

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR
COMERCIAL, RUBRO LIBRERÍA, DISTRITO DE
CALLERIA, AÑO 2018**

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

AUTORA:

DANICA DANIELA CARIHUASARI MARICAHUA

ASESOR:

MBA. CRYSBER MOISÉS VALDIVIEZO SARAVIA

PUCALLPA – PERÚ

2018

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgr. Sergio O. Ortiz García
Secretario

Mgr. José Luis Meza Salinas
Miembro

Dr. Geider Grandes García
Presidente

MBA. Crysber Moisés Valdivieso Saravia
Asesor

AGRADECIMIENTO

Esta tesis, si bien ha requerido de esfuerzo y mucha dedicación por parte del autor, no hubiese sido posible su finalización sin la cooperación desinteresada de todas y cada una de las personas que a continuación citaré y muchas de las cuales han sido un soporte muy fuerte en momentos difíciles.

Primero, antes que nada, dar gracias a Dios, por estar con nosotros en cada paso que damos, por fortalecer nuestros corazones e iluminar nuestras mentes y por haber puesto en nuestro camino a aquellas personas que han sido nuestro soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Agradecer hoy y siempre a mi familia porque se preocuparon de mi bienestar, y me dieron fortaleza necesaria para seguir adelante.

DEDICATORIA

Este presente trabajo está dedicado a mis padres por haberme dado la vida, y por brindarme la oportunidad de lograr todos mis objetivos y metas trazadas. Porque valoro su esfuerzo y sacrificio que hicieron al mantenerme a una Universidad como ULADECH.

A mi madre en particular, que siempre estuvo motivándome en momentos difíciles, haciéndome ver el lado bueno de las cosas, cuando en realidad eran momentos de dolor.

RESUMEN

El principal objetivo de la presente investigación fue determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librería, distrito de Calleria, año 2018. La cual fue desarrollada mediante la metodología de una investigación tipo descriptivo simple, no experimental, transversal; además, se utilizó un cuestionario estructurado por 20 preguntas, por otro lado, la población estuvo compuesta por 12 Mypes del sector comercial, dentro del rubro de librerías, donde se aplicó las encuestas a los respectivos dueños de cada Mypes que colaboraron en la investigación. El análisis y procesamientos de los datos se realizaron a través del programa informático Excel 2016, seguidamente, también se utilizó para la realización de tablas y graficas porcentuales, de los cuales sirvió como apoyó para la realización de los resultados y el posterior análisis de los resultados obtenidos.

Palabra clave: Atención al cliente, Gestión de Calidad, Librería, Comercio, Mypes.

ABSTRACT

The main objective of the present investigation was to determine the Quality Management under the focus of Customer Service in the Mypes of the Commercial Sector, Bookstore, district of Calleria, 2018. Which was developed through the methodology of a simple descriptive type research, not experimental, transversal; In addition, a structured questionnaire was used for 20 questions, on the other hand, the population was composed of 12 Mypes from the commercial sector, within the category of bookstores, where the surveys were applied to the respective owners of each Mypes who collaborated in the research. The analysis and processing of the data was done through the Excel 2016 computer program, then, it was also used for the realization of tables and percentage graphs, which served as support for the realization of the results and the subsequent analysis of the results obtained.

Keyword: Customer service, Quality Management, Bookstore, Commerce, Mypes.

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librería, distrito de Calleria, año 2018.

INDICE GENERAL

PORTADA	i	
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	ii	
AGRADECIMIENTO	iii	
DEDICATORIA	iv	
RESUMEN	v	
ABSTRACT	vi	
TITULO DE LA INVESTIGACIÓN	vii	
INDICE GENERAL	viii	
INDICE DE TABLAS	xi	
INDICE DE GRAFICOS	xiii	
1	INTRODUCCION	1
2	PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	2
2.1	Planteamiento del Problema	2
2.1.1	Caracterización del Problema	2
2.1.2	Enunciado del Problema	3
2.2	Objetivo de la Investigación	3
2.2.1	Objetivo General	3
2.2.2	Objetivos Específicos	3
2.3	Justificación de la Investigación	4
3	REVISIÓN DE LA LITERATURA	6
3.1	Antecedentes	6
3.1.1	Antecedentes Nacionales	6

3.1.2	Antecedentes Internacionales	7
3.2	Bases Teóricas de la Investigación	9
3.2.1	Gestión de calidad	9
3.2.2	Calidad y ventaja competitiva	10
3.2.3	Servicio	11
3.2.4	Calidad de Servicio	12
3.2.5	Satisfacción del Cliente	12
3.2.6	Modelo de Calidad de Servicio	14
3.2.6.1	Modelo de Cronin y Taylor (SERVPERF)	14
3.2.6.2	Modelo de los tres componentes	14
3.3	Marco Conceptual	15
4	HIPOTESÍS	16
4.1	Hipótesis General	16
4.2	Hipótesis Especifica	16
5	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	17
5.1	Tipo y Nivel de la Investigación	17
5.1.1	Tipo de investigación	17
5.1.2	Nivel de investigación	17
5.2	Diseño de la Investigación	17
5.2.1	No experimental	18
5.2.2	Descriptivo	18
5.2.3	Transversal	18
5.3	Universo o Población	18
5.3.1	Población	18

5.3.2	Muestra	18
5.4	Plan de Análisis	19
5.5	Matriz de Consistencia	20
5.6	Principios Éticos	21
6	RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	22
6.1	Resultados	22
6.2	Análisis de Resultados	42
7	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	51
7.1	Conclusiones	51
7.2	Recomendaciones	52
8	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53
	ANEXOS	55
	Presupuesto	55
	Cronograma de la Actividad	56
	Alfa de Cronbach	57
	Encuesta	58

INDICE DE TABLAS

Tabla N°1	Matriz de Consistencia	20
Tabla N°2	Edad del emprendedor	22
Tabla N°3	Sexo del emprendedor	23
Tabla N°4	Grado de instrucción del emprendedor	24
Tabla N°5	¿Cuál es la Profesión u ocupación del emprendedor?	25
Tabla N°6	¿Su empresa está formalizada?	26
Tabla N°7	¿Qué beneficios otorga la formalización?	27
Tabla N°8	¿Cuánto tiempo tiene su empresa en el mercado?	28
Tabla N°9	¿Con cuántos trabajadores cuenta su negocio?	29
Tabla N°10	¿Ha recibido asesoría de entidades públicas o privadas en la formalización empresarial?	30
Tabla N°11	¿Ha definido y muestra la misión, visión y valores de su negocio?	31
Tabla N°12	¿Su negocio tiene definido un plan de negocio?	32
Tabla N°13	¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?	33
Tabla N°14	¿La administración aplica prácticas de gestión de calidad?	34
Tabla N°15	¿Capacita al personal para ofrecer un trato de calidad?	35
Tabla N°16	¿La gestión: ¿está enfocada en atención al cliente?	36
Tabla N°17	¿El negocio sigue algún modelo de atención al cliente?	37
Tabla N°18	¿Recoge sugerencias acerca de reclamos o recomendaciones de los clientes?	38
Tabla N°19	¿Evalúa al personal en su actitud de atención hacia el cliente?	39
Tabla N°20	¿Evalúa la satisfacción del cliente?	40

Tabla N°21	¿Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización?	41
Tabla N°22	Presupuesto	55
Tabla N°23	Cronograma	56
Tabla N°24	Alfa de Cronbach	57

INDICE DE GRAFICOS1

Grafico N°1	Edad del emprendedor	22
Grafico N°2	Sexo del emprendedor	23
Grafico N°3	Grado de instrucción del emprendedor	24
Grafico N°4	¿Cuál es la Profesión u ocupación del emprendedor?	25
Grafico N°5	¿Su empresa está formalizada?	26
Grafico N°6	¿Qué beneficios otorga la formalización?	27
Grafico N°7	¿Cuánto tiempo tiene su empresa en el mercado?	28
Grafico N°8	¿Con cuántos trabajadores cuenta su negocio?	29
Grafico N°9	¿Ha recibido asesoría de entidades públicas o privadas en la formalización empresarial?	30
Grafico N°10	¿Ha definido y muestra la misión, visión y valores de su negocio?	31
Grafico N°11	¿Su negocio tiene definido un plan de negocio?	32
Grafico N°12	¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?	33
Grafico N°13	¿La administración aplica prácticas de gestión de calidad?	34
Grafico N°14	¿Capacita al personal para ofrecer un trato de calidad?	35
Grafico N°15	¿La gestión: ¿está enfocada en atención al cliente?	36
Grafico N°16	¿El negocio sigue algún modelo de atención al cliente?	37
Grafico N°17	¿Recoge sugerencias acerca de reclamos o recomendaciones de los clientes?	38
Grafico N°18	¿Evalúa al personal en su actitud de atención hacia el cliente?	39
Grafico N°19	¿Evalúa la satisfacción del cliente?	40

Grafico N°20 ¿Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización? 41

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad en la que se nos ha permitido pertenecer, hemos podido apreciar el gran cambio en la evolución de las empresas y compañías en la manera en cómo éstas buscan la manera más adecuada para llamar la atención de nosotros sus consumidores, adaptándose así, a la nueva demanda del desarrollo tecnológico para así aumentar tanto la efectividad de su producto y sacar todo el provecho posible en todos los aspectos que esta permita.

La venta de libros, es una actividad tan vieja como otras actividades humanas, siendo las librerías el principal distribuidor de estas obras y ejemplares, gracias a que una editorial abastece con sus obras al mismo, para su comercialización y así de esta manera recibir ingresos por parte de su producto.

Puesto que, la utilización de técnicas tanto para captar la atención de un posible cliente y la calidez en la atención que reciba es tan importante, como el mismo producto por el cual ha acudido al establecimiento, ya que esto permitiría que el local pueda recibir clientes potenciales por recomendaciones y por el buen trato que ha recibido.

Mi proyecto de investigación se situará en aquellas Mypes en las cuales nos hemos podido presentar para poder mostrar el impacto que tiene ante la sociedad gracias a la buena gestión de calidad, para aumentar y reforzar de manera positiva todo rumbo que pueda llevar, adoptándose así, a la nueva demanda del mercado; además de que el consumidor de nuestro producto tenga un trato amigable y de esa manera tratar de incentivar su regreso a nuestra librería; así poder traer más cliente, elevando el nivel de reconocimiento que pueda tener por el buen uso de todas sus capacidades en la búsqueda del desarrollo empresarial

2. PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Planteamiento del Problema

La investigación se ha basado de acuerdo a las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librería, distrito de Calleria, año 2018, ya que son establecimientos comerciales recurrentes para estudiantes y público en general en donde esperan que se les pueda dar en mejor trata posible para que su estadía sea agradable mientras compran el producto por el cual han asistido a nuestro establecimiento; mientras transcurre este proceso el trato y la atención que debe obtener el cliente debe ser gratificante, por lo cual este pueda recomendar la empresa y dar paso a que esta obtenga beneficios a la larga, como pueden ser los clientes potenciales y reconocimiento público.

2.1.1 Caracterización del Problema

La dificultad e inconveniente en las Mypes es que al iniciar una pequeña empresa, tienden a ser menos concurridos, por el hecho mismo que las compañías que han incursionada en este rubro han crecido gracias al tiempo y a las buenas decisiones y administración que han tenido; por el cual no podría destacar de manera adecuada entre las demás compañías de su rubro, ya que en gran mayoría de su desempeño tanto en publicidad, producto y atención se ve arraigada a prácticas pasadas, donde quizá fueron efectivas, pero en tiempos actuales estas prácticas no presentan el mismo impacto que en la época en la estas fueron utilizadas.

Por consiguiente, en el distrito de Calleria, en las zonas donde se encuentran ubicados conglomerados de librerías y entre otros, muestras singularidades con lo que hemos descrito, se podría decir que la causa de todo esto sería la falta o inexistencia de capacitaciones u orientación que vallan de acuerdo a la labor el cual se está ocupando; con la intervención peritienente, además de la práctica y enseñanza

adecuada se podrá sacar provecho de estas dificultades y rivalizar con las otras empresas que se encuentran correctamente estructuradas.

2.1.2 Enunciado del Problema

Por todo lo antes visto, se desarrolla la siguiente incógnita; por la cual se podrá desarrollar nuestro trabajo de investigación,

¿Cuál es la influencia de Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librería, distrito de Calleria año 2018?

2.2 Objetivos de la Investigación

2.2.1 Objetivo General

Determinar la práctica de Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librería, distrito de Calleria año 2018.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar si las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librerías del distrito de Calleria, si cuenta con una estrategia de modelo de atención al cliente.
- Determinar si los microempresarios de las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librerías del distrito de Calleria, administran con prácticas de gestión de calidad.
- Determinar si las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librerías del distrito de Calleria, capacita a su personal para ofrecer un trato apropiado de servicio.

2.3 Justificación de la Investigación

El argumento por el cual nuestra investigación se está desarrollándose, se encuentra situándose en reconocer las características de las Mypes del sector comercio en el rubro de librerías, y si estas utilizan tanto técnicas y métodos para que su gestión de calidad, permitiera que tanto en el servicio, metas, objetivos estén ligados a un procedimiento donde se organice tanto las planeaciones y organización con un control total en la dirección de las actividades que desempeñan, para que el público objetivo tanto como la calidad de atención que estos reciban sea de total agrado y así contribuir en el desarrollo de confianza y preferencia.

La importancia de la investigación de este proyecto, proviene del interés de mejorar los métodos y estrategias que permiten que la atención que se demuestre hacia los clientes, sea optima, además de analizar que tanto se conoce acerca de estos procedimientos. Muchas de las empresas que ofrecen un servicio hacia sus clientes tienen que poseer reglas y valores los cuales se tienen que proteger, respetar y demostrar, lo que causaría una buena expectativa que se quiere transmitir que haga posible así ver la valía ante sus competidores, por lo tanto, demostrar que optan implementar estrategias que van acorde a un público objetivo muestra el interés que tiene hacia sus usuarios demostrando la seriedad de su negocio.

Todo esto con tal de que los negocios opten por un modelo adecuado que contribuya y cumpla con sus expectativas, en vista de que algunos no cuentan y otros utilizan de manera poco eficiente sus estrategias; provocando así que sus competidores sobresalgan, ya que ellos cuentan con procesos sistematizados que permite el desarrollo continuo y flexible de su negocio, a medida que este haya crecido y por asesoramientos previos que causaron cambios, en los cuales se mostró mejoramiento

significativo; es por esto que se ve la gran importancia de poseer estos métodos, estrategias, estilos, etc. que permitan la adaptación por parte de los negocios hacia un nuevo mundo de posibilidades y oportunidades.

3. REVISIÓN DE LITERATURA

3.1 Antecedentes

3.1.1 Antecedentes Internacionales

González; Martínez & Méndez (2017), en su tesis “Modernización del Sistema Organizativo para fortalecer la Administración y el Servicio al Cliente en la Librería Universitaria sede central de la Universidad de el Salvador” para optar el grado de Licenciado en Administración de Empresas en la ciudad del El Salvador; cuyo objetivo de la investigación fue realizar un diagnóstico en Librería Universitaria a través de una investigación de campo que permita conocer la situación en la que se encuentra tanto la gestión administrativa y servicio al cliente. El estudio fue de tipo descriptiva y explicativa no experimental, analítico, sintético en cual se utilizaron como técnicas e instrumentos para la recolección de información entrevistas, encuestas y la observación directa; con una muestra de 150 estudiantes, llegando al resultado de acuerdo a su investigación en qué; no poseen un sistema adecuado para la búsqueda apropiada de los materiales de lectura, en el que especifique con detalle lo que se desea encontrar, además de reconocer que los empleados de la librería, cuentan con escasas herramientas que permitan realizar su trabajo de manera adecuada lo que sería dificultoso en ciertos casos, por otro lado, cuentan con capacitaciones acerca de la atención al cliente, pero algunos usuarios manifiestan su descontento a tal servicio, pero aun así indican que tanto la calidad de sus productos es buena y los precios accesibles, asimismo la librería optara por adaptarse a un sistema de moderno en la atención y servicio, por ende mejorara de igual manera a sus trabajadores como a sus consumidores.

Ramírez y Sánchez (2006), refiere en su tesis sobre la “Implementación del Sistema de Gestión de Calidad, en base a la norma ISO 9001:2000”, para optar por el título de Licenciatura en Ingeniería Industrial en la ciudad de Hidalgo-México, donde el objetivo de la investigación fue obtener la certificación del Sistema de Gestión de Calidad bajo la normatividad ISO 9001:2000 COPANT/ISO 9001:2000 NMX-CC-9011-IMNC-2000 dentro de Ferretera Industrial y de servicios de Hidalgo. La metodología de la investigación es descriptivo no experimental, transversal y correlacional; como resultado de la investigación dice que: La mejor manera en la que una empresa pueda florecer y destacar en sus campos de servicio y productos, es adoptando un sistema de gestión de calidad que este estructurado de manera sistematizada y estandarizada bajo normas de calidad aceptadas mundialmente; siendo así, se verá un desarrollo continuo en la productividad y atención que brinden mediante la utilización y practica de estas normas.

Todo esto denota el gran nivel de intervención que tiene tanto la atención y calidad del servicio que se brinda, un sistema que permita la mejora continua y además de enfocarse en las perspectivas actuales, evitando así las practicas pasadas que ya no son tan efectivas como en sus tiempos donde fueron utilizadas, una estructura con un diseño principalmente enfocado en el servicio de calidad, muestra el compromiso que tiene la empresa hacia sus consumidores, demostrando su gran efectividad en su accionar en la práctica.

3.1.2 Antecedentes Nacionales

Gómez (2018), en su tesis “Caracterización de Capacitación y Atención al Cliente de las Mypes Rubro Librerías del centro de Piura”, para optar el título profesional de Licenciado en Administración, menciona en sus objetivos de su

investigación, identificar las características que tiene la capacitación y atención al cliente en las Mypes rubro librerías del centro de Piura, la metodología de la investigación fue descriptiva no experimental, cuantitativa, transversal y como método de recolección de información se utilizó el método de encuestas, además de una población de 11 Mypes rubro librería, de las cuales se sacó una muestra de 45 trabajadores, asimismo se llegó a las siguientes conclusiones, las Mypes utilizan técnicas de capacitación, donde existe la relación experto-aprendiz, un sistema dinámico donde se refuerza el compañerismo y por ende dar un servicio de calidad, permitiendo obtener un conocimiento apropiado de lo que debe hacer, por otro lado, toman las opiniones de los trabajadores y de los usuarios de igual manera, ya que esto permite que se establezca un mejoramiento continuo a las necesidades que puedan dar, proporcionando así un ambiente apropiado para el trabajo, de igual forma se enfocan en gran manera en la atención presencial y como brindar apropiadamente, ya que reconocer la persona a la cual se está dirigiendo es vital para expresar un tipo de servicio que valla adecuado al cliente, mostrando así profesionalismo y asiéndose notar ante la competencia.

Silvestre (2013), en su tesis, “Capacitación en las MYPES del sector comercio – Rubro Librerías, ciudad de Santa”, donde el objetivo de su investigación fue determinar las principales características de la capacitación de las Mypes, del sector comercio-rubro librerías en la ciudad de Santa; siendo la metodología de la investigación, descriptivo no experimental, transversal, cuantitativo además de contar con una población de cinco Mypes del sector comercial librerías; por otro lado, utilizaron encuestas como método de obtención de datos, de las cuales se obtuvo el siguiente resultado; que gran parte de los que representan a las Mypes son personas de

entre 31 años a más, siendo mujeres con un nivel de instrucción de secundaria, también están posicionadas en el mercado entre 2 a 5 años, asimismo consideran que las capacitaciones dirigida hacia sus empleados como una inversión de la cual se espera una mayor rentabilidad.

Las estrategias que se emplean en estos estudios indican que tanto el interés y la relación, agilidad y oferta de sus producto o servicios, muestra que tan comprometidos con los clientes se encuentra la empresa o compañía, ya que muestra características que permiten que la buena y adecuada muestra de servicio de la cual se está gozando hace que las compañías resalten de las demás, por otro lado, los productos deben ser aptos para el fin por el cual son necesitados.

3.2 Bases Teóricas de la Investigación

3.2.1 Gestión de calidad

El contexto de calidad en la perspectiva presente, se trata de que la persona que busca un producto o servicio según requiera su necesidad y además en el proceso del mismo, este pueda recibir un trato favorable en la búsqueda de lo que desea encontrar. Vásquez (2007), explica que la palabra calidad es el fin que buscan las negocios y directivos que, en sus funciones de servir a la sociedad, puedan brindar un servicio tanto eficaz para el complace sus necesidades de nosotros sus consumidores, por medio de la atención que es brindada por parte de sus empleados, valor de sus productos y servicios y obviamente como punto importante, que sus productos cumplan con todos los estándares de calidad, por ende, ambas partes salen beneficiadas tanto el negocio que cumpla estos requerimientos y sus usuarios.

Fuentes (2002), refiere que la realización y desarrollo de ciertos principios éticos y técnicas que permitan aumentar en gran medida los niveles de calidad en el

servicio y producto son participe de ciertos principios; de los cuales distingue tres ramificaciones importantes de su trabajo.

- Los principios que asumen y que guían la acción organizativa

- Las prácticas –actividades– que reúnen para llevar a la práctica estos principios

- Las técnicas que intentan hacer efectivas estas prácticas.

Estos tres puntos distinguen que una empresa puede gestionar, supervisar, planificar y enfocar las acciones que realizan para que se acrecenté la calidad para que la experiencia que reciba el cliente sea de su mayor agrado y por lo tanto sea lo el objetivo por lo cual se implementan estos métodos en la búsqueda de un servicio efectivo.

3.2.2 Calidad y ventaja competitiva

Se reconoce que tanto las necesidades y oportunidades que pueden beneficiar de manera adecuada en el desarrollo de las actividades de cualquier empresa, se podrá observar cuando la permanencia y predominación en el rubro comercial en el que se basan, consiga todos sus objetivos y expectativas gracias al buen mando y toma decisiones que llevaron a estar en lugar en que se encuentran, ya que al arriesgarse a optar un método más agresivo para que la preferencia y el renombre puede recaer hacia su empresa, provocando así que los usuarios sugerirán como principal exponente en la actividad que efectúan; la competitividad hace posible esto, ya que al ver un mercado tan creciente y en un constante incremento, hace posible que todos estos factores mencionados lleven a un desarrollo dinámico donde la empresa pueda mejorar partiendo de un mundo en continuo cambio.

Pacheco (2016), acerca de su investigación de la ventaja competitiva en el nivel empresarial, considera el gran impacto económico que conlleva el mercado generado por el florecimiento de empresas y servicios que compiten de manera conjunta para determinar quién dominara tal sector del mercado al cual quieren aspirar; por las condiciones y factores en servicios y productos que crean nuevas oportunidades tanto a nivel nacionales y extranjeras; por esta razón la adaptación sobre la mejora y perfeccionamiento hacen posible el surgimiento de negocios que puedan prosperar de acuerdo a lo antes expuesto. Porter (1991), Sugiriendo que las oportunidades y capacidades de salir adelante estas predominadas por cinco principios:

- La capacidad de prevalecer se apoya en la continua búsqueda de la mejora, originalidad y la constante adaptación.

- Está expuesto a la constante a la constante competitividad del mercado.

- Su continúa adecuada miento a los tiempos contemporáneos hace que desarrolle una preferencia y excelencia de acuerdo a sus usuarios.

- El desarrolle persistente e ininterrumpido da como resultado su predominio.

- Para adecuarse a las necesidades que el mundo presenta es necesario que se planifiquen estrategias que permitan acondicionarse a los requerimientos actuales.

3.2.3 Servicio

Estas son algunas definiciones que expusieron estudiosos y expertos en la materia para explicar lo que vendría ser el servicio según sus diferentes perspectivas: Kotler, Bloom & Hayes (2004), indicaron que “Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico”. Entonces, se entiende que el servicio, es una actividad que está dirigida hacia el

beneficio de ambas partes, tanto él que lo da y él que lo recibe; es una relación continua por la experiencia ganada y como está estará viéndose adaptada de acuerdo a las necesidades que surjan en un ciclo de retroalimentación continua del servicio.

Fisher y Navarro (1994), tienen una idea diferente respecto a lo que es el servicio, diciendo que, “Es el conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrece para su venta o que se suministran en relación con las ventas”

3.2.4 Calidad de Servicio

Kotler (1997), trae consigo que la calidad de servicio, es una actividad o servicio que no está principalmente vinculada a un producto, sugiriendo que no es un intercambio que se pueda percibir de cierta manera, a pesar de que es una actividad reciproca donde su objetivo principal es mejorar las relaciones las relaciones entre usuarios y el personal encargado de facilitar el servicio.

Lovelock (1990), remarca que, “El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional”

3.2.5 Satisfacción del Cliente

Thompson (2005), expresa que la constante relación que debe haber con el cliente y el nivel de satisfacción que este podía tener por el desempeño de un servicio o la gran calidad de bien material que fue adquirido, de esta manera se crea un lazo de confianza y seguridad acerca de lo que estamos seleccionando, acuerdo a la necesidad que se presente y como da por tal un resultado favorable, de acuerdo a las expectativas que se tienen, sumándose así también que tan comprometido se encuentran.

A su vez, de todo esto surge una ganancia, sin contextualizarla al ámbito económico, sino que valla de acuerdo al ámbito social; la satisfacción del cliente trae con sí tres beneficios esenciales los cuales los expone de la siguiente manera:

-Primer Beneficio: “El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar, Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y, por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro”.

-Segundo Beneficio: “El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos”.

-Tercer Beneficio: “El cliente satisfecho deja de lado a la competencia, Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado”.

Todo esto va de acuerdo al sentido de gratificación alcanzado por la alta expectativa creada y puesta en práctica luego de recibir un bien, tanto tangible como intangible, consigo trae una posición que se ve concebida de acuerdo a las experiencias con otros negocios que no han alcanzado el nivel que se esperaba por el cliente, entonces es así, que con la presencia de un negocio que pueda cumplir con todas las expectativas y además de poder terminar con la búsqueda de un servicio que valla de acuerdo al criterio del beneficiario, por supuesto, los estándares de servicio y el objetivo de estos irán de acuerdo a la necesidades que vayan surgiendo en medida del desarrollo del mismo, dando así que el individuo tenga una preferencia mayor hacia nosotros porque gracias a su experiencia reconoce que es idóneo presentarse al negocio en búsqueda de lo que desea encontrar.

3.2.6 Modelo de Calidad de Servicio

Es la representación de los caracteres reales que son tomados para demostrar de manera conceptual las conductas y actitudes.

3.2.6.1 Modelo de Cronin y Taylor (SERVPERF)

Cronin y Taylor (1992), expusieron este modelo como una alternativa al modelo SERQUAL presentado Parasuraman, Zeithaml y Berry, demostrando que el presente modelo estaba fundamentado bajo la percepción y las expectativas; ya que en su trabajo denostaron de manera teórica y por la experiencia, el cálculo y evaluación la calidad del servicio que se brinda; gracias a diferentes teorías que refutan su trabajo, por el hecho mismo que no quiere basarse en definir de manera concreta los métodos y parámetros que se deben utilizar como lo hicieron en el modelo de SERQUAL.

3.2.6.2 Modelo de los tres componentes

Rust y Oliver (1994), enseñaron un modelo que se componía en tres bases los cuales se presentaban de la siguiente forma: el servicio, servicio de entrega y el ambiente que rodea al servicio; todos estos componentes van de acuerdo a la exigencia del mercado y el cliente con un objetivo de mostrar los bienes y servicios que se poseen; consecutivamente las tres partes forman uno solo objetivo, trabajando de manera dinámica y holística, en un contexto más simplificado, trabajan de manera conjunta y si una de ellas no cumple el rol al cual se le ha asignado, dificulta el servicio de calidad del cual se basa este modelo, tanto así que se podría notar la insatisfacción del cliente, por no poder conseguir lo que esperar. Se debe trabajar de manera ordenada ya que la estrecha relación que existe entre el vendedor y cliente hace que estos tres factores se hagan indispensables en su utilización como un modelo de calidad orientado al producto y al servicio en sí.

3.3 Marco Conceptual

Ambiente Económico: Determinantes que hacen posible la relación entre los negocios, mercado y el marketing.

Atención: Acción voluntaria por parte de un individuo el cual puede mostrar amabilidad y cordialidad.

Bien: Son los productos que son ofrecidos por el mercado donde se obtienen mediante un pago monetario.

Calidad: Considerado como superior y de un grado de excelencia, ya sea dado por los usuarios o por una rigurosa caracterización y valoración que permita denominarlo de esa manera.

Centro de Distribución: Surtidor de materiales y productos destinados a su venta en algún establecimiento donde se quiera tales ítems.

Cliente: Individuo al cual se le proporcionan un servicio, por otra parte, también es considerado como un consumidor regular.

Dinámico: Un movimiento natural o elaborado.

Intangible: Algo que no se puede sentir, tocar o ver.

Mercado: Conjunto de individuos que están dispuestos a intercambiar bienes por medio de dinero o intercambios.

Mypes: Micro y pequeñas empresas, la cual está constituida por una persona jurídica o natural.

Producto: Aporte de una empresa o servicio del cual se espera su necesidad, servicio y su consumo

Servicio: Se considera un trabajo que puede realizar una o más personas, además de funciones que pueden desempeñar entidades públicas o privadas.

4. HIPÓTESIS

4.1 Hipótesis General

La posibilidad de que, en la gestión de calidad enfocada en la atención al cliente del sector comercial, rubro librerías del distrito de Calleria, considere la atención al cliente como un factor importante, además de considerar optar por la utilización de un modelo de atención al cliente que valla de acuerdo a las necesidades que se presenten en los diferentes negocios en el rubro de librerías.

4.2 Hipótesis Específicas

- Las Mypes del sector Comercial, rubro Librerías del distrito de Calleria no presentan un modelo de servicio apropiado ni orientado a los tiempos actuales, lo que indicaría la desactualización en los métodos de atención al cliente.
- Las Mypes del sector Comercial, rubro Librerías del distrito de Calleria, tienen un plan de organización, pero al parecer no están efectivo con el servicio a sus clientes, además según a quien va orientado.
- Las Mypes del sector Comercial, rubro Librerías del distrito de Calleria, al parecer algunas Mypes no capacitan a su personal, ni los adiestran para la realización de su trabajo.

5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Tipo y Nivel de la Investigación

5.1.1 Tipo de investigación

Es cuantitativa, además para la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizó procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

5.1.2 Nivel de investigación

Fue desarrollado a nivel descriptivo, ya que en el desarrollo de la investigación se priorizo comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado.

5.2 Diseño de la Investigación

Este es descriptivo simple, debido a que se describirá los resultados en un solo momento dado tal y como se muestran los elementos de la investigación, en el lugar de los hechos, perteneciendo al tipo cuantitativo, porque los resultados obtenidos serán procesados haciendo uso de la escala numérica. (Hernández; Fernández y Baptista 2006).



Dónde:

M = Muestra conformada por las Mypes a encuestar.

O = Observación de las variables: Gestión de Calidad y enfoque de atención al cliente.

5.2.1 No experimental

La investigación es no experimental; porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran dentro de su contexto.

5.2.2 Descriptivo

La investigación tendrá carácter descriptivo; porque sólo se describirán las partes más relevantes de las variables en estudio.

5.2.3 Transversal

Es transversal, porque el estudio se realizará en un determinado espacio de tiempo.

5.3 Universo o Población

5.3.1 Población

La población está constituida por 12 micros y pequeñas empresas dedicadas al Sector Comercial, rubro de librerías en el distrito de Calleria. La información fue consultada gracias a la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo que facilito los registros sobre las Mypes de este sector para obtener la cantidad de Mypes a trabajar.

5.3.2 Muestra

Para determinar la muestra, se hará uso de instrumentos estadísticos como el siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

A la muestra de Mypes que se determine, se aplicará la encuesta elaborada con el objeto de obtener información necesaria para la investigación.

5.4 Plan de Análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación, se utilizó el análisis descriptivo. Asimismo, para la tabulación de los datos se utilizará el programa Excel 2016.

5.5 Matriz de Consistencia:

Tabla N°1: Matriz de Consistencia de la Investigación.

PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES	HIPOTESIS	MARCO METODOLOGICO
¿Cuál es la influencia de Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librería, distrito de Calleria año 2018?	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar la práctica de Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librería, distrito de Calleria año 2018.</p> <p>Objetivo específico</p> <ul style="list-style-type: none"> •Determinar si las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librerías del distrito de Calleria, si cuenta con una estrategia de modelo de atención al cliente. •Determinar si los microempresarios de las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librerías del distrito de Calleria, administran con prácticas de gestión de calidad. •Determinar si las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librerías del distrito de Calleria, capacita a su personal para ofrecer un trato apropiado de servicio. 	Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente	<p>Hipótesis General:</p> <p>La posibilidad de que, en la gestión de calidad enfocada en la atención al cliente del sector comercial, rubro librerías del distrito de Calleria, considere la atención al cliente como los modelos de servicio y la calidad tanto en los antes dicho, como en el bien el cual van a ofrecer referente a su rubro.</p> <p>Hipótesis Especifica:</p> <p>Las Mypes del sector Comercial, rubro Librerías del distrito de Calleria no presentan un modelo de servicio apropiado ni orientado a los tiempos actuales, lo que indicaría la desactualización en los métodos de atención al cliente.</p> <p>Las Mypes del sector Comercial, rubro Librerías del distrito de Calleria, tienen un plan de organización, pero al parecer no están efectivo con el servicio a sus clientes, además según a quien va orientado.</p> <p>Las Mypes del sector Comercial, rubro Librerías del distrito de Calleria, al parecer algunas Mypes no capacitan a su personal, ni los adiestran para la realización de su trabajo.</p>	<p>Tipo de estudio:</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Nivel de estudio:</p> <p>Descriptivo simple</p> <p>Población: 12 Mypes del sector Comercial, rubro librerías</p> <p>Muestra: 100% de la población de las Mypes del sector Comercial, rubro librerías</p> <p>Instrumentos:</p> <p>Cuestionarios</p> <p>.</p>

5.6 Principios Éticos

Koepsell y Ruíz (2015 p. 180) los principios fundamentales y universales de la ética de la investigación con seres humanos son: respeto por las personas, beneficencia y justicia.

Respeto por las personas. Se basa en reconocer la capacidad de las personas para tomar sus propias decisiones, es decir, su autonomía. A partir de su autonomía protegen su dignidad y su libertad.

El respeto por las personas que participan en la investigación. Se expresa a través del proceso de consentimiento informado, al cual se le es dado al colaborador para su mayor comodidad y confiabilidad.

De hecho, la principal responsabilidad del investigador es la protección del participante. Esta protección es más importante que la búsqueda de nuevo conocimiento o que el interés personal, profesional o científico de la investigación. Nuestras acciones deben ser motivadas por buenas intenciones o cuando menos la voluntad de no causar daño a los demás.

Justicia. Prohíbe exponer a riesgos a un grupo para beneficiar a otro, pues hay que distribuir de forma equitativa riesgos y beneficios. Así, por ejemplo, cuando la investigación se sufraga con fondos públicos, los beneficios de conocimiento o tecnológicos que se deriven deben estar a disposición de toda la población y no sólo de los grupos privilegiados que puedan permitirse costear el acceso a esos beneficios.

6. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

6.1 Resultados

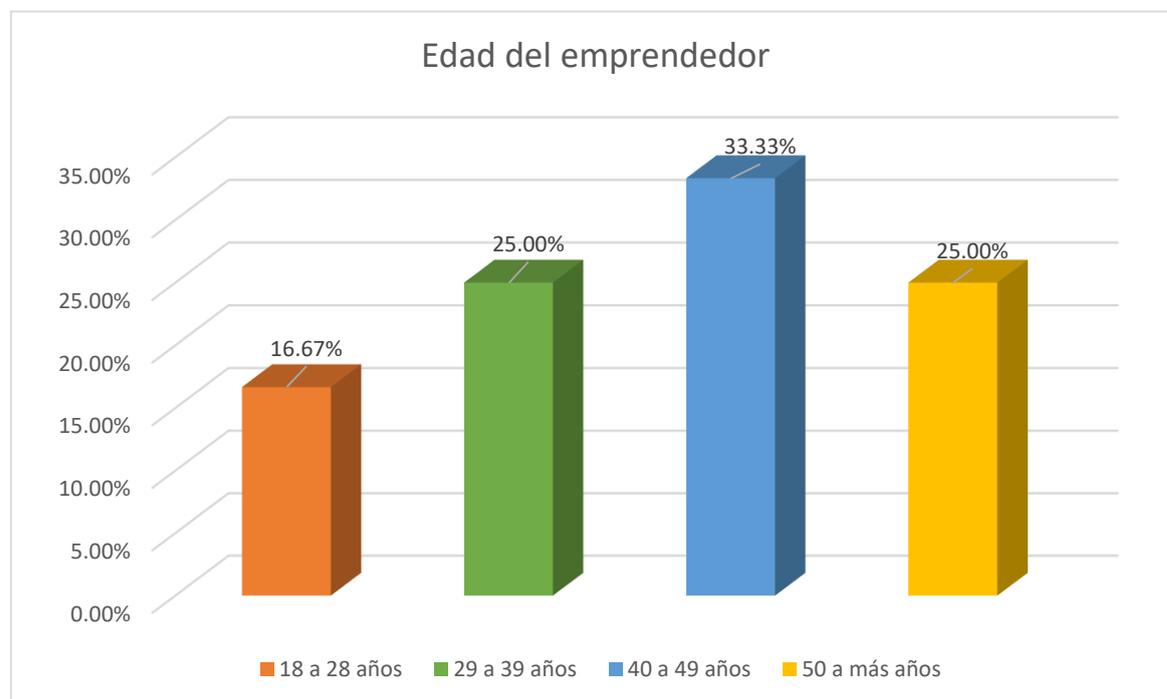
I. DATOS GENERALES:

Tabla N°2: Edad del emprendedor.

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 28 años	2	16.67%
29 a 39 años	3	25.00%
40 a 49 años	4	33.33%
50 a más años	3	25.00%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°1: Edad del emprendedor.



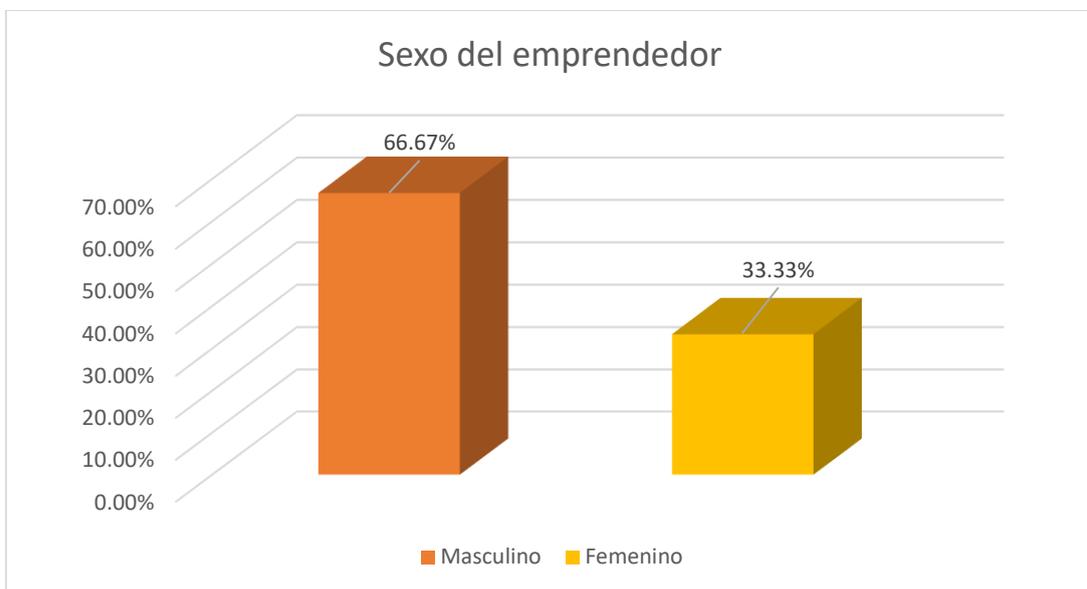
Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, los emprendedores se encuentran en el rango “de 40 a 49 años” (33.33%); “de 50 a más” (25.00%); “de 29 a 39 años” (25.00%) y “de 18 a 28 años” (16,67%)

Tabla N°3: Sexo del emprendedor.

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	8	66.67%
Femenino	4	33.33%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°2: Sexo del emprendedor.



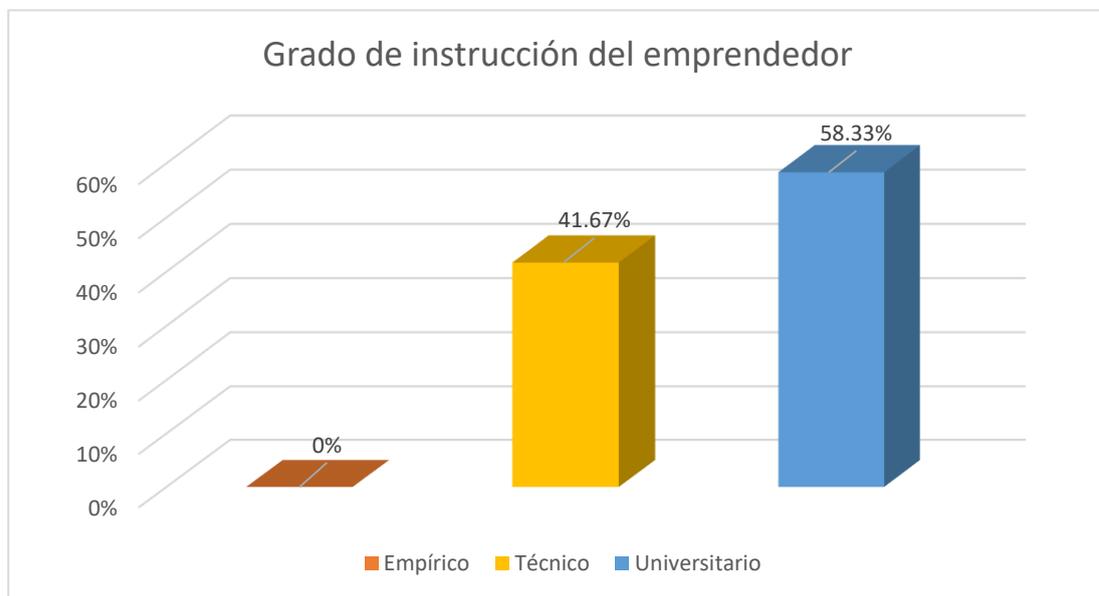
Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, el 66.67 de los propietarios son de sexo masculino y un 33.33% del sexo femenino.

Tabla N°4: Grado de instrucción del emprendedor.

Instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Empírico	0	0%
Técnico	5	41.67%
Universitario	7	58.33%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°3: Grado de instrucción del emprendedor.



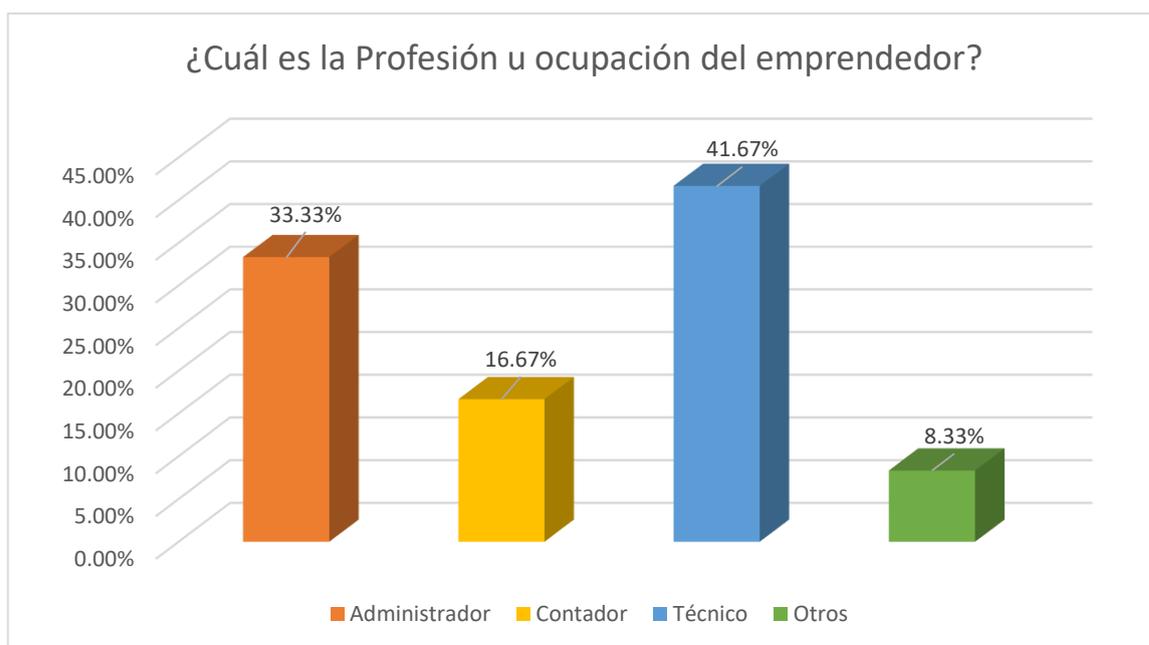
Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, el 58.33% de los propietarios tienen un grado “universitario” y un 41.67% tienen el grado de “técnico”

Tabla N°5: ¿Cuál es la Profesión u ocupación del emprendedor?

Profesión u Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Administrador	4	33.33%
Contador	2	16.67%
Técnico	5	41.67%
Otros	1	8.33%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°4: ¿Cuál es la Profesión u ocupación del emprendedor?



Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, se dio a conocer que el 41.67% de los propietarios son “técnicos”, el 33.33% son “administradores”, el 16.67% son “contadores” y el 8.33% tiene otra profesión.

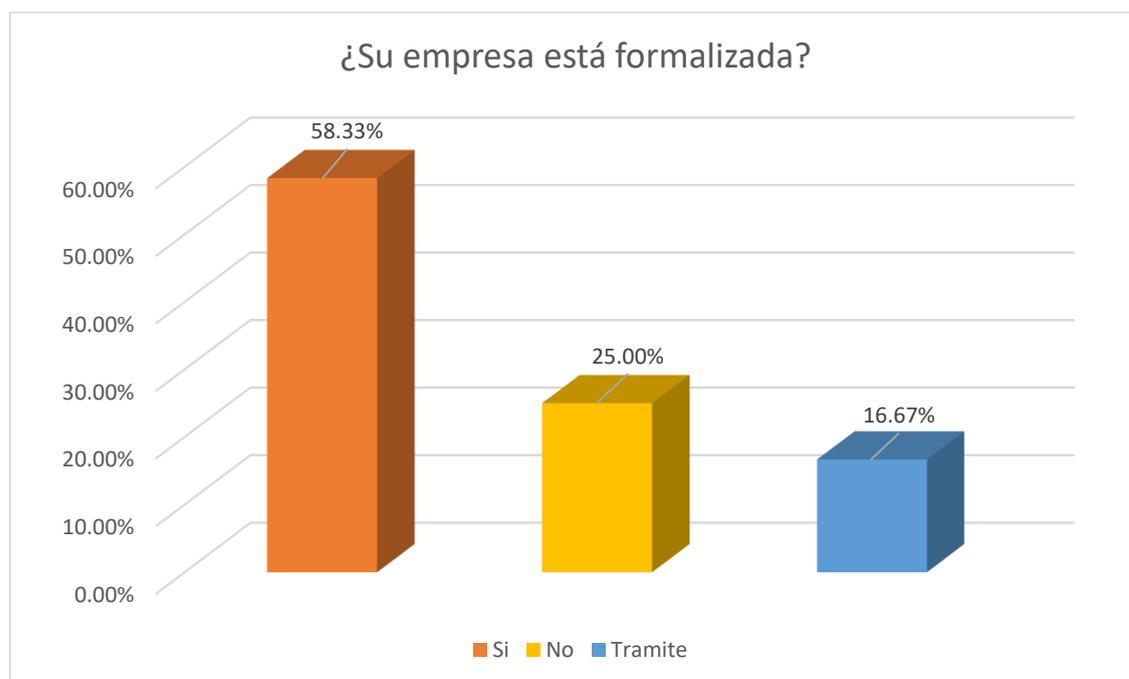
II. DE LA FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA:

Tabla N°6: ¿Su empresa está formalizada?

Estado	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	58.33%
No	3	25.00%
Tramite	2	16.67%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°5: ¿Su empresa está formalizada?



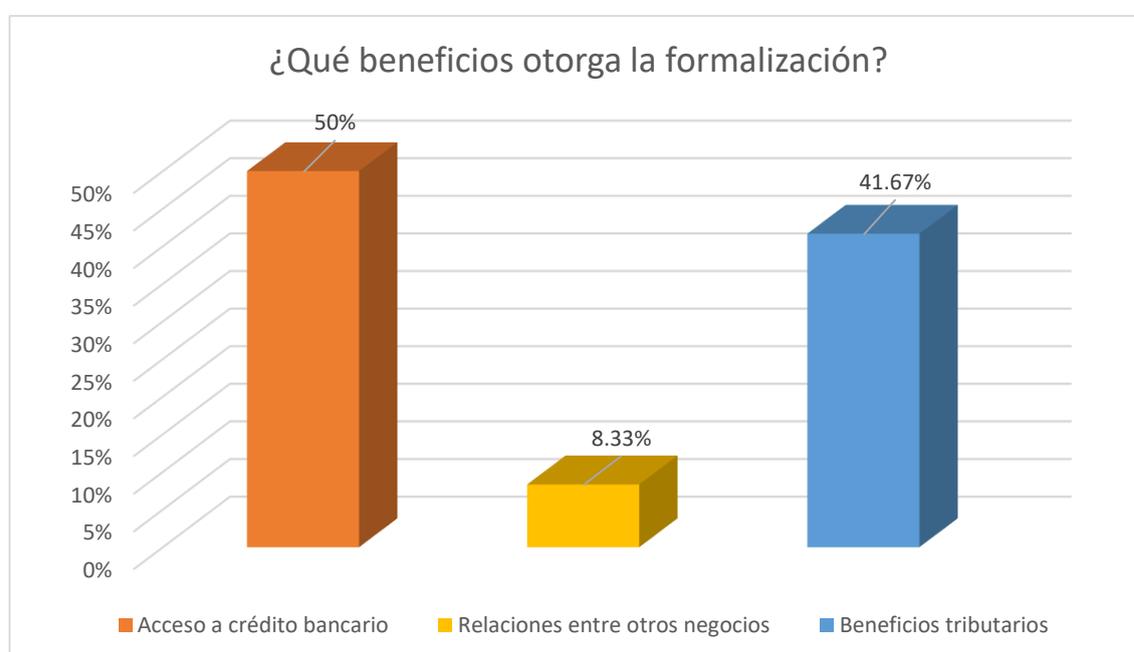
Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, el 58.33% de los negocios se encuentran formalizados, el 25.00% no se encuentran formalizadas y el 16.67% se encuentran en trámite aún.

Tabla N°7: ¿Qué beneficios otorga la formalización?

Beneficios	Frecuencia	Porcentaje
Acceso a crédito bancario	6	50.00%
Relaciones entre otros negocios	1	8.33%
Beneficios tributarios	5	41.67%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°6: ¿Qué beneficios otorga la formalización?



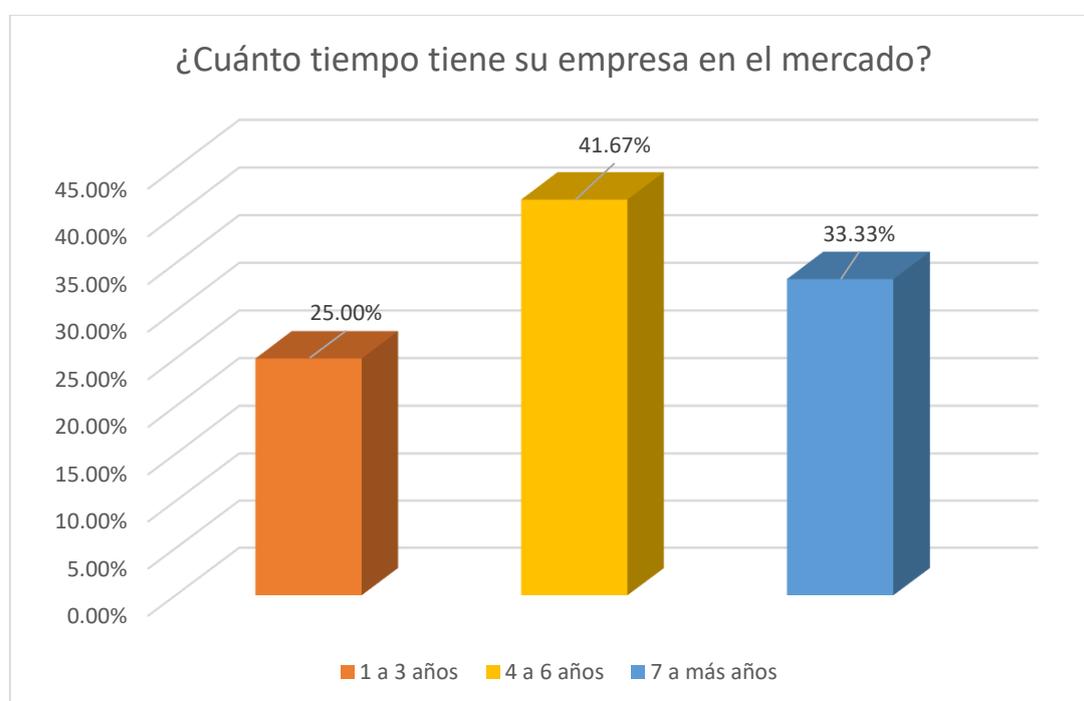
Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, considera que el mayor beneficio que trae la formalización es el “Acceso a crédito bancario” (50.00%), junto con los “Beneficios tributarios” (41.67%), finalizando con las “Relaciones entre otros negocios” (8.33%).

Tabla N°8: ¿Cuánto tiempo tiene su empresa en el mercado?

Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3 años	3	25.00%
4 a 6 años	5	41.67%
7 a más años	4	33.33%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°7: ¿Cuánto tiempo tiene su empresa en el mercado?



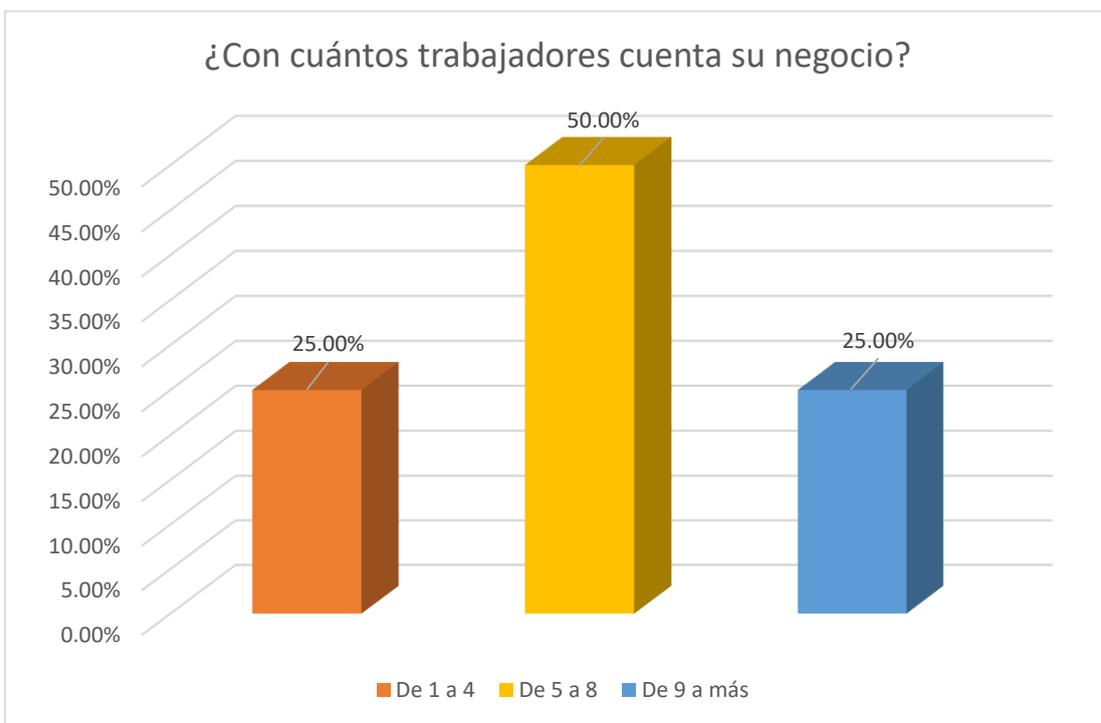
Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, los negocios se encuentran realizando sus labores desde “4 a 6 años” (41.67%), otra parte labora desde “7 a más años” (33.33%) y una pequeña parte de “1 a 3 años” (25.00%).

Tabla N°9: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su negocio?

Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 4	3	25.00%
De 5 a 8	6	50.00%
De 9 a más	3	25.00%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°8: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su negocio?



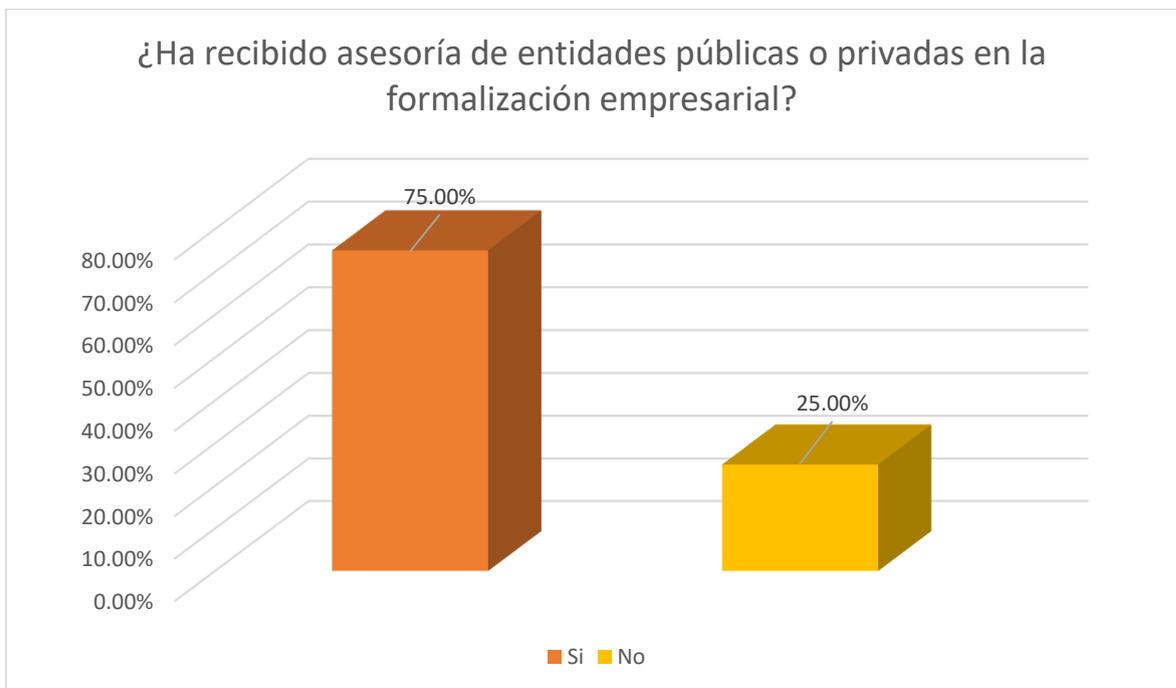
Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, mostro que los negocios cuenta “de 5 a 8” empleados (50.00%), de la misma manera también “de 1 a 4” empleados (25.00%) y “de 9 a más” empleados (25.00%).

Tabla N°10: ¿Ha recibido asesoría de entidades públicas o privadas en la formalización empresarial?

Recibió asesoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	75.00%
No	3	25.00%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°9: ¿Ha recibido asesoría de entidades públicas o privadas en la formalización empresarial?



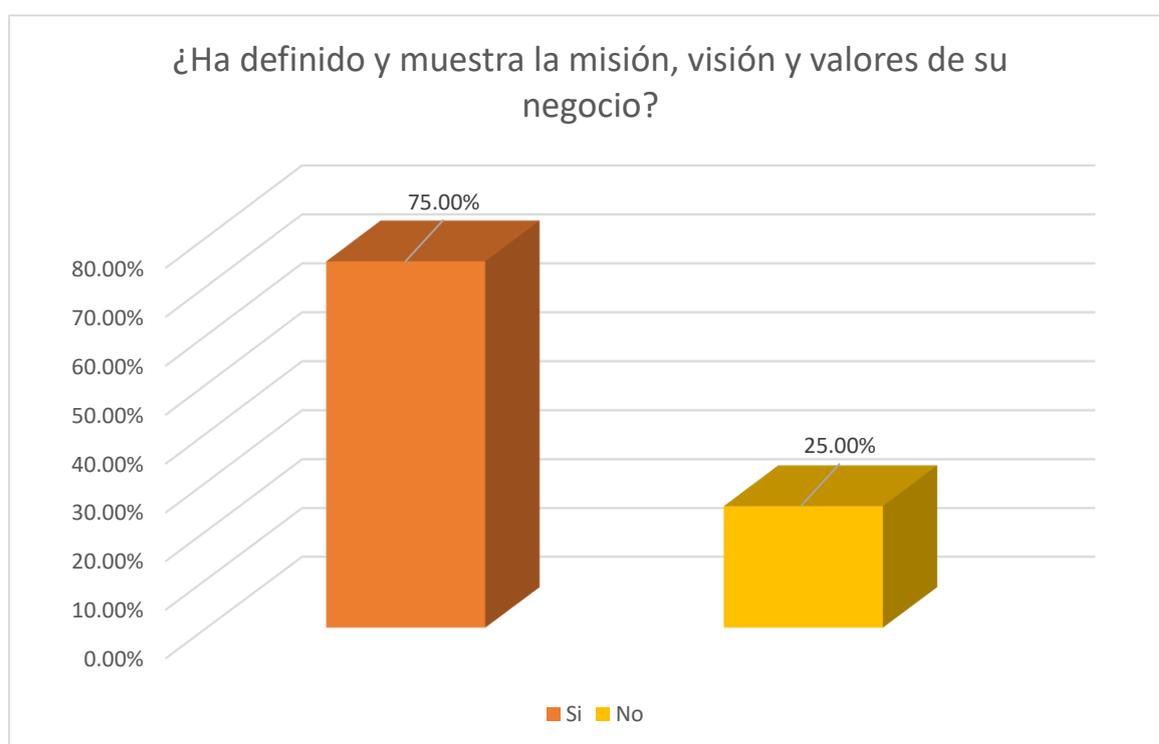
Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, indica que los emprendedores “Si” (75.00%) han recibido asesoría de entidades públicas o privadas, mientras que otra parte (25.00%) “No” ha recibido ninguna asesoría acerca de la formalización empresarial.

Tabla N° 11: ¿Ha definido y muestra la misión, visión y valores de su negocio?

Misión, visión y valores	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	75.00%
No	3	25.00%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N° 10: ¿Ha definido y muestra la misión, visión y valores de su negocio?



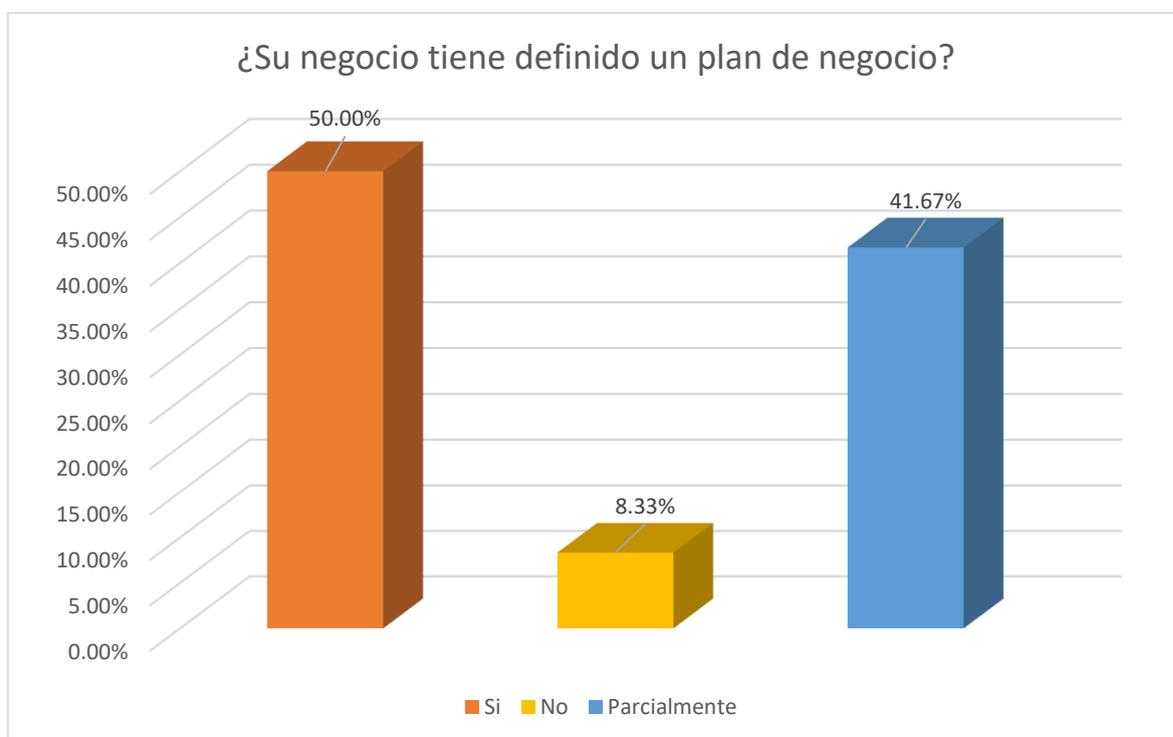
Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, indicaron que en un 75.00% han definido y muestran lo que vendría hacer la misión, visión y valores de sus negocios, mientras tanto, el 25.00% restante no ha definido ni ha demostrado lo anterior dicho.

Tabla N°12: ¿Su negocio tiene definido un plan de negocio?

Plan de Negocio	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	50.00%
No	1	8.33%
Parcialmente	5	41.67%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°11: ¿Su negocio tiene definido un plan de negocio?



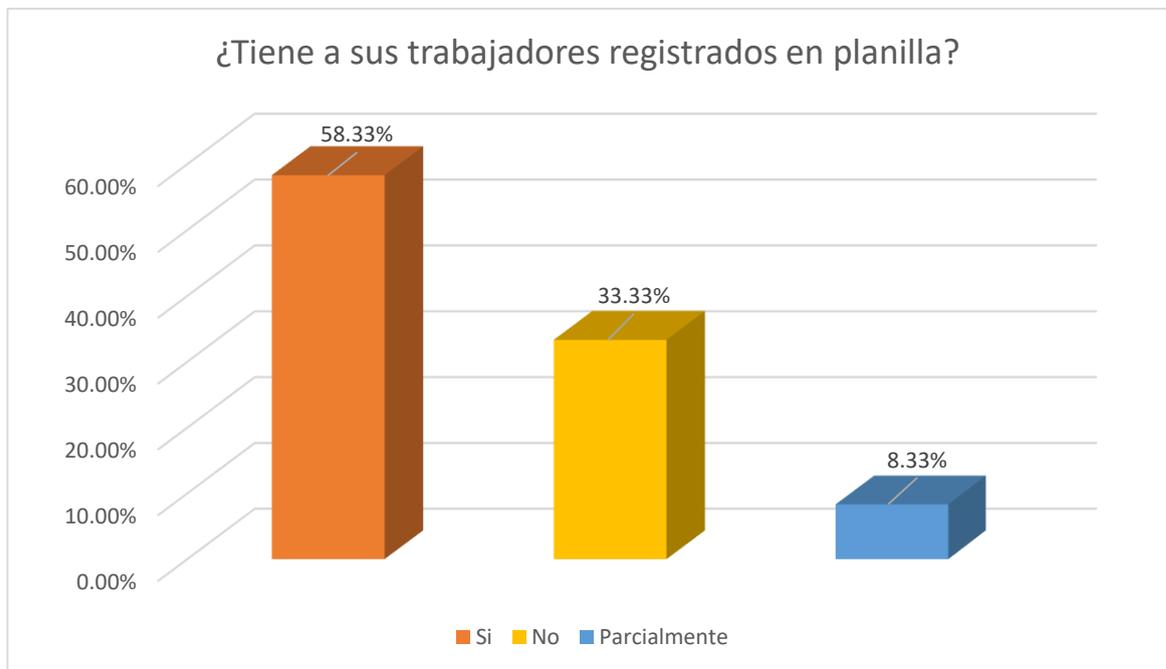
Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, mostro que el 50.00% de las Mypes “Si” cuenta con un modelo de plan de trabajo establecido, pero 41.67% de los negocios utilizan “Parcialmente” un plan de trabajo y un 8.33% “No”.

Tabla N°13: ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?

Trabajadores en Planilla	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	58.33%
No	4	33.33%
Parcialmente	1	8.33%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°12: ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?



Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, que el 58.33% de los empleados “Si” encuentran en planilla, el 33.33% “no” y el 8.33% se encuentra “Parcialmente” en planilla.

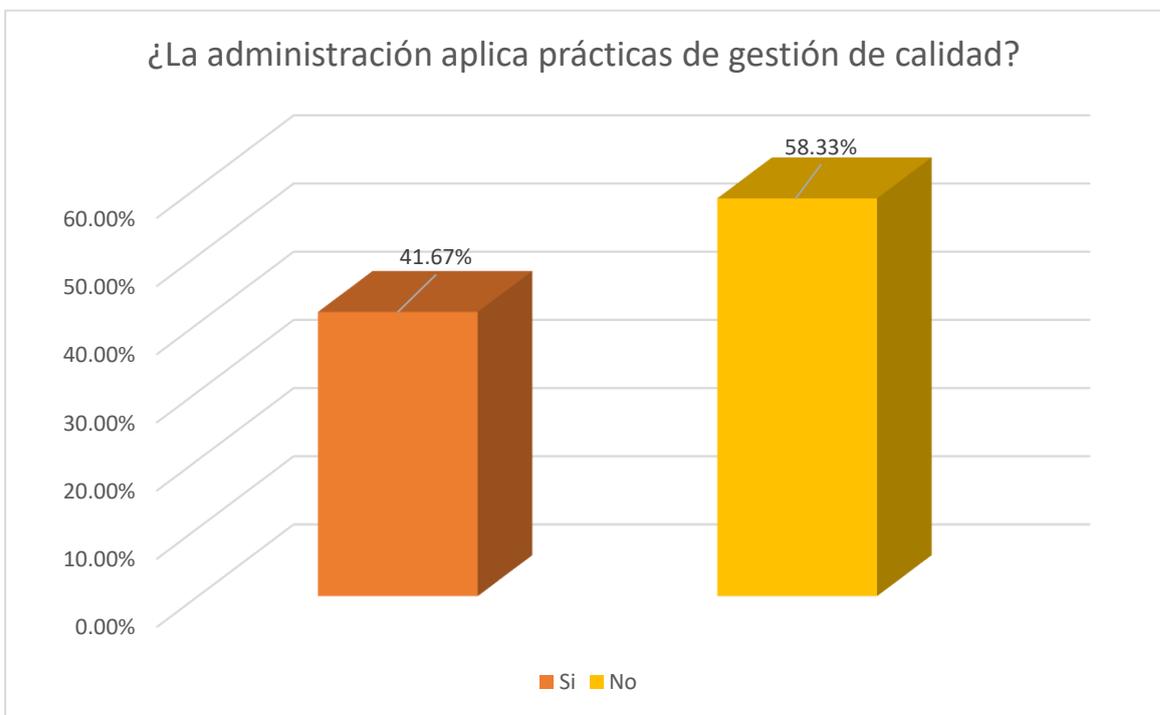
III. DE LA GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE

Tabla N°14: ¿La administración aplica prácticas de gestión de calidad?

Gestión de Calidad	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	41.67%
No	7	58.33%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°13: ¿La administración aplica prácticas de gestión de calidad?



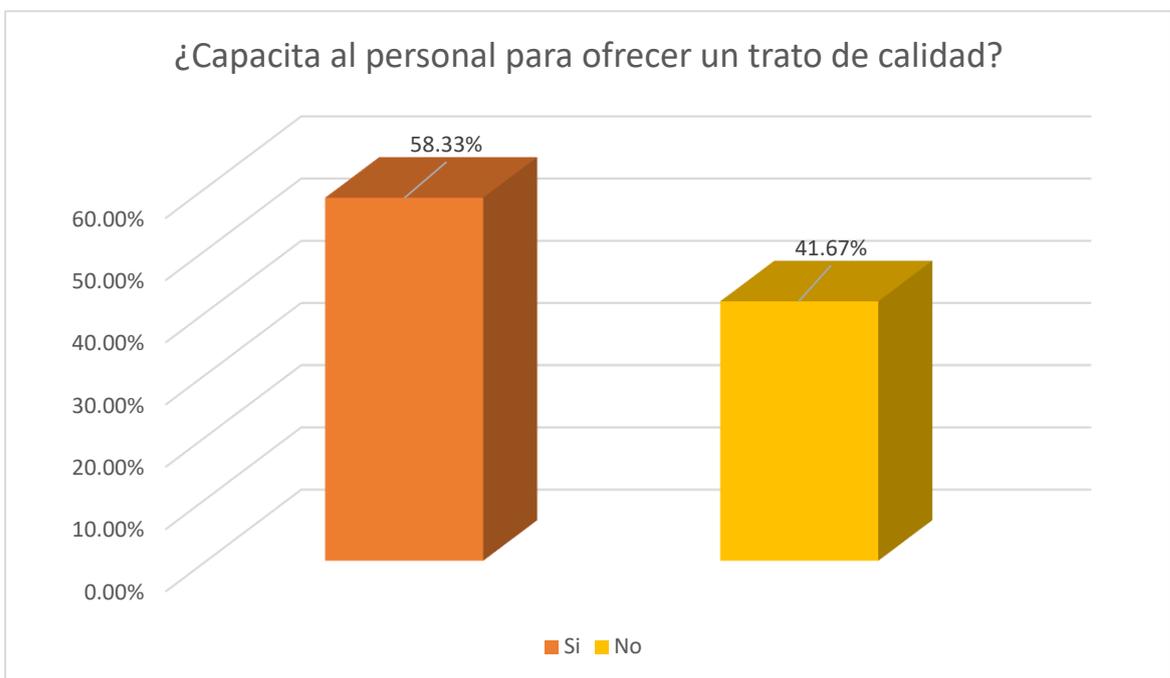
Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, demostró que el 58.33% de los negocios aplican una gestión de calidad, mientras que el 41.67% no indica utilizar este tipo de gestión.

Tabla N°15: ¿Capacita al personal para ofrecer un trato de calidad?

Capacita al personal	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	58.33%
No	5	41.67%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°14: ¿Capacita al personal para ofrecer un trato de calidad?



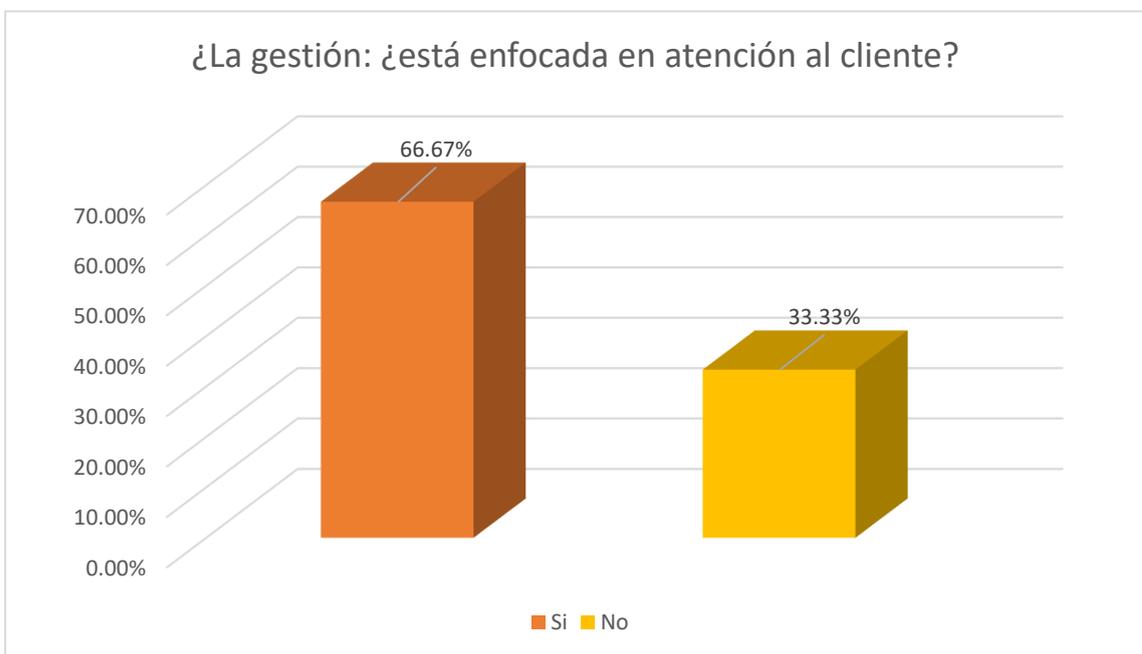
Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, indica que el 58.33% es capacitado para brindar un trato de calidad, mientras que el 41.67% no lo hace.

Tabla N°16: ¿La gestión: ¿está enfocada en atención al cliente?

Atención al cliente	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	66.67%
No	4	33.33%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°15: ¿La gestión: ¿está enfocada en atención al cliente?



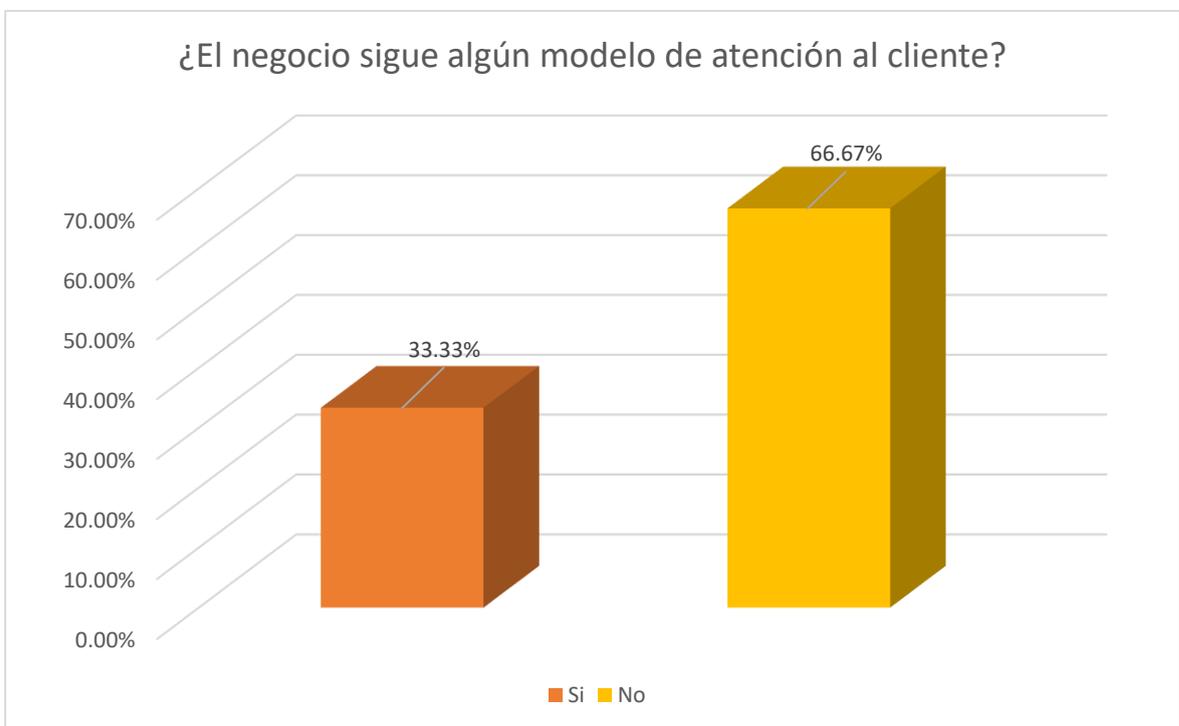
Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, se observa que un 66.67% de la gestión esta principalmente enfocada en la atención al cliente, por otro lado, el 33.33% no se encuentra del todo enfocada en ese aspecto.

Tabla N°17: ¿El negocio sigue algún modelo de atención al cliente?

Modelo	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	33.33%
No	8	66.67%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°16: ¿El negocio sigue algún modelo de atención al cliente?



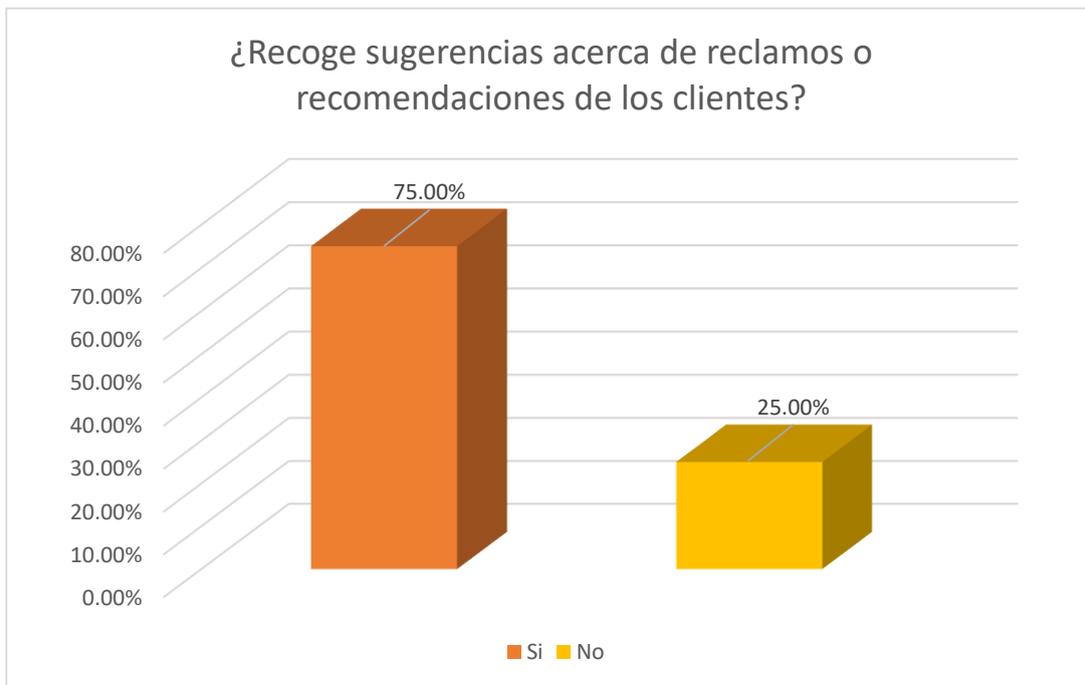
Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, evidencia que 66.67% de las Mypes no siguen un modelo de atención al cliente y que solo el 33.33% si cuenta con un modelo de atención al cliente.

Tabla N°18: ¿Recoge sugerencias acerca de reclamos o recomendaciones de los clientes?

Acepta sugerencias	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	75.00%
No	3	25.00%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°17: ¿Recoge sugerencias acerca de reclamos o recomendaciones de los clientes?



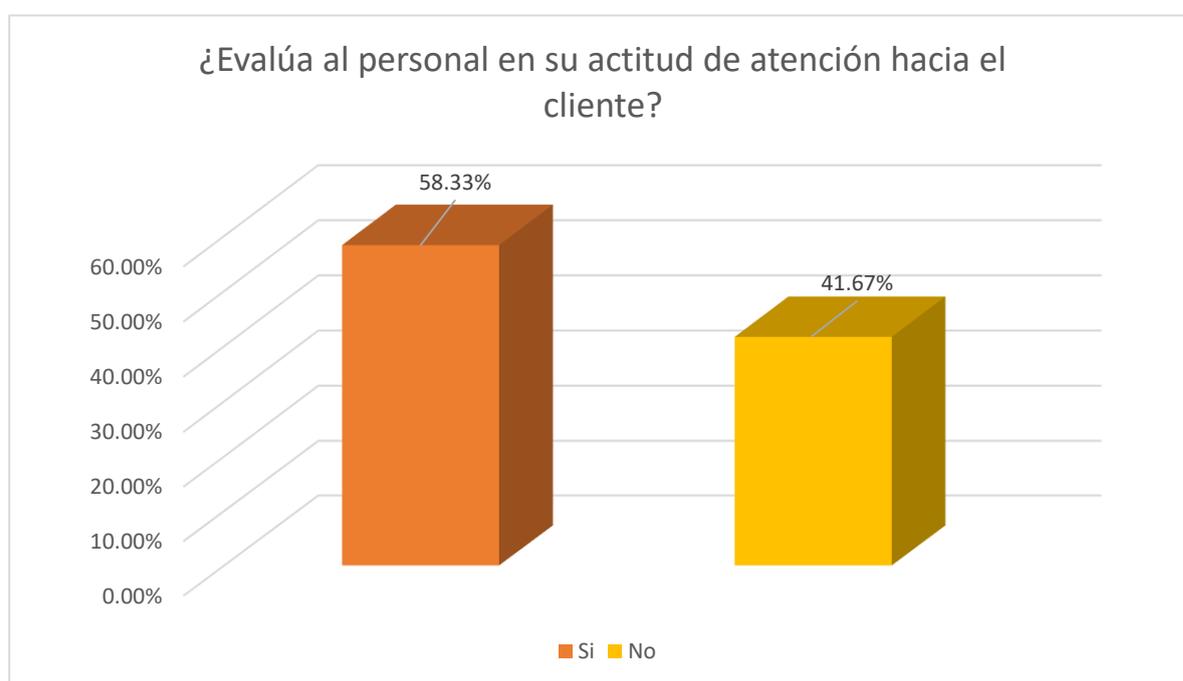
Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, muestra que el 75.00% de los negocios “Si” recogen sugerencias de reclamos y recomendaciones por igual, no obstante, el otro 25.00% “No” recoge ninguna sugerencia.

Tabla N°19: ¿Evalúa al personal en su actitud de atención hacia el cliente?

Evalúa al personal	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	58.33%
No	5	41.67%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°18: ¿Evalúa al personal en su actitud de atención hacia el cliente?



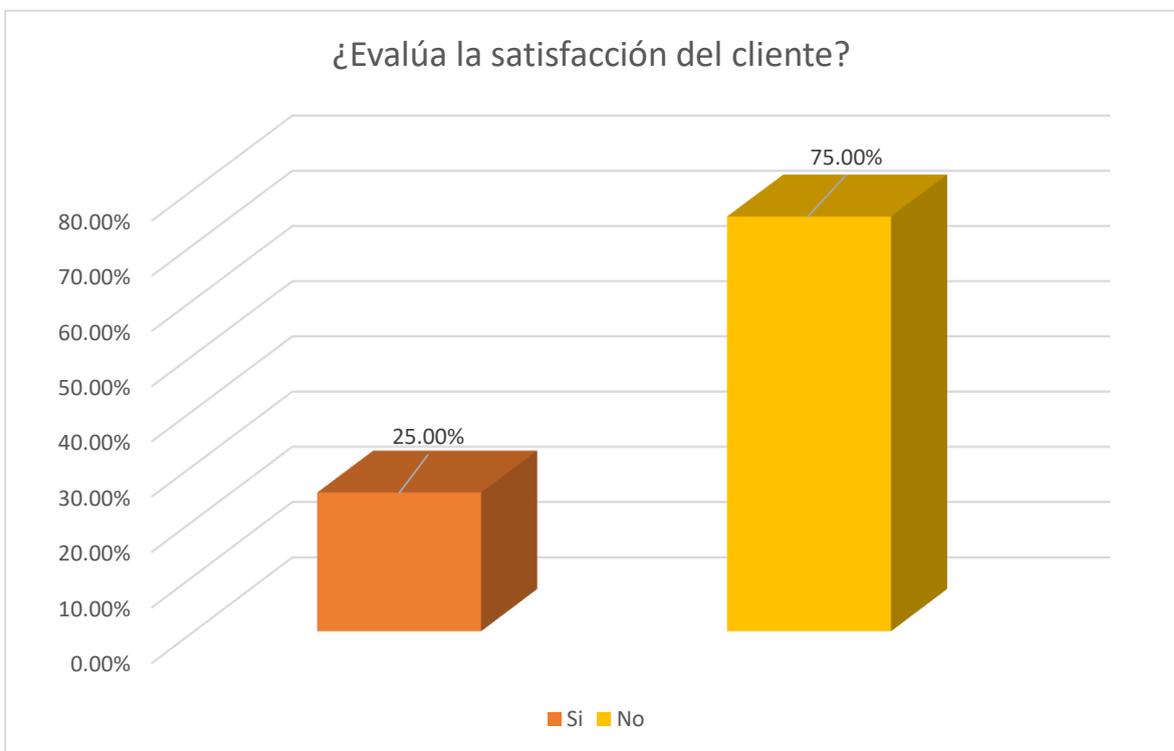
Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, expone que el 58.33% de las Mypes si evalúan a su personal en la labor que realizan y un 41.67% no lo hace.

Tabla N°20: ¿Evalúa la satisfacción del cliente?

Evalúa al cliente	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	25.00%
No	9	75.00%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°19: ¿Evalúa la satisfacción del cliente?



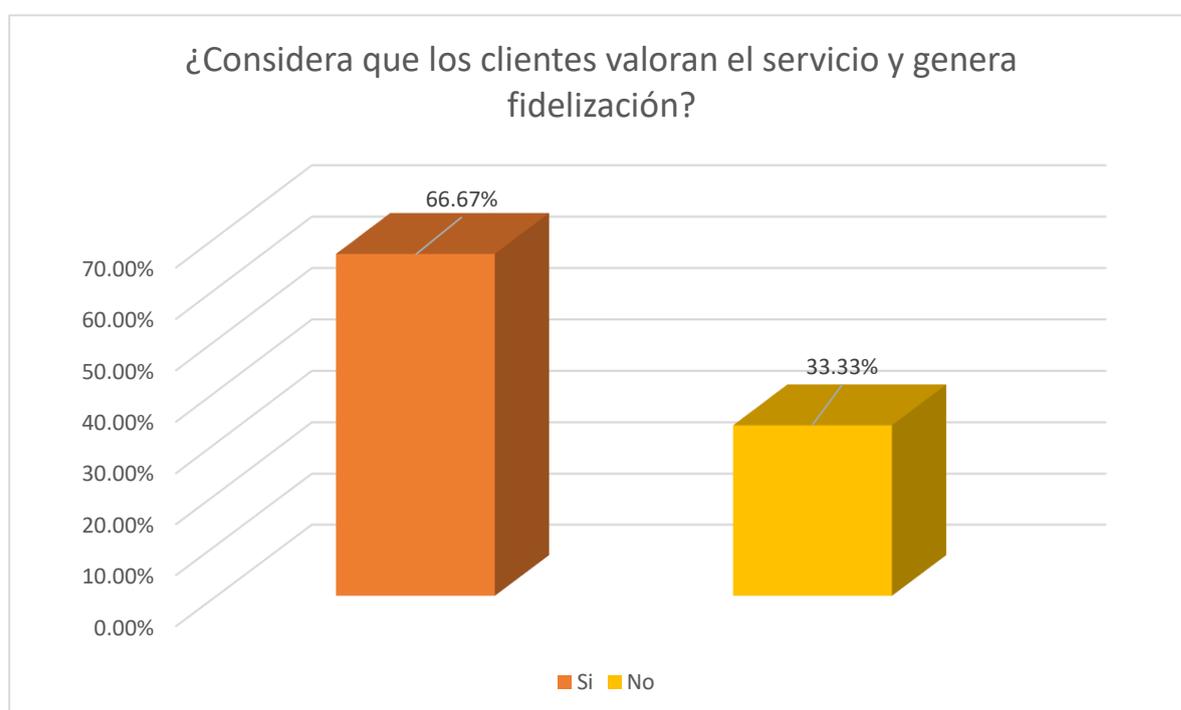
Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, evidencia que el 75.00% de las Mypes no evalúan la satisfacción de cliente, pero el 25.00% si lo hace.

Tabla N°21: ¿Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización?

Consideración del cliente	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	66.67%
No	4	33.33%
Total	12	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2018

Grafico N°20: ¿Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización?



Interpretación: Según la investigación realizada a las Mypes, indica que el 66.67% considera que el cliente es que genera la fidelización y la valoración del servicio en los negocios, no obstante, un 33.33% indica que no está de acuerdo con la afirmación hecha.

6.2 Análisis de Resultado

De acuerdo a los datos obtenidos gracias a la investigación, se procederá a compendiar toda la información recolectada.

DATOS GENERALES:

- Edad del emprendedor

Respecto hacia la edad del emprendedor de las Mypes, se manifestó que en el rango “de 40 a 49 años” 33.33%; “de 50 a más” 25.00%; “de 29 a 39 años” 25.00% y “de 18 a 28 años” 16,67% ; esto demostraría la edad de los dirigentes de las diferentes Mypes son de personas adultas, pero tenemos que tener en cuenta que la edad no es del todo relevante en lo que se refiere a cómo administrar una empresa adecuadamente o los métodos tradicionales que haya utilizado durante la gestión de su pequeña empresa; ya que tanto la experiencia y las capacidades que pueda haber adquirido es lo que más trascendencia puede tener.

- Sexo del emprendedor

En cuanto al género de los dueños de las Mypes, dio como resultado que 66.67% de los colaboradores de esta investigación son del sexo masculino, mientras que el 33.33% restante son del sexo femenino; no es una evidencia clara de que pueda haber una preferencia entre los sexos, ya que tanto las cualidades y el liderazgo son los que hacen que su empresa pueda prosperar y desarrollarse adecuándose a las decisiones que puedan tomar. Silvestre (2013) presento una investigación que lleva como nombre; “Capacitación en las MYPES del sector comercio – Rubro Librerías, ciudad de Santa” en cual exponía que gran parte de los que representaban los establecimientos en los cuales elaboro su investigación eran mujeres, de una edad de 31 años a más, esto apoyaría de igual manera que no existe una preferencia en lo que

se refiere a los dueños de las Mypes.

- Grado de instrucción del emprendedor

Un 58.33% de los representantes han indicado que tienen un grado de estudios universitario, no obstante, el otro 41,67% indica poseer un grado de estudio técnico; mostrando que un poco más de la mitad tienen una ventaja en lo que consistiría en el conocimiento acerca de la gestión y la atención del cliente, pero, esto no dejaría atrás a los que cuentan con un grado técnico, ya que esto no definiría totalmente el cómo puede desarrollarse su empresa, esto se podría apoyar en las decisiones que pueda tomar y como emplea técnicas que hagan salir adelante a su negocio, para ambas partes tienen pro y contras, solo quedaría ver como se desenvuelven cada uno de ellos.

- ¿Cuál es la Profesión u ocupación del emprendedor?

Se indicó que en un 41.67% siguen una profesión de técnicos, no especificaron en cual, pero sigue siendo una cifra grande a diferencia del 33.33% que tienen un grado de profesional de Administrador, junto a un 16.67% en la profesión de contador y un 8.33% en otra carrera profesional sin especificar; de acuerdo a la investigación hemos podido observar que influye de gran manera en las Mypes el cómo estas son administradas por las diferentes personas que siguen carreras diferentes, no hay una comparación clara que se pueda realizar, ya que todas las empresas presentan ciertas dificultades y carencias que tratan de solventar, pero algunas muestran ciertas particularidades que pueden indicar que pueden sobrellevar los retos empresariales que se pueden presentar.

DE LA EMPRESA:

- ¿Su empresa está formalizada?

Los dueños de las Mypes indicaron que un 58.33% si se encuentran

formalizados correctamente, mientras que un 25.00% no se encuentran formalizadas y un 16.67% se encuentra en trámite lo que vendría hacer su formalización; aunque sea un porcentaje que este rosando más de la mitad de las Mypes que se encuentran formalizadas y otro tanto que aún está en trámites, sigue siendo preocupante que no todas cuenten con la formalización debida, además de que no pueda disfrutar de los beneficios que conlleva esto.

- ¿Qué beneficios otorga la formalización?

Los resultados indicaron que uno de los mayores aportes que trae la formalización es el Acceso a crédito bancario con un 50.00%, esto se refutaría gracias a que esto puede permitir que los negocios pueden crecer y poder ampliarse a nuevas oportunidades que lograra la prosperidad del mismo, mientras que los beneficios tributarios con 41.67% son igual de imprescindibles, ya que pueden presentarse como intensivos y beneficios varios, que llegan a ser muy provechoso y por ultimo con un 8.33% las relaciones entre otros negocios, aunque al parecer no le dan mucha importancia a diferencia los antes dichos, las relaciones entre Mypes, puede crear fidelización y otros beneficios entre otros sectores que pueden ser alianzas comerciales propicias para los dueños.

- ¿Cuánto tiempo tiene su empresa en el mercado?

El 41.67% de las Mypes indicaron que se encuentran activos en el mercado desde hace 4 a 6 años aproximadamente, seguidamente con un 33.33% se encuentra los que están desde 7 a más años aproximadamente y por ultimo con un 25.00% lo de 1 a 3 años; estas cifras indicarían que gran parte de las Mypes, no son ni muy nuevas en el mercado, esto les ayudaría a ganar reconocimiento, experiencia y posicionamiento entre las demás Mypes, que aún están surgiendo.

- ¿Con cuántos trabajadores cuenta su negocio?

Un 50.00% de las Mypes indican que cuentan con un personal de 5 a 8, mientras que un 25.00% de 9 a más e igualmente compartiendo el mismo porcentaje de 25.00% de 1 a 4 empleados en sus negocios; teniendo en cuenta que la cantidad no representa calidad, más bien, esto se daría al tamaño de la mype en la que trabajan, ya que mientras más personal posea el negocio, puede dificultar o beneficiar de la misma manera, todo esto tendría que constarse en cuanto es la capacidad y experiencia que puedan tener.

- ¿Ha recibido asesoría de entidades públicas o privadas en la formalización empresarial?

Indico que en un 75.00% las Mypes si han recibido asesoría por parte de alguna entidad pública o privada, mientras que un 25.00% no ha recibido nada de los antes dicho; aunque sea una cifra una poco baja a comparación de su contraparte, los negocios que no han recibido un asesoramiento oportuno, no disfrutarán de los beneficios que trae su formalización, de igual manera no se puede descartar que tales oportunidades de asesoramiento hayan podido ser denegadas por los mismo dueños por parte de su ignorancia de que esto podría pasar.

- ¿Ha definido y muestra la misión, visión y valores de su negocio?

De acuerdo a los resultados, las Mypes señalan que en un 75.00% si han definido lo que vendría hacer su misión, visión y valores respectivamente, mientras que el 25.00% restante no lo hace todavía; pero no vendría hacer un no rotundamente, ya que, si fuera así, mostrarían poco interés en su negocio y en lo que se quería mostrar ante la sociedad, llegando a ser tildados como un negocio del montón, sin nada en lo que pueda resaltar.

- ¿Su negocio tiene definido un plan de negocio?

Con un 50.00% las Mypes han indicado que, si cuentan con un plan de negocio, mientras que en un 41.67% indican que cuentan parcialmente con un plan de negocio y finalmente un 8.33% indica no poseer un plan; esto reflejaría que la mitad de las Mypes, no tienen un plan de negocio al cual seguir, aun así que este parcialmente definido, sigue incumpliendo con las necesidades que se desean atender, se consideraría que su plan aún está en prueba de desarrollo o simplemente no se contaría con un plan de negocio, por el hecho que ni siquiera está completo y no sea podido comprobar su efectividad o poder efectuar algún cambio que pueda mejorar considerablemente su impacto; Gonzales; Martínez & Méndez (2017), en su tesis llamada “Modernización del Sistema Organizativo para fortalecer la Administración y el Servicio al Cliente en la Librería Universitaria sede central de la Universidad de el Salvador”, presenta que aunque tengan una buena calidad de servicio y sus productos sean de la mejor calidad, el sistema de negocio que trabajan genera dificultades tanto a los empleados como a los consumidores de este servicio, dando así como resultado que deben mejorar en proponer un nuevo plan de negocio que corrija los problemas de su actual plan de negocio.

- ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?

Un 58.33% de las Mypes indicaron que, si tienen registrados en planilla a sus trabajadores, no obstante, un 33.33% de las Mypes indica que no tiene registrado a ningún trabajador en planilla y un 8.33% lo realiza parcialmente; esto es un tanto preocupante, ya que los empleados que no están registrados en planilla no pueden recibir beneficios tales como una mayor cantidad de dinero, remuneraciones adicionales y un contrato fijo.

DE LA GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE:

- ¿La administración aplica prácticas de gestión de calidad?

De acuerdo a los resultados se pudo evidenciar que un 41.67% de las Mypes si aplicaría lo que consistiría en las prácticas de gestión de calidad, mientras que un 58.33% un poco más de la mitad indico que no realiza ninguna practica de gestión de calidad en sus negocios; de acuerdo a los datos obtenidos se puede decir que una parte de los representantes si está enfocado en el tratado de satisfacción por parte de los clientes que visitan el recinto, por otro lado, saber que un poco más de la mitad no practica esta gestión de calidad pone en evidencia que quizá no haya un sistema que pueda ayudar en la planificación y organización de las necesidades que puedan esperar sus clientes.

- ¿Capacita al personal para ofrecer un trato de calidad?

Un 58.33% de las Mypes menciona que, si capacita al personal que trabaja en sus establecimientos, otra parte, el 41.67% restante no realiza tales capacitaciones a su personal, teniendo en cuenta que es de vital importancia que el personal que trabaja en estos establecimientos puedan recibir capacitaciones acerca de cómo sobrellevar ciertas situaciones y en maneras en cómo pueden atender a los diferentes tipos de clientes que pueden llegar a su negocio, innovando cada vez en técnicas que puedan llegar a satisfacer de manera gratificante los diferentes requisitos que se irán presentando a su debido tiempo, por lo tanto, las capacitaciones deberían ser constantes para que puedan afrontar cualquier reto que se pueda anunciar; asimismo Gómez (2018), en su tesis “Caracterización de Capacitación y Atención al Cliente de las Mypes Rubro Librerías del centro de Piura”, llego a los resultados de que en las diferentes Mypes a las cuales asistió, estaban formadas por un sistema dinámico de

compañerismo que se basa en dar un servicio de calidad, donde las capacitaciones y la ayuda constante a sus trabajadores hace que su trabajo y el servicio que brindan sea del mayor agrado posible, además que reciben las opiniones tanto de trabajadores y usuarios por igual, teniendo un ambiente adecuado y preparado para realizar el trabajo.

- ¿La gestión: ¿está enfocada en atención al cliente?

Un 66.67% de las Mypes refiere que sí, su gestión está enfocada en atención al cliente, considerando que el otro 33.33% tiene una idea diferente acerca de cómo está enfocado su gestión de su negocio, basándonos en los resultados se puede deducir que más de la mitad de las Mypes cuentan con estrategias que permiten dar el mejor servicio a los clientes y con el trato que esperan de un negocio que tiene enfocado que el cliente es tan importante como los servicios que pueden brindar

- ¿El negocio sigue algún modelo de atención al cliente?

Un 66.67% de las Mypes indicaron que no cuenta con ningún modelo de atención al cliente, mientras que el 33.33% restante si posee un modelo de atención al cliente, esto se apoyaría que exista un gran parte de Mypes que no cuenten con un modelo apropiado o bien organizado, gracias a que no todos los dueños de las Mypes tienen las herramientas necesarias para la elaboración o adaptación de un modelo de atención, además de esto, no todos los dueños son netamente profesionales en la carrera de administración , esto dificultaría que se puede implementar un apropiado sistema que pueda contribuir en el desarrollo de su negocio y en la calidad de servicio que se aspira a brindar.

- ¿Recoge sugerencias acerca de reclamos o recomendaciones de los clientes?

Con un 75.00% de Mypes que en efecto si toman las sugerencias y reclamos de los clientes, mientras que su contraparte con un 25.00% indicaría que no realiza tal

acción; esto es bueno para los negocios, ya que esto permite conocer los pros y dificultades de manera realista gracias a los clientes, que pueden criticar y alentar la forma en cómo se está desempeñando el negocio en el que se encuentra, permitiendo así, que se produzca un constante desarrollo que permita llegar a un punto de éxito rotundo, como también poder compensar los malos pasos que puedan estar dando.

- ¿Evalúa al personal en su actitud de atención hacia el cliente?

Respecto a este punto, un 58.33% de las Mypes indicaron que sí, evalúan al personal en lo que consiste la actitud que presentan ante los clientes, mientras que el 41.67% restante no lo practica; esto serviría como un incentivo hacia los empleados que puede ser premiado con un algo premio, sin embargo, las Mypes que no lo practican no saben el nivel y el empeño que le pueden brindar, ya que al no evaluarlos no se puede deducir si cumple con las expectativas que se desean o si debería haber algún cambio en lo que respecta a su actitud frente a los clientes.

- ¿Evalúa la satisfacción del cliente?

A diferencia del anterior punto, aquí con un 75.00% las Mypes no, evalúan la satisfacción de cliente, mientras que una pequeña parte que consiste con el 25.00% si lo realiza; de acuerdo a estos resultados, se puede cuestionar el desempeño por parte del negocio, ya que no se sabe de manera verídica por parte de los usuarios si el trabajo que desempeñan es realmente bueno, evitando así que se pueda dar una mejora constante en los puntos que se van a criticar o comprobar que tan bien se siente con el servicio que se está prestando; ya que al no poder medir si el servicio, atención, productos, etc. se dificultaría los cambios pertinentes o mejoras que se pueden realizar.

- ¿Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización?

Finalmente, un 66.67% de las Mypes indica que si, considera que los clientes valoran el servicio y generan fidelización, mientras que su contraparte con un 33.33% dice que no; teniendo en cuenta, que cada uno de los dueños de las Mypes tienen ideas diferentes acerca de cómo se puede ganar una valoración aceptable por parte de la sociedad, además de cómo se pueden afianzar a su negocio por medio de sus productos o servicios que añoran ser los mejores en el rubro al cual representan, tienen que estimar que tanto la estimación que tienen los usuarios es muy importante a lo que se refiere generar confianza, por el desempeño y diferencias que se pueden encontrar en la competencia, siendo así que puedan ganar un valor en la sociedad.

Se llegó a la conclusión gracias a los resultados, que es factible que ocurran cambios que puedan mejorar de gran manera en las Mypes, optando por obtener un modelo de trabajo y atención al cliente que valla de acuerdo a lo que desean lograr, además de fomentar las capacitaciones de los empleados, sin olvidar que la formalización al igual que todo lo anterior dicho es igual de importante, ya que los beneficios que este otorga son de gran ayuda en el avance y desarrollo de la organización, esto implicaría que todos puedan seguir en una constante evolución en las técnicas y modelos que se irán desarrollando en medida de que estos sean puestos a prueba, beneficiando tanto a los clientes y a su propio servidor, el cual debe estar al tanto de todas las contras y pros que tiene su negocio, con el objetivo de llegar a un proceso de constante aceptación por parte del público, al cual se demuestra su relación reciproca en todos los aspectos que pueden ser mejorados en lo que se refiere a la atención al cliente y la gestión de calidad.

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

Se llegó a las siguientes conclusiones gracias a la investigación realizada a las Mypes del sector comercial, rubro librerías del distrito de Calleria.

- Los negocios que colaboraron en la investigación, son negocios que estaban establecidos en la comunidad desde un buen periodo de tiempo, siendo dirigido en su mayoría por personas del sexo masculino entre una edad de 40 a 50 años, con estudios universitarios o técnicos.
- Muchas de las Mypes aún no se encuentran del todo formalizadas, siendo las que no tienen menos de 2 años en el mercado, indicando que están en trámite o no cuentan en la formalización empresarial, por otro lado, las Mypes formalizadas tienen un rango de años en el mercado de 4 a 6 años.
- Los propietarios de las Mypes que colaboraron en el estudio, no son en su totalidad egresados de la carrera de administración, más bien hay una variedad en ese aspecto, ya que cierta parte son contadores, técnicos u otra profesión, lo daría como resultado que desconozcan de la gestión de calidad que valla de acuerdo a su negocio.
- Las capacitaciones que brindan las Mypes a sus trabajadores no es del todo efectiva, ya que al no poseer un modelo de trabajo y de atención al cliente, su efectividad e impacto es mermado por las malas prácticas a las cuales se han acostumbrado.
- Los métodos que utilizan se encuentran desactualizados y se pierde el principal objetivo por el cual han optado por estos métodos, negando un cambio para bien.
- La evaluación tanto del personal y de los clientes debe ser algo fundamental, para que puedan reconocer los errores que comenten y tomar conciencia de un cambio

que permita que este sea solucionado para mantener el constante desarrollo de las Mypes.

7.2 RECOMENDACIONES

- Involucrar y motivar al personal a realizar el trabajo adecuadamente.
- Fomentar las constantes capacitaciones y evitar crear ambientes de stress y desconfianza en los empleados.
- Invertir en sesiones que pueden beneficiar a los empleados en lo que concierne a su trabajo.
- Mostrar siempre respeto y amabilidad hacia los clientes y entre compañeros.
- Evitar el empirismo en las técnicas de gestión.
- Reconocer las necesidades de los clientes y del propio negocio.
- Aceptar las críticas constructivas de parte del personal y clientes.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cronin, J. & Taylor, S. (1992). *Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. Journal of Marketing*, 56, 55-68.
- Fisher, L. & Navarro, V. (1994). *Introducción a la investigación de mercado* (3ª ed.). México: McGraw-Hill Interamericana S.A.de C.V.
- Fuentes, M. (2002). *Variables críticas en la medición del desempeño en empresas con implantación de la gestión de la calidad total*. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, 8(2), 87-102.
- Hernández, R. Fernández, C. y Batista, P (2006), *Metodología de la investigación*, México: (4ªEd.) México: Mc Graw-Hill. S.A.
- Koepsell, D. y Ruíz, M. (2015). *Ética de la investigación e integridad científica*. México: Conbioética.
- Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. México: Prentice-Hall.
- Kotler, P. et al (2004). *El marketing de Servicios Profesionales*», Editorial Paidós SAICF (pp. 9- 10).
- Lovelock, C. (1990). *Services Marketing. Series in Marketing*. New Jersey: Prentice Hall
- Pacheco, M. (2016). *Ventaja competitiva: gestión en el nivel de empresa*. *Mercados y Negocios* (1665-7039), (12), 125-146.
- Porter, M. (1991), *La ventaja competitiva de las naciones*, Barcelona, Plaza & Janés
- Rust, R. & Oliver, R. (1994). *Service Quality. New Directions in Theory and Practice*. California: Sage Publications.

- Thompson, I. (2005). *La satisfacción del cliente. Rev Med. Bolivia*
- Vásquez, M. (2007). *La calidad, el concepto actual que debe ser manejado adecuadamente por los gerentes y funcionarios de toda organización. Mc Graw Hill.*
- Gómez, M. (2018). *Caracterización de Capacitación y Atención al Cliente de las Mypes Rubro Librerías del centro de Piura. Piura. Perú*
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3489/CAPACITACION_ATENCION_AL_CLIENTE_GOMEZ_MORAN_MAYRA%20Y ANIRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3489/CAPACITACION_ATENCION_AL_CLIENTE_GOMEZ_MORAN_MAYRA%20Y_ANIRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Silvestre, K. (2013). *Capacitación en las MYPES del sector comercio – Rubro Librerías, ciudad de Santa. Chimbote. Perú*
<http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo-ciencias-contables/article/viewFile/1100/902>
- González, S; Martínez, J. & Méndez, B. (2017). *Modernización del Sistema Organizativo para fortalecer la Administración y el Servicio al Cliente en la Librería Universitaria sede central de la Universidad de el Salvador. El Salvador.*
<http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13043/Ramos%20Carranza%20Karina%20Yudith.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramírez, C. & Sánchez, M. (2006). *Implementación del Sistema de Gestión de Calidad, en base a la norma ISO 9001:2000. Hidalgo. México*
<https://www.uaeh.edu.mx/docencia/Tesis/icbi/licenciatura/documentos/Implementacion%20del%20sistema.pdf>

ANEXOS

1. Presupuesto

Para la realización del Proyecto de Investigación, el presupuesto asciende a S/. 5,278.40.

Tabla N°22: Presupuesto

Ítem	Concepto	Unidad Medida	Cantidad	V Unitario S/.	C. Total S/.
1	Asesoramiento	Sesiones	12	200	2400
2	Adquisición de documentos y libros	Und	3	30	90
3	Adquisición de copias	Juegos	44	0.1	4.4
4	Redes / Celular.	Und	1	50	50
5	Kit Útiles de oficina	Und	2	30	60
6	Anillados	Und	1	14	14
7	Transportes	Und	14	10	140
8	Alimentación	Und	7	10	70
9	Curso de Titulación	Und	1	1650	1650
10	Gastos diversos	Und	1	800	800
				Total S/.	<u>5278.4</u>

Fuente: Elaboración propia.

2. Cronograma

El cronograma de seguimiento y cumplimiento en el desarrollo del presente Proyecto, en semanas por mes es el siguiente:

Tabla N°23: Cronograma

CRONOLOGIA AVANCE	2018															
	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Se recibió asesoramiento del docente para la realización del proyecto de investigación.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Identificación de las Variables.		X	X	X												
Determinación del sector y rubro a estudiar.			X	X												
Título del proyecto de investigación.			X	X												
Elaboración de planteamiento de la investigación.				X	X											
Elaboración del marco teórico y conceptual.					X	X	X									
Elaboración de la metodología de la investigación.							X	X								
Presentación de proyectos de investigación.									X	X	X					
Elaboración de encuestas, tabulación y gráficos.											X	X	X			
Discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones.												X	X			
Revisión de referencias bibliográficas, APA.													X			
Presentación del informe de investigación.													X	X		
Revisión turnitin.														X		
Elaboración del artículo científico y diapositivas.															X	
Pre banca y sustentación del informe final.																X

Fuente: Elaboración Propia.

3. Alfa de Cronbach:

Tabla N°24: Alfa de Cronbach

BASE DE DATOS																					
ENCUESTA	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12	I13	I14	I15	I16	I17	I18	I19	I20	TOTAL
1	4	1	2	3	2	3	3	2	2	1	3	2	2	2	1	2	1	1	2	1	40
2	3	2	2	3	3	3	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	38
3	2	1	1	4	1	1	1	2	1	2	3	1	1	2	1	1	2	2	2	2	33
4	3	2	2	3	3	3	3	3	1	1	2	3	2	1	2	2	1	1	1	2	41
5	2	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	26
6	2	1	1	1	1	1	2	3	1	1	3	1	2	2	2	2	1	1	1	2	31
7	4	1	2	3	2	3	3	2	2	1	3	2	2	1	1	2	2	1	1	2	40
8	3	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	30
9	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	3	1	2	1	1	2	1	1	1	1	29
10	1	1	2	3	2	3	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	30
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	21
12	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	24
ESTADISTICA																					
VARIANZA	1.1	0.2	0.2	1.0	0.6	0.9	0.6	0.5	0.2	0.2	0.9	0.4	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	-

Fuente: Elaboración Propia.

K	12
Σvi	8.6
Vt	40.41
sección 1	1.091
sección 2	0.788
alfa	0.859

Ecuación de Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado **“Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librería, distrito de Calleria, año 2018”**.

ENCUESTA

La información que usted nos proporcionará será utilizada con fines académicos y de investigación.

Desde ya, agradecemos por su valiosa colaboración.

Encuestado:

(a):.....Fecha:...../...../.....

I. DATOS GENERALES:

1. Edad del emprendedor

- | | | | |
|--------------|-----|---------------|-----|
| 18 a 28 años | () | 29 a 39 años | () |
| 40 a 49 años | () | 50 a más años | () |

2. Sexo del emprendedor

- | | | | |
|-----------|-----|----------|-----|
| Masculino | () | Femenino | () |
|-----------|-----|----------|-----|

3. Grado de instrucción del emprendedor

Empírico () Técnico ()
Universitario ()

4. ¿Cuál es la Profesión u ocupación del emprendedor?

Administrador () Contador ()
Técnico () Otros ()

II. DE LA FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA

5. ¿Su empresa está formalizada?

Si () No ()
Tramite ()

6. ¿Qué beneficios otorga la formalización?

Acceso a crédito bancario () Relaciones entre otros negocios ()
Beneficios tributarios ()

7. ¿Cuánto tiempo tiene su empresa en el mercado?

1 a 3 años () 4 a 6 años ()
7 a más años ()

8. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su negocio?

De 1 a 4 () De 5 a 8 ()

De 9 a más ()

9. ¿Ha recibido asesoría de entidades públicas o privadas en la formalización empresarial?

Si () No ()

10. ¿Ha definido y muestra la misión, visión y valores de su negocio?

Si () No ()

11. ¿Su negocio tiene definido un plan de negocio?

Si () No ()

Parcialmente ()

12. ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?

Si () No ()

Parcialmente ()

III. DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE

13. ¿La administración aplica prácticas de gestión de calidad?

Si () No ()

- 14. ¿Capacita al personal para ofrecer un trato de calidad?**
- Si () No ()
- 15. ¿La gestión: ¿está enfocada en atención al cliente?**
- Si () No ()
- 16. 3.5 ¿El negocio sigue algún modelo de atención al cliente?**
- Si () No ()
- 17. ¿Recoge sugerencias acerca de reclamos o recomendaciones de los clientes?**
- Si () No ()
- 18. ¿Evalúa al personal en su actitud de atención hacia el cliente?**
- Si () No ()
- 19. ¿Evalúa la satisfacción del cliente?**
- Si () No ()
- 20. ¿Considera que los clientes valoran el servicio y genera fidelización?**
- Si () No ()

Pucallpa, Julio 2018