Extrudoras sólidas
- Taxadoras
- Rosadoras
- Empacadoras
- Empacadoras
- Cortadora de látex
- Autoclave
- Extrusora
- Coladora
- Farmas de Hamburguesa
- Cutter
- Mixador homogéneo
- Secador de látex
- Transportador neumático
- Taxa
- Transportadores
- Mesas de alimentación

**Maquinaria mostrada:**

- Dosificador de polvos
- Taxa
- Dosificadora de brezo
- Túnel automático con ordenador y agrupador de latas
- Empacadora
- Mixoblock de brezo y azúcar
- Empacadora
- Cortadora de látex manual
- Taxador automático
- Reactor de brezo
- Controlador-agrupador y autoclave infladora automática
- Autoclave
- Empacadora y taxadora de látex
- Túnel de laminación
- Extrusora
- Coladora
- Autoclave
- Cortadora de látex con refrigeración
- Cutter

**JART**

Plaza Ar. del Comercio Central N° 2000 Lima - Perú  
 Correo: evopack@peru.com | Teléfono: 011 42222222 | evopack@peru.com  
 Doble: 00000000



### **III. Hipótesis**

La presente investigación que lleva como título atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos de las mypes del sector industrial rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería no planteó hipótesis por ser una investigación de nivel descriptiva, por lo que no fue necesario de una hipótesis. Asimismo, no se manipuló las variables ni se desarrolló suposiciones que resultarían del trabajo en donde esta hipótesis podría ser o no ser acertada.

La investigación que es de carácter descriptivo exploratorio y no correlacional no lleva hipótesis, ya que las hipótesis de investigación según Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) son proposiciones tentativas acerca de la o las posibles relaciones entre dos o más variables, en suma, estas hipótesis son predictivas, correlacionales, de comparación y causales. Además, mencionan que en toda investigación no siempre se debe establecer hipótesis (p. 124, 127).

## **IV. Metodología**

### **4.1 Diseño de la investigación**

#### **No experimental**

El diseño fue que se estudió conforme al contexto, sin alterar datos de la realidad. Así mismo, este tipo de estudio se dio por que se recolectaron datos en un mismo tiempo y momento determinado con el propósito de describir variables, evaluar y analizarlos.

La investigación no experimental es un estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

#### **Transversal**

La investigación se aplicó del modo transversal porque se evaluó en único a una misma población describiendo solo los resultados sin manipulación de variable. Según Hernández (2014) La investigación transversal o transaccional recolecta información en un mismo contexto y tiempo único.

### **4.2 Población y muestra**

#### **4.2.1 Población**

Estuvo conformada, por el 100% de la población, es decir por las 15 micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería Ucayali 2021, se escogieron 15 micro y pequeñas empresas

porque son las empresas que se pudo obtener para la recolección posterior de datos y permisos en la realización de encuestas,

#### **4.2.2 Muestra**

En el desarrollo de la investigación estuvo conformada, por el 100% de la población, mediante el muestreo probabilísticos según Hernández Sampieri (2014) menciona que el muestreo probabilístico no se hace por conveniencia del investigador. La muestra, es un sub grupo de la población, es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población.

La muestra es la parte representativa de la población y al método de obtener la muestra como lo llaman el muestreo; es la selección y estudio de la muestra Rodríguez (207)

### 4.3 Definición y Operacionalización de Variables

VARIABLE		Definición Operacional			Escala de medición
Denotación	Definición	Denominación	Definición	Indicador	LIKERT
Atención al cliente	la atención al cliente viene a ser el servicio que una empresa brinda a sus clientes al momento de venderle un producto o servicio, en el que además se busca atender sus inquietudes, reclamos o pedidos; asimismo no manifiesta que, los factores que influyen directamente en la calidad de servicio Da Silva (2018).	Capacidad de respuesta	La capacidad de respuesta en la atención al cliente, es dar una respuesta correcta en el momento oportuno donde se evalúa el comportamiento de los clientes, recuerda que una característica notable es que todos desean ser atendidos lo más pronto posible.	Rapidez Satisfacción del cliente Solución de entregas	LIKERT
		fiabilidad	Es la capacidad para desempeñar el servicio prometido con formalidad y exactitud. Significa brindar el servicio en forma correcta desde el primer momento. Aquí se incluyen todos los elementos para permitirle al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de la organización.	Habilidad de servicios Destreza compromiso	
		Accesibilidad	las empresas ofrecen un nivel de atención personalizada a sus usuarios para la satisfacción de la misma. Este servicio se adapta y se transmite al gusto del usuario.	Atención personalizada Contacto con clientes Trato agradable	

		Infraestructura y equipos	Es el aspecto físico donde se determina las instalaciones y ubicación de los equipos, materiales y el capital humano.	Áreas de materiales Ubicación de equipos Zona de mantenimiento.	
Sostenibilidad de los Emprendimientos	<p>Vásquez (2018) el emprendimiento sostenible tiene como finalidad realizar buen uso de los recursos que existen en la empresa como es el factor humano, innovación, medio ambiente y de esa forman logren generar bienes y servicios a la población.</p> <p>El emprendimiento sostenible también implica el emprendimiento de sostenibilidad, un proceso cuyo fin es el desarrollo sostenible mediante la evaluación, descubrimiento y explotación</p>	Ambiental	<p>Se identifica por medio la conducta del individuo que realiza con el medio ambiente.</p> <p>La integración de los criterios de sostenibilidad ambiental en la gestión de una empresa ha ido cobrando importancia a lo largo de los años. En la actualidad, <b>las</b> cuestiones ambientales se consideran estratégicas para garantizar el éxito y la operatividad de una organización y representan ya un factor determinante para inversores que buscan la rentabilidad de las empresas sostenibles. (Gómez Raquel 2018)</p>	<p>Responsabilidad</p> <p>Desarrollo de los procesos de reciclaje</p> <p>Incentiva compra de productos ecológicos</p>	LIKERT
		Económico	<p>Resalta el valor económico entre la diferencia entre el valor y precio.</p> <p>Es el elemento más importante para su crecimiento y desarrollo no se puede pasar por alto la gran cantidad de factores económicos externos que pueden afectar en mayor o menor medida a su situación, (Cotes 2017, p. 2820)</p>	Incentivos	
				<p>Emprendimiento</p> <p>Innovación</p>	

	<p>de oportunidades y creación de prosperidad económica, la protección del medio ambiente y cohesión social (Guzmán, Trujillo2018).</p>				
		<p>Social</p>	<p>El factor se reajusta y reorganiza a largo tiempo a medida de las necesidades de la población que el cliente lo solicite.  Los factores sociales que afectan el entorno económico de una empresa son las influencias culturales de la época, tendencias a nivel de consumo, modas y costumbres  Los recursos humanos son de gran importancia para generar recursos financieros y desarrollo de las organizaciones que hacen parte del sistema de emprendimiento, la enseñanza, cultura y contiendas claras para encaminar un negocio que se convierten en elementos claves que generan distinciones y conducen al éxito (Auletta y Rivera, 2011:14).</p>	<p>Competitividad  Adapta y promueve la viabilidad.</p>	

## 4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### 4.1.1. Técnicas

se utilizó técnica de la encuesta que se aplicó a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito Callería Ucayali

Según Novoa (2009): “La encuesta es una interrogación que puede o no ser personal directo, se aplica a cualquier tipo de persona en su propio medio para solicitarle una opinión o actitud sobre un tema determinado”. (p. 109).

### 4.4.2. instrumento

Para la presente investigación se utilizó como instrumento el cuestionario, estructurado con 17 preguntas, dividido en dos partes, primera parte sobre la atención al cliente y segundo sobre la sostenibilidad de los emprendimientos.

Para Novoa (2004), “un instrumento de investigación cumple un rol importante en la recogida de datos. Toda medición o instrumento de recolección de datos deben ofrecer validez y confiabilidad”. (p. 110).

Por otro lado, la validez del contenido se determinará también mediante un juicio de expertos y eruditos en el tema. (Vara, 2012)

ESCALA VALORATIVA				
Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

#### **4.5 Plan de análisis**

Fue el inicio de la investigación con la solicitud de consentimiento por parte de las empresas involucradas en la investigación para la obtención de la información de su empresa, luego se presentó una declaración jurada de confidencialidad para el tratamiento de los datos que se encuentren en la investigación, la encuesta fue asistida, la cual se realizó de forma directa es decir de fuente primaria y se hizo de la muestra seleccionada. Para el desarrollo del análisis de los datos que se recolectaron fue mediante de un análisis descriptivo de las variables presentadas: luego se elaboraron tablas de distribución de la frecuencia absoluta. Relativas porcentuales, además de figuras estadísticas, también se utilizaron los siguientes, softwares: Microsoft Word, SPSS el cual es un procesador de textos de office 2019, con este sistema se realizó la redacción digital del trabajo así mismo sus posteriores modificaciones.

El programa de Acrobat Reader XI.; este es un software gratuito que logra leer los archivos digitales de la extensión PDF, Microsoft Excel el que fue utilizado para poder realizar el procedimiento de los datos, como la tabulación, diseño y elaboración de las figuras que corresponde a los resultados que fueron obtenidos en la encuesta

Novoa (2017) La encuesta es una interrogación que puede o no ser personal directo, aplicable a cualquier tipo de persona en su propio medio solicitándole una opinión una preferencia, una actitud sobre un asunto determinado



<p>Ucayali 2021?</p>	<p>sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería, Ucayali 2021</p> <p>-Elaborar la propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería, Ucayali 2021</p>			<p>Fue no experimental, porque se aplicó pruebas experimentales fue transversal, porque se realizó en un tiempo determinado</p>	<p><b>Plan de análisis</b> Se ejecutó mediante el estudio del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel y spss, luego se interpretó los resultados</p>
----------------------	---	--	--	---	--

#### **4.7 Principios éticos**

El presente trabajo de investigación se realizó utilizando el Código de ética para la investigación versión 002 (2019), aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH católica, de fecha 16 de agosto del 2019 los cuales fueron:

De acuerdo a lo que señala Uladech (2021) establecido en su código de ética aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0037- 2021-CU-ULADECH católica, de fecha 13 de enero del 2021.

Los principios éticos son:

Protección a las personas: Se protegió a las personas partícipes de la investigación respetando su privacidad, no se reveló su identidad y como lo solicitaron, no se colocaron datos personales como números telefónicos y dirección del domicilio en el trabajo de investigación. Asimismo, no se tomó fotografías de su imagen porque no otorgaron la autorización respectiva. Se comunicó a cada representante del negocio que los datos proporcionados solo serían usados para la ejecución de la investigación y que, si deseaban ya no otorgar información requerida según el consentimiento informado y cuestionario, podrían hacerlo sin ningún tipo de inconveniente. (ULADECH, 2020, p.3).

Libre participación y derecho a estar informado: El cuestionario se aplicó después de dar a conocer el propósito de la investigación, la petición de participación hacia el representante, lectura del documento, su aceptación y firma en el consentimiento informado. Además, se aclararon las dudas relacionadas a la información que

brindaron, recalcándoles la confidencialidad de sus datos. (ULADECH, 2020, p.3).

Beneficencia no maleficencia: Se aclaró a los representantes y al público que su participación a través de la información brindada no les ocasionaría daño alguno y se respetó sus peticiones. Además, no se interrumpió en horas de labor, se esperó a que estuvieran libres y no estén atendiendo a algún cliente, así se evitó causarles algún tipo de inconveniente o malestar. También se dio a conocer la importancia que tenía su participación en el trabajo de investigación. (ULADECH, 2020, p.3).

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: Como forma de contribución al medio ambiente, preservación de la naturaleza y evitar la tala excesiva de árboles, se aplicará el cuestionario utilizando papeles reciclados, los cuales contendrán las preguntas a realizar. Además, se utilizará la energía eléctrica moderadamente, se evitó que la laptop de uso para el trabajo de investigación quede cargando por largas horas. (ULADECH, 2020, p.4).

Justicia: Se otorgará un trato cordial a todos los representantes y clientes de los negocios participantes de la investigación, indicándoles la causa e importancia de la encuesta y su colaboración; además, se entregó un modelo de consentimiento informado igual para todos y se aplicaron las mismas preguntas a cada uno de ellos. También se indicó que, si deseaban conocer los resultados de la investigación, se les haría llegar una copia de la información. (ULADECH, 2020, p.4).

Integridad científica: Se informará a cada participante de la investigación que los datos proporcionados como el nombre y apellido solo se contemplarían en el consentimiento informado y, la razón social y dirección del negocio sí se encontrarían en el trabajo de investigación. También se comunicó que las respuestas brindadas en el cuestionario

serían confidenciales. Finalmente, se pidió permiso a los representantes de las micro y pequeñas 63 empresas para tomar fotografía a la parte externa de su establecimiento, se hizo tal acción solo en los negocios que concedieron la autorización. (ULADECH, 2020)

## V. Resultados

### 5.1 Resultados

Tabla 1. La empresa gestiona con rapidez la atención al cliente.

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	0	0,0
3	Algunas veces	5	33,0
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	10	67,0
<b>TOTAL</b>		<b>15</b>	<b>100</b>

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.

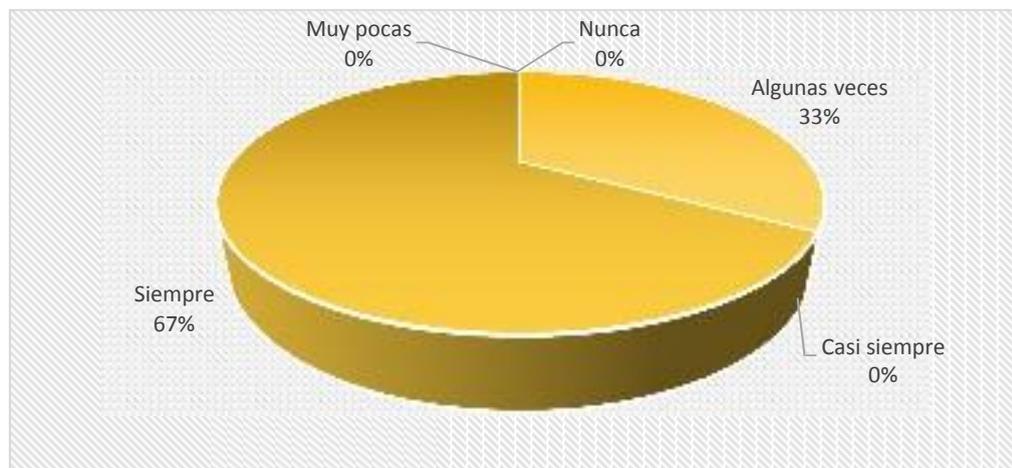


Figura 1. La empresa gestiona con rapidez la atención al cliente.

**Interpretación:** De las 15 Micro y pequeñas empresas el 67% de las mypes siempre gestiona con rapidez la atención al cliente, y solo el 33% algunas veces lo hace.

Tabla 2. La empresa se enfoca en la satisfacción del cliente.

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	5	0,0
3	Algunas veces	5	33,0
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	10	67,0
<b>TOTAL</b>		15	100

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.

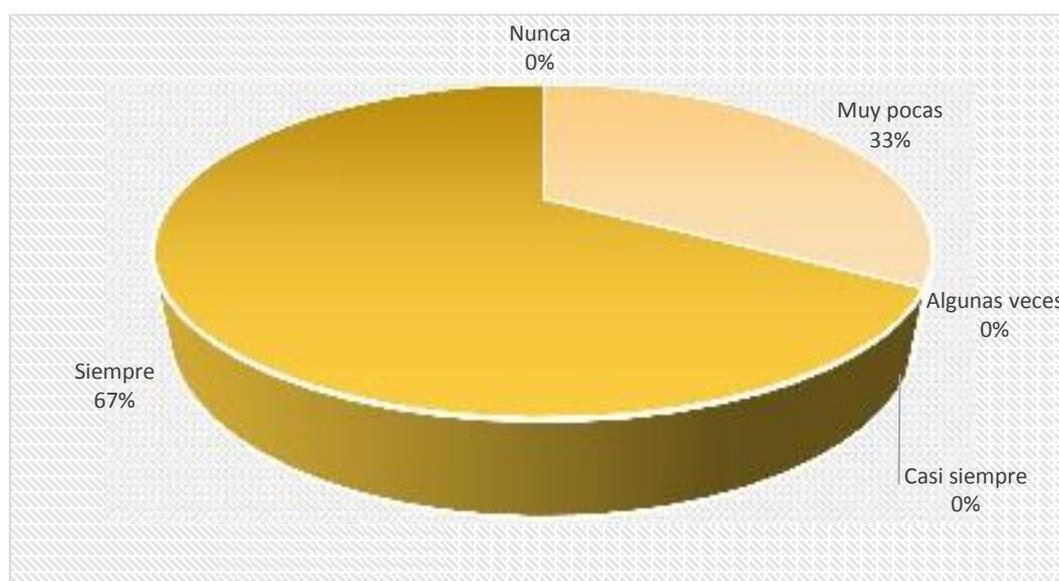


Figura 2. La empresa se enfoca en la satisfacción del cliente

**Interpretación:** De las 15 micro y pequeñas empresas solo el 67% siempre la empresa se enfoca en la satisfacción del cliente y un 33% muy pocas veces.

Tabla 3. La empresa da solución de entrega del producto ante un reclamo.

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	0	0,0
3	Algunas veces	3	20,0
4	Casi siempre	5	33,0
5	Siempre	7	47,0
<b>TOTAL</b>		15	100

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas

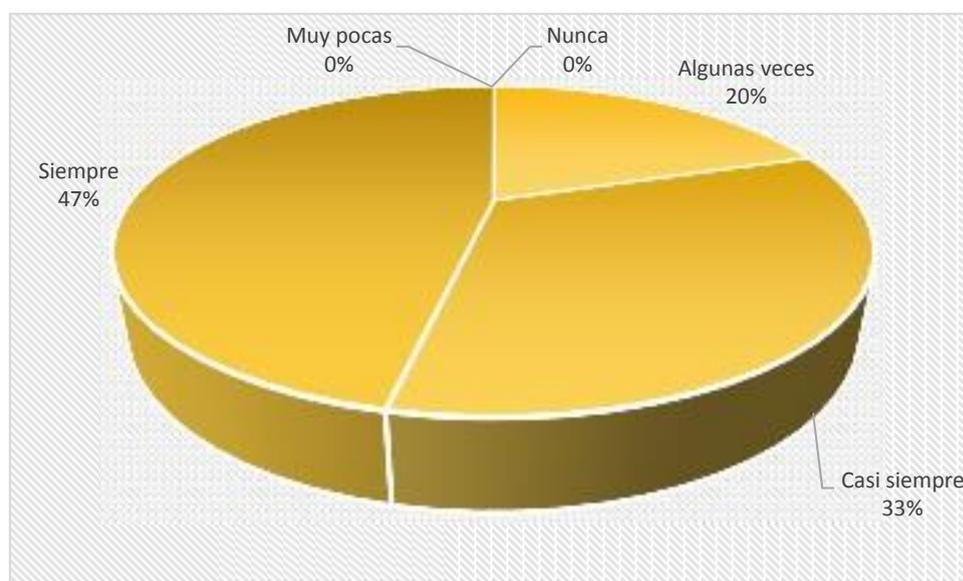


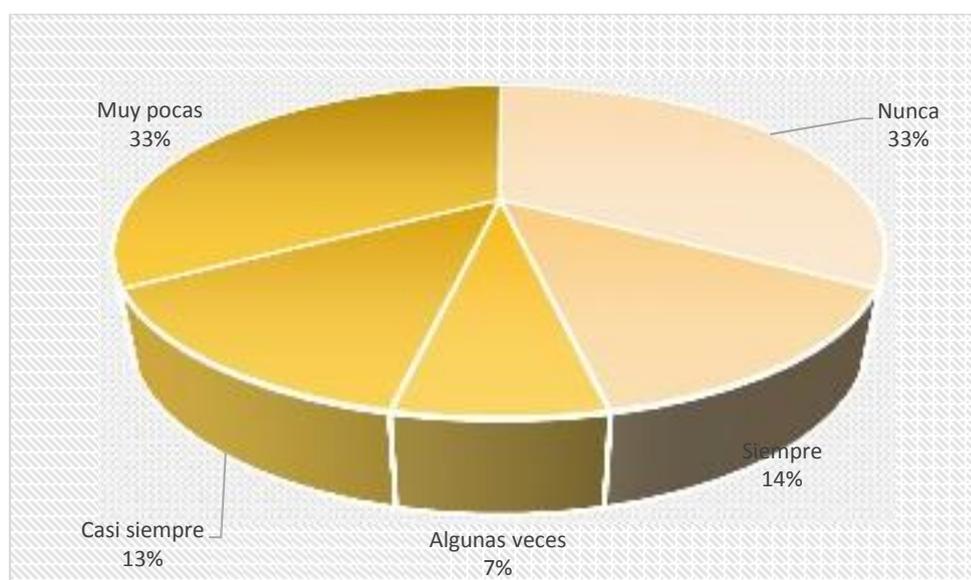
Figura 3. La empresa da solución de entrega del producto ante un reclamo.

**Introducción:** De las 15 micro y pequeñas empresas encuestadas el 47% siempre se preocupa por dar una solución al cliente, 33% casi siempre y el 20% algunas veces lo hace.

Tabla 4. La empresa tiene personal con habilidad de servicio.

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	5	33,0
3	Algunas veces	5	66,0
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	5	34,0
<b>TOTAL</b>		15	100%

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.



**Figura 4.** La empresa tiene personal con habilidad de servicio.

**Interpretación:** De las 15 micro y pequeñas empresas encuestadas solo el 34% siempre tiene la empresa personal con habilidad de servicios, mientras que el 33% algunas veces lo hace. Además, el 33% muy pocas veces lo realiza.

Tabla 5. La empresa cumple con destreza la atención al cliente

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	0	0,0
3	Algunas veces	8	53,0
4	Casi siempre	7	47,0
5	Siempre	0	0,0
<b>TOTAL</b>		15	100%

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.

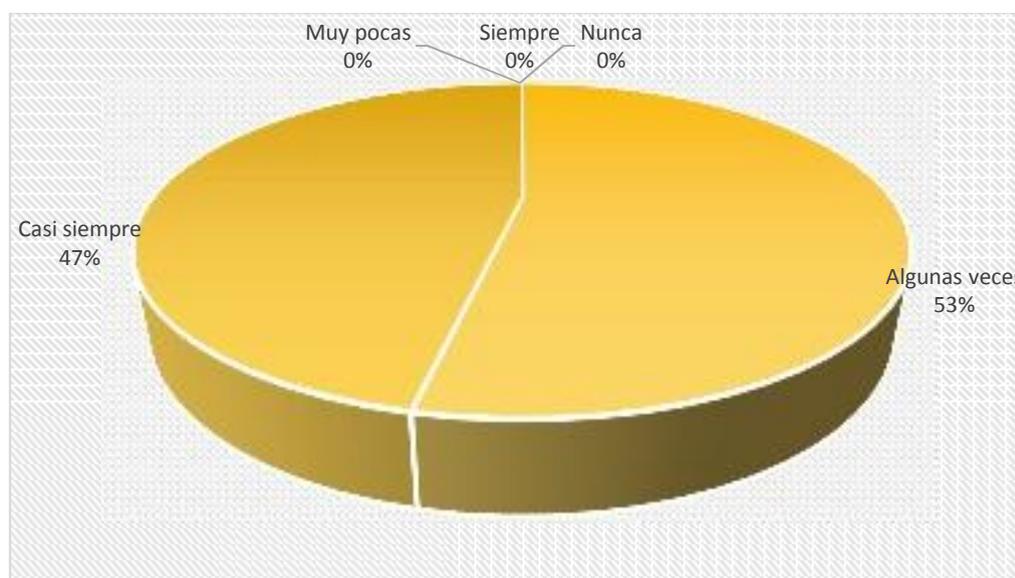


Figura 5. La empresa cumple con destreza la atención al cliente.

**Interpretación:** De las 15 micro y pequeñas empresas encuestadas el 53% algunas veces cumple con las destrezas la atención al cliente que solo el 47% casi siempre lo hace.

Tabla 6. La empresa cumple los compromisos con sus empleados

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	0	0,0
3	Algunas veces	5	33,0
4	Casi siempre	10	67,0
5	Siempre	0	0,0
<b>TOTAL</b>		15	100%

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.

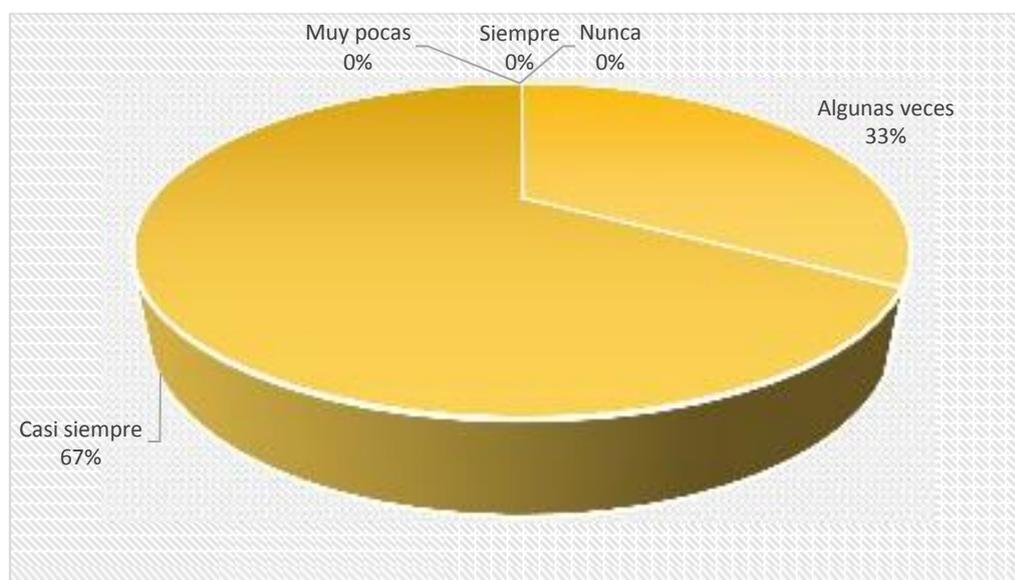


Figura 6. La empresa cumple los compromisos con sus empleados.

**Interpretación:** De las 15 micro y pequeñas empresas el 67% casi siempre cumple los compromisos con sus empleados. Mientras que el 33% algunas veces lo hace.

Tabla 7. La empresa tiene establecido una atención personalizada

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	6	40,0
3	Algunas veces	0	0,0
4	Casi siempre	9	60,0
5	Siempre	0	0,0
<b>TOTAL</b>		15	100%

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.

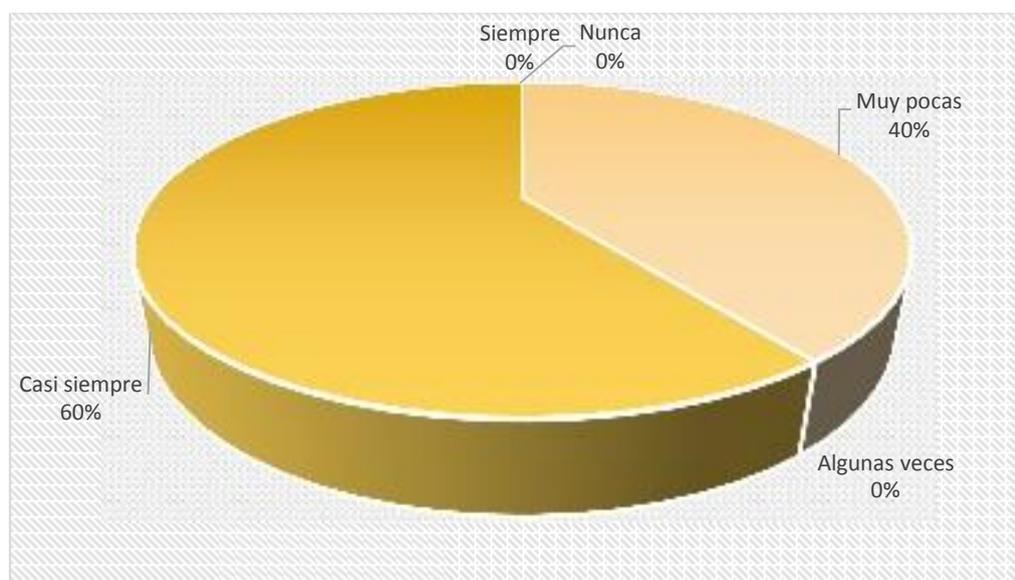


Figura 7. La empresa tiene establecido una atención personalizada.

**Interpretación:** De las 15 micro y pequeñas empresas el 60% casi siempre la empresa tiene establecido una atención personalizada, y el 40% muy pocas veces lo realizan.

Tabla 8. La empresa gestiona el contacto con clientes permanentemente

<b>IT</b>	<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
1	Nunca	0	0
2	Muy pocas veces	7	47,0
3	Algunas veces	8	53,0
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	0	0,0
<b>TOTAL</b>		<b>15</b>	<b>100%</b>

**Fuente;** tabulación de encuesta realizadas



Figura 8. La empresa gestiona el contacto con clientes permanentemente.

**Interpretación:** De las 15 Micro y pequeñas empresas el 53% algunas veces gestiona el contacto con los clientes permanentemente y el 47% muy pocas veces lo hacen.

Tabla 9. El personal de la empresa brinda un trato agradable al cliente

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	0	0
2	Muy pocas veces	0	0
3	Algunas veces	3	20,0
4	Casi siempre	5	33,0
5	Siempre	7	47,0
<b>TOTAL</b>		15	100%

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.

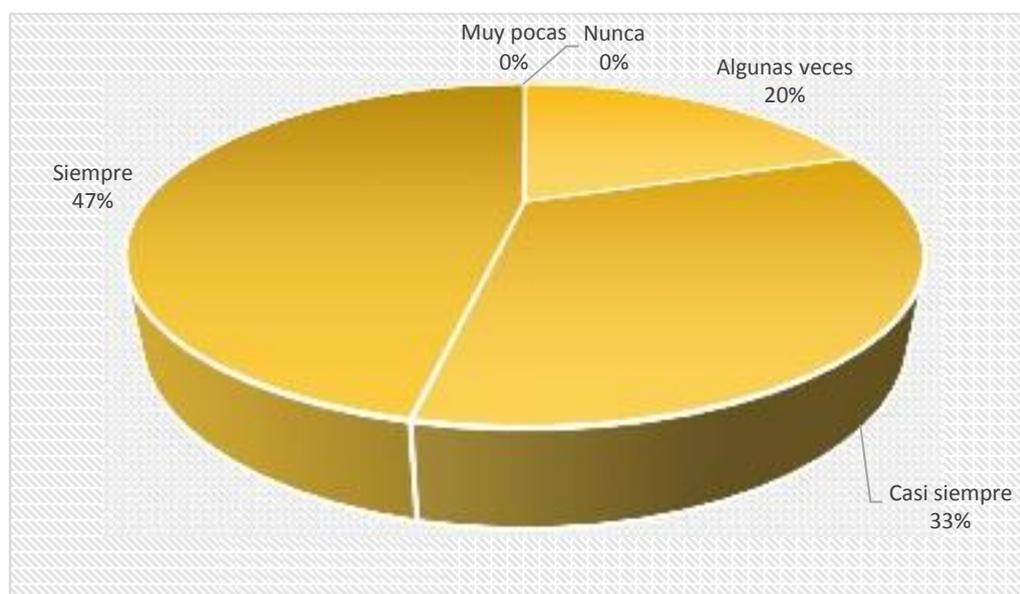


Figura 9. El personal de la empresa brinda un trato agradable al cliente.

**Interpretación:** De las 15 Micro y pequeñas empresas el 47% siempre brindan un trato agradable al cliente, 33% casi siempre lo hacen y el 20% casi siempre lo hacen.

<b>IT</b>	<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	0	0,0
3	Algunas veces	0	0,0
4	Casi siempre	6	40,0
5	Siempre	9	60,0
	<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Tabla 10. La empresa tiene organizado su área de materiales

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.

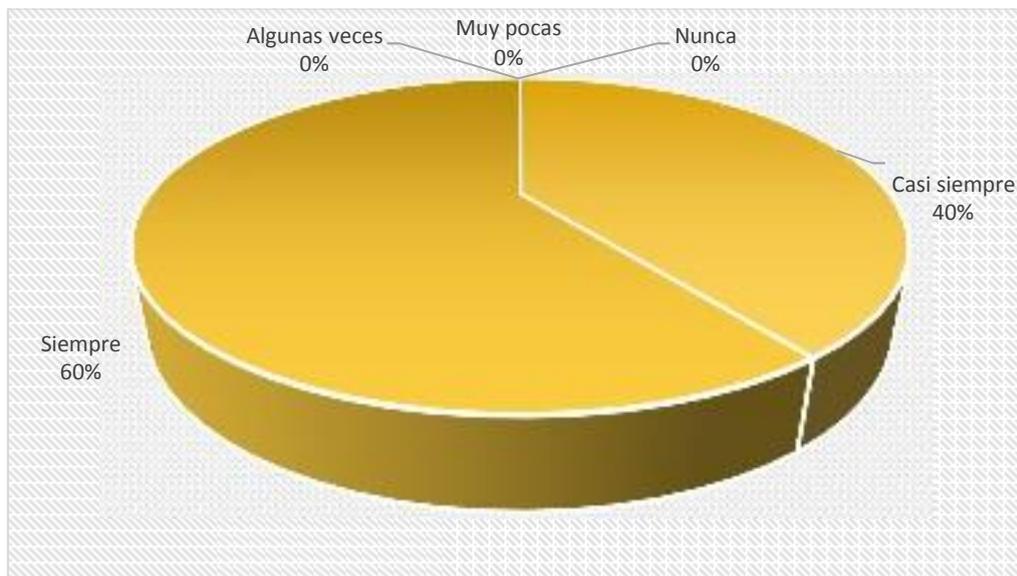


Figura 10. La empresa tiene organizado su área de materiales.

**Interpretación:** De las 15 micro y pequeñas empresas el 60% siempre tiene organizado su área de materiales y el 40% casi siempre lo realizan.

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	0	0,0
3	Algunas veces	0	0,0
4	Casi siempre	5	33,0
5	Siempre	10	67,0
	<b>TOTAL</b>	15	100

Tabla 11. La ubicación de equipos cumple con los estándares de defensa civil

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.

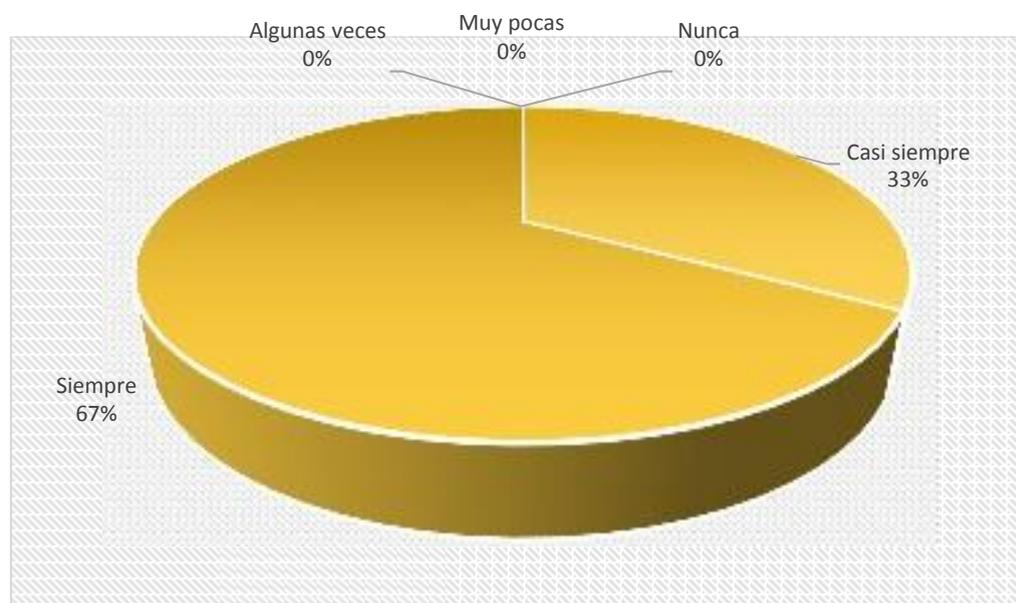


Figura 11. La ubicación de equipos cumple con los estándares de defensa civil.

**Interpretación:** De las 15 micro y pequeñas empresas el 67% la ubicación de equipos siempre cumple con los estándares de defensa civil. Y un 33% casi siempre lo cumplen

Tabla 12. La empresa cuenta con zona de mantenimiento

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	0	0,0
3	Algunas veces	5	33
4	Casi siempre	6	40,0
5	Siempre	9	60,0
<b>TOTAL</b>		15	100%

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.

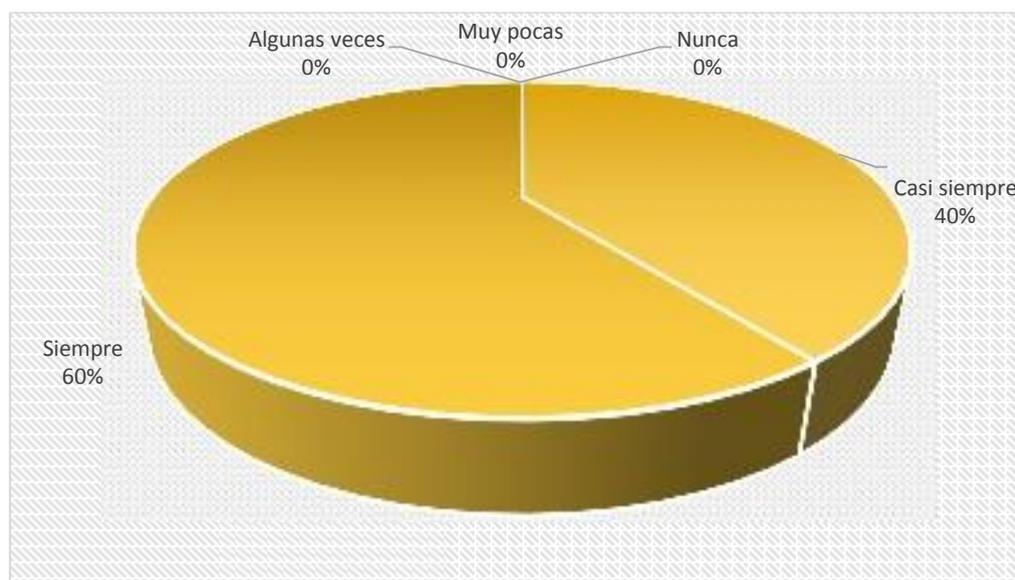


Figura 12. la empresa cuenta con zona de mantenimiento.

**Interpretación:** De las 15 micro y pequeñas empresas el 60% siempre cuenta con zona de mantenimiento. Y el 40% casi siempre lo realizan.

Tabla 13. La empresa aplica un método de servicio eficiente.

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	0	0,0
3	Algunas veces	6	40,0
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	9	60,0
<b>TOTAL</b>		15	100

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.

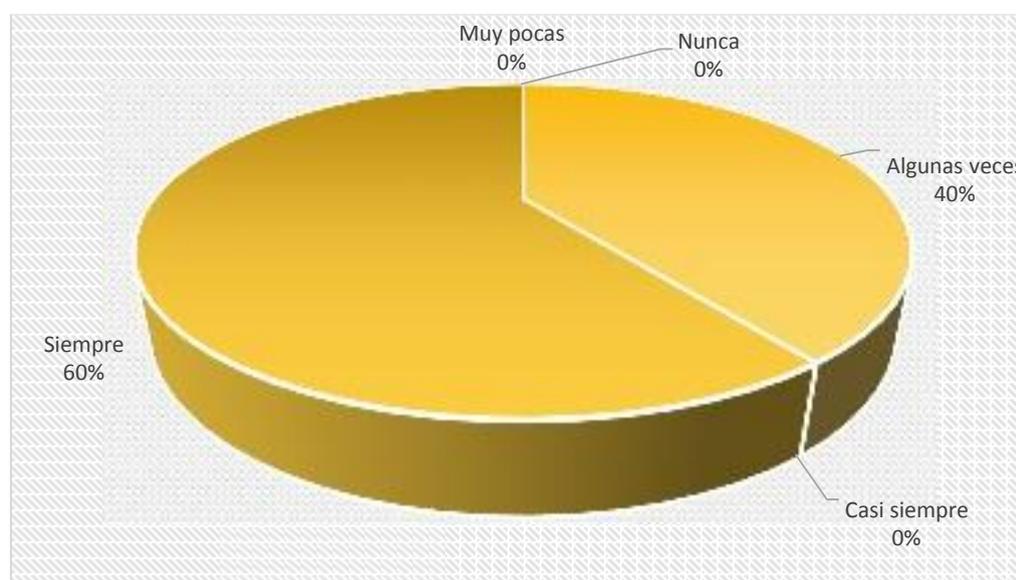


Figura 13. La empresa aplica un método de servicio eficiente.

**Interpretación:** De las 15 micro y pequeñas empresas que el 60% la empresa siempre aplica un método de servicio eficiente, además un 40% de estas mypes algunas veces lo realizan.

Tabla 14. La empresa desarrolla una participación en el mercado.

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	0	0,0
3	Algunas veces	5	33,0
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	10	67%
<b>TOTAL</b>		15	100%

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.

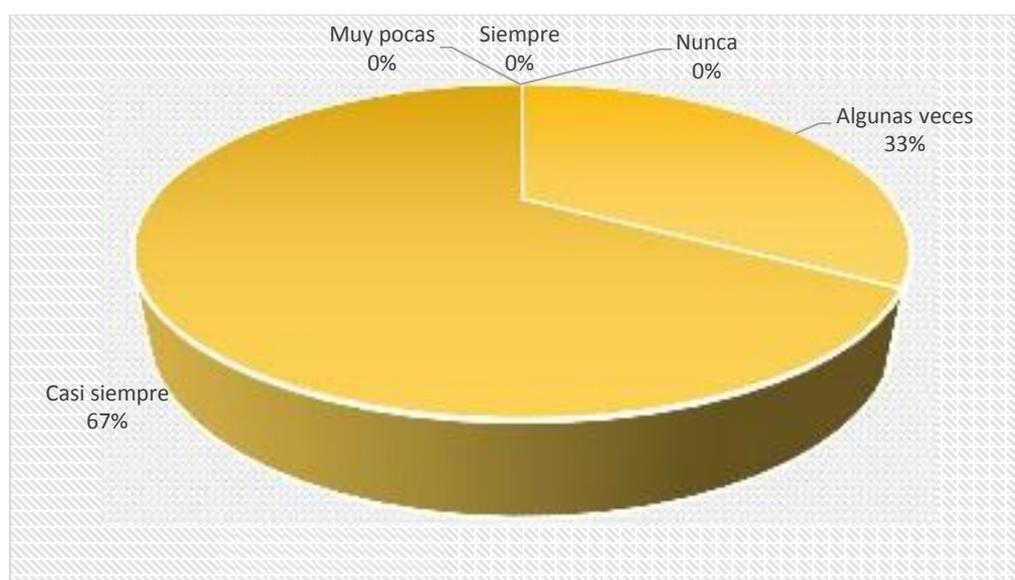


Figura 14. La empresa desarrolla una participación en el mercado.

**Interpretación:** De las micro y pequeñas empresas que fueron encuestados se menciona que el 67% casi siempre ejecuta una participación continua dentro del mercado, además, un 33% algunas veces lo ejecutan.

Tabla 15. La empresa ejecuta una gestión de mejora para incrementar la rentabilidad.

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	0	0.0
2	Muy pocas veces	0	0.0
3	Algunas veces	5	33.0
4	Casi siempre	10	67.0
5	Siempre	0	0.0
<b>TOTAL</b>		15	100%

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.

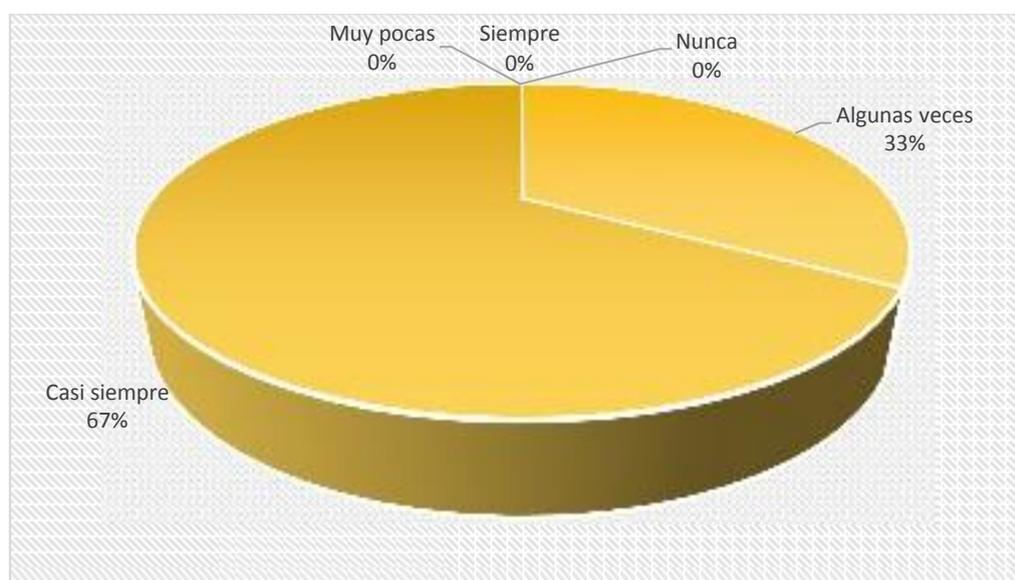


Figura 15. La empresa ejecuta una gestión de mejora para incrementar la rentabilidad.

**Interpretación:** De los 15 representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas el 67% casi siempre aplica una gestión de mejora para incrementar la rentabilidad. Y solo el 33% algunas veces lo hace.

Tabla 16. La empresa brinda oportunidad laboral sin discriminación.

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	5	33,0
2	Muy pocas veces	10	67,0
3	Algunas veces	0	0,0
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	0	0,0
<b>TOTAL</b>		15	100

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.



Figura 16. La empresa brinda oportunidad laboral sin discriminación.

**Interpretación:** De los 15 representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas el 67% muy pocas veces ofrece oportunidad laboral sin discriminación mientras que el 33% nunca lo hace.

Tabla 17. La empresa desarrolla un plan social responsable

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	8	53,0
2	Muy pocas veces	3	20,0
3	Algunas veces	0	0,0
4	Casi siempre	4	27,0
5	Siempre	0	0,0
<b>TOTAL</b>		15	100

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.

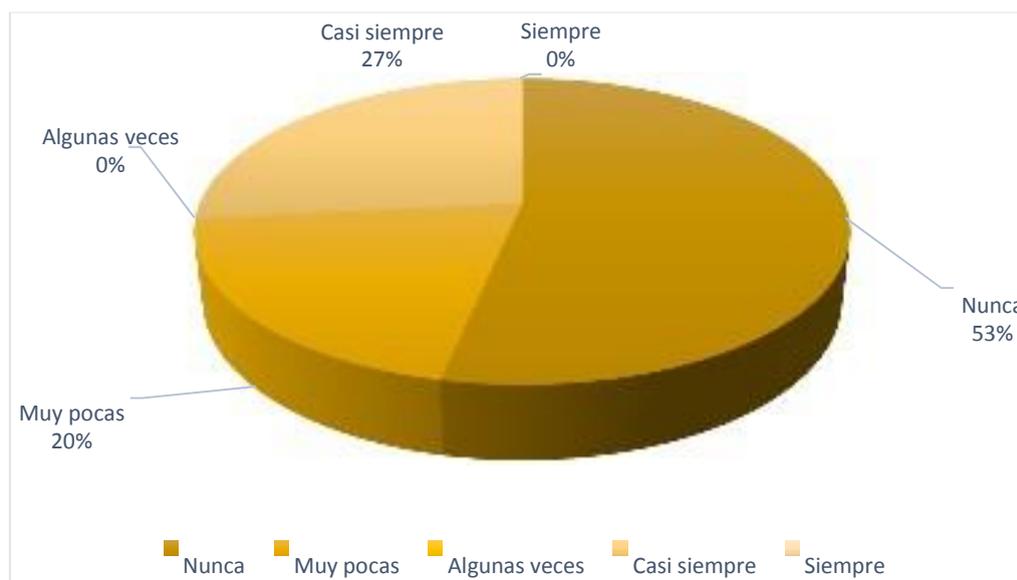


Figura 17. La empresa desarrolla un plan social responsable.

**Interpretación:** De los 15 representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas el 53% nunca gestiona actividades de responsabilidad social. Y solo el 27% casi siempre lo hace, así mismo, el 20% muy pocas veces lo realiza.

Tabla 18. La empresa promueve el principio de igualdad en la organización

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	12	80,0
3	Algunas veces	0	0,0
4	Casi siempre	3	20,0
5	Siempre	0	0,0
<b>TOTAL</b>		15	100

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.

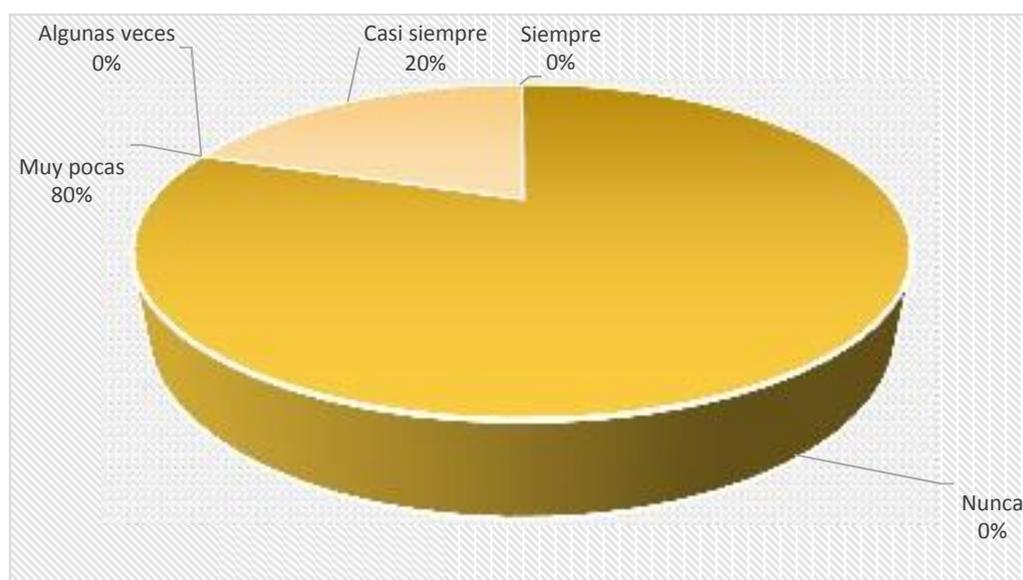


Figura 18. La empresa promueve el principio de igualdad en la organización.

**Interpretación:** De los 15 representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas el 80% muy pocas veces considera trascendental la igualdad y equidad dentro de los miembros que la componen. Mientras que solo el 20% casi siempre lo realiza.

Tabla 19. La empresa promueve el cumplimiento de las normas ambientales

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	10	67,0
3	Algunas veces	5	33,0
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	10	67,0
<b>TOTAL</b>		15	100

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.

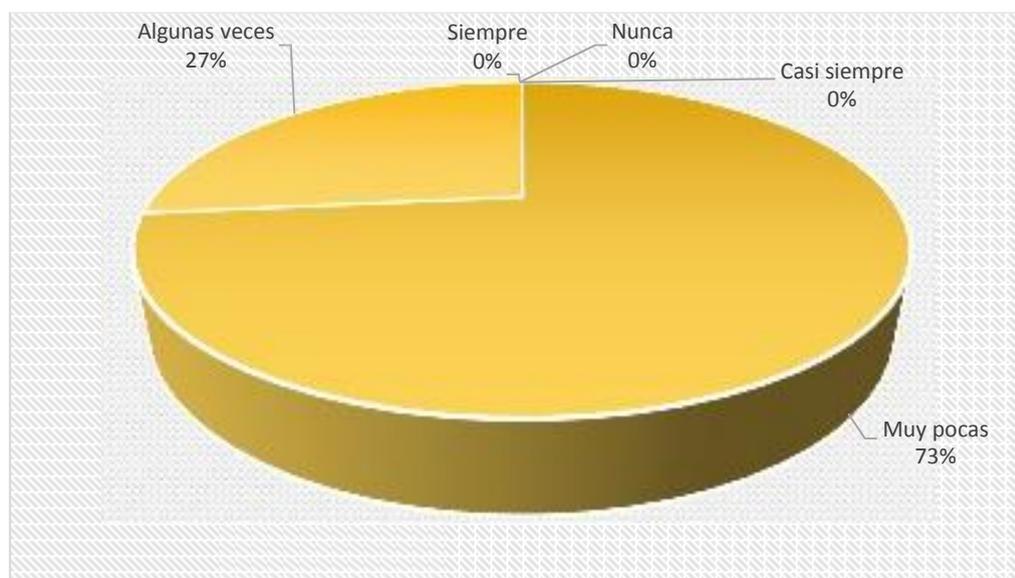


Figura 19. La empresa promueve el cumplimiento de las normas ambientales.

**Interpretación:** De los 15 representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas el 67% muy pocas veces aplica normas para el cuidado ambiental.

Tabla 20. La empresa establece las políticas ambientales

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	0	0,0
2	Muy pocas veces	0	0,0
3	Algunas veces	5	33,0
4	Casi siempre	0	0,0
5	Siempre	10	67,0
<b>TOTAL</b>		15	100,0

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.

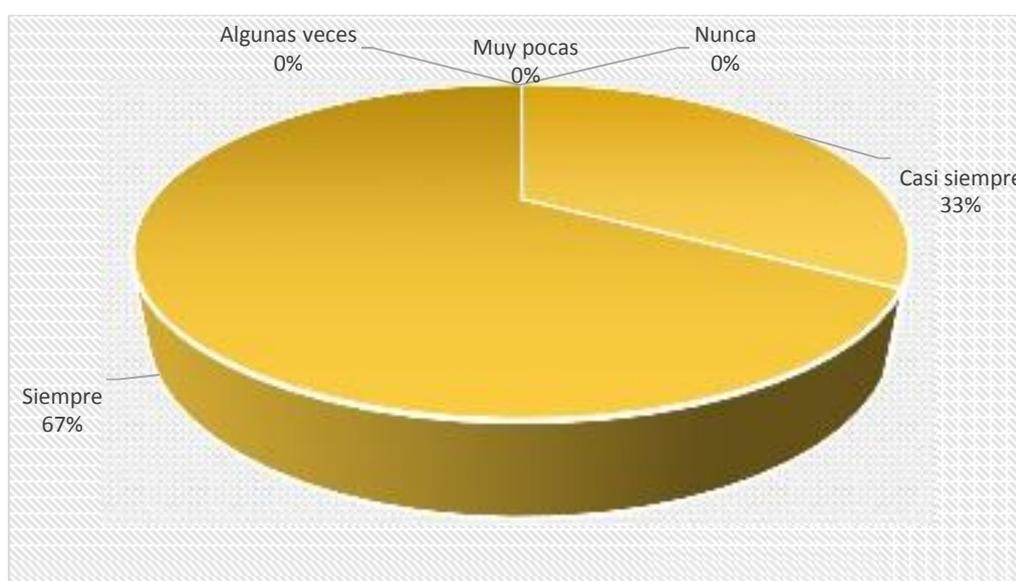


Figura 20. La empresa establece las políticas ambientales.

**Interpretación:** De las 15 micro y pequeñas empresas que se encuestó se puede decir que el 67% siempre establece las políticas ambientales y solo el 33% algunas veces lo hacen

Tabla 21. La empresa se preocupa por la reducción de impacto al medio ambiente

IT	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1	Nunca	5	33,0
2	Muy pocas veces	2	13,0
3	Algunas veces	2	13,0
4	Casi siempre	1	7,0
5	Siempre	5	13,0
<b>TOTAL</b>		<b>15</b>	<b>100</b>

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas.

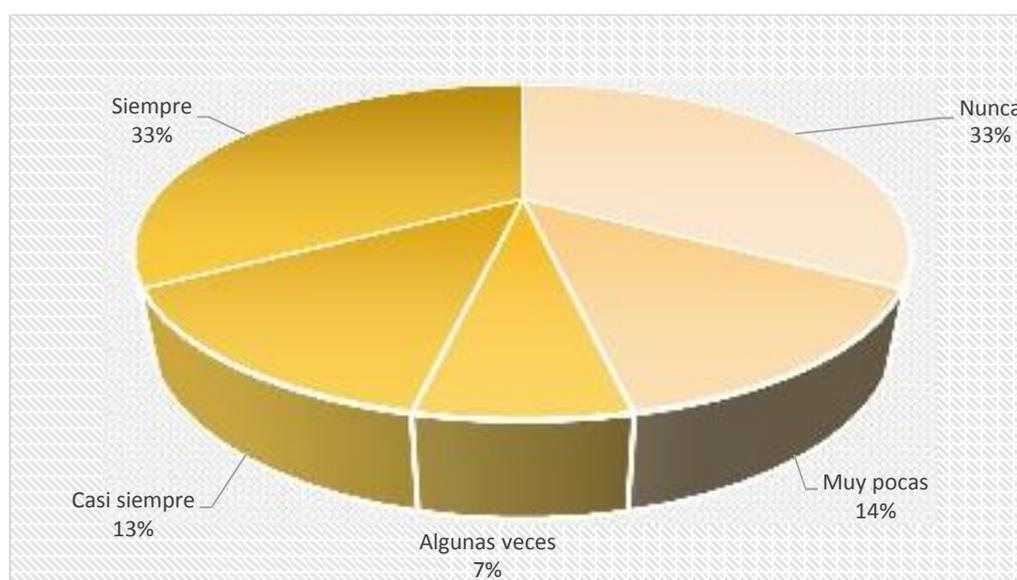


Figura 21. La empresa se preocupa por la reducción de impacto al medio ambiente.

**Interpretación:** De las 15 empresas, el 33% de las micro y pequeñas empresas nunca minimiza el impacto negativo hacia el medio ambiente, el 13% siempre reduce el impacto al medio ambiente, el 13% muy pocas veces, el 07% casi siempre y el 13% algunas veces.

## **5.2 Análisis de resultado**

### **5.2.1 Referente Atención al Cliente**

Referente de las 15 micro y pequeñas empresas, si gestiona con rapidez la atención al cliente se puede decir que el 67% de las mypes siempre gestiona con rapidez la atención al cliente y solo el 33% algunas veces lo hace. (tabla1) Lana (2017) el cliente es el más importante y el único capaz de producir gran valor a una empresa.

así mismo, sobre si la empresa se enfoca en la satisfacción del cliente se puede mencionar que el 67% siempre la empresa se enfoca en la satisfacción del cliente y un 33% muy pocas veces (tabla2) Ángeles (2017), mantienen un resultado de 65% de gestión de calidad con los clientes satisfechos.

así mismo si la empresa da solución de entrega del producto ante un reclamo se puede mencionar que el 80% la empresa siempre se preocupa por dar una solución al cliente y el 20% algunas veces (tabla3), Gamboa (2018) Reconoce a los clientes el equivalente que no tiene liquidez rápida para solventar circunstancias que surgen realmente tomando forma o mejoramiento del cliente.

Referente a sobre si la empresa tiene personal con habilidad de servicio se puede decir que solo el 34% siempre tiene la empresa personal con habilidad de servicios, mientras que el 33% algunas veces lo hace, y el 33% muy pocas veces lo realiza (tabla4) Zelada (2017) está proponiendo un protocolo de atención al cliente que permitirá a la empresa incrementar sus ventas y por ende la fidelización de sus clientes.

Referente a si la empresa cumple con destreza la atención al cliente se puede decir que el 53% algunas veces cumple con las destrezas la atención al cliente y solo 47% casi siempre lo hace. (tabla5) Referente a si la empresa cumple los compromisos con los

empleados se puede decir que el 67% casi siempre cumple los compromisos con sus empleados. Mientras que el 33% algunas veces lo hace (tabla6) referente a si la empresa tiene establecido una atención personalizada se puede decir que el 60% casi siempre la empresa tiene establecido una atención personalizada, y el 40% muy pocas veces lo realizan. (tabla 7) Zelada (2017) está proponiendo un protocolo de atención al cliente que permitirá a la empresa incrementar sus ventas y por ende la fidelización de sus clientes referente a si la empresa gestiona el contacto con clientes permanentemente. Se puede decir que el 53% algunas veces gestiona el contacto con los clientes permanentemente y el 47% muy pocas veces lo hacen (tabla8) Ángeles (2017), tuvo como objetivo principal de la empresa es mantener sus clientes actuales y antiguos e incrementar la clientela, referente a si la empresa, el personal de la empresa brinda un trato agradable al cliente se puede decir que el 47% siempre brindan un trato agradable al cliente, el 33% casi siempre lo hacen y el 20% algunas veces lo hacen. (tabla9) Del Rio y Rosero (2018), tuvo como objetivo general Desarrollar un Plan de atención al cliente y creación de la empresa envasadora Agua vida s.a.s. referente a si la empresa tiene organizado sus áreas de materiales se puede decir que el 60% siempre tiene organizado su área de materiales y el 40% casi siempre lo realizan.(tabla10) Salvatierra (2021) dice que los establecimientos no se encuentran próximos a los proveedores y los productos que estos traen se recepción en el mismo local de venta de las empresas. Referente a si la empresa la ubicación de equipos cumple con los estándares de defensa civil el 67% la ubicación de quipos siempre cumple con los estándares de defensa civil y un 33% casi siempre lo realizan. (tabla11). Referente a si la empresa cuenta con zona de mantenimiento el 60% siempre cuenta con zona de mantenimiento, y el 40% casi siempre lo realizan. (tabla12)

### **5.1.2 Referente a Sostenibilidad de los Emprendimientos.**

Del total de las 15 micro y pequeñas empresas encuestadas del rubro en estudio se determinó que el 60% de la empresa siempre aplica un método de servicio eficiente, además un 40% de estas mypes algunas veces lo realizan. (tabla13) Da Silva (2018), indica que el interés al usuario viene a ser el servicio que una empresa brinda a sus compradores al momento de venderle un producto o servicio, en el que además se busca satisfacer.

Del total de myps encuestadas del rubro en estudio, se determinó que el 67% algunas veces ejecuta una participación continua dentro del mercado, además un 33% algunas veces lo ejecutan. (tabla14) Esto coincide con Santos (2021), quien consideró la trascendencia de la gestión de la calidad en la micro y pequeña empresa ferretera para tener presencia y participación en el mercado, manteniendo los precios competitivos frente a los demás.

Referente al mismo aspecto económico, a si la organización aplica una gestión de mejora para aumentar la rentabilidad que el 67% casi siempre aplica una gestión de mejora para incrementar la rentabilidad. Y solo el 33% algunas veces lo hace (tabla15). Esto coincide con Astete (2020), quien consideró que las estrategias comerciales son determinantes para el desarrollo de la empresa ya que esto genera mayores ingresos a partir de las ventas lo que se traduce en una rentabilidad.

Referente al aspecto social, la empresa brinda oportunidad laboral sin discriminación se determinó que el 67% muy pocas veces ofrecen oportunidad laboral sin discriminación y mientras que el 33% nunca lo hace (tabla16) Esto contrasta con Astete (2020), quien consideró un 46,15% de empresarios del rubro agua de mesa que siempre se preocupan la sostenibilidad social. Referente a si la empresa desarrolla un

plan social responsable se determinó que el 53% nunca gestiona actividades de responsabilidad social, el 27% casi siempre lo hace, así mismo, el 20% muy pocas veces lo realiza, (tabla17) Pero Salvatierra (2021) consideró de acuerdo con su análisis que, la dimensión social del emprendimiento, los encuestados califican dicha dimensión como de nivel medio en el 63%, habiendo nivel bajo y alto (estos últimos siendo el 37%).

Referente a si la empresa promueve el principio de igualdad en la organización y solo el 80% nunca considera trascendental la igualdad y equidad dentro de los miembros que la componen, mientras que solo el 20% casi siempre lo realiza. (tabla18) Esto contrasta con Aceijas (2020), quien consideró que el 82% ejerce una cultura de la integración.

Referente a si la empresa promueve el cumplimiento de las normas ambientales se determinó que el 73% muy pocas veces aplica normas para el cuidado ambiental y el 27% muy pocas veces aplica las normas ambientales. (tabla19).

Referente a si la empresa establece las políticas ambientales. Se puede decir que el 67% siempre establece las políticas ambientales y solo el 33% casi siempre lo hacen. (tabla20), se obtuvo el 33% de las myps nunca minimiza el impacto negativo hacia el medio ambiente, el 33% casi siempre reduce el impacto, el 13% siempre, el 13% muy pocas veces y el 7% casi siempre reduce el impacto al medio ambiente. Santos (2021), (tabla21) quien identificó que optimizar recursos, además reducir los impactos ambientales y potenciar la innovación son ventajas esenciales con las que debe contar las mypes.

## **VI. conclusiones y recomendaciones**

### **6.1 Conclusiones**

Para dicha formulación de conclusiones del trabajo de investigación desarrollado se tomó referencia con todos los objetivos específicos establecidos para dicho trabajo.

Respecto al objetivo general:

Se determinó las mejoras de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa, del distrito de Callería, Ucayali 2021, identificando y describiendo los factores relevantes de la variable atención al cliente, se concluyó también que esta propuesta de mejora tendrá resultados positivos, ya que la atención al cliente reflejará una mejora continua en la organización y será un favor relevante de la sostenibilidad en el rubro envasadora de agua de mesa del distrito Callería.

**Objetivo 1:** Identificar los factores relevantes de atención al cliente para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería, Ucayali 2021

Se identificó los factores relevantes de la atención al cliente para la sostenibilidad de acuerdo con las realidades de casa empresa, identifico 4 factores relevantes, el primero está relacionado a la capacidad de respuesta, los cuales son trascendentales para la atención al cliente. El segundo está relacionado a la fiabilidad. El tercero está relacionado a la accesibilidad que debe tener la empresa. El cuarto está relacionado a la infraestructura y equipos que toda empresa debe tener.

**Objetivo 2:** Describir los factores relevantes de la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería, Ucayali 2021

De acuerdo con el segundo objetivo específico se determinó que, muchas mypes del distrito de Callería del rubro envasadora de agua de mesa si toman importancia sobre si las empresas gestionan la atención con rapidez. Se puede describir de acuerdo con los resultados de la investigación que la fiabilidad es de gran valor en el distrito de Callería en el rubro envasadora de agua de mesa, por otra parte, se puede describir que las empresas tienen establecidos una atención personalizada con accesibilidad. Se puede describir que con los resultados de la investigación que la infraestructura y equipo y muchas empresas gestionan el contacto con el cliente permanentemente.

**Objetivo 3:** Elaborar una propuesta de mejoras de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería, Ucayali 2021.

De acuerdo con el tercer objetivo se propuso diseñar una propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos de las mypes empresas del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa. Se puede decir que esta propuesta de mejora y su aplicación beneficiará a los empresarios de las mypes del sector y rubro en estudio. por tal motivo la propuesta de mejora es importantísimo teniendo como base los resultados alcanzados en la investigación, así mismo fue trascendental identificar y describir los factores relevantes para la elaboración de la propuesta, en de suma, muy importante llevar a la práctica de manera sencilla, aplicándose a las mypes en el rubro de estudio desde un contexto en particular.

## **6.2. Recomendaciones**

**Objetivo 1:** Identificar los factores relevantes de atención al cliente para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería, Ucayali 2021

Se recomienda identificar los factores de la variable atención al cliente, teniendo en cuenta que indicadores de las variables en la aplicación del instrumento, las respuestas y la importancia o mayoría de respuestas favorables o desfavorables podrá darnos un indicio que esos factores relevantes , se recomienda profundizar el tema de la atención al cliente y analizar sus múltiples indicadores, desde el punto de vista de cada autor o autores y a su vez tener en cuenta la mejora de la sostenibilidad.

**Objetivo 2:** Describir los factores relevantes de la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería, Ucayali 2021

Para poder describir de manera específica y puntual los factores relevantes de la atención al cliente para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos del rubro envasadora de agua de mesa, se tomó en consideración los resultados obtenidos en la investigación y el análisis de estos; sin dejar de lado los antecedentes y bibliografía de las diversas teorías.

Se recomienda tener implementar los factores relevantes identificados y descritos, y su vez tenerlos presente en la vida laboral dentro de la organización de la empresa y que el tema de sostenibilidad sea importante para todos los miembros de la organización aplicando diversas acciones a favor de la sostenibilidad

**Objetivo 3:** Elaborar una propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería, Ucayali 2021.

Se recomienda que constantemente se innove y mejore esta propuesta desarrollada en la investigación. En suma, es pertinente que se tome en cuenta los textos y realidades por los cuales pasa cada empresa, es decir, es fundamental tomar en consideración las contingencias y acontecimientos importantes desde el punto de vista económico, social, político y ambiental, por último, se recomienda llevar a la práctica los conocimientos alcanzados con esta investigación

## Referencias Bibliográficas

Ángeles (2017), en su tesis Caracterización de la Gestión de Calidad de atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector Industrial – Rubro Venta de Agua gasificada en la urbanización el profesor, año 2017 Recuperado de: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Angeles-2017-pdf.pdf>

Auletta, Nunzia, y Rivera, Clariandys (2011), Un Ecosistema para Emprender.

Barros, (2017) en su investigación Proyecto de evaluación en la atención al cliente de agua purificada en botella en la ciudad de Santa Elena 2017 Recuperado de: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Barros-2017-pdf.pdf>

Bernal, A. (2010). Metodología de la Investigación. Tercera edición. Pearson Educación: Colombia. Recuperado de: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

Camino (2018) en su tesis Sostenibilidad de los emprendimientos del sector industrial, rubro agua de mesa El Oro-Santa Rosa Ecuador 2018 Recuperado de: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Camino-2018-pdf.pdf>

Camino (2018) Formulación de acciones de mejora del servicio de atención al cliente aplicando las normas ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015 Valenzuela, G. Buentello,

Camino, W. (2018). Sostenibilidad de los emprendimientos del sector industrial de envasadora de agua de mesa Santa Rosa, el oro periodo 2016 – 2018. In Journal of Chemical

Information and Modeling (Vol. 53, Issue 9). Recuperado de:  
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/13314>.

Cárdenas (2017) En su tesis Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente y la formalización de las MYPES del sector comercialización - rubro distribución de agua de mesa para consumo humano en el distrito de Juanjuí, 2017, Recuperado de:  
<https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Cardenas-2017-pdf.pdf>

Cárdenas y Yessid (2019), en su tesis. Formulación de acciones de mejora en Atención al cliente aplicando las normas ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015 Recuperado de:  
<https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-cardenas-2019-pdf.pdf>

Castro (2019) en su tesis que realizó; Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector producción-rubro agua embotellada de la urbanización los Viñedos, del distrito de Santiago de surco, 2019 Recuperado de:  
<https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Castro-2019-pdf.pdf>

Castro, M. (2020). Propuesta de mejora de la competitividad como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector producción-rubro panaderías de la Urbanización los Viñedos, del Distrito de Santiago De Surco, 2019 TE. In Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Celsius. (1 de enero de 2016). Celsia. Recuperado el 4 de noviembre de 2018, de Celsia:

<http://www.celsia.com/es/sostenibilidad/politica-de-sostenibilidad/dimension-ambiental>

Chávez, G. (2020). Propuesta de mejora de la toma de decisiones como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de abarrotes, condominio ciudad Sol de Retablo del distrito de Comas, 2019. In Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Retrieved from

Chávez, R. (2017) Introducción a la Metodología de la Investigación. Universidad Técnica de Machala. Disponible en: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/6785>

De Freitas, S. (2017). Propuesta de marketing con el fin de incrementar las ventas en la empresa Arrendauto S.A. In Universidad de Guayaquil recuperado de: [http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16475/1/Propuesta de marketing para incrementar las ventas de arrendauto SA - Stefanie Johanna de freitas.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16475/1/Propuesta%20de%20marketing%20para%20incrementar%20las%20ventas%20de%20arrendauto%20SA%20-%20Stefanie%20Johanna%20de%20freitas.pdf).

debates lesa, Vol. 16, No. 4, pp 12-17.

Del Águila, M. (2018) gestión de calidad y su relación con la satisfacción del cliente en el restaurant Huapri de la ciudad de Huànuco.2018

Del Rio y Rosero (2018), en su tesis Plan de atención al cliente y creación de la empresa envasadora Agua Vida S.A.S Recuperado de: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-delrio-2018-pdf.pdf>

Desatnick, J. (2016) Las características más importantes que deben tener la atención al cliente.

Domínguez, G. (2019) Gestión de calidad con el uso de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la ciudad de Huarmey, 2018.

Dopico e Iglesias (2017) Emprendimiento Sostenible

echavarría, Diana, y Ingram, Amy (2014), A Review of the Entrepreneurial Ecosystem and the Entrepreneurial Society in the United States: An Exploration with the Global Entrepreneurship Monitor Dataset. Journal Business entrepreneurship, Vol. 26, No. 1, pp1-36.

Epsa. (1 de enero de 2016). Epsa. Recuperado el 4 de noviembre de 2018, de Epsa: <http://www.celsia.com/es/sostenibilidad/politica-de-sostenibilidad/dimension-economica>

Escudero, C. y Cortez, L. (2017) Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica 1ra. Edición Editorial UTMACH, Machala, Ecuador.

Espinoza, J. (2017). “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las MYPES del sector comercial boutique de damas, provincia de Satipo, año 2017”.

Fuente: <http://www.aguasistec.com/planta-embotelladora-de-agua-de-mesa.php>

Gaitán (2017), en su Proyecto Atención al Cliente en la Empresa Distribuciones de agua tratada AC SAS, Recuperado de: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Gaitán-2017-pdf.pdf>

Gonzales (2019) en su tesis, que realizó Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas

empresas del sector servicios, rubro envasadora agua de mesa, de la avenida Antúnez de Mayolo, del distrito de Los Olivos, 2019. Recuperado de: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Gonzales-2019-pdf.pdf>

Gonzales, E. (2020). Propuesta de mejora de la responsabilidad social empresarial como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro consultorios odontológicos, de la avenida Antúnez de Mayolo, del distrito de los Olivos. Retrieved from [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18451/Emprendimiento\\_Factor\\_Gonzales\\_Cerna\\_Eduardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0A%0A](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18451/Emprendimiento_Factor_Gonzales_Cerna_Eduardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0A%0A)

Hernández R., Fernández C. y Batista L. (2016), Metodología de la Investigación (7ª. Edición) México Mc Graw Hill. Disponible en <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill Educación.

Hidalgo (2017). En su tesis Atención al cliente y formalización de las mypes del sector industrial rubro agua de mesa, distrito de Iquitos, año 2017 Recuperado de: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Hidalgo-2017-pdf.pdf>

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18509/CONDUCTUALES\\_DEcisiones\\_CHAVEZ\\_GARCES\\_GINA\\_KATHARINE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18509/CONDUCTUALES_DEcisiones_CHAVEZ_GARCES_GINA_KATHARINE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

<https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/emprendimientosostenible-un-motor-para-los-retos-de-hoy-2>

Huita Rocha, C. P. (2017). Estrategias de marketing mix y su relación con la satisfacción del cliente: Empresa Agua de Mesa la samaritana, Tarapoto, 2017. Tarapoto: Universidad Peruana Unión.

J. Gómez, B. y Villareal, J. (2019) La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). Marketing Versión para Latinoamérica. México:

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Fundamentos de marketing. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V., 2017. PEARSON EDUCACION

Lozano (2017), en su investigación Atención al cliente en la Planta Embotelladora de Agua Mineral en la localidad de Cuyo 2017 Recuperado de: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Lozano-2017-pdf.pdf>

Monteverde, (2018) en su tesis de Medida de Atención al cliente mediante la calidad del agua para consumo humano: salud de la población residente en el área de la cuenca Matanza-Riachuelo del Gran Buenos Aires 2018; Recuperado de: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Monteverde-2018-pdf.pdf>

Pilco (2019) en su tesis Propuesta de mejora de Atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de agua, condominio Ciudad Sol de Retablo del distrito de Comas, 2019 Recuperado de: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Pilco-2019-pdf.pdf>

Pure Aqua. (22 de febrero de 2018). Pure Aqua. Obtenido de Pure Aqua: [https://es.pureaqua.com/sistemas-de-osmosis-inversa-para-agua-salobre/?gclid=Cj0KCQjw0dHdBRDEARIsAHjZYYCnFOeA\\_3N1tzxnbDHXx-ICpoW\\_7EuYO\\_RFTSWRa-3GCMMds9yp3PwaAmrKEALw\\_wcB](https://es.pureaqua.com/sistemas-de-osmosis-inversa-para-agua-salobre/?gclid=Cj0KCQjw0dHdBRDEARIsAHjZYYCnFOeA_3N1tzxnbDHXx-ICpoW_7EuYO_RFTSWRa-3GCMMds9yp3PwaAmrKEALw_wcB)

Retrieved from

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18449/Competitividad\\_Emprendimiento\\_Castro\\_Veliz\\_Mayra\\_Alejandra.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18449/Competitividad_Emprendimiento_Castro_Veliz_Mayra_Alejandra.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Revista Virtual Pro. (1 de enero de 2018). Revista Virtual Pro. Recuperado el 4 de noviembre de 2018, de Revista Virtual Pro:

Rivera (2019) en su tesis titulada Calidad de atención al cliente en las Mypes del sector comercio rubro agua de mesa en el distrito de Zarumilla, año 2019, Recuperado de: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Rivera-2019-pdf.pdf>

Ruiz, U. (2018) Gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta de productos oftalmológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016

- Salazar, H y Cali, J. (2017) Estrategias de ventas: alternativa para mejorar la atención al cliente. realizó como contexto de indagación, en los centros comerciales Pasaje Bolívar y Bahía de la ciudad de Loja
- Sampieri, R. (2016). Metodología de la investigación (6a. ed.). México D.F.: McGraw-Hill.  
Disponibleen: <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/29985/anexos.pdf>
- Santillana (2018) Modelo de servicio de atención al cliente con apoyo tecnológico, sustentada en la Universidad de Chile, para optar el título de ingeniero en información y control de gestión.
- Soto-Rodriguez, Edgar (2014), Entrepreneurial Ecosistema as a Pathway towards Competitiveness: The Case of Puerto Rico. competition N° 1, pp 31-40.
- Tapia, G. (2017) “Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y el posicionamiento de mercado de la micro y pequeña empresa del sector comercio, rubro zapatería caso: empresa “y ybáñez S.R.L.” Chimbote 2016”.
- Uladech (2019). Código de Ética para la Investigación. versión 002 Chimbote - Perú, 1–7.  
Recuperado de: [www.uladech.edu.pe](http://www.uladech.edu.pe)
- Vara, A. (2015) Pasos para una tesis exitosa, Instituto de investigación de la facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. USMP, Lima.
- Villajuana, C. (2008). Gestión Estratégica Pública: Paso a Paso. Lima, Perú: Villajuana Consultores S.A.C.
- Zelada (2017) en su tesis titulada Atención al cliente y su influencia en el nivel de distribución de agua de mesa Solano E.I.R.L. en el primer semestre del 2017 Recuperado de:

<https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Zelada-2017-pdf.pdf>

## Anexos

### Anexo 01. Cronograma de actividades.

N°	ACTIVIDADES	2020														
		octubre		noviembre				diciembre			enero					
1	Inicio de taller	X	X													
2	Elaboración de proyecto de tesis		X	X	X	X	X	X	X							
3	Aprobación del proyecto de tesis						X	X	X							
4	Trabajo de campo								X	X						
5	Procesamiento de datos									X	X	X				
6	Análisis de resultado										X	X				
6	Elaboración del informe de tesis											X				
7	Elaboración del artículo científico											X	X			
8	Elaboración de la ponencia												X	X		
9	Pre-banca de sustentación													X	X	
10	Levantamiento de observaciones														X	X
11	Sustentación final													X	X	X
12	Finalización del taller															X

## Anexo 02. Presupuesto

Título: Atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa, del distrito de Callería, Ucayali 2021 Investigador: Freyci Inca Cárdenas

Periodo: 2021-II

N°	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Equipos laptop	1	500	500.00
2	Materiales cuaderno hojasA4 lapiceros lápiz corrector folder	1 1 millar 3 1 1	15 25 5 2 4	15.00 25,00 15,00 4,00 4,00
3	Servicio: Internet USB Impresiones tinta de impresora matricula programa anti plagio movilidad fotocopias asesoramiento	1 1 1 4 1 1 1 1 1	135 48 60 60 500 100 50 30 200	135,00 48,00 60,00 240,00 500.00 100.00 50,00 30,00 200,00
<b>Total de presupuesto</b>				<b>1,926.00</b>

Financiado con mis propios recursos. El 100% del financiamiento será con recursos propios del investigador (Autofinanciamiento).

### Anexo 03. Instrumento de Recolección de Datos



## FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS.

### ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La presente entrevista nos permite recoger la información para desarrollar el trabajo de investigación Atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa, del distrito de Callería, Ucayali 2021

La información brindada será exclusivamente para fines académicos y de investigación, de antemano agradezco por su apoyo y participación.

**Instrucciones:** A continuación, le presentamos 17 preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo con el siguiente código.

escala valorativa				
Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

N°	Ítems	Alternativa				
<b>v1: atención al cliente</b>						
<b>d1: capacidad de respuesta</b>						
1	La empresa gestiona con rapidez la atención al cliente	1	2	3	4	5
2	La empresa se enfoca en la satisfacción del cliente	1	2	3	4	5
3	La empresa da solución de entrega del producto ante un reclamo	1	2	3	4	5
<b>d2: fiabilidad</b>						
4	La empresa tiene personal con habilidad de servicio	1	2	3	4	5
5	La empresa cumple con destreza la atención al cliente	1	2	3	4	5
6	La empresa cumple los compromisos con sus empleados.	1	2	3	4	5
<b>d3: accesibilidad</b>						
7	La empresa tiene establecido una atención personalizada	1	2	3	4	5
8	La empresa gestiona el contacto con clientes permanentemente	1	2	3	4	5
9	El personal de la empresa brinda un trato agradable al cliente	1	2	3	4	5
<b>d4</b>	<b>infraestructura y equipos</b>	1	2	3	4	5
10	La empresa tiene organizado su áreas de materiales	1	2	3	4	5
11	La ubicación de equipos cumple con los estándares de defensa civil	1	2	3	4	5
12	La empresa cuenta con zona de mantenimiento	1	2	3	4	5
<b>v2: sostenibilidad en los emprendimientos</b>						
<b>D1: Aspecto económico</b>						
9	La empresa aplica un método de servicio eficiente.	1	2	3	4	5
10	La empresa desarrolla una participación en el mercado.	1	2	3	4	5
11	La empresa ejecuta una gestión de mejora para incrementar la rentabilidad.	1	2	3	4	5
<b>D2: Aspecto social</b>						
12	La empresa brinda oportunidad laboral sin discriminación.	1	2	3	4	5
13	La empresa desarrolla un plan social responsable	1	2	3	4	5

<b>14</b>	La empresa promueve el principio de igualdad en la organización	1	2	3	4	5
<b>D3: Aspecto ambiental</b>						
<b>15</b>	La empresa promueve el cumplimiento de las normas ambientales	1	2	3	4	5
<b>16</b>	La empresa establece las políticas ambientales	1	2	3	4	5
<b>17</b>	La empresa se preocupa por la reducción de impacto al medio ambiente	1	2	3	4	5




---

Mgr. Simón Poma Ancasi  
DTI de Carrera Profesional de Administración  
Filial Lima

## Anexo 04. Consentimiento informado



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS.  
ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA  
SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LAS MYPES DEL  
SECTOR INDUSTRIAL, RUBRO ENVASADORA DE AGUA DE MESA, DEL  
DISTRITO DE CALLERIAA, UCAYALI 2021**

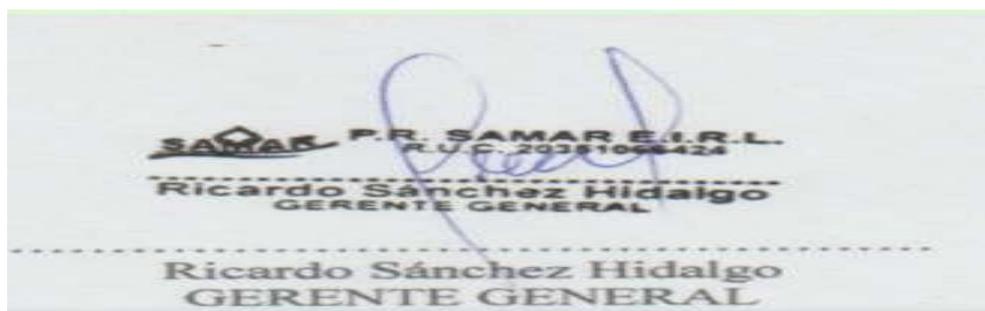
Investigador: Freyci Inca Cárdenas

Asesor: Simón Poma Ancasi

Detalle de investigación:

Estimados, estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de describir las variables de Atención al cliente y la Sostenibilidad de los emprendimientos en las 15 Mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería , Ucayali 2021, se le brinda una hoja de información sobre las razones del estudio, luego de esto Ud. Decidirá continuar con el presente estudio, luego de haber aceptado participar, procederá a llenar las siguientes encuestas en ella solo debe marcar con circulo, aspa o check en los números según la opción que corresponda a su respuesta.

Agradezco de antemano su participación



## **Anexo 05. Propuesta de Mejora**

**1. Título:** Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería, Ucayali 2021

### **2. Introducción:**

La atención al cliente es trascendente en el desarrollo de una empresa, de la misma manera la sostenibilidad ofrece resultados, mejoras para la empresa en aspectos económicos, social y ambientales, esto se verá reflejado viendo a la empresa sostenible en el tiempo, tanto social, económica y ambiental, esta propuesta de mejora de esta investigación será de mucha ayuda para futuras investigación, la aplicación de la propuesta de mejora en temas de sostenibilidad en las micro y pequeñas empresas del sector industrial y rubro envasadora de agua de mesa deberá ser continuamente innovada y mejorada

### **3. Justificación**

la propuesta de mejora permite llevar a la practica la teoría planteada de acuerdo con los resultados adquiridos, esta propuesta se realiza con el fin de mejorar la atención al cliente es importante porque las mypes del rubro envasadora de agua de mesa requiere formalidad comercial debido al volumen de ventas y nivel de atención al cliente, en las cuales tendrá un impacto en la mejora de su atención hacia los clientes y sostenibilidad de emprendimiento. La investigación se justifica porque permitirá determinar la atención al cliente es un factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos de las MYPES del sector industrial, rubro

envasadora de agua de mesa del distrito de Callería, Ucayali. El motivo que impulsó la investigación, se basa en los clientes y los diferentes problemas originados en la empresa de agua de mesa, Por ende, beneficiará a la empresa, a través de la información confiable, relacionada a producto, precio, plaza y promoción, y la satisfacción de los clientes, la gerencia podrá tomar decisiones basadas en hechos reales.

#### **4. Objetivo**

Proponer las mejoras de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector industrial, rubro envasadora de agua de mesa del distrito de Callería, Ucayali 2021

#### **5. calidad en la atención al cliente**

Para que las empresas del rubro agua de mesa tengan mejores ventas se debe mejorar la calidad de atención al cliente, debe tener la capacidad para satisfacer sus necesidades y para lo cual necesitan, saber qué es lo que el cliente desea, como quiere que lo atiendan y poder ofrecerle calidad en la atención. Por tal razón, todas las actividades que realicen las empresas dedicadas en venta de agua de mesa, deben hacerse bien desde el principio y mejorarse continuamente en ser Amable; cortés; agradable; comprensivo; servicial; eficiente; rápido.

## Anexo 05. Plan de mejora

cuadro de plan de mejora						
Dimensión	Indicador	Problemática	Responsables	Propuesta de mejora	Plazo de ejecución	Presupuesto
Capacidad de respuesta	Satisfacción del cliente	Las empresas no siempre se orientan a la satisfacción al cliente	Propietarios/ Administradores	Mejorar y planificar y reducir los costos de adquisición de los clientes	Permanente	s/500.00
Accesibilidad	Atención personalizada	Las empresas no tienen procedimientos adecuados para atender al cliente	Propietarios/ Administradores	Gestión de normas y procedimientos de la empresa	Permanente	S/200.00
Fiabilidad	Habilidad de servicios	Déficit en los temas de capacitación al personal para brindar una mejor atención a los clientes	Propietarios/ Administradores	Capacitación a los colaboradores internos	Permanente	s/400.00
Valor social	Competitividad	Escasez de oportunidades laborales	Propietarios/ Administradores	Desarrollar estrategias para emprendedores	Permanente	S/. 300.00
Valor económico	Incentivos	No suelen incentivar al personal interno	Propietarios/ Administradores	Incentivar a los trabajadores mediante premios, bonos, sobre metas alcanzadas. Beneficios sociales	Permanente	S/.600.00
Valor ambiental	Desarrollo de los procesos de reciclaje	Falta incentivar el reciclaje y reutilización de recursos.	Propietarios/ Administradores	Generar proyectos sobre responsabilidad ambiental en las empresas.	Permanente	S/. 500.00

## Anexo 06. Directorio de mypes en estudio

N°	nombre comercial	dirección
1	agua de mesa jimar e.i.r.l	jr Guillermo sisley n°432
2	agua de mesa caudal	av. colonización n° 1540
3	agua de mesa Samar	av. 03 de abril n°620 Micaela b
4	agua de mesa santa Sofía	calle. 4 mz. a lote. 12
5	agua de mesa emineá m	calle. 14 mz. 25 lote. 01
6	agua de mesa gavisa	jr amazonas n°341
7	agua de mesa soy vida	jr. Bolognesi n°127
8	agua de mesa celestial	jr rosa medina. mz a. lote 05
9	agua de mesa clarita	jr. Carmen cabrejo n°440
10	agua de mesa abiz	jr Guillermo sisley n°775
11	agua de mesa viva	jr Guillermo sisley n°398
12	agua de mesa m&c e.i.r.l	jr Tarapaca n°825
13	agua de mesa alisson s.a.c	jr Leticia n°275
14	agua de mesa siloe e.i.r.l	jr pachitean°408
15	agua de mesa pura y sana	jr 30 agosto n°251 /9 octubre

Municipalidad Provincial de Coronel Portillo