

FACULTAD DE INGENIERÍA

Carrera de Ingeniería Industrial



“LA GESTIÓN PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y SU IMPACTO ECONÓMICO EN EMPRESAS DE SERVICIOS”: una revisión de la literatura científica

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Ingeniería Industrial

Autores:

Milagros Viviana Hernández Vásquez
Willy Chayanne Reque Reyes

Asesor:

Mg. Lupe Yovani Gallardo Pastor

Lima - Perú

2018

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedicamos a nuestros padres y docentes, que gracias a su esfuerzo y dedicación hicieron posible nuestra formación profesional.

También queremos mencionar a nuestros compañeros y ahora amigos, quienes cumplieron un rol importante en el recorrido que tuvimos por las aulas de la Universidad Privada del Norte, guardando inolvidables recuerdos.

AGRADECIMIENTO

Por medio de la presente, queremos agradecer principalmente a Dios, por ser nuestra fuente de inspiración y fuerza para continuar la obtención de uno de los anhelos más deseados.

A nuestros padres, por ser el pilar de nuestra formación personal y profesional, basados en amor, trabajo y sacrificio, siendo el apoyo incondicional en todo momento de nuestras vidas para no rendirnos y encontrarnos en pie de lucha.

De igual manera nuestro agradecimiento a la Universidad Privada del Norte, a la facultad de Ingeniería, a todos los docentes que formaron parte del soporte y fuente de aprendizaje para el enriquecimiento de nuestros conocimientos.

Finalmente queremos expresarle nuestro más sincero agradecimiento a la Mg. Lupe Gallardo Pastor, principal colaboradora durante todo este el proceso, quien con su conocimiento, enseñanza, dirección y apoyo permitió el desarrollo de este trabajo.

Tabla de contenido

DEDICATORIA.....	1
AGRADECIMIENTO.....	2
ÍNDICE DE TABLAS.....	4
ÍNDICE DE FIGURAS.....	5
RESUMEN.....	6
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	7
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	10
2.1. Selección de estudios.....	10
2.2. Codificación de datos.....	11
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	18
3.1. Bibliografías de libros.....	20
3.2. Artículos Científico.....	21
3.3. Revista y Blog.....	23
3.4. Trabajo escritos de investigación (tesis).....	24
Hallazgos de la investigación teórica.....	24
CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES.....	25
REFERENCIA.....	26

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de la unidad de análisis respecto al año, nombre de la publicación, tipos de estudio.....12

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Procesamiento de literaturas encontradas, primera clasificación.	18
Figura 2. Procesamiento de literaturas encontradas, segunda clasificación.	18
Figura 3. La clasificación de las 32 literaturas seleccionadas	19
Figura 4 Representación Porcentual de Tipo de estudio	19
Figura 5 Representación Porcentual de Fuentes de Consultas	20
Figura 6. Clasificación de Bibliografías de libros	20
Figura 7. Procedencia de las Bibliografías de Libros.....	21
Figura 8. Clasificación de los Artículos Científicos	22
Figura 9. Procedencia de los Artículos Científicos	22
Figura 10. Clasificación de Revistas y Blog	23
Figura 11. Procedencias de Revistas y Blog.....	23
Figura 12. Clasificación de Trabajo escritos de investigación.....	24

RESUMEN

En la actualidad las empresas de Servicios están experimentando un notable crecimiento globalizado en su demanda, convirtiéndolo en un sector potencialmente atractivo que activa la competitividad. Cabe recalcar que existe en el mercado un cliente actual, que tiene conocimiento de su poder adquisitivo y de toma de decisión, por ello resaltamos que la gestión de atención al cliente es uno de los elementos fundamentales con una mayor capacidad de diferenciación ante la competencia y siendo un factor dependiente en el impacto económico para la empresa.

El objetivo principal de la presente investigación es realizar una revisión sistemática de las literaturas basadas en la teorías y revistas científicas publicadas en idioma español a través de un análisis exhaustivo de publicaciones, diseño de investigación, sector servicios, instrumentos y variables de acuerdo al estudio; todo relacionado a la importancia y las tendencias actuales de Gestión de Atención al clientes y el impacto económico en las empresas de servicios.

Concluimos, que en la actualidad no se tiene conocimiento real sobre la importancia de Gestión de atención al cliente dentro de la empresa, ya que debería ser una estrategia para la fidelización de clientes antiguos y captación de clientes nuevos, usando sistemas de control y asedio que permitan retroalimentar y afianzar resultados esperados. No obstante, las empresas no solo deberían verlo como un proceso de gestión sino como parte de su cultura y esencia interna.

PALABRAS CLAVES: Gestión de atención al cliente, Calidad total, Impacto económico, Sector servicios.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

El tema de Gestión de Atención al Clientes no es muy común para algunas personas, sin embargo, los clientes lo esperan todos los días cuando están en frente de empleados que les brindan un producto o servicio, aunque en la actualidad aún no se tiene claro la implicancia, va madurando con el tiempo. Según, Pérez (2006), afirma que durante los últimos años ha existido una evolución en su forma de entender de la organización sobre la calidad en la atención al cliente, siendo el cliente nuestro actor principal ya que será quien demandará y calificara nuestro bien o servicio.

A pesar de ello, aún encontramos clientes insatisfechos con la expectativa, si es que alguna vez se han preguntado, por qué se vuelve molesto esperar tanto en un turno o por qué un proceso tal fácil, se lo muestran tan complejo, si lo único que realmente desea es tener alguien que lo entienda en el momento que lo requiera sin hacerlo sentir ignorado. Por esta razón, resaltamos el poco interés que le otorgan algunas empresas a dicha gestión, pese a que solo se trata de cómo atender al cliente. Según Brown (1989) nos dice: “La gestión de la atención al cliente consiste simplemente en eso: en gestionar la forma de atender al cliente.” (pág. 1).

Pero no solo lo definiremos como una gestión para quedar bien con el cliente sino de implementar un proceso de gestión como parte de la esencia e identificación de la empresa, por eso Brown (1989) nos dice: “La atención al cliente es una modalidad de gestión que empieza desde lo más alto de la organización. Se trata de la filosofía y la cultura de la empresa.” (pág. 2).

Es por ello que recalcamos la importancia que debe tener en la organización la gestión de atención al cliente con el enfoque en la calidad total del servicio que se brinda, teniendo en consideración la mejor selección de empleados, que son la carta de presentación ante los ojos del clientes. Según, Pérez (2006):

Todas las personas que trabajan en una empresa en contacto con los clientes tienen un papel fundamental en la calidad del servicio que se ofrece. Cada trabajador representa la imagen de la empresa en cada momento, en cada instante y en cada interacción con el cliente.

(Pérez, 2006, pág. 57)

En otras palabras, la gestión de atención al cliente es hablar de personas, por eso se tiene como propósito inicial, articular a los empleados y los clientes para marcar la diferencia como

empresa entre la competencia. Según, Brown (1989) afirma que “La atención al cliente se refiere a personas, no a cosas. Consiste en hacer que encajen dos grupos de personas: los empleados y los clientes. Una vez logrado esto, la empresa obtendrá una ventaja competitiva.” (pág. 5).

Por otro lado, tenemos proyecciones de crecimiento económico en el Perú, siendo una puerta abierta para las nuevas inversiones, Según el diario La República (2018)

De 3,6 a 3,9% se elevó la proyección de crecimiento económico para este año para el Perú de parte de la Comisión Económica para América Latina y El Caribe (Cepal). Así, nuestro país se ubicaría tercero en Sudamérica con mejores estimaciones económicas.

En consecuencia, se presenta una evolución notable de su demanda en el sector de servicios, que lo transformara en un mercado potencialmente atractivo. Según Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018) en su boletín nos dice:

En agosto de 2018, el sector Servicios Prestados a Empresas registró incremento en 3,47%, respecto al mismo mes del año anterior, principalmente por el avance de actividades profesionales científicas y técnicas, actividades de servicios administrativos y de apoyo, agencias de viajes y operadores turísticos y publicidad e investigación de mercados. El sector registra 16 meses de continuo crecimiento. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018, pág. 7)

Es decir, dicho sector se verá en la necesidad de innovar constantemente ya que los efectos de la globalización lo obligarán a competir en fidelizar a clientes actuales y captar clientes nuevos. Según, Arraut (2010), en su artículo científico indica:

El proceso de internacionalización de las economías, producto de los mercados globalizados, realza la importancia de la productividad industrial. Para competir en mercados de una economía global requiere un amplio conocimiento del entorno, de una óptima capacidad de gestión de la innovación, de una adecuada infraestructura tecnológica y de un talento humano capacitado.

(Arraut, 2010, pág. 26)

Además debemos tener en consideración el porque son diferentes las empresas de servicios, que sabemos, será de ayuda para tener más claro el enfoque de la atención al cliente que debemos brindar y ser lo suficientemente competitivos. Según Anónimo (2008) nos indica que “Las

empresas de servicios son más complejas que las industriales, porque la primera se enfrentan a la vez a la tarea de producir lo que venden y a la de manejar la interfaz.” (pág. 33)

De acuerdo a la problemática expuesta, se realizó la búsqueda sistemática de análisis en la base de datos de Scielo y Redalyc, encontrando escasez de información. Sin embargo, en la base de datos de Google Académico y Sunedu nos brindan abundancia de información e investigaciones sobre la Gestión de Atención al cliente y calidad total con enfoque teórico, tendencias y su paso por el tiempo.

Este trabajo se desarrollará con el fin de objetar a las siguientes preguntas ¿Cuál es la importancia y las tendencias actuales de Gestión de Atención al clientes, y sus ventajas competitivas en el mundo?, ¿Qué conocemos sobre las gestiones para la atención al cliente, en los últimos 12 años?, ¿Qué impacto económico generará la falta de gestión de atención al cliente de empresas de servicios?, todas estas interrogantes nos llevará a elegir una metodología que compromete a todas las áreas de la empresa como equipo, con una perspectiva clara en el cliente y la satisfacción total de su necesidad.

Es por ello, que el objetivo de estudio fue identificar la importancia y tendencias de la Gestión de atención al cliente y su impacto económico en las empresas de servicios mediante una revisión sistemática.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Selección de estudios

El extracto de información recaudada lo hemos realizado en el periodo de Agosto y setiembre del 2018, teniendo como enfoque de investigación “La Gestión de Atención al cliente”, “Calidad Total” y “el sector de servicios”. Considerando los siguientes criterios de selección:

- a) Bibliografías de libros con información de conceptos, teorías y texto cualitativos de temas relacionados a nuestra investigación.
- b) Trabajo escritos de investigación (tesis), sustentados con estudios empíricos en empresas de pequeño o mediano alcance y sus áreas específicas.
- c) Artículos, revistas y ensayos escritos de investigación, sustentados con estudios empíricos y experiencias vividas.

Nota: Toda la información es presentada en versión digital e idioma español.

- d) El periodo de publicación engloba entre los años 2006 a 2018, con el objetivo de reseñar las características principales de la Gestión de Atención del Cliente en el sector de servicio y el impacto económico que sufre las empresas, en los últimos 12 años para plantear el problema detectado.
- e) Generando el inicio de nuestra búsqueda con el título de investigación establecido, siendo el filtro principal nuestras las palabras claves: Gestión de atención al cliente, Calidad total, Sector servicios e Impacto económico.

Los procesos de búsqueda de la literatura, lo detallamos a continuación:

- I. Primer paso, se realizó una búsqueda extenuante de las literaturas relacionadas con el tema de investigación en la base de datos de Google Académico, Scielo y Redalyc.
- II. Segundo paso, con los resultados obtenidos se generó las filtraciones para la selección del título y las palabras claves de investigación.
- III. Tercer paso, se refiero estudios y trabajos académicos en SUNEDU para identificar y comparar artículos anexados en otras bases de datos.

2.2. Codificación de datos

Después de incluir las literaturas más importantes y coherente con el tema de investigación, se elaboró la codificación de lo seleccionado (tabla 1), teniendo como información principal: año de publicación, autor y nombre de publicación. Los mismos que fueron codificados con las características del muestreo (Tipo de estudio, Lugar de procedencia y Enfoque de estudio) y a su vez, teniendo en consideración el tipo de literatura.

Tabla 1.

Características de la unidad de análisis respecto al año, nombre de la publicación, tipos de estudio.

Ítem	Año de publicación	Autores	Nombre de la publicación	Muestra			Tipo de literatura
				Tipo de estudio	Lugar de procedencia	Enfoque de estudio	
1	2006	Pérez, Vanesa	Calidad Total en la Atención al Cliente	Teórico	España	Atención al Cliente	Libro
2	2006	Vanesa Carolina Pérez Torres	Calidad Total en la Atención al Cliente, pautas para garantizar la excelencia en el servicio.	Teórico	España	Atención al Cliente	Libro
3	2007	Renata Paz Couso	Atención al Cliente Guía Práctica de Técnicas Estrategias	Teórico	España	Atención al Cliente	Libro
4	2011	Escudero José	Gestión Comercial y servicio de atención al cliente	Teórico	España	Atención al Cliente	Libro
5	2012	Soledad Carrasco Fernández	Atención al Cliente en el proceso comercial	Teórico	España	Atención al Cliente	Libro
6	2012	Carlos Ongallo	La atención al Cliente y el Servicio Posventa	Teórico	España	Atención al Cliente	Libro

7	2014	María del Rocío Guardeño Ligeró	Atención al Cliente en el proceso comercial	Teórico	España	Atención al Cliente	Libro
8	2014	Pintado Cruz, Miriam Esther Rodríguez Palacios, Ángela de los Milagros	Propuesta de mejora en el servicio de atención al cliente en la empresa de servicios Chan Chan s.a. en la ciudad de Trujillo	Experiencia	Perú	Atención al Cliente	Tesis
9	2015	Sanjunez Ticona, Yomaira Betina	Propuesta de mejora en el servicio de atención al cliente de la institución educativa privada innova School Sede Tacna	Experiencia	Perú	Atención al Cliente	Tesis
10	2016	Dulce Bermúdez	El Arte de seducir a tus clientes	Teórico	España	Atención al Cliente	Libro
11	2016	Quiliche Villanueva, Marina Ayde	Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad de servicio de una entidad bancaria	Experiencia	Perú	Atención al Cliente	Tesis
12	2017	Ernesto Solano Torrenegra	¿Cuánta Razón Tiene el Cliente?	Teórico	España	Atención al Cliente	Libro

13	2017	Oliva Ramos, Eugenio	Sistema de atención al cliente basado en la teoría de CRM (Customer Relationship Management)	Experiencia	Perú	Atención al Cliente	Tesis
14	2017	Capuñay uceda, Oscar	Implementación de un sistema de información vía online para la gestión de ventas de equipos y consultas de clientes en la empresa CLAN Computer EIRL.	Experiencia	Perú	Atención al Cliente	Tesis
15	2017	Álvarez Raya, Carla Brenda	Diseño de una estrategia de fidelización a través del marketing relacional	Experiencia	Perú	Atención al Cliente	Tesis
16	2017	Arcella Cuipa Olenka Elizabeth	Análisis de las operaciones y de las pautas de atención en ventanillas del banco del Perú sucursal Arequipa y su incidencia en las satisfacción del cliente	Experiencia	Perú	Atención al Cliente	Tesis
17	2017	Mejía Castillo María Isabel	Estrategias de marketing digital para la capacitación de nuevos clientes en la empresa Valentino store de la ciudad de Piura	Experiencia	Perú	Atención al Cliente	Tesis

18	2018	Gómez Cortijo Isac Fernando	Responsabilidad Social como estrategia para el fortalecimiento de los clientes de la micro y pequeña empresa de la caja Huancayo	Experiencia	Perú	Atención al Cliente	Tesis
19	2018	David Gómez	El Cliente no siempre tiene la razón	Experiencia	Colombia	Atención al Cliente	Blog
20	2018	Garro Iparraguirre, Ridberg Aden	Micro Entorno de Marketing y satisfacción de los clientes de Acquazen en la ciudad de Chimbote 2017	Experiencia	Perú	Atención al Cliente	Tesis
21	2006	Irene Gil Saura, Manuel Sánchez Peres	Encuentro de servicio, valor percibido y satisfacción del cliente en la relación entre empresas	Teórico	España	Calidad	Artículo científico
22	2008	Anónimo	La calidad en el servicio al Cliente	Experiencia	España	Calidad	Libro
23	2009	Gutiérrez, Humberto y De la Vara, Román	Control Estadístico de Calidad y Seis Sigma	Experiencia	Colombia	Calidad	Libro

24	2010	Arraut, Luis	La Gestión de Calidad como innovación organizacional para la productividad en la empresa	Teórico	Bogotá	Calidad	Artículo científico
25	2010	Luis Carlos Arraut Camargo	La gestión de calidad como innovación organizacional para la productividad en la empresa	Experiencia	Colombia	Calidad	Revista
26	2013	Melara, Marlon	Identifica la Naturaleza del Servicio	Experiencia	El Salvador	Calidad	Blog
27	2010	Mallar Miguel Ángel	La gestión por procesos: un enfoque de gestión eficiente	Teórico	Argentina	Gestión	Artículo científico
28	2011	José Escudero Serrano	Gestión comercial y servicio de atención al cliente	Teórico	España	Gestión	Libro
29	2011	Juan Bravo Carrasco	Gestión de procesos	Teórico	Santiago de Chile	Gestión	Libro
30	2014	Hugo Gonzales	Gestión de la calidad de los servicios	Teórico	Argentina	Gestión	Artículo científico

31	2016	Ríos Oviedo, Celeste Lizzie	Propuesta de optimización del proceso de recepción, preparación, y embalaje en el almacén de Hilados de la Mepresa Inca Tops S.A. mediante un estudio de tiempo y distribución de espacios	Experiencia	Perú	Gestión	Tesis
32	2016	Barreda del arroyo , gilberto Greg	Automatización del sistema de control de consultas y aportaciones de partidarios y aprista peruano cusco con tecnología cliente servidor	Experiencia	Perú	Gestión	Tesis

Fuentes propias de autores.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Identificamos 50 artículos de acuerdo a nuestro patrón de búsqueda, que iremos reclasificando y depurando las literaturas teniendo en cuenta los criterios de inclusión y exclusión establecidos. A continuación detallamos nuestro procesamiento:

Primera clasificación: se realizó la depuración con la primera condición de exclusión, que es el rango de años considerados, desde 2006 hasta el 2018. Hallando 10 literaturas que no cumplían con lo establecido.

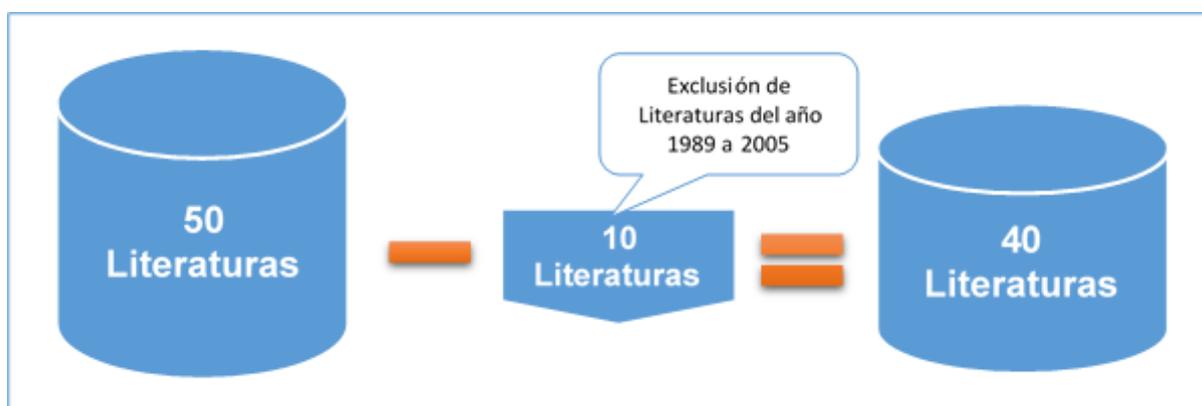


Figura 1 Procesamiento de literaturas encontradas, primera clasificación.

Fuente propia de autores.

Segunda clasificación: se realizó la depuración con la segunda condición de exclusión, el enfoque de la literatura ya que netamente veremos el rubro minero. Hallando 8 literaturas que no cumplían con lo establecido.

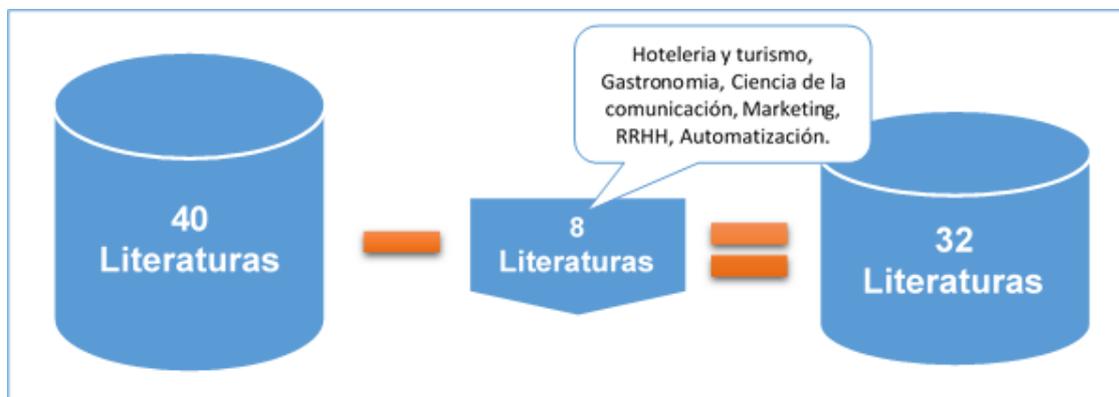


Figura 2. Procesamiento de literaturas encontradas, segunda clasificación.

Fuente propia de autores.

Después de nuestra clasificación de inclusión y exclusión, podemos indicar que contamos con 32 literaturas que nos ayudará entender el tema de investigación. Los que a continuación detallamos:



Figura 3. La clasificación de las 32 literaturas seleccionadas

Fuentes propias de autores

Cabe indicar que la depuración exhaustiva de literaturas nos quedaremos con 32, las mismas que clasificamos en tipo de estudio que son 17 experiencias y 15 teóricos.

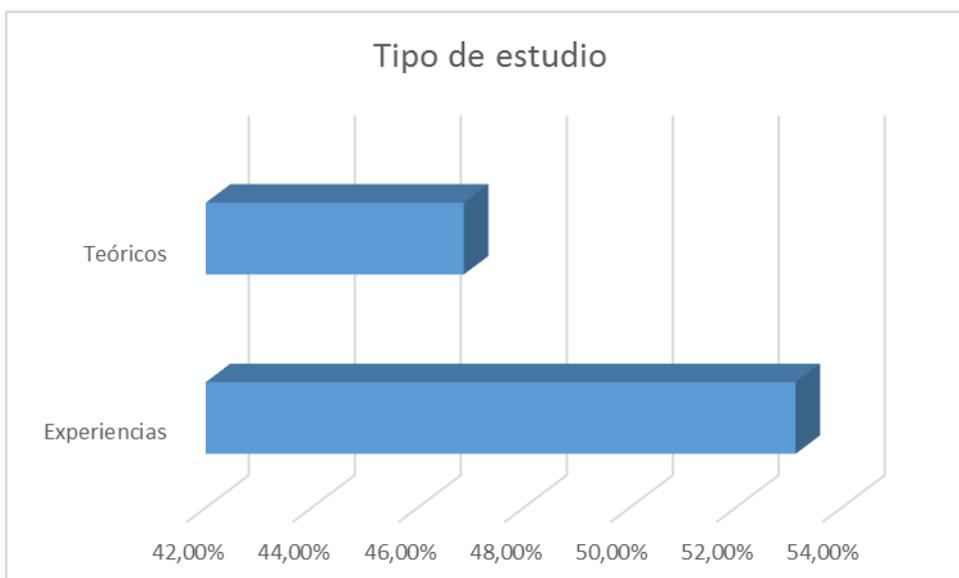


Figura 4 Representación Porcentual de Tipo de estudio

Fuente propia de autores.

Y a su vez informamos que las fuentes de consulta han sido Google Académico (53,13%), Sunedu (37,50%) y Scielo (9,37%).

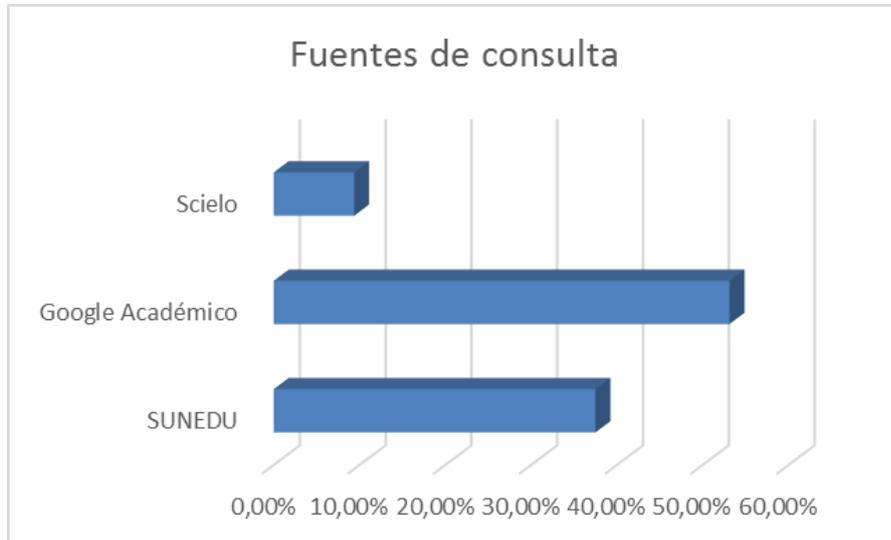


Figura 5 Representación Porcentual de Fuentes de Consultas

Fuente propia de autores

3.1. Bibliografías de libros

En esta fase de análisis, de acuerdo a las características que tiene los libros indicaremos que nueve son de Atención a Clientes (69,24%), dos son de Gestión de servicio (15,38%) y dos son Calidad (15,38%). De acuerdo con el registro, todos fueron encontrados en Google Académico.

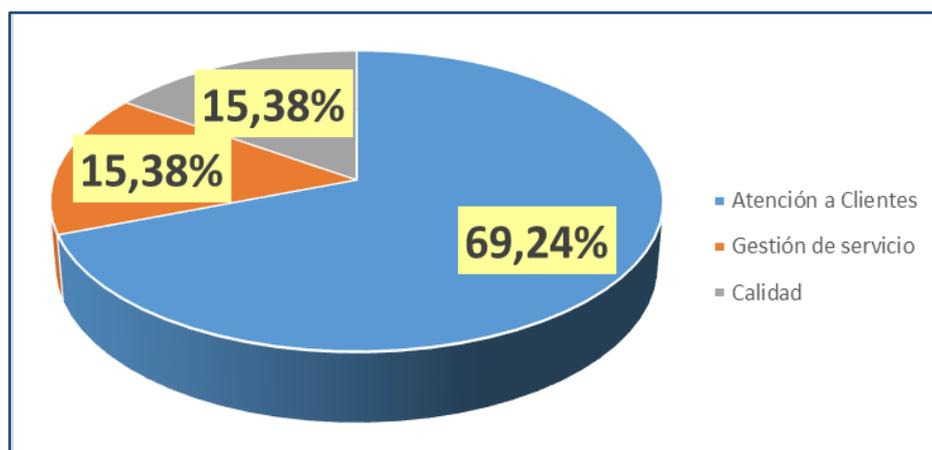


Figura 6. Clasificación de Bibliografías de libros

Fuentes propias de autores

Podemos indicar que las 13 literaturas que son de fuente Bibliográficas de libros, contamos con 7 literaturas que nos habla netamente de los conceptos básicos y las metodologías a usar para el mejoramiento de la gestión de atención al cliente; y las otras 5 literatura nos describen las experiencias vividas por los autores generando procesos implementados y los resultados obtenidos.

En el análisis, de la procedencia de la información podemos ver que a España le pertenecen once libros (84,62%), de Santiago de Chile es un libro (7,69%) y de Colombia es un libro (7,69%).

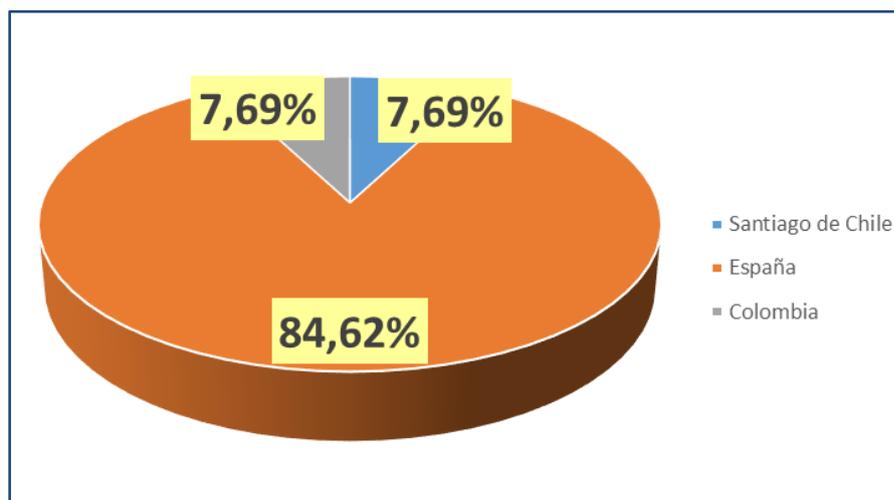


Figura 7. Procedencia de las Bibliografías de Libros

Fuentes propias de autores.

Podemos indicar, siendo 11 literaturas son de procedencia española donde podemos denotar que es el país que en la actualidad, le otorga la importancia que deber de tener la gestión de atención al cliente. No dejaremos de lado a Santiago de Chile pese a participar con una literatura, nos brinda un desarrollo importante sobre su experiencia en la implementación de los procesos implementados y sus respectivo resultados.

3.2. Artículos Científico

En esta fase de análisis, de acuerdo a las características que tiene los Artículos Científicos indicaremos que dos son de Gestión de servicio (50,00%) y dos son Calidad (50,00%). De acuerdo con el registro, dos fueron encontrados en Google Académico y los otros en Scielo.

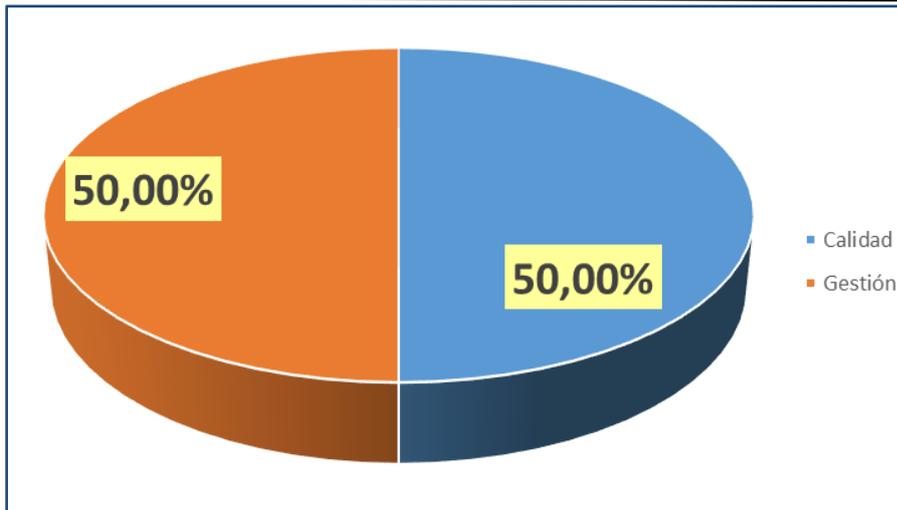


Figura 8. Clasificación de los Artículos Científicos

Fuentes propias de autores.

Podemos referir que las 4 literaturas de Artículos Científicos encontrados son de tipo de estudio teórico, reforzando la idea en Gestión y calidad en la atención al cliente.

En el análisis, de la procedencia de la información poderme ver que Argentina le pertenece dos libros (50,00%), de España es un libro (25,00%) y de Bogotá un libro (25,00%).

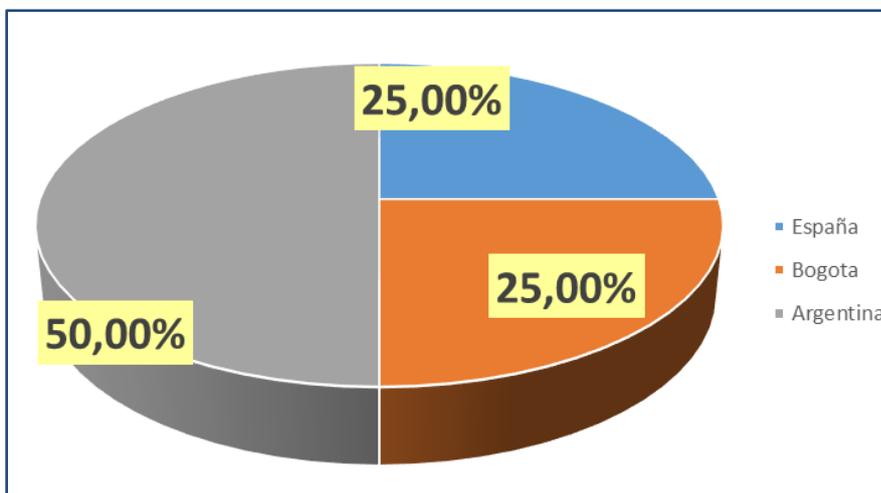


Figura 9. Procedencia de los Artículos Científicos

Fuentes propias de autores.

Podemos referir que dichas literaturas de artículos científicos, encontramos mayor información detallada y descriptiva de las teorías, apoyando la importancia de la gestión de atención al cliente.

3.3. Revista y Blog

En esta fase de análisis, haremos una clasificación con una Revista (33,33%) y dos Blog (66,67%). Los mismos que indicamos, dos son de Atención al Cliente (66,67%) y uno es Calidad (33,33%). De acuerdo con el registro, dos fueron encontrados en Google Académico y uno en Scielo.

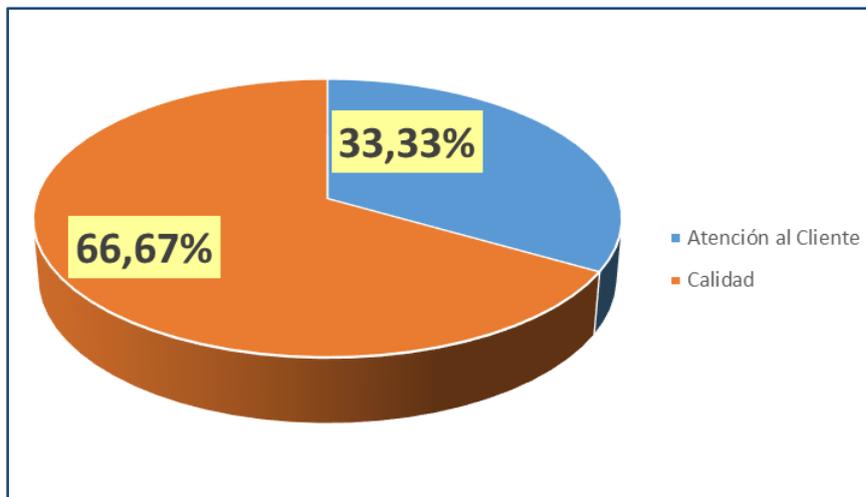


Figura 10. Clasificación de Revistas y Blog

Fuentes propias de autores.

En el análisis, de la procedencia de la información poderme ver que Colombia le pertenece dos libros (66,67%) y de El Salvador es un libro (33,33%).

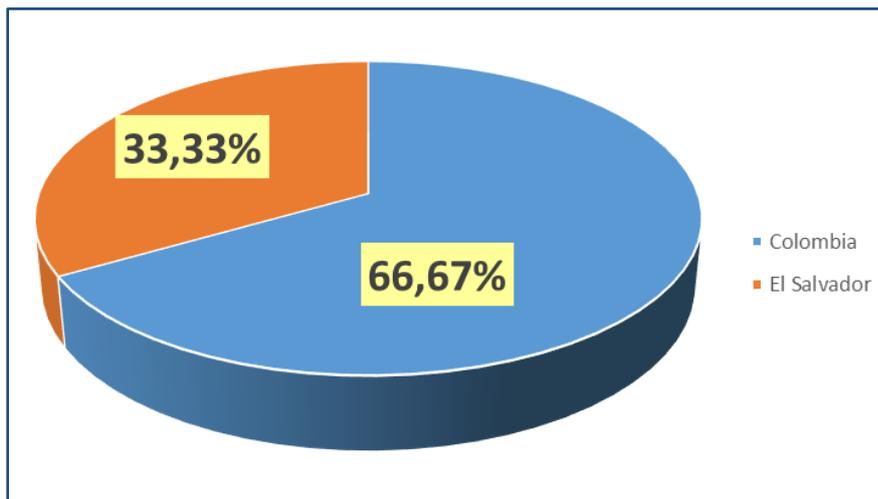


Figura 11. Procedencias de Revistas y Blog

Fuentes propias de autores.

3.4. Trabajo escritos de investigación (tesis)

En esta fase de análisis, de acuerdo a las características que tiene los trabajos de investigación (Tesis) indicaremos que nuevos son de Atención a Clientes (83,33%) y dos son de Gestión de servicio (16,67%). De acuerdo con el registro, todos fueron encontrados Sunedu y son de procedencia de Perú.

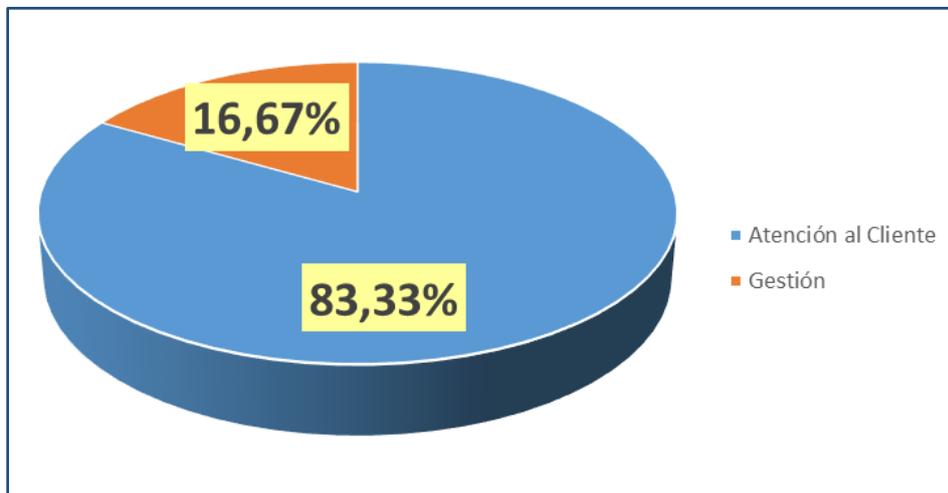


Figura 12. Clasificación de Trabajo escritos de investigación

Fuentes propias de autores.

Hemos encontrado 12 literaturas de Trabajos de investigación de procedencia peruana, donde nos describe netamente sobre las experiencias de Gestión y Atención al cliente. Podemos indicar, que esta información nos brinda las problemáticas y posibles procesos que debemos considerar para diversos casos en el sector de servicios.

Hallazgos de la investigación teórica.

Podemos indicar que la Gestión de Atención al cliente ha tenido una evolución lenta durante el tiempo, pero cada vez, va tomando más fuerza y consistencia para cambiar la mentalidad sobre lo que realmente espera el cliente.

También encontramos experiencias indeseables captadas por el cliente, que aporta la afirmación de que el cliente no solo busca un producto o servicio, sino busca sentirse bien al momento de comprar.

Además, nos presenta las nuevas tendencias de Gestión de atención al que se han implementado, generando resultados buenos para la empresa.

CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES

Este trabajo de investigación recauda, revisa y clasifica la información de Gestión de Atención al Cliente, sus importancias e impacto económico en las empresas de servicios en el mundo, durante los años 2006 a 2018, encontrando 32 artículos empíricos y relevantes, que nos ayudara a responder la pregunta de investigación. Cabe resaltar que hemos tomado en consideración a 12 literaturas son trabajos de investigación, donde nos describe las experiencias de implementación y resultados de empresas peruanas.

Teniendo como objetivo principal de esta investigación es informar los resultados encontrados sobre la importancia y tendencias de la Gestión de atención al cliente y su impacto económico en las empresas de servicios.

En efecto, con dicha investigación hemos podido encontrar sustento de cuán importante es actualmente la gestión de atención al cliente y su implicancia que genera de manera directa en su impacto económico en la empresa. Sobre todo la determinación de roles de los grupos de personas que generan una articulación para llegar a ser una empresa competitiva potencial.

Cabe resaltar, que nos encontramos con la limitación de búsqueda con el tema gestión de atención y su impacto económico que genera en la organización, ya que en todos los trabajos analizan netamente en el impacto que genera en el cliente.

Gracias a todas las deficiencias presentadas por las experiencias, recomendaremos la metodologías a implementar para el mejora en la gestión de atención al cliente, teniendo a Lean Six Sigma, como una metodología con más alcance para lograr la calidad total, porque nos ayuda a desglosar al detalle para la identificación del problema y los pasos a seguir con el método DMAIC.

Finalmente, indicaremos que este trabajo de investigación nos ha brindado la información necesaria para resolver el objetivo de estudios.

REFERENCIA

- Anónimo. (2008). *La calidad en el servicio al Cliente*. España: Editorial Vértice.
- Arraut, L. (2010). La gestión de Calidad como innovación organizacional para la productividad en la empresa. *Revista Ean*, 41.
- Brown, A. (1989). *Gestión de la atención al Cliente*. Madrid: Diaz de Santos S.A.
- Eckes, G. (2004). *El Six Sigma para todos*. Bogotá: Norma.
- Escalante, E. (2003). *Seis-sigma: metodología y técnicas*. México, DF: Limusa.
- Gómez, F. y. (2003). *Seis Sigma. Segunda Edición*. Madrid: Fundación Confemetal.
- Hirano, H. (1991). *Manual para la implantación del JIT: una guía completa para la fabricación "just-in-time"*. Madrid: Tecnologías de Gerencia y Producción.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (10 de 10 de 2018). *Boletín Estadístico Encuesta mensual del Sector Servicios*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística e Informática: <https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-estadistico-del-sector-servicios-n-10-octubre-2018.pdf>
- INSTITUTO PERUANO DE ECONOMIA. (2 de MARZO de 2018). *Perú será el País con mayor crecimiento económico de Latinoamérica en 2018*. Obtenido de INSTITUTO PERUANO DE ECONOMIA: <http://www.ipe.org.pe/portal/peru-sera-el-pais-con-mayor-crecimiento-economico-de-latinoamerica-en-2018/>
- LA REPÚBLICA. (17 de 10 de 2018). Perú: Cepal eleva proyección de crecimiento económico a 3,9% para este año. *Diario La República*, págs. <https://larepublica.pe/economia/1339485-peru-cepal-crecimiento-economico-39-2018>.
- MINISTERIO DEL AMBIENTE. (2018). *Sistema Nacional de Gestión Ambiental*. Obtenido de MINISTERIO DEL AMBIENTE: <http://www.minam.gob.pe/gestion-ambiental/>
- Montgomery, D. (2002). *Diseño y análisis de experimentos*. México DF: Limusa Wiley.
- Pérez, J. (1994). *Gestión de la Calidad Empresarial, Calidad en los servicios y atención al cliente. Calidad total*. Madrid: Esic Editorial.
- Pérez, V. (2006). *Calidad Total en la Atención al Cliente*. Vigo: Ideaspropias Editorial.
- Pyzdek, T. (2003). *The Six Sigma Handbook*. New York: McGraw Hill.
- Udaondo, M. (2018). *Lean 6 Sigma. ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CALIDAD - Edición 2018*.

Vargas, Z. (2009). La investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación* 33(1), 165.