



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ATENCIÓN Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE DE LAS  
MYPES, SECTOR RUBRO INSTITUCIONES  
EDUCATIVAS PARTICULARES, EN EL DISTRITO  
TUMBES 2018**

**TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO  
EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR**

**SALVATIERRA PRECIADO, JHON FRANKLIN**

**ORCID: 0000-0001-7378-7527**

**ASESOR**

**ESCOBEDO GALVEZ, JOSE FERNANDO**

**ORCID: 0000-0002-6443-1497**

**TUMBES – PERÚ**

**2021**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Salvatierra Preciado, Jhon Franklin

ORCID: 0000-0001-7378-7527

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

### **ASESOR**

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de ciencias  
contables financieras y Administración, Escuela Profesional de  
Administración, Tumbes, Perú

### **JURADO**

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel

ORCID: 0000-0001-6769-1959

## **HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

---

**Mg. Galvani Guerrero García**

**Presidente**

---

**Mg. Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta**

**Miembro**

---

**Mg. Domingo Miguel Villarreyes Guerra**

**Miembro**

---

**Mg. José Fernando Escobedo Gálvez**

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco por ser parte de esta grandiosa Institución universidad CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE ULADECH FILIAL TUMBES en brindarme la oportunidad de estudiar y poder concluir para ser un profesional. A las Mypes por brindarme las facilidades para llevar a cabo mi trabajo de investigación. A mi docente asesor de tesis, Mg. José Fernando Escobedo Gálvez, por su esfuerzo y dedicación, quien, con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda seguir realizando mis estudios con éxito. Agradezco también a los profesores que durante toda mi carrera profesional han aportado con un granito de arena a mi formación.

## **DEDICATORIA**

Dedico mi tesis a Dios por darme la vida y guiarme para ser una persona de bien, por las fuerzas que cada día me da para salir adelante y no dejarme vencer en los problemas enseñándome que con fe, paciencia y dedicación todo se puede lograr.

Agradezco a mi familia en especial a mi madre por los consejos y ese amor de madre que es único e incomparable por estar conmigo en los momentos difíciles y motivándome para continuar y salir adelante ante las adversidades.

## RESUMEN

El presente trabajo denominado “Atención y satisfacción al cliente de las MyPes, sector rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes 2018” En donde se pretende investigar ¿Cuáles son las características de la Atención y satisfacción al cliente de las MyPes, sector rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes 2018? Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación determinar la Atención y satisfacción al cliente de las MyPes, sector rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes 2018 Utilizando 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 10 MyPes dedicadas al rubro de Instituciones Educativas Particulares; se concluyó que si se brinda un servicio de calidad porque mantienen un buen clima académico y esto se ve reflejado en el buen trato que tienen los trabajadores para con los padres de familia y es oportuno la solución de quejas que puedan tener los padres de familia.

***Palabras clave: Atención y satisfacción del Cliente y MyPes.***

## **ABSTRACT**

The present work called "Attention and satisfaction to the client of the MyPes institutions, sector particular educational institutions, in the district Tumbes 2018" Where it is intended to investigate What are the characteristics of the Attention and satisfaction to the client of the MyPes, sector educational institutions, in the Tumbes 2018 district? That is why the following research objective was formulated to determine the Customer Service and satisfaction of the MyPes, educational institutions sector, in the Tumbes 2018 district Using a descriptive methodology, quantitative level and non-experimental design; applying the survey and questionnaire as instruments and data collection techniques; with a population of 68 clients of the 10 MyPes dedicated to the category of Private Educational Institutions; It was concluded that if a quality service is provided because it maintains a good academic climate and this is reflected in the good treatment that workers have towards parents and the solution of complaints that parents may have is timely.

***Keywords: Customer Service, Customer Satisfaction and MyPes***

# ÍNDICE

TÍTULO .....	i
EQUIPO DE TRABAJO .....	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT .....	vii
ÍNDICE.....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA .....	7
2.1. Antecedentes .....	7
2.1.1. ANCEDENTES INTERNACIONALES.....	7
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES: .....	9
2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES .....	11
2.2.1. Atención al cliente.....	14
2.2.2. Satisfacción al cliente .....	19
2.2.3. MyPes .....	23
2.2.4. Instituciones Educativas .....	24
2.2.5. clientes .....	25
III. HIPÓTESIS .....	26
IV. METODOLOGÍA.....	27
4.1. Diseño de investigación.....	27
4.2. Población y muestra .....	27
4.3. Definición y operacionalización de variables .....	28
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	30
4.5. Plan de análisis .....	30
4.6. Matriz de consistencia .....	32
4.7. Principios éticos.....	33
V. RESULTADOS .....	34
5.1. Resultados .....	34
5.2. Análisis de resultados (Discusión) .....	36
VI. CONCLUSIONES .....	40
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	41
ANEXOS .....	44

Anexo 01: Encuesta.....	44
Anexo 02: Validación.....	45
Anexo 03: Turnitin.....	57

## **I. INTRODUCCIÓN**

El estudio realizado en una empresa dedicada a la instalación, mantenimiento y reparación de sistemas de aires acondicionados en el Estado Carabobo – Venezuela, se concluye que la calidad del servicio que presta la empresa, tiene un impacto en la satisfacción de sus clientes; lo que permitirá a la gerencia focalizar sus esfuerzos en mejorar la calidad de los servicios, y específicamente, considerando las dimensiones importantes, identificadas mediante el Análisis de Factores, uno de los métodos estadísticos más usados para este fin. (Mejías, Godoy, & Piña, 2018).

El estudio realizado en los centros comerciales pasaje Bolívar y Bahía de la ciudad de Loja en Ecuador sobre la importancia en las estrategias de ventas tiene que ser una herramienta para que las empresas mejoren la atención al cliente. Aplicar merchandising permite llegar mucho más rápido y eficiente al público permitiendo que sean más eficientes, con esto se consigue la fidelización de los clientes algo que no se está logrando debido a que las empresas no disponen de estrategias de ventas enfocadas a un público determinado, los empresarios solo se desarrollan de manera empírica. (Abrigo, Salazar & Celi, 2017).

El estudio realizado a un grupo de empleados de una cuenta en español y un grupo de empleados de una cuenta en inglés en un centro de llamado de atención al cliente en Guatemala concluye que habilidades como la tolerancia, comunicación, y relaciones interpersonales en el ámbito laboral no son altas, ni bajas, sino que se encuentra en un punto medio y grupo de agentes telefónicos son más propensos a desarrollar enojo, ira, frustración y todo tipo de emociones negativas que se puedan dar durante un conflicto. Por ellos se recomienda

fortalecer su cultura organizacional para que los empleados estén más integrados y puedan tener con los clientes. (Briones, 2017).

El estudio realizado a los docentes de la Unidad de Gestión Local (UGEL) de Huaura donde se planteó determinar la relación que existen entre la imagen corporativa de la UGEL y el servicio de atención al cliente. El estudio concluyo que existe una relación positiva ya que el servicio es aceptable en referencia a los trámites documentarios administrativos, satisfaciendo la necesidad recurrente de los docentes. Ofrece atención personalizada de acuerdo a sus solicitudes en base a sus necesidades. La calidad de servicio en referencia al trato del personal, y con el comportamiento que manifiestan los trabajadores al brindar información. (Santos, 2018).

El estudio realizado a los trabajadores de la Municipalidad de Santa Anita en Lima para determinar la influencia de la gestión municipal y la atención al cliente en la calidad de servicio. Se concluyó que La gestión municipal y la atención al cliente influyen en la calidad de servicio percibida en la Municipalidad de Santa Anita por sus aspectos tangibles, fiabilidad, seguridad, empatía y eficacia pervibida (Álvarez, 2018).

El estudio realizado a los clientes de la Empresa Agua de Mesa La Samaritana, Tarapoto para determinar la relación entre las estrategias del marketing mix y la satisfacción del cliente. Se concluye que a mayor aplicación de estrategias del marketing mix, como lo es la plaza, precio, producto y promoción esto afectara de manera significativa y positiva ya que se evidenciará un incremento de la satisfacción al cliente. (Huaita, 2017).

El estudio realizado del sector servicio rubro Restaurantes en el cercado de Tumbes, siendo el objetivo general determinar la caracterización de la gestión de calidad y satisfacción de los clientes para lo cual se tomó una muestra de 68 personas en donde se concluyó que tanto el dueño como el personal no está comprometida con ofrecer productos de calidad y que la empresa no evalúa sus indicadores de compra. (Cuenca, 2019).

En el estudio realizado a la empresa Rosillo Tours SAC, teniendo como objetivo general determinar la calidad del servicio Courier y su influencia en la satisfacción. Para lo cual se tomó una muestra de 60 clientes donde se concluyó que presenta una alta calidad en los servicios que presta lo cual implica una alta incidencia en la satisfacción de los clientes de alrededor, La calidad de los servicios prestado por la empresa Rosillo Tours SAC tienen una alta calidad entre sus clientes, a Rosillo Tours SAC presenta un alto nivel para las dimensiones de confiabilidad, empatía, receptividad, certeza y elementos tangibles. (Yesán, 2018).

El estudio realizado a los trabajadores en tres empresas que se dedican a la crianza de Camarones, considerado también como producto hidrobiológico; se concluyó que existe una gran diferencia de la satisfacción laboral de los trabajadores, como lo es el desempeño laboral, desarrollo personal, condiciones laborales, incentivos laborales, se diferencian en distintos porcentajes en el estudio. Por lo tanto, recomienda que los aspectos como brindarles un buen ambiente, materiales de trabajo en buen estado, realizar integración laboral con los compañeros de la institución. (García, 2018).

Teniendo en cuenta lo anterior se considera la realización de la presente investigación se planteó el siguiente problema: ¿Cómo se caracteriza la Atención

y satisfacción al cliente de las MyPes, sector rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes 2018?

Para resolver la interrogante antes mencionada se planteó como objetivo general Determinar la caracterización de Atención y satisfacción al cliente de las MyPes, sector rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes 2018. Y de la misma forma se plantearon los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de Atención al cliente de las MyPes, sector rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes 2018. Determinar las características de la satisfacción al cliente de las MyPes, sector rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes 2018.

En el campo de la justificación de la presente investigación, se justifica en lo práctico, porque se utiliza mecanismos que permite conocer y encaminar al servicio de educación brindado en el distrito de Tumbes, desde los aspectos de atención al cliente y satisfacción al cliente. Se justifica teóricamente porque contiene una apertura de conocimiento de la atención al cliente, satisfacción al cliente, teniendo como base el uso de herramientas pedagógicas, material didáctico, brindando un mejor servicio educativo de acuerdo a los estándares establecidos por el Ministerio de Educación. Tiene una justificación metodológica, por la aplicación sistematizada del proceso de la investigación, encaminada a la detección de datos cuantitativos que determinen las características sin vulneración alguna, y se recogen los datos en un solo momento, en este caso servicio educativo. Institucionalmente este estudio beneficiara a la universidad, servirá de aporte para las bibliotecas constituyéndose en una base de consultas para próximas investigaciones que realicen las futuras generaciones de estudiantes. Se justifica profesionalmente,

en la medida en que me permitirá obtener el título académico de bachiller de administración. Se justifica por conveniencia porque permite conocer la realidad de la atención al cliente y satisfacción al cliente del rubro instituciones educativas particulares en el distrito de Tumbes. Desde los factores metodológicos de la investigación esta es descriptiva; de nivel: cuantitativo; con diseño: no experimental y de corto transversal, dado que las características se recogerán en un solo momento; las variables de la investigación o palabras claves son: atención al cliente y satisfacción al cliente; las unidades económicas objeto de investigación son 10 dedicadas al sector y rubro en estudio; la población de la variable atención al cliente por la naturaleza de sus objetivos específicos es infinito involucrando a los padres de familia (clientes) con respecto a la variable satisfacción al cliente la muestra es infinita la aplicación de la muestra se aplicara fórmula para la segunda variable; de otro lado la recolección de información se aplicará a través de encuesta por medio del instrumento del cuestionario. Se concluye que las características de atención al cliente están relacionadas con que, si se informan sobre resultados, avances, tener recursos didácticos adecuados, tener profesionales de buen nivel profesional sumado a las condiciones de seguridad y servicios complementarios se logra una buena atención para los padres de familia demuestran la preocupación por parte de las Instituciones Educativas en brindar una atención de calidad. Las características de satisfacción al cliente se relaciona con el trato apropiado a los padres brindado por las Instituciones desde el personal administrativo hasta los docentes, el eficiente proceso de formación para padres de familia, una adecuada metodología de aprendizaje, una oportuna solución de reclamos, y recibir información periódica sobre los gastos e inversiones denotan

interés por parte de la institución en brindar un buen servicio comprometiendo no solo con la atención sino en satisfacer sus necesidades.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1. Antecedentes internacionales**

(Teran, 2018) estudió Análisis en la calidad del servicio al cliente del Banco Internacional en la ciudad de Guayaquil. En el desarrollo de este estudio se da a conocer a los lectores sobre el nivel de satisfacción a los clientes del Banco Internacional de la ciudad de Guayaquil, y como esto impacta a su índice de medición y las propuestas de mejora para el mismo, por lo que para una mejor comprensión se ha dividido la investigación en 3 capítulos que se detallan a continuación En el capítulo 1 se presenta el marco teórico, se resumirá investigaciones realizadas por otros autores, se tomará referencia de tesis, monografías que permitan establecer conceptos de calidad, cliente y servicio. Para definir su importancia, función y el impacto de los mimos en el crecimiento de una compañía. En el capítulo 2 se presenta la metodología de la investigación, se desarrollan los métodos y técnicas de investigación del objeto o caso de estudio que permitan determinar la situación actual de la empresa. En esta presentación se trabaja con la investigación cuantitativa mediante la elaboración de encuestas a los clientes de la ciudad de Guayaquil del Banco Internacional, mismo que permitirá cuantificar el nivel de satisfacción de los mismos. En el capítulo 3 se presenta el análisis de los resultados obtenidos, enfocados en el sector de servicio, atención que se brinda, agilidad, tiempo de espera, amabilidad del gestor que atendió Siendo estas las variables de medición del índice de satisfacción en el servicio. Se recomiendan varias alternativas de mejora en el servicio las cuales permitan ajustarse a las exigencias del mercado y a las necesidades del cliente.

(Parra, Arce & Guerrero, 2018) Estudiaron La satisfacción laboral y su efecto en la satisfacción del cliente, un análisis teórico. Un componente importante es el personal, se debe considerar que, por más políticas, manuales, procedimientos, instructivos de trabajos, scripts y protocolos de actuación que tenga implementado la empresa, si los trabajadores no están altamente motivados y con actitud positiva al momento de realizar las actividades asignadas al rol que desempeñan, trasladan esa sensación de inconformidad al servicio prestado, lo que conlleva a una insatisfacción del cliente. Un empleado satisfecho transmite una actitud positiva que se traduce en clientes felices y satisfechos, que aportan a la rentabilidad de la organización. En todos los aspectos se deben considerar como principal objetivo la atención al cliente, enfocado en tener que satisfacer sus necesidades a través de un servicio prestado por personal debidamente comprometido con la organización, esto se puede lograr mediante un compromiso creado entre el gerente o dueño de la organización y el empleado que brinda el servicio.

(Mejías, Godoy, & Piña 2018) estudiaron el Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. El presente trabajo reporta los resultados de una investigación realizada en una empresa dedicada a la instalación, mantenimiento y reparación de sistemas de aires acondicionados en el Estado Carabobo – Venezuela, cuyo objetivo fue evaluar el impacto de la calidad del servicio en la satisfacción de sus clientes, utilizando un instrumento basado en el modelo SERVQUAL que considera la calidad del servicio, el índice ACSI que evalúa la satisfacción del cliente y el modelo KANO que determina distintos atributos que requiere el servicio. Se tomaron en cuenta 194 encuestas valoradas por los clientes en una

escala tipo Likert. Previa determinación de la adecuación muestral, se identificaron mediante el Análisis de Factores, cuatro dimensiones: Capacidad de Respuesta, Seguridad, Confiabilidad y Empatía, y Aspectos Generales. Así mismo, se demostró la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el caso en estudio.

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

(Nieto & Yllú, 2019) estudiaron el Nivel de satisfacción y la calidad de atención percibida por el usuario externo en el servicio de ortodoncia y ortopedia maxilar de la clínica docente asistencial de la Universidad Norbert Wiener 2018. En el presente estudio se evaluó la relación de la satisfacción y la calidad de atención percibida por los pacientes que acudieron al servicio de ortodoncia y ortopedia maxilar de la clínica docente asistencial de la universidad Norbert Wiener en el 2018. Fue una investigación aplicada, no experimental, transversal de tipo correlacional. La muestra estuvo conformada por 100 pacientes mayores de edad que solo hayan recibido atención en el servicio de ortodoncia y ortopedia maxilar. Los pacientes llenaron dos encuestas, donde la calidad de atención fue evaluada mediante una encuesta Servqual y la satisfacción fue evaluada mediante una escala de Likert. Los resultados demostraron una correlación sustancial de la satisfacción del usuario externo y la dimensión seguridad de la calidad de atención, al referir que el personal siempre fue amable y atento. Y, una correlación sustancial de la calidad de atención y la dimensión cognitiva de la satisfacción del usuario, al considerar que el personal estuvo capacitado y supo escuchar con paciencia. Se concluyó que existe relación estadísticamente significativa entre el nivel de satisfacción y la percepción de la calidad de atención percibida.

(Mamani, 2017) estudio Grado de satisfacción de los pacientes respecto a la calidad de atención odontológica brindada por el establecimiento de salud Salcedo, Minsa, Puno 2017. La calidad de atención, por tanto, se define como la capacidad que tienen los servicios de salud de dar soluciones aptas, apropiadas y que concuerden con las necesidades y demandas de salud. La evaluación de la calidad, es uno de los factores que conllevan a la garantía de calidad, mide no solo el impacto sino el desenvolvimiento general del programa de salud. En el estudio de Huertas Martines Sofia, en su estudio Satisfacción de los pacientes en la consulta odontológica privada en Moravia. Tipo descriptivo, esta investigación tiene como objetivo conocer el nivel de satisfacción de pacientes del área de Moravia. Para ello se les aplicó un cuestionario a 60 personas que estuvieran en tratamiento, o lo hayan recibido anteriormente; el instrumento evalúa factores como: localización y acceso al consultorio, tiempo de atención, atención por parte de auxiliares y recepcionistas, atención del odontólogo, condiciones del consultorio, costos y cuestiones de comunicación, además con las respuestas se pretende dar una visión general de la satisfacción que tienen los pacientes ante los servicios odontológicos. El estudio expresó que el 80 % de los pacientes estaba satisfecho, muchos de los resultados los cuales indicaron insatisfacción eran por cuestiones físicas, por ejemplo, el estacionamiento, o por el tiempo de espera en la recepción; por el contrario, la evaluación de las respuestas demostró que los sujetos se sentían satisfechos con el conocimiento que expresaba el odontólogo y el tiempo en que era atendido por el profesional.

(Romero, 2017) estudió las Estrategias para incrementar el nivel de satisfacción del cliente en el centro médico Integra Médica Perú, 2017. El problema descrito

está relacionado con el servicio al cliente, atención al cliente, la calidad de atención, tiempo de espera y como estos factores afectan directamente el nivel de satisfacción del cliente, por ende en la solución se planteó actividades, en las cuales se contrató un personal calificado para brindar una capacitación a los colaboradores en el tema de atención al cliente y el manejo eficaz del sistema operativo que utiliza la empresa, además se capacitó al área de operación para que pueda mejorar el proceso de atención al cliente de tal forma que se emplee un sistema de colas que permitió optimizar el tiempo de espera del cliente, logrando que el cliente obtenga un nivel de satisfacción de un 85%.

### **2.1.3. Antecedentes locales**

(Chapilliquen, 2019) estudió Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción al cliente en las Mypes del Sector Comercio rubro ferreterías en la avenida Piura, distrito de Tumbes, año 2019. En la presente investigación denominada Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MyPes del sector comercio rubro ferretería en la Avenida Piura - Distrito de Tumbes, año 2019. Tuvo como problema de investigación: ¿Cómo se caracteriza la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MyPes del sector comercio rubro ferretería en la Avenida Piura - Distrito de Tumbes, año 2019? Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación: Determinar la caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MyPes del sector comercio rubro ferretería en la Avenida Piura - Distrito de Tumbes, año 2019. Utilizando una metodología de investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal; con una población de diez (10) MyPes y con una muestra de 68 clientes, aplicando la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de

datos se concluyó que según el objetivo específico 02 se determina que los principios para ofrecer un producto de calidad, la empresa hace estudio de las condiciones económicas de sus clientes para poderles ofrecer un producto, teniendo en cuenta la comunicación, la motivación y el liderazgo por parte de los miembros de la empresa para llegar hacia sus clientes. Según el objetivo específico 03 se concluye que para determinar las características de satisfacción de los clientes la empresa se enfoca en la buena calidad e higiene del producto, de igual manera consideran la atención al cliente como parte fundamental para que se sienta satisfecho.

(Boyer, 2018) estudió el Nivel de satisfacción del turista ecuatoriano en relación al servicio de restauración en el distrito de Zorritos Junio-septiembre 2016. La presente investigación se centró en determinar el nivel de satisfacción del turista ecuatoriano en relación al servicio de restauración en el Distrito de Zorritos, Provincia de Contralmirante Villar, Departamento de Tumbes. Se realizó un estudio descriptivo en el cual se utilizaron figuras y tablas, que permitieron ordenar los datos recopilados, mediante la aplicación de métodos estadísticos. Se trabajó con una muestra de 303 turistas de procedencia regional, nacional y extranjero, de ellos la mayor parte (72%) estuvo constituida por informantes de procedencia nacional, la información se recopiló a través de la aplicación de encuestas a turistas. El Distrito de Zorritos presenta es la carencia de interés turístico por parte del municipio, entidades públicas y privadas ligadas al sector turístico e incluso de los mismos pobladores. Así mismo se evidencia que es escasa la información que se le brinda al turista constituyendo en otro factor limitante para impulsar el desarrollo turístico. Se obtuvo como resultado que la mayoría de turistas que

visitan Zorritos lo hacen por su gastronomía y su calificación fue buena, considerando al Distrito como un destino gastronómico bueno que ha incidido en el desarrollo turístico de la localidad y que ha mejorado la calidad de vida de la población.

(Callata & Peña, 2017) estudiaron la Satisfacción del usuario sobre la atención que brinda enfermería en el consultorio CRED del Centro de Salud Corrales. Tumbes 2017. La investigación de tipo cuantitativa, descriptiva simple transversal, con diseño no experimental titulado: Satisfacción del usuario sobre la atención que brinda enfermería en el Consultorio CRED del Centro de Salud Corrales - Tumbes 2017; tuvo como objetivo general: Determinar la satisfacción del usuario sobre la atención que brinda enfermería en el Consultorio CRED. La muestra estuvo conformada por 62 usuarios; se utilizó como técnica la entrevista y como instrumento el cuestionario. Los resultados obtenidos fueron: en la dimensión humana: los usuarios que acuden al consultorio CRED refieren estar satisfechos con el 94% sobre la atención que brinda enfermería; el 86% están satisfechos en cuanto a la atención que brinda enfermería en la en la dimensión técnico-científico, y en la dimensión entorno el 86% de los usuarios manifiestan satisfacción del ambiente en el que son atendidos por el profesional de enfermería. Lo que significa que el profesional de enfermería realiza su labor con calidad y calidez que demanda la profesión.

## **2.2. Bases teóricas y conceptuales**

### **2.2.1. Atención al cliente**

#### **2.2.1.1. Definiciones**

La atención al cliente es todo un conjunto de actividades que desarrollan las organizaciones orientadas al cliente, enfocadas a identificar las necesidades de los clientes para satisfacerlos, el objetivo es cubrir sus expectativas, también se le conoce al conjunto de prestaciones que espera recibir de la imagen, el precio y la reputación del producto, servicio que espera recibir. La empresa debe poseer bastante información de su mercado objetivo y el comportamiento de sus consumidores. Por ello el cliente se le debe considerarse una de las actividades básicas de la estrategia de la empresa. (Perez, 2010)

La atención al cliente la constituye todas acciones que realiza las organizaciones para incrementar el nivel de satisfacción de sus clientes, esta se convierte en una herramienta estratégica de marketing, porque constituye un sistema de mejora continua de la organización. La atención al cliente es intangible ya que los clientes juzgan por la calidad basándose en las relaciones de quienes prestan el servicio de atención, esto constituye una diferenciación con el resto de empresas por la calidad de su servicio. (Paz, 2005)

La atención al cliente, es una modalidad de gestión se trata de la filosofía y cultura propia de la de organización, se inicia desde el nivel más alto que hay en una organización se refiere en hacer que las personas refiriéndose a los empleados que la integran y sus clientes encajen entre sí y se dé una armonía, cuando se logre alcanzar esto la empresa obtendrá una ventaja competitiva con respecto a otras de su rubro. Todos deben estar involucrados y participar para aplicarlo en su quehacer diario, se le considera una actitud de la dirección de la empresa, se trata

de personas no de cosas, por ello es importante la interacción de todos los miembros de la organización. (Brown, 1992)

#### **2.2.1.2. Características**

Las características de la atención al cliente son: Habilidades de escucha, un representante de servicio de atención al cliente debe saber escuchar las necesidades de los clientes. Escucha y toma nota las palabras para generar confianza y conectar con el cliente para que haya entendimiento. Habilidades de pregunta, significa realizar las preguntas adecuadas para obtener las respuestas necesarias para resolver el problema del cliente. Responsable, los trabajadores que tengan contacto con el cliente tienen que tener sentido de responsabilidad para así obtener buenos resultados. Sensible, los clientes son sensibles a la pregunta que se le puede hacer y la preocupación que demuestran los representantes de servicio de atención al cliente. Saltearse o no preguntar puede demostrar desinterés. Es importante contestar todas las interrogantes que hagan los clientes porque eso demuestra que el personal está capacitado. (Palacios, 2018)

Encontramos dentro de las características a la diferenciación señala a la atención al cliente como herramienta básica de gestión estratégica porque nos permite ofrecer y ofertar un valor agregado al cliente con el respecto a la competencia, eso nos da una ventaja competitiva. La siguiente característica tiene que ver con los conocimientos de las necesidades y expectativas de los clientes, esto se refiere a que el cliente tiene que percibir que se preocupan por satisfacer sus expectativas por eso la empresa debe preocuparse en segmentar el mercado y acorde a las necesidades ofrecer lo que realmente requiere los clientes. La siguiente característica tiene que ver con la flexibilidad y mejora continua de la empresa ello quiere decir que las expectativas de los clientes se incrementan a la medida

que las empresas aplican programas de calidad de servicio, las empresas se tienen que preparar a los cambios que puedan ocurrir en su sector y cambios en las necesidades de los clientes que cada vez son más exigentes, entonces eso implica tener al personal que atiende capacitado adecuadamente para tomar decisiones y poder satisfacer las necesidades de los clientes. Otra característica es la orientación al cliente y al trabajo se debe combinar ambos factores de manera armoniosa significa en saber estar (conocer tus actividades, funciones, estar capacitados) y saber que hacer (tomar decisiones en base a tu preparación) ante situaciones que se presenten, se habla de una orientación en el trabajo que combine la relaciones humanas y técnicas. La siguiente característica tiene que ver con la plantearse como meta la fidelización de los clientes, esto en otras palabras significa buscar nuevos valores asociados al producto han de ser creativos, diferentes e innovadores al de la competencia y así llegar a convertirse en pieza clave para poder retener y fidelizar a los clientes. (Almestar, 2017)

La atención al cliente se caracteriza por la Cortesía: el personal tiene que ser Cortez para evitar perder clientes hacer sentir al cliente importante. Atención Rápida: demostrar interés en atender y ser rápidos atendiendo porque un factor importante para el cliente y valora mucho su tiempo. Confiabilidad: los clientes buscan que se cumplan con lo que se le promete y el proceso de compra sea menos riesgoso. Atención Personal: al cliente le gusta que la atención sea personalizada, tratar bien al cliente, llamarlo por su nombre. Personal bien Informado: El cliente espera recibir de los empleados encargados de brindar un servicio, una información completa y segura. Personal bien Informado: el personal debe estar bien capacitado, darles a los clientes una información completa y confiable.

Simpatía: un trato amable y cordial, cálido hace la diferencia al momento de dirigirse a los clientes. (Tobar, 2016)

### **2.2.1.3. Tipos**

El autor señala que los tipos de atención al cliente son los siguientes; Atención presencial: es un tipo de contacto directo con el cliente donde no se dan barrera ni interferencias que se dan a través de otras vías como la telefónicas o páginas web. Atención telefónica: implica ponerle más esfuerzo del que ponemos cuando se da la comunicación de manera presencial, la actitud no va ser igual sino diferente a la atención presencial porque se trata de despertar el interés y mantener la atención del cliente para lograr su satisfacción. Atención virtual: se da por vía correo o mediante web, por ese medio se ofrecen los productos servicios, el cliente valora mucho el sistema de pago y de entrega. Atención proactiva: creamos la necesidad en el cliente y motivamos su deseo de compra o adquirir un producto o servicio, es un tipo de actitud activa por parte del vendedor de no esperar a que el cliente nos contacte o decida comprar, se da un alto grado de tolerancia a la frustración porque no es seguro que el cliente compre va depender de la actitud positiva que se demuestre de cara al cliente y el manejo de argumentos. Atención reactiva: es una actitud activa del cliente, pero a su vez pasiva en el caso del vendedor porque damos una respuesta a la demanda del cliente, no se busca generar interés, ni despertar necesidad alguna en el cliente (I. Silva, 2019)

Los tipos de Atención al cliente son: Presencial se da una atención con la presencia física del cliente, se conjuga el contacto visual y lenguaje no verbal muy importante en la interacción. Atención telefónica, este tipo de atención no hay contacto físico se tiene que poner más énfasis y conectar con el cliente. Atención virtual es una vía alternativa para que los clientes puedan realizar compras de

productos o servicios mediante la web, la valoración de este tipo de atención es el óptimo funcionamiento de la página, sistema de pago, consultas y respuestas en la página web. Atención proactiva es generar necesidades en el cliente e incentivar la compra de nuestro producto o servicio. Atención reactiva relacionada, es una actitud pasiva frente a la atención, simplemente se está dando respuesta a la demanda, no se busca generar una necesidad al cliente. Atención directa sin intermediarios dado que los roles se juntan en una única persona. Atención indirecta es cuando la persona que hace la demanda no es la que tiene la decisión final en la compra. (Palacios, 2018)

Existen diferentes maneras de interacción con los clientes, una de ellas es la atención presencial para lo cual el autor señala el encuentro físico que se da con el cliente, un papel importante es esta interacción es el contacto visual y el lenguaje corporal y verbal. Por otra parte, tenemos la atención telefónica para esta atención se tienen que cumplir una serie de normas no escritas para alcanzar la plena satisfacción en el cliente, por ello implica un esfuerzo y demostrar actitud ante un cliente que no podemos observar sus reacciones porque no lo tenemos presencialmente cerca. Y por último encontramos la atención virtual ya que, gracias al avance tecnológico, auge del comercio electrónico este tipo de atención constituye una vía alterna, por correo electrónico o utilizando la misma página web que ofrecen los productos o servicios, se deben cumplir parámetros como el correcto funcionamiento de la página, sistema de pago y entrega para que el cliente pueda valorar de manera positiva la atención recibida. (Silva, 2016).

### **2.2.2. Satisfacción al cliente**

La satisfacción al cliente es el resultado de comparar las expectativas de servicio recibido y de la calidad de producto antes de comprar y después. Existe 02 componentes; la satisfacción afectiva (hablamos de los sentimientos positivos o sentimientos negativos que alguien llega a experimentar hacia un objetivo) y la componente cognitiva (estas son las creencias o pensamientos que alguien tiene hacia un objetivo). Se entiende también la satisfacción del cliente es cuando las organizaciones quieren dar un paso más en su servicio al cliente, ofrecer más de lo que se espera, es cuando se alcanza una alta satisfacción al cliente. La satisfacción es también la percepción cognitiva del cliente y su sentimiento previo de expectativa sobre la experiencia del consumo. Existen factores que hacen que la satisfacción sea determinante estos factores son la exigencia del consumidor, la aparición de nuevos competidores, el avance de la tecnología para los procesos y sistemas hacen que la satisfacción nos haga competitivos. (López, 2018)

La satisfacción al cliente, es entendida cuando un cliente satisfecho deja de lado a la competencia por preferir nuestros productos, servicios y comunica a otros sus experiencias positivas, lo que se busca es la fidelización del cliente ya que influye mucho la percepción de calidad que tienen los clientes. La satisfacción siempre acaparado el interés de los altos directivos de la empresa, así como de los investigadores por sus resultados positivos, porque es el reflejo de las intenciones futuras de que los clientes volverán a adquirir un producto o servicio. (García, Cepeda, & Ruiz, 2012)

Es un estado de ánimo que resulta de comparar expectativas del cliente y el servicio que ofrece la organización, el resultado puede ser neutro cuando no hay ninguna emoción positiva en los clientes, es cuando las empresas no hacen más

que dar, no dan ningún valor agregado al servicio, y cuando el resultado es negativo, el cliente experimenta un estado de emoción de insatisfacción, la empresa tendrá que asumir los costos del servicio o volver a prestarlos, de alguna manera compensar al cliente, intentar neutralizar sus comentarios negativos por el servicio, cuando el cliente percibe que el servicio supero sus expectativas significa que la empresa ha logrado satisfacer satisfactoriamente al cliente, con esto la empresa logra una mayor fidelidad con el cliente y es más que seguro que volverá a comprar y contar su experiencia a otras personas eso favorecerá enormemente a la empresa. (Gosso, 2003)

#### **2.2.2.1. Características**

La satisfacción al cliente tiene como principales características lo siguiente: La existencia de un objetivo que el consumidor desea alcanzar. tenemos las variables concernientes con el producto. La consecución de este objetivo, sólo puede ser juzgada tomando como referencia un estándar de comparación. El proceso de evaluación de la satisfacción implica como mínimo la intervención de dos estímulos: un resultado y una referencia o estándar de comparación. Los factores relacionados con el producto incluyen aspectos tales como diseño básico del producto, familiaridad de los diseñadores con las necesidades del consumidor, motivaciones que dirigen el trabajo de los diseñadores, procesos de producción, sistemas de control de calidad. Las actividades de ventas, los servicios postventa y las vinculadas a la cultura de la empresa. (Castro, 2019).

Dentro de las características de la satisfacción es que es subjetiva ya que depende de cada persona que pueda interpretar la realidad, las personas tenemos diferentes razones y emociones, otra característica es que es un variable compleja en el sentido de que es difícil de medir ya que la conforman el proceso cognitivo,

afectivo y el comportamiento y depende de otras variables tales como la percepción, las expectativas y la deseabilidad social. La satisfacción de los clientes no es fácilmente modificable ya que depende de sucesos, experiencias, procesos de aprendizajes sociales y personales. El cliente no necesariamente se siente satisfecho por una buena relación calidad y precio lo que es para unos no necesariamente lo es para otras personas quiere decir que puede ser significativo el precio, pero no es determinante al momento de la compra porque hablamos de personas y grupos sociales, estatus, cultura, religión, etc. Otra característica fundamental es la segmentación de clientes ya que sería un gravísimo error pensar que existe un modelo universal por ello es importante separar en grupo de manera homogénea y así ofrecer los productos o servicios de acuerdo a sus necesidades. (Patty, 2017)

La satisfacción al cliente tiene las siguientes características: es una sensación de placer o de decepción en ella comparas los resultados esperados, los resultados tienen que superar las expectativas. Depende del desempeño percibido de un producto en correlación a las expectativas que tiene el cliente, si el desempeño es superior a sus expectativas este quedara muy satisfecho. La satisfacción es el juicio de que una particularidad del producto o servicio adquirido proporciona un nivel placentero. (Ñahuirima, 2015).

#### **2.2.2.2. Tipos**

También encontramos en tipos - Satisfacción exigente: llamada también satisfacción activa, ella está determinada por emociones positivas que experimenta el consumidor, especialmente por las llamadas emociones de seguridad y confianza, el consumidor cree según lo experimentado anteriormente como un proveedor idóneo para que este pueda satisfacer sus

necesidades a futuro. Su lealtad va estar atada a aquella condición va ir mejorando en la misma dirección con la que crecen sus exigencias. - Satisfacción estable: es descrita como un nivel de deseo y exigencia siempre positiva que experimenta el usuario, se caracteriza por la confianza y estabilidad que se genera. - Satisfacción resignada: el comportamiento del cliente es pasiva, este no está dispuesta a esforzarse para que el ambiente mejore debido a impresión que le causa el servicio es poco realista por esperar más de lo que recibe. Por otra parte, tenemos los niveles de insatisfacción precisamente por la insatisfacción estable donde el cliente muestra su insatisfacción por el resultado, demuestra emociones negativas hacia el proveedor, ya que cree que sus expectativas no serán cumplidas en el futuro. -Insatisfacción exigente, también dada por emociones negativas en relación a los resultados, donde sus emociones hacen que el cliente exprese su críticas y oposiciones, no sienten la necesidad de ser fieles al proveedor debido a que su experiencia es negativa. (Dios & Nole, 2018)

En los tipos de Satisfacción encontramos que los clientes experimentan tres tipos de satisfacción: 1. La insatisfacción está determinada por el desempeño que percibe el cliente no alcanza las expectativas esto genera disconformidad por el producto o servicio adquirido, 2. la satisfacción si coincide con las expectativas del cliente lo que percibe está dentro de lo que esperaba encontrar 3. complacencia llega a superar todas las expectativas. Es importante para la empresa medir el nivel de satisfacción para saber el tipo de lealtad que el cliente tendrá esto nos permitirá fidelizarlo. (Parodi, Andres, & Perry, 2017)

Los tipos de satisfacción nos habla acerca de los modelos, tenemos el modelo cognitivo de la satisfacción en ella se refiere a una evaluación cognitiva que realiza el individuo en ella se analiza si la experiencia de consumo es tan buena como se

esperaba, el individuo evalúa aspectos estándares de un producto o servicio. La teoría de la disconformidad de expectativas es lo que se cree que sucederá en la primera fase nos hable de la disconformidad que tiene el consumidor con respecto a sus expectativas, estas expectativas influyen indirectamente en la satisfacción en cambio en la segunda fase si se da una influencia directamente en los niveles de satisfacción, la tercera fase se refiere a que el usuario estará satisfecho independientemente a sus expectativas o disconformidad del producto o servicio. La teoría de la disonancia cognitiva es el malestar que tiene el consumidor y que experimenta al mismo tiempo dos o más creencias contradictorias, plantea el problema de que, conforme el consumidor aprende y asimila de las experiencias insatisfactorias, los intentos de eliminar la disonancia se comprimen, quedando en evidencia en los casos de repetición de comprar. La teoría del contraste señala que el efecto sorpresa magnifique o exagere dicha discrepancia, el consumidor reaccionará desfavorablemente cuando perciba el rendimiento inferior a sus expectativas entonces estará muy insatisfecho por el contrario sucede cuando percibe que el resultado supera sus expectativas. (Ros, 2016)

### **2.2.3. MyPes**

Ley N° 30056, que modifica el artículo 42° del Decreto Supremo N° 007-2008-TR, se establece que la naturaleza del régimen laboral especial es de carácter permanente y únicamente aplicable a la micro y pequeña empresa; por ende, a la categoría empresarial de mediana empresa se le aplica el régimen laboral general. Con relación a la permanencia en el régimen de las MYPE, la Ley N° 30056 realiza una modificación sustancial respecto al periodo de gracia que tendrían las pequeñas empresas que superen por 2 años consecutivos el número de ventas anuales.

La norma establece que el periodo de gracia serán 3 años adicionales en el que las pequeñas empresas puedan estar bajo dicho régimen laboral especial, conforme al siguiente texto: “La microempresa que durante dos (2) años calendario consecutivos supere el nivel de ventas establecido en la presente Ley, podrá conservar por un (1) año calendario adicional el mismo régimen laboral. En el caso de las pequeñas empresas, de superar durante dos (2) años consecutivos el nivel de ventas establecido en la presente Ley, podrán conservar durante tres (3) años adicionales el mismo régimen laboral”. (congreso de la república del Perú, 2013).

#### **2.2.4. Instituciones Educativas**

Según el autor señala que hoy en día las Instituciones Educativas se preocupan más por ganar como empresas y han descuidado totalmente el fin de la educación que es la enseñanza de calidad, se preocupan en trazarse objetivos a corto plazo que en las personas y sus objetivos a largo plazo, existe mayor interés en producir que en formar ya que solo se enfocan en resultados, las instituciones educativas como tal son organizaciones humanas. (Sandoval 2008).

Según el autor define a las Instituciones Educativas como empresas porque también las mismas están sujetas a leyes, teniendo como materia prima a los estudiantes, capital físico que son las instalaciones, mobiliario, salas de cómputo, libros, y valores humanos como los docentes y profesionales encargados de generar conocimientos en los estudiantes (Ramírez, 2004)

Según el autor señala que las Instituciones Educativas son espacios de reflexión y de elaboración de cultura, tiene como característica diferencial su singularidad y el gran desafío que esta conlleva a mejorar la vida existencial, académica para las

personas que se encuentran inmersas, hablamos de docentes, estudiantes, personal administrativo. (Gento, 2002).

### **2.2.5. Cliente**

Según la revista define el termino cliente a la persona que compra un bien o también un servicio y este puede ser para su propio uso o ajeno paga por ello un precio determinado a la empresa y es aceptado socialmente. El cliente es la razón fundamental por la que se crean productos y servicios. El cliente se mueve por sus propias necesidades, percibe de una manera distinta, cambia de gustos, amplía su información conforme se culturalice, tiende a modernizarse. (ideas propias, 2006).

Según el autor define al cliente que las organizaciones públicas como privadas consideran al público como cliente, se le considera cliente a aquella persona que paga de manera directa por unos servicios públicos o a través de los impuestos. Las empresas tienen clientes y las administraciones públicas usuarios, también se refiere a que un servidor público para para que otra persona le ofrezca una contraprestación, da lo mismo cuando un cliente pagar para adquirir una camisa o comer en un restaurante. (Ortiz, 2013).

Según el autor señala al cliente aquel que hace uso de los servicios de un profesional o empresa, este puede tener muchos significados como; cliente interno (solicita o recibe un servicio de la misma empresa para desarrollar sus actividades propias de la empresa) y cliente externo es el que compra a la empresa y también señala que un consumidor es también un cliente, denominado “cliente final” porque es el que emite un juicio, es aquel que utiliza el producto o servicio. (Sanchez, s/f)

### **III. HIPÓTESIS**

De acuerdo a lo indicado por Hernández Sampieri (2012), las investigaciones de tipo descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1. Diseño de investigación

El estudio fue de diseño descriptivo transversal, centrada en la determinación de la variable y las características de los contenidos de las dimensiones de atención al cliente y satisfacción al cliente. (Hernández et al., 2017)

### 4.2. Población y muestra

#### **Población.**

La población es finita y estuvo constituida por los padres de familia de las Instituciones Educativas Particulares del nivel primaria de la ciudad de Tumbes. La muestra está constituida a criterio del investigador considerando la totalidad de padres. Desempeñando sus funciones de acuerdo a los criterios de inclusión.

**Tabla 1. Población de Investigación.**

<b>Detalle</b>	<b>REGIMEN</b>	<b># Propietario</b>
ALEXANDER VON HUMBOLDT	MYPE	1
VIRGEN DEL PERPETUO SOCORRO	MYPE	1
MARIA ROSA MISTICA	MYPE	1
SAN JOSE	MYPE	1
SANTO DOMINGO SAVIO	MYPE	1
NIÑO JESUS	MYPE	1
LAS AMÉRICAS	MYPE	1
DIVINO NIÑO	MYPE	1
SANTA MARIA DE LA FRONTERA	MYPE	1
MARIA AUXILIADORA	MYPE	1

**Fuente:** Elaboración propia.

### 4.3. Definición y operacionalización de variables

**Tabla 2. Operacionalización de variables.**

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTA)	ESCALA DE MEDICION
Atención al cliente	Según (Perez, 2010), La atención al cliente es todo un conjunto de actividades que desarrollan las organizaciones al mercado, enfocadas a identificar las necesidades de los clientes para satisfacerlos, el objetivo es cubrir sus expectativas	Se pretenderá determinar, describir las características de atención de las MYPES materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes indicadores de formuladores de preguntas.	Características de la atención	Acceso a la información	¿La Institución Educativa los mantiene informados sobre los resultados, avances y dificultades a nivel de toda la institución?	Nominal
				Manejo de recursos didácticos y tecnológicos	¿Cree Ud. que los recursos didácticos y tecnológicos con los que cuenta la Institución Educativa son los más adecuados?	Nominal
				Nivel profesional	¿Para Ud. el nivel profesional de los docentes de la Institución Educativa es el más apropiado?	Nominal
				Disponibilidad de horarios	¿La Institución educativa tiene horarios disponibles para que los docentes y directivos atiendan a los padres de familia?	Nominal
				Servicios de superación académica	¿Considera apropiados los servicios de apoyo que brinda la Institución Educativa para la superación de dificultades académicas en los estudiantes?	Nominal
				Condiciones de seguridad	¿Está de acuerdo con las condiciones de seguridad y protección que ofrece la Institución Educativa	Nominal
				Uso de servicios adicionales	¿Considera que se brinda buena atención en los servicios complementarios (cafetería y enfermería) en la Institución Educativa?	Nominal
				Promueven la integración	¿La Institución educativa realiza acciones que promueven la integración de estudiantes de distintas culturas, lenguas, niveles socio-económicos, con discapacidad, etc.?	Nominal

FUENTE: Elaboración propia.

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTA)	ESCALA DE MEDICION
Satisfacción al cliente	Según (Gosso, 2003) Es un estado de ánimo que resulta de comparar expectativas del cliente y el servicio que ofrece la organización, el resultado puede ser neutro, positivo o negativo	Se pretenderá determinar, describir las características de satisfacción al cliente de las MYPES materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas.	Características de la satisfacción	Brinda un buen trato	¿Es apropiado el trato recibido por los diferentes colaboradores de la Institución Educativa?	Nominal
				Coordina la formación de padres	¿Es eficiente el proceso de atención y formación de padres de familia y/o acudiente que brinda la Institución Educativa?	Nominal
				Atiende los reclamos	¿Es oportuno la solución de quejas y reclamos con la que cuenta la Institución?	Nominal
				Preparación ante emergencia	¿Conoce las acciones que realiza la Institución Educativa para proteger a los estudiantes en caso de emergencias?	Nominal
				Aplica metodología de aprendizaje	¿Está de acuerdo con la metodología empleada en el proceso de enseñanza – aprendizaje a su menor hijo?	Nominal
				Muestra los recursos de aprendizaje	¿La Institución Educativa le brinda la información necesaria sobre recursos o herramientas disponibles para apoyar el aprendizaje de sus hijos?	Nominal
				Informa de resultados	¿La Institución Educativa le informa sobre las acciones que se realizarán para mejorar los resultados de aprendizaje de los estudiantes?	Nominal
				Comunica gastos e inversiones	¿La Institución Educativa le informa periódicamente sobre los gastos e inversiones realizados para apoyar el aprendizaje de su (s) hijos (as)?	Nominal

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

##### **Técnicas:**

Para el estudio se recolectaron los datos durante el año 2018. Para ello, se solicitó la autorización de los propietarios de las MyPes, para la aplicación de las encuestas a los padres de familia; una vez autorizado se presentó el estudio, sus objetivos y se solicitó el consentimiento informado, se procedió a realizar el recojo de los datos. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la entrevista, donde el investigador realizó las preguntas y resolvió la encuesta en función a las respuestas que el trabajador manifestó.

##### **Instrumentos:**

Los instrumentos se emplean con la finalidad de recoger y almacenar información. Como instrumento se utilizó el cuestionario el cual está conformado de 16 interrogantes las mismas que nos brindaron la información veraz y fidedigna para la obtención de los resultados.

#### **4.5. Plan de análisis**

Para Alarcón & Gutiérrez, el plan de análisis detalla el resumen de la medición de las variables atención al cliente y satisfacción al cliente, señalando la forma de presentación e indicando los modelos y técnicas estadísticas a usar. Posterior a la recolección de los datos se procedió al procesamiento de la información mediante una serie de aplicativos, en redacción Microsoft Word, para la tabulación de las encuestas Microsoft Excel, para la elaboración de la ponencia Power Point, PDF como intercambio

de documento, como anti plagio se utilizó el aplicativo  
TURNITIN.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Tabla 3. Matriz de Consistencia.

Problema	Objetivos de Investigación	Hipótesis	Metodología	Población y Muestra	Procesamiento de Datos
¿Cómo se caracteriza la atención y satisfacción al cliente de las MyPes, sector rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes 2018?	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar la atención y satisfacción al cliente de las MyPes, sector rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes 2018.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>Determinar las características de la atención al cliente de las MyPes, sector rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes 2018.</p> <p>Determinar las características de la satisfacción al cliente de las MyPes, sector rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes 2018.</p>	<p>De acuerdo a lo indicado por Hernández Sampieri (2012), las investigaciones de tipo descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.</p>	<p><b>Tipo:</b> Descriptiva</p> <p><b>Diseño:</b> No Experimental</p> <p><b>Nivel:</b> Cuantitativo</p>	<p><b>Población:</b></p> <p><b>P1.</b> La población para la variable atención al cliente es finita.</p> <p><b>P2.</b> La población para la variable satisfacción al cliente es finita.</p> <p><b>Muestra:</b></p> <p>La muestra es de 68 clientes para la variable atención al cliente y satisfacción al cliente</p>	<p>Se hará uso de la estadística descriptiva a través de tablas y gráficos de frecuencias múltiples y simples utilizando el programa Microsoft Office Word, Microsoft Office Excel, Power Point y el Turnitin.</p>

#### **4.7. Principios éticos**

Durante la ejecución del presente estudio se respetaron los principios para investigación en humanos, autonomía, justicia y confidencialidad (Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, 2017); velando por el cumplimiento de las expectativas que presenta la investigación; se aplicó principios éticos como la protección a las personas, cuidado del medio ambiente y la biodiversidad, libre participación y derechos a estar informado, beneficencia no maleficencia y justicia (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2019)

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

*Tabla 4. Características de la atención al cliente*

ITEM	SI	%	NO	%
1. ¿La Institución Educativa los mantiene informados sobre los resultados, avances y dificultades a nivel de toda la institución?	68	100	0	0
2. ¿Cree Ud. que los recursos didácticos y tecnológicos con los que cuenta la Institución Educativa son los más adecuados?	68	100	0	0
3. ¿Para Ud. el nivel profesional de los docentes de la Institución Educativa es el más apropiado?	68	100	0	0
4. ¿La Institución educativa tiene horarios disponibles para que los docentes y directivos atiendan a los padres de familia?	40	59	28	41
5. ¿Considera apropiados los servicios de apoyo que brinda la Institución Educativa para la superación de dificultades académicas en los estudiantes?	53	78	15	22
6. ¿Está de acuerdo con las condiciones de seguridad y protección que ofrece la Institución Educativa	68	100	0	0
7. ¿Considera que se brinda buena atención en los servicios complementarios (cafetería y enfermería) en la Institución Educativa?	68	100	0	0
8. ¿La Institución educativa realiza acciones que promueven la integración de estudiantes de distintas culturas, lenguas, niveles socio-económicos, con discapacidad, etc.?	55	81	13	19

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes, 2019.

**Tabla 5. Características de la Satisfacción del Cliente**

<b>ITEM</b>	<b>SI</b>	<b>%</b>	<b>NO</b>	<b>%</b>
1. ¿Es apropiado el trato recibido por los diferentes colaboradores de la Institución Educativa?	68	100	0	100
2. ¿Es eficiente el proceso de atención y formación de padres de familia y/o acudiente que brinda la Institución Educativa?	45	66	23	34
3. ¿Es oportuno la solución de quejas y reclamos con la que cuenta la Institución?	68	100	0	100
4. ¿Conoce las acciones que realiza la Institución Educativa para proteger a los estudiantes en caso de emergencias?	68	100	0	100
5. ¿Está de acuerdo con la metodología empleada en el proceso de enseñanza – aprendizaje a su menor hijo?	68	100	0	100
6. ¿La Institución Educativa le brinda la información necesaria sobre recursos o herramientas disponibles para apoyar el aprendizaje de sus hijos?	53	78	15	22
7. ¿La Institución Educativa le informa sobre las acciones que se realizarán para mejorar los resultados de aprendizaje de los estudiantes?	58	85	10	15
8. ¿La Institución Educativa le informa periódicamente sobre los gastos e inversiones realizados para apoyar el aprendizaje de su (s) hijos (as)?	68	100	0	100

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes, 2019.

## **5.2. Análisis de resultados**

El 100% de los padres encuestados en las Instituciones Educativas particulares del distrito de Tumbes respondieron que las MYPES si tienen diversas formas.

El 100% de los padres encuestados en las Instituciones Educativas particulares del distrito de Tumbes respondieron que las MYPES si tienen diversas formas atención al cliente para lo cual ayuda mucho en generar una relación con los padres de familia, así mismo su estrategia es que se desempeñen a un alto nivel debido a la satisfacción brindada, corresponde a un 100% de las respuestas en la encuesta aplicada, corroborando con (Chapilliquen, 2019) quien concluyó que según el objetivo específico 02 se determina que los principios para ofrecer un producto de calidad, la empresa hace estudio de las condiciones económicas de sus clientes para poderles ofrecer un producto, teniendo en cuenta la comunicación, la motivación y el liderazgo por parte de los miembros de la empresa para llegar hacia sus clientes. Según el objetivo específico 03 se concluye que para determinar las características de satisfacción de los clientes la empresa se enfoca en la buena calidad y higiene del producto, de igual manera consideran la atención al cliente como parte fundamental para que se sienta satisfecho. El 60% de las personas entrevistadas manifestaron que los empleados si les brindan una buena atención, lo que implica que la capacitación es eficiente, lo que influye en la empresa para que sea competitiva, en base a que los empleados son rápidos en entregar los servicios, conforme lo refiere el 50% de las personas encuestadas. El 100% de los padres encuestados en las Instituciones Educativas particulares del distrito de Tumbes respondieron que las MYPE demuestran orientación con el servicio que ofrecen porque cuentan con recursos y materiales didácticos adecuados, docente de buen nivel académico y tienen horarios accesibles para

atender a los padres de familia que corresponde a un 78% de las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada, corroborado con (Nieto & Yllú, 2019) En su tesis “Nivel de satisfacción y la calidad de atención percibida por el usuario externo en el servicio de ortodoncia y ortopedia maxilar de la clínica docente asistencial de la Universidad Norbert Wiener 2018”. En el presente estudio se evaluó la relación de la satisfacción y la calidad de atención percibida por los pacientes que acudieron al servicio de ortodoncia y ortopedia maxilar de la clínica se concluyó que: existe relación estadísticamente significativa entre el nivel de satisfacción y la percepción de la calidad de atención percibida. El 78% de los padres encuestados en las Instituciones Educativas particulares del distrito de Tumbes respondieron que las MYPE indican que si demuestran empatía con el servicio brindado porque consideran apropiados los servicios de apoyo para lograr la superación académica en los estudiantes mientras que un 81% señala que si se promueven acciones de integración entre los estudiantes, corroborado con (Mamani, 2017) en su tesis “Grado de satisfacción de los pacientes respecto a la calidad de atención odontológica brindada por el establecimiento de salud Salcedo, Minsa, Puno 2017.”. Concluyó que: El estudio realizado a los usuarios de los hospedajes del distrito de Tumbes se concluye: la evaluación de las respuestas demostró que los sujetos se sentían satisfechos con el conocimiento que expresaba el odontólogo y el tiempo en que era atendido por el profesional.

El 100% de los padres encuestados en las Instituciones Educativas particulares del distrito de Tumbes respondieron que las MYPE identifican un servicio de calidad porque consideran apropiado el trato recibido, así como oportuno la solución de quejas y reclamos y las acciones que se tomarían en caso se presente una emergencia en la Institución Educativa, además un 66% considera eficiente la

escuela de atención y formación de padres de familia, corroborado con (Callata & Peña, 2017) en su tesis denominada “Satisfacción del usuario sobre la atención que brinda enfermería en el consultorio CRED del Centro de Salud Corrales. Tumbes 2017”. Se concluyó que: los usuarios que acuden al consultorio CRED refieren estar satisfechos con el 94% sobre la atención que brinda enfermería; el 86% están satisfechos en cuanto a la atención que brinda enfermería en la en la dimensión técnico-científico, y en la dimensión entorno el 86% de los usuarios manifiestan satisfacción del ambiente en el que son atendidos por el profesional de enfermería. Lo que significa que el profesional de enfermería realiza su labor con calidad y calidez que demanda la profesión. El 100% de los padres encuestados en las Instituciones Educativas particulares del distrito de Tumbes respondieron que las MYPE si alcanzan el logro de aprendizaje esperado porque están de acuerdo con la metodología de enseñanza-aprendizaje empleada por la Institución y un 85% señala que se le informa sobre las acciones a realizar para mejorar los aprendizajes de sus hijos. Corroborado con (Romero, 2017), en su estudio “las Estrategias para incrementar el nivel de satisfacción del cliente en el centro médico Integra Médica Perú, 2017” se determinó que El problema descrito está relacionado con el servicio al cliente, atención al cliente, la calidad de atención, tiempo de espera y como estos factores afectan directamente el nivel de satisfacción del cliente, por ende en la solución se planteó actividades, en las cuales se contrató un personal calificado para brindar una capacitación a los colaboradores en el tema de atención al cliente y el manejo eficaz del sistema operativo que utiliza la empresa, además se capacitó al área de operación para que pueda mejorar el proceso de atención al cliente de tal forma que se emplee un

sistema de colas que permitió optimizar el tiempo de espera del cliente, logrando que el cliente obtenga un nivel de satisfacción de un 85%.

## **VI. CONCLUSIONES**

Las características de atención al cliente están relacionadas con que, si se informan sobre resultados, avances, tener recursos didácticos adecuados, tener profesionales de buen nivel profesional sumado a las condiciones de seguridad y servicios complementarios se logra una buena atención para los padres de familia demuestran la preocupación por parte de las Instituciones Educativas en brindar una atención de calidad.

Las características de satisfacción al cliente se relaciona con el trato apropiado a los padres brindado por las Instituciones desde el personal administrativo hasta los docentes, el eficiente proceso de formación para padres de familia, una adecuada metodología de aprendizaje, una oportuna solución de reclamos, y recibir información periódica sobre los gastos e inversiones denotan interés por parte de la institución en brindar un buen servicio comprometiendo no solo con la atención sino en satisfacer sus necesidades.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abrigo, I., Salazar, M., & Celi, G (2017). Estrategias de ventas: alternativa para mejorar la atención al cliente.  
Retrieved from <http://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/index>
- Almestar, P. (2017). Caracterizacion de la competitividad y atencion al cliente en las Mype del rubro pollerias en la urbanizacion Ignacio Merino-Piura 2017. Retrieved from  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2370/COMPETITIVIDAD\\_ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_ALMESTAR\\_ADRIANZEN\\_PATTY\\_ROSALIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2370/COMPETITIVIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_ALMESTAR_ADRIANZEN_PATTY_ROSALIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Álvarez, L. (2017). Gestión municipal, atención al cliente y calidad de servicio, Municipalidad de Santa Anita Lima 2017 Retrieved from.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/19489>
- Boyer, D. (2018). Nivel de satisfacción del turista ecuatoriano en relación al servicio de restauración en el distrito de Zorritos Junio-Septiembre 2016. Retrieved from  
<http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/UNITUMBES/364>
- Briones, K (2017). Nivel de empatía cognitiva y afectiva de los empleados de una cuenta en español y los empleados de una cuenta en inglés en la jornada mixta de un centro de llamado de atención al cliente. Retrieved from  
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2017/05/43/Briones-Karla.pdf>
- Callata, D., & Peña, W. (2017). Satisfacción del usuario sobre la atencion que brinda enfermería en el consultorio CRED del Centro de Salud Corrales.Tumbes 2017. Retrieved from <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/UNITUMBES/377>
- Chapilliquen, P. (2019). Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción al cliente en las Mypes del Sector Comercio rubro ferreterias en la avenida Piura, distrito de Tumbes, año 2019. Retrieved from  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/13225>
- Cuenca, P. (2019). Caracterización de la gestión de la calidad y satisfacción del cliente en las mypes del sector servicio rubro restaurantes en el cercado de Tumbes, 2018. Retrieved from <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10650>
- Dios, D., & Nole, W. (2018). Calidad de servicio y nivel de satisfaccion de los usuarios del hospital Carlos Alberto Cortez Jimenez, Tumbes, 2017. Retrieved from  
<http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/240/TESIS> -

- DIOS Y NOLE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Espinoza, C. (2018). Satisfacción del cliente externo en la escuela académico profesional de turismo y negocios. *UCV-HACER Revista de Investigación y Cultura*, 7(2305), 87–98. Retrieved from [https://www.redalyc.org/pdf/5217/Resumenes/Resumen\\_521758012009\\_1.pdf](https://www.redalyc.org/pdf/5217/Resumenes/Resumen_521758012009_1.pdf)
- Figuroa, D. (2018). Caracterización del desempeño laboral y Gestión de calidad de las Mypes del sector servicio rubro hospedajes en el distrito de Tumbes 2018. Retrieved from <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9175>
- García, A., & Saura, I. (2017). Innovar en el comercio minorista: influencia de las TIC y sus efectos en la satisfacción del cliente. *Sistema de Información Científica*, 17(1131–6847), 109–133. <https://doi.org/10.5295/cdg.150556am>
- García, C. (2018). Niveles de satisfacción laboral en tres empresas de crianza de camarones. Tumbes, 2018. ESCUELA DE POSGRADO - UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO. Retrieved from [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29436/Garc%c3%ada\\_PCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29436/Garc%c3%ada_PCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Huaita, C. (2017). Estrategias de marketing mix y su relación con la satisfacción del cliente: Empresa Agua de Mesa La Samaritana, Tarapoto, 2017. Retrieved from <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/1007>
- Isidro, J. (2019). Caracterización del Marketing y la Gestión de calidad de las Mypes del sector servicios-rubro hospedajes del distrito de Tumbes 2019. Retrieved from [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11437/MARKETING\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_ISIDRO\\_BARRERA\\_JERSON\\_JESUS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11437/MARKETING_GESTION_DE_CALIDAD_ISIDRO_BARRERA_JERSON_JESUS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Lopez, D. (2018). Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. Retrieved from <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>
- Mamani, A. (2017). Grado de satisfacción de los pacientes respecto a la calidad de atención odontológica brindada por el establecimiento de salud Salcedo, Minsa, Puno 2017. Retrieved from <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/4540>
- Mejías, A, Godoy, E, & Piña, R. (2018). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. *Revista Científica Compendium*, 21(40), Retrieved from

- <https://revistas.uclave.org/index.php/Compendium/article/view/1656>
- Moreno, F. (2018). Características de la calidad de los servicios y la atención al cliente en las veterinarias de la ciudad de Sullana año 2018.
- Nieto, P., & Yllú, N. (2019). Nivel de satisfacción y la calidad de atención percibida por el usuario externo en el servicio de ortodoncia y ortopedia maxilar de la clínica docente asistencial de la Universidad Norbert Wiener 2018. Retrieved from <http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/3133>
- Olaya, R. (2018). Desempeño por competencias y la satisfacción de los clientes de la caja Piura, agencia Tumbes, 2018. Retrieved October 18, 2019, from [http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/229/TESIS\\_DE\\_MAESTRIA - RUBER OLAYA LUNA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/229/TESIS_DE_MAESTRIA_-_RUBER_OLAYA_LUNA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Palacios, M. (2018). Caracterización de capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro librerías del centro de Piura, año 2018. Retrieved from [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3489/CAPACITACION\\_ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_GOMEZ\\_MORAN\\_MAYRA\\_YANIRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3489/CAPACITACION_ATENCION_AL_CLIENTE_GOMEZ_MORAN_MAYRA_YANIRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Parodi, O., Andrés, C., & Perry, K. (2017). La calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente de “el fanático fútbol club” Lima-noviembre 2016. Retrieved from [http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2183/TESIS DE ANDRES PANTIGOSO%2C PARODI SANTA CRUZ Y PERRY CARTY.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2183/TESIS_DE_ANDRES_PANTIGOSO%2C_PARODI_SANTA_CRUZ_Y_PERRY_CARTY.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Parra, Arce & Guerrero (2018). La satisfacción laboral y su efecto en la satisfacción del cliente, un análisis teórico, Retrieved from <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/879>
- Santos, Y. (2018). Servicio de atención al cliente y la imagen corporativa en la UGEL N°09, Huaura – 2017 Retrieved from [http://repositorio.usanpedro.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/9681/Tesis\\_58670.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.usanpedro.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/9681/Tesis_58670.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Yesán, M. (2018). La calidad del servicio Courier y la satisfacción de los clientes en Tumbes, 2015 caso: Rosillo Tours SAC. Retrieved from <http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/439/TESIS%20DE%20MAESTRIA%20-%20YESAN%20ROSILLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## ANEXOS

### Anexo 1: Encuesta

#### FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Encuesta dirigida a los padres de familia de las Instituciones Educativas privadas del Nivel Primario del distrito de Tumbes, de las MYPES sector servicio. A continuación, se formularán una serie de interrogantes que permitirán brindar información respecto a las variables de estudio: Atención al cliente y Satisfacción al Cliente. Marque con un aspa (X) la respuesta que crea conveniente.

<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
1. ¿La Institución Educativa los mantiene informados sobre los resultados, avances y dificultades a nivel de toda la institución?		
2. ¿Cree Ud. que los recursos didácticos y tecnológicos con los que cuenta la Institución Educativa son los más adecuados?		
3. ¿Para Ud. el nivel profesional de los docentes de la Institución Educativa es el más apropiado?		
4. ¿La Institución educativa tiene horarios disponibles para que los docentes y directivos atiendan a los padres de familia?		
5. ¿Considera apropiados los servicios de apoyo que brinda la Institución Educativa para la superación de dificultades académicas en los estudiantes?		
6. ¿Está de acuerdo con las condiciones de seguridad y protección que ofrece la Institución Educativa		
7. ¿Considera que se brinda buena atención en los servicios complementarios (cafetería y enfermería) en la Institución Educativa?		
8. ¿La Institución educativa realiza acciones que promueven la integración de estudiantes de distintas culturas, lenguas, niveles socio-económicos, con discapacidad, etc.?		
<b>MOTIVACIÓN</b>		
1. ¿Es apropiado el trato recibido por los diferentes colaboradores de la Institución Educativa?		
2. ¿Es eficiente el proceso de atención y formación de padres de familia y/o acudiente que brinda la Institución Educativa?		
3. ¿Es oportuno la solución de quejas y reclamos con la que cuenta la Institución?		
4. ¿Conoce las acciones que realiza la Institución Educativa para proteger a los estudiantes en caso de emergencias?		
5. ¿Está de acuerdo con la metodología empleada en el proceso de enseñanza – aprendizaje a su menor hijo?		
6. ¿La Institución Educativa le brinda la información necesaria sobre recursos o herramientas disponibles para apoyar el aprendizaje de sus hijos?		
7. ¿La Institución Educativa le informa sobre las acciones que se realizarán para mejorar los resultados de aprendizaje de los estudiantes?		
8. ¿La Institución Educativa le informa periódicamente sobre los gastos e inversiones realizados para apoyar el aprendizaje de su (s) hijos (as)?		

## Anexo 2: Validación



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Yo EDGARDO JIMENEZ IZQUIERDO, Identificado con DNI N° 00327893, y

Carnet de Colegiatura N° 02621, Con el grado profesional de LICENCIADO EN ADMINISTRACION

Por medio de la presente hago costar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos de la encuesta elaborada por el estudiante; Jhon Franklin Salvatierra Preciado, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población-muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado, "Caracterización de atención al cliente y satisfacción al cliente de las Mypes sector educación en el nivel primario de la Educación básica regular, rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes 2018", que se encuentra realizando luego de realizar la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas en el instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Octubre del 2018

  
\_\_\_\_\_  
Lic. Adm. Edgardo Jimenez Izquierdo  
RUC - CLAD N° 02621

Sello y Firma.

Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: , "Caracterización de atención al cliente y satisfacción al cliente de las Mypes sector educación en el nivel primario de la Educación básica regular, rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes 2018"									
AUTOR: Jhon Franklin Salvatierra Preciado									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
10E	Determinar la orientación de las MYPES sector educación en el nivel primario de la educación básica regular, rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes, 2018.								
1	¿La Institución Educativa lo mantiene informado sobre los resultados, avances y dificultades a nivel de toda la institución?								
2	¿Cree Ud. que los recursos didácticos y tecnológicos con los que cuenta la Institución Educativa son los más adecuados?								
3	¿Para Ud. el nivel profesional de los docentes de la Institución Educativa es el más apropiado?								
4	¿La Institución Educativa tiene horarios disponibles para que los docentes y directivos atiendan a los padres de familia?								

  
 Lic. Adm. Edgardo Jimenez Izquierdo  
 RUC - CLAD N° 02621



40E	Determinar el logro de aprendizaje de las MYPES sector educación en el nivel primario de la educación básica regular, rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes, 2018									
13	¿Está de acuerdo con la metodología empleada en el proceso de enseñanza – aprendizaje a su menor hijo?									
14	¿La Institución Educativa le brinda la información necesaria sobre recursos o herramientas disponibles para apoyar el aprendizaje de sus hijos?									
15	¿La Institución Educativa le informa sobre las acciones que se realizarán para mejorar los resultados de aprendizaje de los estudiantes?									
16	¿La Institución Educativa le informa periódicamente sobre los gastos e inversiones realizados para apoyar el aprendizaje de su (s) hijos(as)?									

  
 Lic. Adm. Edgardo Jimenez Izquierdo  
 RUC - CLAD N° 02621



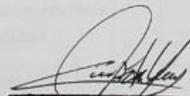
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD  
DEL INSTRUMENTO**

Yo, Sosa Orellana Cristhian.....Identificado con DNI N° 00373944 y  
Carnet de Colegiatura N° 07335., Con el grado profesional de Lic. Administración.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos de la encuesta elaborada por el estudiante; Jhon Franklin Salvatierra Preciado, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población-muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado, "Caracterización de atención al cliente y satisfacción al cliente de las Mypes sector educación en el nivel primario de la Educación básica regular, rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes 2018", que se encuentra realizando luego de realizar la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas en el instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Octubre del 2018

  
**Cristhian Sosa Orellana**  
Licenciado en Administración  
CLAD 07335

Sello y Firma.

Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: , "Caracterización de atención al cliente y satisfacción al cliente de las Mypes sector educación en el nivel primario de la Educación básica regular, rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes 2018"									
AUTOR: Jhon Franklin Salvatierra Preciado									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
10E	Determinar la orientación de las MYPES sector educación en el nivel primario de la educación básica regular, rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes, 2018								
1	¿La Institución Educativa lo mantiene informado sobre los resultados, avances y dificultades a nivel de toda la institución?								
2	¿Cree Ud. que los recursos didácticos y tecnológicos con los que cuenta la Institución Educativa son los más adecuados?								
3	¿Para Ud. el nivel profesional de los docentes de la Institución Educativa es el más apropiado?								
4	¿La Institución Educativa tiene horarios disponibles para que los docentes y directivos atiendan a los padres de familia?								

  
**Cristhian Bosa Orellana**  
 Licenciado en Administración  
 CLAD 67336





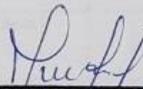
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD  
DEL INSTRUMENTO**

Yo Milagros Machado Panta.....Identificado con DNI N° 72322772, y  
Carnet de Colegiatura N° 10021, con el grado profesional de Lic. Administración

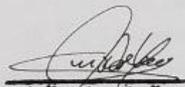
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos de la encuesta elaborada por el estudiante; Jhon Franklin Salvatierra Preciado, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población-muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado, "Caracterización de atención al cliente y satisfacción al cliente de las Mypes sector educación en el nivel primario de la Educación básica regular, rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes 2018", que se encuentra realizando luego de realizar la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas en el instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Octubre del 2018

  
Milagros Adrina Machado Panta  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN  
CLAD - 1971

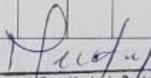
Sello y Firma.

40E	Determinar el logro de aprendizaje de las MYPES sector educación en el nivel primario de la educación básica regular, rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes, 2018																			
13	¿Está de acuerdo con la metodología empleada en el proceso de enseñanza – aprendizaje a su menor hijo?																			
14	¿La Institución Educativa le brinda la información necesaria sobre recursos o herramientas disponibles para apoyar el aprendizaje de sus hijos?																			
15	¿La Institución Educativa le informa sobre las acciones que se realizarán para mejorar los resultados de aprendizaje de los estudiantes?																			
16	¿La Institución Educativa le informa periódicamente sobre los gastos e inversiones realizados para apoyar el aprendizaje de su (s) hijos(as)?																			

  
**Cristhian Soza Orellana**  
 Licenciado en Administración  
 CLAD 87335

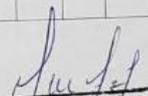
Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: "Caracterización de atención al cliente y satisfacción al cliente de las Mypes sector educación en el nivel primario de la Educación básica regular, rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes 2018"									
AUTOR: Jhon Franklin Salvatierra Preciado									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
IOE	Determinar la orientación de las MYPES sector educación en el nivel primario de la educación básica regular, rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes, 2018								
1	¿La Institución Educativa lo mantiene informado sobre los resultados, avances y dificultades a nivel de toda la institución?								
2	¿Cree Ud. que los recursos didácticos y tecnológicos con los que cuenta la Institución Educativa son los más adecuados?								
3	¿Para Ud. el nivel profesional de los docentes de la Institución Educativa es el más apropiado?								
4	¿La Institución Educativa tiene horarios disponibles para que los docentes y directivos atiendan a los padres de familia?								

  
 Milagros Julissa Machado Puyh  
 LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN  
 ICLAD - 10021



40E	Determinar el logro de aprendizaje de las MYPES sector educación en el nivel primario de la educación básica regular, rubro instituciones educativas particulares, en el distrito Tumbes, 2018																			
13	¿Está de acuerdo con la metodología empleada en el proceso de enseñanza – aprendizaje a su menor hijo?																			
14	¿La Institución Educativa le brinda la información necesaria sobre recursos o herramientas disponibles para apoyar el aprendizaje de sus hijos?																			
15	¿La Institución Educativa le informa sobre las acciones que se realizarán para mejorar los resultados de aprendizaje de los estudiantes?																			
16	¿La Institución Educativa le informa periódicamente sobre los gastos e inversiones realizados para apoyar el aprendizaje de su (s) hijos(as)?																			

  
 Milagros Julissa Martínez Pantoja  
 LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN  
 CLAD - 10821

## Anexo 03: Turnitin

Mis entregas

Sección 1

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
Revisión turnitin: informe final - Sección 1	19 ene 2021 - 00:00	16 mar 2021 - 00:00	16 mar 2021 - 23:59

 Actualizar entregas

	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
 Ver recibo digital	<a href="#">TURNITIN_JFSP</a>	1532791898	14/03/2021 17:05	0% 	Entregar Trabajo   --

# TESIS\_jhonsalvatierra

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

## FUENTES PRIMARIAS

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo