



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACION**

**GESTIÓN EN LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL RUBRO LIBRERÍAS BASADAS EN LA ATENCIÓN
AL CLIENTE HUANCHACO -TRUJILLO 2018**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO
DE BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

AUTORA:

CUEVA MESTANZA, CELI MARIELA

ORCID: 0000-0002-9904-4198

ASESOR:

MG. REYES CONTRERAS CONTANTE DAMIAN

ORCID:0000-0002-7041-4212

TRUJILO PERÚ

2019

1. Título de la tesis

**Gestión En La Micro Y Pequeñas Empresas Del Rubro Librerías Basadas En
La Atención Al Cliente Huanchaco -Trujillo 2018**

2. EQUIPO DE TRABAJO

Autora

Celi Mariela Cueva Mestanza

ORCID 0000-0002-9904-4198

Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, Estudiante De Pregrado, Trujillo,
Perú

Asesor

Mg. Reyes Contreras Constante Damián

ORCID 0000-0002-7041-4212

Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, Facultad De Ciencias Contables,
Financieras Y Administrativas, Escuela Profesional De Administración, Trujillo-
Perú

Jurado

Presidente

Mg. Bocanegra Cruzado Máximo Antonio

ORCID 0000-0003-0829-1511

1° Miembro

Dr. Medardo Hermógenes Rubio Cabrera

ORDID 0000-000-23094-0218

2 ° Miembro

Mg. Héctor Ascensión Rivera Prieto

ORCID 0000-000239243048

3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mg. Bocanegra Cruzado Máximo Antonio

ORCID 0000-0003-0829-1511

Presidente

Dr. Medardo Hermógenes Rubio Cabrera

ORDID 0000-000-23094-0218

1º Miembro

Mg. Héctor Ascensión Rivera Prieto

ORCID 0000-000239243048

2º Miembro

Mg. Reyes Contreras Constante Damián

ORCID 0000-0002-7041-4212

Asesor

4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria

Agradezco en primer lugar a Dios por permitirme la fortaleza necesaria para lograr culminar este proyecto de investigación, Renovándome las fuerzas y la templanza día a día.

A mi asesor que con sus enseñanzas me ha sabido guiar para lograr este objetivo tan anhelado. Siempre dispuesto a disipar mis dudas e inquietudes que pude tener en el camino a la elaboración de este proyecto.

Y sin duda a mi motor más grande mi familia por su apoyo en todo momento, a mi hijo que me impulsa a superarme día a día a mí misma.

5. RESUMEN

Esta investigación es de tipo descriptivo lo que nos permite poder lograr una interpretación de la variable que interactúa en este proyecto de investigación; tiene un nivel cuantitativo que nos deja poder hacer las mediciones con sus respectivas técnicas para lograr dicho resultado de la misma manera es un diseño transversal no experimental, teniendo como problema planteado ¿Cómo se gestiona las micro y pequeña empresa en el rubro librerías bajo el enfoque de atención al cliente, Huanchaco 2018?. Técnica de medición utilizado es la encuesta que está dirigida a los colaboradores internos de las micro y pequeñas empresas de las cuales se logró la aplicación de la encuesta en 10 librerías, en el cual el cuestionario fue de 20 preguntas con el fin de obtener información. así mismo Nos muestran que de los Resultados de la encuesta nos brinda la siguiente información requerida, que en un 30% las librerías no tienen una visión clara de sus empresa, un 30 % de las mypes en estudio no identifican sus propios objetivos, tan solo el 20 % de los encuestados conocen lo que es gestión, por lo tanto el 30 % nunca ha aplicado técnicas para enriquecer sus conocimientos sobre gestión, Llegándose a la conclusión que los dueños o encargados de las librerías del Distrito de Huanchaco no tienen conocimiento de gestión administrativa y por el mismo motivo no aplican ninguna técnica de gestión, pero si consideran que tienen que mejorar esa debilidad y buscar capacitarse adecuadamente para brindar un mejor servicio a su clientela.

Palabra claves: atención al cliente, gestión administrativa y mypes.

ABSTRAC

This research is of a descriptive type which allows us to achieve an interpretation of the variable that interacts in this research project; has a quantitative level that allows us to be able to make measurements with their respective techniques to achieve such a result in the same way is a non-experimental cross-cutting design, having as a problem raised How are micro and small businessman aged in the bookstores under the customer service approach, Huanchaco 2018? Measurement technique used is the survey that is aimed at the internal collaborators of the micro and small companies from which the application of the survey was obtained in 10 libraries, in which the questionnaire was 20 questions in order to obtain information. They also show us that of the Survey Results it provides us with the following required information, that in 30% bookstores do not have a clear view of their companies, 30% of the mypes under study do not identify their own objectives, only 20% of the end states know what management is, therefore 30% have never applied techniques to enrich their management knowledge, coming to the conclusion that the owners or managers of the bookstores of the Huanchaco District have no management knowledge management and for the same reason do not apply any management technique, but if they believe they have to improve that weakness and seek to train properly to provide a better service to their clientele.

Keyword: customer service, administrative management and mypes.

6. Contenido

1. Título de la tesis.....	ii
2. EQUIPO DE TRABAJO	iii
3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iv
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	v
5. RESUMEN	vi
6. Contenido.....	viii
7. ÍNDICE DE GRAFICOS, TABLAS Y CUADROS	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II.- REVISIONES LITERARIAS	4
III.- HIPÓTESIS	29
IV.- METODOLOGÍA	30
4.1.- Diseño de la investigación.....	30
4.2.- Población y Muestra	31
4.3.- Definición Y Operacionalización De La Variable	32
4.4. Técnicas e instrumentos de la recolección de datos	34
4.5. Plan de análisis.....	35
4.6.- Matriz de consistencia	36
4.7.- Principios Éticos.....	38
V.- RESULTADOS	39
5.1. Resultados.....	39
5.2.- Análisis De Resultados.....	54
VI. CONCLUSIONES	62
Aspectos Complementarios	63
Referencias Bibliográficas:.....	64
Anexos	67

7. ÍNDICE DE GRAFICOS, TABLAS Y CUADROS

Tabla 1: Misión y Visión:	39
Tabla 2: Objetivo de la empresa	40
Tabla 3: Se promueve el Liderazgo	41
Tabla 4: Conocimiento de Gestión	42
Tabla 5: Enriquecimiento de los conocimientos sobre gestión.....	43
Tabla 6: Comunicación con los clientes	44
Tabla 7: Seguimiento de logros	45
Tabla 8: Confianza a los clientes	46
Tabla 9: Medición de Nivel Satisfacción.....	47
Tabla 10: Confianza Entre La Empresa Y Los Colaboradores.....	48
Tabla 11: Planificacion estrategica	49
Tabla 12: Tiempo de Espera	50
Tabla 13: Deficiencia del Personal	51
Tabla 14: Capacitación del personal	52
Tabla 15: Clima Laboral	53

FIGURA

Figura 1: MISIÓN Y VISIÓN	39
Figura 2: Objetivo de la empresa	40
Figura 3: SE PROMUEVE EL LIDERAZGO	41
Figura 4: CONOCIMIENTO DE GESTION.....	42
Figura 5: ENRIQUECIMIENTO DE LOS CONOCIMIENTOS SOBRE GESTION	43
Figura 6: COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES	44
Figura 7: SEGUIMIENTO DE LOGROS	45
Figura 8: CONFIANZA A LOS CLIENTES	46
Figura 9: MEDICIÓN DE NIVEL DE SATISFACCIÓN.....	47
Figura 10: CONFIANZA ENTRE LA EMPRESA Y LOS COLABORADORES...	48
Figura 11: PLANIFICACION ESTRATEGICA	49
Figura 12: TIEMPO DE ESPERA.....	50
Figura 13: DEFICIENCIA DEL PERSONAL	51
Figura 14: CAPACITACIÓN DEL PERSONAL.....	52
Figura 15: CLIMA LABORAL	53

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas es un sector que crece rápidamente es más del 80 % del ámbito empresarial, con un aporte elevado del PBI de esta manera es una de las generadoras de más puestos de trabajo. Sin embargo, a pesar de su gran auge empresarial presentan ciertas decadencias en algunos aspectos siendo este un problema de estudio, en esta investigación lo definimos de la siguiente manera ¿Cómo se gestiona las micro y pequeña empresa en el rubro librerías basado en la atención al cliente, Huanchaco 2018? Debido a que presenta este problema, el trabajo de investigación considero unos objetivos tanto generales como específicos referentes a las mypes, así como las variables involucradas e interrelacionadas. Objetivos Generales: Describir y determinar las características en la relación que guarda la variable gestión con la variable atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro librerías del Distrito de Huanchaco- Trujillo 2018. desenlazan dos objetivos más específicos referente al tema tratado que son determinar las características del conocimiento de gestión en todos los colaboradores de las micro y pequeñas empresas del rubro librerías en el Distrito de Huanchaco, describir las características de la aplicación de la gestión en las micro y pequeñas empresas y por ultimo Conocer las características de la atención al cliente en las librerías del Distrito Huanchaco- Trujillo 2018.

Considerando lo presentado en esta investigación y tomando en cuenta que en todo problema de estudio se presenta una justificación de investigación, se plasmó como justificación que las MYPES son empresas que deben estar en constante mejora, detectando el déficit de la atención al cliente para mejorarlo y obtener resultados

beneficiosos. Asimismo, la investigación se justifica porque nos permitirá conocer las principales gestiones de las MYPES basadas en el enfoque de Atención al cliente. La falta de conocimiento de lo que es la gestión de calidad en las mypes, como se muestra en las librerías del Distrito de Huanchaco. Por este mismo motivo escases de la aplicación de técnicas administrativas que generen un mejor orden en el manejo de la librería del Distrito antes mencionado.

Por otro lado, Avolio (2011) Nos refieren que las micro y pequeñas empresas se derivan más en el ámbito familiar por el cual que se espera que el manejo de la empresa lo realice el mismo propietario con la dificultad que no tienen los conocimientos necesarios para aplicar una gestión administrativa coherente para su beneficio propio. Los propietarios dirigen la empresa de manera que dejan a la suerte el futuro de la misma. Así como tampoco toman la debida conciencia de la importancia de invertir en la capacitación tanto de sus colaboradores como su propia capacitación.

Una característica de las Mypes es que el casi 90 % de estas empresas se financian con sus propios recursos o por medio de préstamos bancarios, por este motivo el dueño de estas empresas no está optan por la capacitación, ya que lo consideran un gasto innecesario.

Tello (2014) Nos dice que se presentan grandes dificultades en las MYPES como la falta de cumplimiento a las normativas establecidas por la ley de los gobiernos respectivos, así también nos dice que la entidad recaudadora como es SUNAT no brinda el desarrollo que las micro y pequeñas empresas necesitan para lograr una mejor competitividad. Debido a al poco conocimiento sobre gestión administrativa no se logra implantar en la mayoría de estas empresas técnicas de gestión administrativas de

los propietarios o futuros empresarios que tengan planteado incorporarse en este tipo de empresas. Otro punto importante en las Mypes es la atención al cliente que es un factor importante en el logro de los objetivos planteados por las Mypes en este caso rubro librerías del Distrito de Huanchaco. Teniendo en cuenta ciertas técnicas de poder estar en un contacto más directo con el cliente y así lograr cumplir con la expectativa requerida. Para saber qué servicio es el que cliente demanda se pueden aplicar encuestas para tener una idea más clara de que estrategias se pueden utilizar.

Por otro lado, un punto a tomar en cuenta son los estudios de mercado elevamos nuestra posibilidad de triunfo. Debemos promover, dar a conocer, y captar la atención de la clientela; conociendo los elementos de mercado.

Este trabajo de investigación nos lleva a la reflexión sobre el aprovechamiento e importancia de la atención al cliente como una de las base de una empresa exitosa.

En él una visión internacional el metro de Madrid situado en España nos muestra la gran importancia de la atención al cliente, ya que es una empresa con grandes índices de aceptación entre los ciudadanos, en su momento la esta empresa tuvo su baja debido a la falta de capacitación de sus conductores en referencia al buen trato con sus usuarios. Por otro lado, en el Perú la entidad encargada de recibir todas las quejas de los clientes es INDECOPI en el cual en el último año se presentaron al concurso 23 empresas tanto del sector público y privado y el primer gremio empresarial, con 29 propuestas brindadas que plantean una posible mejora en la atención al cliente.

Finalmente, este trabajo de investigación se justifica porque ayudará en dar una vista más clara sobre este tipo de investigación para próximos trabajos de investigación y/o otros estudios similares en el Distrito Huanchaco – Trujillo 2018.

II.- REVISIONES LITERARIAS

Antecedentes

Flores (2015) “Proceso Administrativo Y Gestión Empresarial En Coproabas, Jinotega” En esta investigación tiene como planteamiento del problema el siguiente: ¿Cuál es la incidencia del Proceso Administrativo y Gestión empresarial en COPROABAS R? ¿L, de la ciudad de Jinotega en el periodo 2010-2013? Y como objetivos describir el proceso administrativo y gestión empresarial en COPROABAS Jinotega 2010-2013. Determinar el desempeño de gestión en el área indicada por parte de los colaboradores en la cooperativa. Se desarrolló este trabajo de investigación en función de la evolución Administrativa Empresarial. Por su nivel de especificación en este trabajo es de manera descriptiva ya que se analizó el desempeño del Proceso Administrativo y Gestión Empresarial, por su longitud en el tiempo es de corte transversal, ya que se realizó durante el periodo 2010-2013, con enfoque cualitativo, con elementos cuantitativos, usando métodos empírico y teórico. Ya que se desarrolló que se pudo examinar la gestión Administrativa y proceso Empresarial, Dando como resultados relevantes que el 60 % de los encuestados respondieron en sentirse motivado en colaborar para la empresa, a diferencia de 40% que respondió no sentirse motivado en colaborar con la empresa. ¿Con respuestas a la pregunta con qué frecuencia es supervisado su desempeño?, tenemos que su resultado dio lo siguiente:

Siempre 33.33%, Algunas veces 33.33%, Espontáneamente 20%, Casi siempre 13.33%, lo que demuestra que existe supervisión y control en desempeño laboral en COPROABAS, esto conlleva a que el manejo de procesamiento en el área laboral, en base al control, evita un futuro problema en la empresa en cuanto a las funciones del personal en dicha área. En el análisis y discusión de los resultados donde se miden las alternativas de variables escogidas, decimos las principales conclusiones a las que arribamos tales como, se concluye que: El proceso y gestión Administrativa e Empresarial de la Cooperativa de Producto de Alimentos de uso común RL, se realiza , ya que no se pudo cumplir las expectativas de lo esperado en la gestión y procesos de la cooperativa, esta conclusión se pudo obtener ya que se puede apreciar los escasos recursos y conocimientos administrativos de los órganos directivos y el poco o nulo compromiso de alguno de ellos, además, se realizó un planteamiento de alternativas o recursos de gran ayuda e interés para mejorar el resultado administrativo en la Cooperativa. En este trabajo de investigación puedo observar que la investigación de la variable definida por el autor y adecuado a la investigación no se logró concluir con las expectativas necesarias de la empresa en estudio ya que presenta muchos déficits de recursos material de conocimiento para un mejor resultado de los esperados.

Posso (2010) *Análisis, Formulación Y Elaboración Del Modelo De Atención Al Cliente Del Departamento De Gestión De Infraestructura Codensa S.A* Definir cada uno de los roles de los colaboradores responsable de la atención al cliente y hacer un estudio de los factores que perjudican a los operadores del sector, el comportamiento de los clientes, las necesidades y las proyecciones que tienen a mediano y largo plazo. De manera de nos muestra una problemática que es la Insuficiencia en la delimitación y establecimiento de Roles a nivel interno de

CODENSA S.A para la Atención Optima del negocio de Alquiler de Infraestructura que por ,medio de la ubicación del problema pretende dar una nueva visión de la atención al cliente y prestación del servicio, es decir se desea empezar a delimitar las funciones de cada una de las áreas involucradas en el proceso, con esto cada colaborador podrá realizar mejor su rol correspondiente. Este trabajo tiene una m

EL tipo de investigación es Cualitativa, análisis y síntesis (inductiva y deductiva) metodología es del tipo de investigación es Cualitativa, análisis y síntesis (inductiva y deductiva) y del estudio: Descriptivo, causal y analítico. Los resultados de esta investigación nos dicen que la Atención personalizada. Es más activa por parte del área técnica, que, por parte del área comercial, quien debería ser la encargada de atender las peticiones del cliente y ser la cara ante este, así como también afirma que se tiene comunicación permanente con el cliente con el fin de encontrar el contacto interno específico para los diferentes aspectos que se tratan con las empresas que se tiene contrato. Resultado rescatado referente a la atención al cliente motivo por el cual referimos esta tesis. Conclusión de esta investigación. Se tendría que empezar a tener una cadena de valor con los clientes, se consolida la importancia de la atención al cliente, que se debe velar no solamente por un buen servicio si no por darle un valor extra a este, lo que se determina como uno de los pilares del éxito del negocio. En esta investigación nos encontramos con una nueva manera de ver una problemática ya muy común, como la mejora de la atención al cliente, generando plus en la cotidiana a pesar que se plantea mejoras continuas se considera que siempre se debe buscar mayores alcances referentes a este tema, ya que en este proceso tiene que ver mucho los clientes externos que es la mayor masa calificadora.

Hidalgo (2015) *Modelo de gestión para mejorar la calidad de atención al usuario del GADM Canton Babahoyo, Ecuador*; Como objetivo presentar un modelo para mejorar la calidad de atención al cliente y conseguir como resultado su fidelidad así mismo presenta una problemática encontrada que es ¿Cómo mejorar la calidad de atención al usuario del GADM de Babahoyo?, su metodología usada fue A emplearse en el presente Modelo de Gestión para mejorar la calidad de Atención al usuario del GADM de Babahoyo, podemos definirlos:

Histórico Lógico. - El mismo que permitirá conocer las actividades realizadas por la anteriores Administraciones y poseer datos específicos en la actual situación de la Atención al Usuario. b) Analítico Sintético. - Que permitirá realizar un estudio específico de todos los factores relacionados con la Atención a los usuarios del GADM de Babahoyo c) Método Inductivo y Deductivo. - Que permitirá lograr los objetivos propuestos y ayudarán a verificar las variables planteadas.

Teniendo como resultados relevantes en esta investigación que apenas un 37% de los usuarios consultados presentan satisfacción en la atención recibida entre Muy Buena y Buena, mientras tanto un 36% manifestó que la atención recibida es Mala, sumándole un 27% que opina que la atención recibida es Muy mala, Estos resultados indican que el personal no está 40 atendiendo debidamente a los clientes que se acercan a la municipalidad a solicitar algún servicio o directamente a pagar sus obligaciones. Por otro lado, el 50% de los encuestados indica que el ambiente laboral es Muy Bueno, porque poseen una infraestructura adecuadas, equipos informáticos, etc.; el 20% nos indica que el ambiente es Bueno, pero un 30% manifiestan que el ambiente es Regular y Malo, por encontrarse en área que No conocen y desempeñan funciones que no están aptos, es decir existe habría que mejorarles el ambiente de trabajo. Conclusiones de

esta investigación es que el modelo de gestión para mejorar la calidad en la atención a los usuarios del GADM del cantón Babahoyo, es validado por expertos en el tema, quienes consideran que los procesos actualmente levantados son los más relevantes al momento, pero sin embargo es importante en el mediano plazo, considerar la inclusión de todos los aspectos operativos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Babahoyo. A apreciación personal muestra procesos para mejorar la gestión de calidad presentando como ejemplo la gestión por objetivos, ISO entre otras que sirven como herramientas para lograr el objetivo deseado que es mejorar la calidad de servicio y atención al cliente. en estos tiempos es tan importante brindar un producto o servicio de buena calidad, pero también es fundamental no descuidar la captación de nuevos clientes y sobre todo la fidelización de los que ya se consiguieron.

Arenas (2016) *Caracterización De La Satisfacción Del Cliente Y Competitividad De Las MYPES Servicio Rubro Pollo A La Brasa La Arena, 2016*

Como objetivo identificar las características de la fidelidad de los clientes y competitividad de las MYPE servicio rubro pollo a la brasa La Arena-Piura. Encontrando un problema planteado ¿Cuáles son las Características que tiene la satisfacción del cliente y la competitividad en las MYPE servicio rubro pollo a la brasa La Arena-Piura, 2016?, Tipo de investigación de manera descriptiva, el diseño de la investigación fue no experimental de corte transversal, Como resultados nos indica que el 72% de las personas encuestadas califica que el tiempo de espera del servicio es lento, así mismo el 28% manifiesta que tiempo de espera del servicio es rápido, considera que el servicio es la capacidad de tratar a sus clientes o ciudadanos atendidos, en forma honesta, justa, solidaria y transparente, amable, puntual y rápida, dejándolos satisfechos de sus relaciones con la organización. Referente a la satisfacción del cliente

por la atención recibida considerar que el 46% de las personas encuestadas se sienten pocos satisfechas al salir de la pollería que frecuentan, mientras que el 33% se siente muy satisfecho al salir de su pollería de preferencia, así mismo se aprecia que el 21% de las personas se sienten nada satisfecho. Obteniendo el autor de esta investigación las siguientes conclusiones que los elementos de la satisfacción del cliente de las MYPE son el rendimiento percibido, expectativas, niveles de satisfacción, se puede percibir que el nivel de satisfacción de los clientes es bajo, puesto que las pollerías no superan sus expectativas en cuanto al servicio y buena atención. Es de vital importancia monitorear regularmente las expectativas de los clientes para determinar, si está dentro de lo que la empresa puede proporcionarle, si está a la par, por debajo o encima de las expectativas que genera la competencia. Se identificó que las estrategias de competitividad de las MYPE, son un precio accesible para los clientes y la buena sazón, puesto que la mayoría de los encuestados considera que el buen sabor influye en su decisión para elegir la pollería de su preferencia por lo que es importante que las MYPE tengan precios bajos y buena sazón. En cuanto a la competitividad entre otras empresas se observa que se ofrece al público un precio módico sin embargo no es suficiente para lograr la total satisfacción de los comensales, no está dispuesto a ser versátil con los cambios que da el mercado, según los clientes en una encuesta aplicada la calidad brindada no es mala en su totalidad, no cuenta con la comodidad necesaria y el área de limpieza es muy escasa que genera en los usuarios la poca satisfacción de acuerdo a la infraestructura, el servicio y la atención al cliente. La gestión, así como la atención al cliente genera que entre empresas del mismo rubro se genere una competitividad de manera que cada vez el mercado tiene que lidiar con nuevos ingresos de competidores.

Oré (2017) *Gestión y desempeño en un Hospital de Essalud, Cañete, Lima, 2017* El autor de esta investigación menciona su problemática generadora de una investigación que es ¿Existe correspondencia entre las prácticas de gestión de la calidad y el desempeño organizacional en el Hospital Essalud de Cañete? Tuvo como metodología, El diseño del presente estudio corresponde a una investigación no experimental y transversal. Es no experimental porque no se va a manipular ni las variables de estudio ni a los sujetos que constituyen la muestra de estudio. Es transversal por que el recojo de los datos se realiza en un momento único en el tiempo. se preocupó en mostrar el vínculo que se presenta entre sus variables de estudio, su diseño de esta investigación fue trasversal no experimental. En el hospital de cañete se tuvo como muestra a 33 médicos, así como a 10 directivos del mismo centro de labores. Con el técnico de la encuesta se elevó la información necesaria contando con 3 escalas de categoría para las respuestas de los galenos que fue buena, mala, regular dando como resultados relevantes, el 18,2% consideran que el liderazgo es malo; el 66,7% consideran que el liderazgo es regular y solo un 15,2% considera que es bueno. Mientras que del total de directivos el 80% opina que el liderazgo es regular y el 20% consideran que el liderazgo es malo. En la muestra total se halló que el 69,8% de la muestra de médicos y directivos, consideran el liderazgo como regular; el 18,6% como malo y el 11,6% como bueno y tratándose de la planificación se aprecia que, del total de médicos, el 21,2% consideran que la planificación estratégica es mala; el 66,7% consideran que la planificación estratégica es regular y un 12,1% considera que es buena. Mientras que del total de directivos el 70% opina que la planificación estratégica es regular y el 30% consideran que la planificación estratégica es mala. En la muestra total de médicos y directivos se halló que el 67,4% consideran las prácticas

de planificación estratégica como regular, el 23,3% como mala y el 9,3% como buena. Dando como conclusiones según su investigador que los resultados de cómo es la gestión de desempeño fue calificada según resultados de encuesta de manera regular y mala, así mismo se encontró un conflicto entre la comunidad solicitante de los servicios de salud y el cuerpo médico que enfrenta de manera continua las dificultades que se presentan a diario. Otra dificultad encontrada en esta investigación es la falta de implementos necesarios para una mejor atención médica, la cual el ministerio de salud no facilita por diferentes motivos. Concluyendo en esta investigación el investigador recomienda mejora permanente y continua para encontrar un equilibrio y poder liderar y tener un mejor desempeño hacia la población.

Yzaguirre (2018) *Gestión de la calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías en el caso urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*. Este trabajo de investigación se planteó el siguiente enunciado: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente, de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018? Metodología fue no experimental transversal-descriptivo, con una muestra de 12 Mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, obteniendo como resultados tiene como principal objetivo hallar las características de una buena gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas de la población en estudio. Como resultado de sus encuestas aplicadas nos brinda la siguiente información que la atención que brinda: El 83.33% de las micro y pequeñas empresas aplican una buena atención al cliente. Objetivo de creación: el 75% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo de creación generar rentabilidad. Obteniendo como conclusiones referentes a los representantes

de las micro y pequeñas empresas. La mayoría absoluta de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, tienen entre 31 a 50 años, están siendo dirigidas por el género masculino, asimismo la mayoría son profesionales universitarios, dueños de sus propios negocios y tienen entre 4 a 6 años de experiencia.

Referente a las características de las micro y pequeñas empresas La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, cuentan con 4 a 6 años de permanencia en el rubro, a la vez la mayoría absoluta de las Mypes tienen entre 1 a 5 trabajadores, su objetivo de creación es generar ingresos y la totalidad de las Mypes trabajan con personas no familiares en sus negocios. Las micro y pequeñas empresas basadas en la gestión de calidad de sus productos que pasan por unos estándares de sanidad y regulados por la entidad relacionada a esa especialización. Nos llevan a que la gestión de calidad y la atención al cliente van de la mano siendo unas de las formulas clave para lograr el éxito esperado.

Vargas, A. (2018) *La gestión basada en la atención al cliente en la MYPE del rubro servicio de taxi, Tour Perú EXPRESS EIRL de la provincia de Trujillo, año 2017* Por lo que según la problemática observada y analizada que se presenta en las MYPEs del servicio de taxi en la ciudad de Trujillo; es que se plantea la siguiente pregunta de investigación: **¿Cómo es la gestión basada en la atención al cliente en la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la provincia de Trujillo, año 2017?**; cuyo objetivo general es: “Describir las características de la gestión basada en la atención en la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la Provincia de Trujillo, año 2017.” Derivando a los siguientes

objetivos específicos: (a) Determinar si la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la provincia de Trujillo realiza gestión basada en la atención al cliente, año 2017, (b) Conocer las características de la atención al cliente en la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la provincia de Trujillo, año 2017. (c) Identificar los beneficios de la gestión basada en la atención al cliente en la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la Provincia de Trujillo, año 2017. (d) Proponer un Plan de Mejora para la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la Provincia de Trujillo. La investigación fue de tipo **descriptiva no experimental**, el registro, estudio de las variables utilizadas en esta investigación: gestión y atención al cliente; se manejó un diseño no experimental, transversal; se utilizó dos muestras; la primera muestra de 61 conductores que se le aplicó un cuestionario de 13 preguntas través de la técnica de la encuesta a fin de obtener información de la variable gestión y una segunda muestra de 60 usuarios (clientes) del servicio de taxi que se les aplicó un cuestionario estructurado de 12 preguntas a fin de obtener información necesaria para la investigación antes mencionada de la variable atención al cliente, se pudo observar que tuvo una frágil gestión y no está basada en la atención a sus clientes, colaboradores no comprometidos con su empresa para la que laboran, sin ser capacitados, con falta de motivación. Obteniendo como resultados de la encuesta aplicada que el que el 53% de los conductores de la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL; no conoce si su empresa tiene una visión y misión y el 47% manifiesta que su empresa si tiene una visión y misión. se observa que un 56% de los conductores manifiestan que no conocen si la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL; tiene objetivos o metas planteadas; mientras que el 44% indica que, si conoce que su

empresa tiene objetivos o metas planteadas, respecto al clima laboral; el 37% califica como bueno el clima laboral en la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL; el 45% califica como regular el clima laboral y el 19% indica que existe un clima laboral malo o pésimo. se observa que el 87% de los conductores manifiesta que, si se han propuesto algún objetivo de manera personal que desean lograr dentro de la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL, y el 13% manifiesta que no se ha propuesto ningún objetivo de manera personal que desee lograr dentro de su empresa. el 86% indica que no recibió algún tipo de motivación por parte de la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL, y sólo el 14% manifiesta que si recibió algún tipo de motivación. se muestra que el 35% de usuarios o clientes indican que siempre o casi siempre, el 25% considera que algunas veces y el 40% refiere que el muy pocas veces o nunca la empresa (MYPE) transmite confianza y seguridad a sus clientes. Se identificó que la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la Provincia de Trujillo, año 2017; se caracteriza por una gestión débil en planificación pues el total de sus conductores no tienen internalizado la identificación que debe tener cada “trabajador” (para nuestro caso conductor) con su empresa, más de la mitad de conductores no conocen sus inicios, un alto porcentaje desconocen si existe una visión y misión, alto porcentaje desconoce si existen objetivos o metas; se identificó que la gestión tiene una mediana organización ésta tiene características no adecuadas para el rubro donde se desenvuelven; sin embargo, los “trabajadores” (conductores) en su mayoría (90%) si conocen sus funciones; se caracteriza por una gestión con un clima laboral no apropiado así como un alto porcentaje indica que no recibió algún tipo de motivación; sin embargo un alto porcentaje califican de buena, muy buena o excelente a la

dirección, el control es medio siendo de características no conformes dado lo sensible que es el rubro a que se dedican. En esta investigación se basa en la característica de la gestión realizada a la empresa en estudio para poder logra detectar fallas en la gestión y atención al cliente.

Sernaque (2018) *“Gestión Basada En El Enfoque De Atención Al Cliente De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio – Rubro Restaurantes Del Distrito De La Esperanza, Año 2017 Y Propuestas De Mejora”* Este trabajo de investigación tuvo un enunciado del problema ¿Cómo es la gestión basada en el enfoque de atención al cliente de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del distrito de La Esperanza, año 2017? tuvo como diseño que fue de **descriptivo – transversal no experimental** en los restaurantes del Distrito de la Esperanza que están conformados por las micro y pequeñas empresas del sector, que fueron conformados por 67 empresas, a las cuales se aplicó como instrumento un cuestionario y como técnica la encuesta con formada por 10 preguntas, dando como resultados relevantes que la mayoría de los propietarios indican que su clientela prefiere sus restaurantes por la atención y por los precios bajos y también se observar que los empresarios indican que su restaurante brinda un servicio de acuerdo a la necesidad del cliente en un 100%, podemos observar que los empresarios indican que sus trabajadores han llevado curso de capacitación en gestión, un total de 84%, mientras que el 16% indica que sus trabajadores no han llevado curso de gestión, los empresarios indican que en su restaurante a veces se mide el nivel de satisfacción del cliente en un 72%, mientras que el 15% indica que no se mide la satisfacción del cliente y un 13% indica que si mide el nivel de satisfacción. En el área de atención al cliente un porcentaje mayor responde que si considera que la capacitación es una técnica de

mejora para la atención al cliente, así como la han puesto en práctica ya sea de manera personal dando charlas a sus colaboradores o guías informativas. Mientras un porcentaje menor nos dice que no considera que la capacitación es una herramienta importante para el manejo de sus empresas. Así el autor llega a la conclusión que se puede decir que los dueños de las Mypes administran de manera empírica y que no tiene conocimientos teóricos sino prácticos de administración, en el caso de los restaurantes por lo general los dueños son los mismos cocineros; asimismo la atención al cliente es improvisada, con personal que brinda un servicio a la necesidad del cliente pero que no logra satisfacer al cliente en su totalidad. Del punto de vista personal concuerdo con las conclusiones mencionadas por el autor ya que no solo se encuentra esta dificultad en el rubro restaurantes si no también diferentes rubros, teniendo una falta de preparación para poder guiar y manejar de manera más certera y exitosa en el tiempo a una empresa y disminuyendo el futuro de la mypes dejándola a la suerte el destino de la misma.

Zelada (2016), *en su tesis Atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la ferretería Solano EIRL en el primer semestre del 2016 del distrito de Trujillo* Esta investigación presenta como problema: ¿Cómo influye la atención al cliente en el nivel de ventas de la "FERRETERÍA SOLANO EIRL" en el primer Semestre del 2016 en la ciudad de Trujillo? Su metodología es Se utilizó el diseño de investigación de tipo transaccional; causal, de corte transversal, utilizando una muestra representativa de 333 clientes quienes evaluaron la calidad de atención al cliente brindado por el personal de la FERRETERIA SOLANO EIRL. El 35 % nos dice que existe confianza en sus trabajadores, mientras el 30 % nos dice que regularmente existe confianza. El 60 % refiere que algunas veces se percibe un clima laboral bueno. El 70

% indica que no recibe ningún tipo de capacitación en la empresa donde laboran. El autor llega a la conclusión que al evaluar a la atención al cliente. La calidad de atención brindada en la ferretería Solano influye de manera negativa en el nivel de ventas lo cual implica que no existe una buena calidad de servicio esto repercute en el nivel de ventas los clientes califican la atención al cliente / malo regular lo cual ha permitido al nivel de ventas de primer semestre 2016 respecto a la deficiencia atención al cliente los factores más decisivos son la falta de cordialidad y rapidez bloque influido de manera negativa en el nivel de ventas

Bases Teóricas

Micro Y Pequeñas Empresas

Según la Ley N°. 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, Art. 2° define que:

Estas empresas pueden estar conformadas por personas naturales, así como por personas jurídicas bajo un enfoque de gestión empresarial, siempre que esta se encuentre regulada por la ley vigente, la cual tiene como objetivos la transformación, producción o brindar un servicio. Las mypes grupo económicos que su creación puede ser realizada tanto por una persona natural, como jurídica, así mismo pueden escoger y aplicar la gestión empresarial que crea de su interés.

Características De La Mypes:

Las MYPES deben reunir las siguientes características:

Microempresa

- Número de colaboradores: De uno colaborador (1) hasta diez colaboradores (10)
- Ventas por año: Hasta el monto máximo de 150 Unidades

Impositivas Tributarias (UIT) (*)

Pequeña empresa

- Número de colaboradores: De uno colaborador (1) hasta cien colaboradores (100)
- Ventas por año: Hasta el monto máximo de 1,700 Unidades

Impositivas Tributarias (UIT) (*)

Según Ugaz (2015, pág. 15) Nos dice que las mypes presentan características frecuentes como:

Su administración se presenta de manera independiente, sus administradores son los mismos propietarios.

El lugar donde se realizan las principales actividades es de espacio reducido.

No tienen conocimientos de gestión, por lo tanto, el personal no está bien calificado.

Sus recursos monetarios son condicionados.

Su paso y adaptación a los cambios tecnológicos es escaso.

En la mayoría de estos negocios las finanzas, el hogar y la familia están estrechamente relacionados.

Importancia

Según (Arbulú y Otoya, 2006, p.5). En nuestro país las micro y pequeñas empresas son parte fundamental de la generación de empleos para más ciudadanos, resolviendo en cierta parte los cuellos de botellas que presentan las grandes empresas nacionales, todo esto conlleva a que aparezcan nuevos emprendedores con la finalidad de poder lograr tener sus propios empleos independientes. Y así pertenezcan al sistema productivo del Perú.

Los Objetivos Que Persiguen Las Mypes

- Según Comex Perú (2018, pág. 1) usó como fuente la encuesta Enaho 2017 para llegar a brindar esta información que las mypes tienen objetivos en común.
- Seguir siendo una de las fuentes generadoras de empleo.
- Descender los niveles de informalidad presentados.
- Presentar personal especializado, evitando el trabajo informal.
- Seguir firmes en su contribución al PBI
- Contribuir con la SUNAT
- Tener mejor acceso a los créditos bancarios.
- Obtener ganancias

Limitaciones De Las MYPES

CODEMYPE (2011, p.25) Nos dice que en el Perú las micro y pequeñas empresas presenta una serie de limitaciones que nos muestran el poco nivel de colaboración y articulación, agregando las dificultades de estructurales e individualismo que es recurrente en nuestra cultura social.

De forma interna:

- Bajo rendimiento y competencia en el mercado
- Poco uso de las herramientas tecnológicas
- Bajos niveles de formalidad
- Colaboradores no especializados
- La vida de las mypes en su mayoría es de mediano plazo
- De forma externa
- Poco acceso al sistema financiero.
- Escaso acceso a servicios de apoyo a la producción.
- Escaso eslabonamiento con empresas grandes.

Factores que limitan el Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú

Avolio (2011, pág. 73) Nos refieren que las micro y pequeñas empresas se derivan más en el ámbito familiar por el cual que se espera que el manejo de la empresa lo realice el mismo propietario con la dificultad que no tienen los conocimientos necesarios para aplicar una gestión administrativa coherente para su beneficio propio. Los propietarios dirigen la empresa de manera que dejan a la suerte el futuro de la misma. Así como tampoco toman la debida conciencia de la importancia de invertir en la capacitación tanto de sus colaboradores como su propia capacitación.

Una característica de las Mypes es que el casi 90 % de estas empresas se financian con sus propios recursos o por medio de préstamos bancarios, por este motivo el dueño de estas empresas no está optan por la capacitación, ya que lo consideran un gasto innecesario.

Gestión

Amat (1992) nos refiere que "La gestión se refiere al desarrollo de funciones y los fundamentos de la administración: planificar, organizar, dirigir y controlar "relación directa con la gerencia y administración; dar a la gestión del desarrollo del personaje actuando, intenta distinguirlo del concepto de administración tradicional, que es otra violento y burocrático; aunque la administración moderna lo es todo en estos con los cambios tecnológicos y con los cambios constantes.

Modelos De Gestión De La Unidad Productiva

Gullo (2015, pág. 26) Toda empresa responde a una formación propia, los miembros analizan los aspectos a tomar en la organización. Con el fin en común de obtener una colocación en el mercado ya sea fundamental de una buena gestión administrativa, donde se pueden delegar responsabilidades. Se busca una concentración básica en los procesos administrativos como planificar, organizar, dirigir y controlar para obtener el éxito requerido y por el cual fue creada la entidad empresarial.

Enfoque De Gestión

Pacheco (2013) Muestra que "la gestión es una guía de acción, pronóstico, visualización, uso de recursos y esfuerzos para el propósito deseado alcanzar, la secuencia de actividades que deben lograrse para alcanzar la meta. "

Por lo tanto, "la gestión se caracteriza por una visión más amplia de la posibilidad real de la organización de lograr una situación particular o lograr un objetivo particular. Puede considerarse como la disposición individual o grupal de

recursos y recursos para lograr el resultado esperado". "Los sistemas de gestión deben modificarse para responder a la increíble complejidad del sistema organizativo adoptado, así como a cómo el comportamiento ambiental cambia la forma en que es sobre la organización " En consecuencia, "a través del proceso de gestión, se implementarán varios procedimientos, procedimientos que conducirán al logro de objetivos, negocios o deseos específicos que han estado en la cartera durante mucho tiempo, como saben". "Además, la administración necesita dirigir, administrar, administrar, por lo tanto, la administración es una tarea que requiere conciencia, esfuerzo, recursos y una buena disposición para llevarse a cabo". "Al ser gerencial, puede orientarse para abordar problemas específicos, llevar a cabo proyectos, deseos, pero también para referirse a la dirección y gestión que se está llevando a cabo en la empresa, la organización e incluso el nivel del estado".

Niveles De Gestión

Beltrán (1999, pág. 47) este autor define a la gestión por tres niveles que son gestión táctica, estratégica y operativa:

La Gestión Estratégica: es la gestión que se presenta en los niveles direccionales y basada en su decisión procede a sus acciones que en su mayoría son de corte corporativo y en periodo largo.

Está estrechamente vinculada con las organizaciones y sus ambientes.

Gestión Táctica: esta gestión se basa de la gestión antes mencionada (estratégica), con el resultado de sus decisiones y actos en un tiempo medianamente corto, esta gestión se encarga de reunir las unidades estratégicas y resalta las funciones de las empresas u organizaciones.

Gestión Operativa: se enfoca en los resultados de la gestión táctica, realizada en tiempo corto, este tipo de gestión incluye a la maquinaria relacionando con las personas y su manejo y control.

Semejanzas Entre Gestión Y Administración:

Para Arellano (2004, pág. 35), la gestión y la administración son conceptos que tiene mucho en particular, ambos hacen referencia a las faces administrativas como son planificar, organizar, dirigir y controlar. Sin embargo, también presentan diferencias en sus orientaciones.

La administración es proceso que se basa directamente en la previa coordinación de los diferentes recursos. Así mismo se basa en la teoría de la organización, estrategia y la conducta organizacional.

La gestión en el proceso de cambio y aplicación de decisiones sobre las políticas, estrategias se relacionan las acciones de la empresa. Con el fin de dirigir los objetivos de la organización.

Definición De Atención Al Cliente

Según el autor (serna Gómez, 2006, pág. 19) define que: La atención al cliente es un grupo de herramientas estratégicas que una empresa diseña para satisfacción, mejor que su competencia, las necesidades y expectativas de sus clientes. De esta manera deducimos que el servicio que se le brinda al cliente es necesaria para el crecimiento de una empresa.

Características Del Servicio Al Cliente

En relación a este punto, (**Gómez, 2006, pág. 19**) afirma que entre las características más comunes se encuentran las siguientes:

- Es lograr un compromiso de todos los colaboradores con la empresa que representan
- Es Perecedero, Se produce y consume instantáneamente
- La Oferta del servicio, prometer y cumplir.
- Es sistemático, quien lo realiza es a su vez el proveedor del servicio
- El Valor agregado, plus al producto
- El Fuente principal del servicio es lograr un nivel de satisfacción positivo del cliente.

Para esta visión tenemos que (**Gómez, 2006**) Afirma que:

- Todas las empresas que establecen la importancia del servicio al cliente coinciden en estas características.
- Conocen a sus clientes, manejando bases de datos confiables
- Realizan investigaciones frecuentes sobre el cliente, para medir los niveles de satisfacción
- Tienen un plan, tienen de servicio a sus clientes
- Está en constante seguimiento para medir los niveles de satisfacción
- Aplican estrategias de estudio de mercado y teniendo en cuenta la satisfacción y compromiso de sus colaboradores.

Tipos de clientes y sus comportamientos

De acuerdo con **Chiavenato citado por Arrascue y Segura (2016)** Las empresas existen para satisfacer las necesidades de sus clientes, ya sea que la empresa tenga éxito o no, así como para determinar su éxito.

Sin embargo, se necesitan estrategias de innovación para satisfacer a los clientes, ya que los perfiles de los consumidores han sido alterados (aquellos que compraron en la misma tienda el mismo año sin duda de calidad) para aquellos que buscan una buena relación. leal, si el proveedor de intercambio. Hay muchos clientes que no tienen facilidad para expresar sus necesidades, así mismo el encargado de atenderlo tiene que tener una empatía para poder descifrar de diferentes formas que es lo que el cliente busca.

De esta manera se identifican algunos tipos de clientela:

El cliente impaciente: es de manera general; dialogador cíclico, persistente, obligador, promotor de bromas de mal gusto y fuera de lugar.

El cliente silencioso: es el tipo de cliente que habla muy poco, finge no saber, pero; siempre está atento a los movimientos a su alrededor.

Cliente negociador: el típico cliente que siempre está tratando de tener alguna ventaja en la compra o servicio de algún bien recibido.

El cliente indeciso: es el cliente que siempre está haciendo muchas preguntas sobre el producto a adquirir, es lento, pero también; es una persona ingeniosa.

El cliente buen humor: es una persona divertida, amable, pero; esta propenso a desviar el tema de fondo en la comunicación, causando dificultades en la comunicación.

Cliente inteligente: es la persona que sabe todo referente al producto o servicio que va adquirir y no permite que lo traten de convencer de lo contrario.

El cliente presumido: es el cliente que siempre cree tener o saber todo.

El cliente minucioso: es el cliente que desea saber hasta el detalle más mínimo de su compra, el funcionamiento, etc.

El cliente agresivo: tipo de cliente más difícil de lidiar, es la clásica persona que no escucha razones por el mismo motivo se altera grita y genera desorden.

Evolución Del Servicio Al Cliente

(Gómez, 2006) Señala que según el concepto que se tenía de atención al cliente, el agrado de las necesidades del mismo, específicamente la benevolencia y la atención. Hoy en día, se tiene nuevos conceptos de servicio y se dice que es un recurso frecuentemente utilizado por las empresas 1. Dirigida a la anticipación de la satisfacción de las necesidades, del plus del producto a los clientes, buscando la fidelidad de su cartera de clientes ya conquistados como la tracción de nuevos clientes, ofreciendo un servicio superior a los competidores. Los motivos por los cuales está esta nueva visión es porque hay una calidad de datos, esto exige que se tenga que dar un mayor valor agregado, quieren que los proveedores los conozcan al detalle, teniendo con esto una gran variedad de opciones, colocan un enorme valor en la facilidad, rapidez con la que se pueda conseguir bienes y servicios. En satisfacer la totalidad de necesidades de los clientes, y disminuir la necesidad del cliente de dividir sus necesidades entre varias empresas. Todo esta se da porque el cliente valor a los nuevos elementos que le puede ofrecer la empresa. Tales como, soluciones individualizadas y la amabilidad.

La Organización Y Servicio Al Cliente

Métodos para mantener a los clientes satisfechos con el servicio y la atención brindada

Como Conservar A Los Clientes

En su texto, (Gómez, 2006) señala que para conservar y tener satisfecho a un cliente es importante que tratemos bien al cliente. Por ejemplo, no deberíamos hacer esperar tanto tiempo a un cliente. En el caso que estemos en una llamada (teléfono) debemos regresar a la llamada cada 35 segundos para que el cliente se sienta que estamos haciendo lo posible por atenderlo y brindarle un servicio.

Barreras Contra La Buena Atención Al Cliente

(Escobar g., 2009, pág. 9) Cuando la empresa crea apolíticas solo pensando en su propia conveniencia de la empresa y no en la satisfacción del cliente.

- Cuando no hay una estrategia bien planteada y no hay comunicación en el proceso de la atención al cliente.
- Cuando se forma una lejanía muy pronunciada entre la persona que le está brindando el servicio y el cliente.
- Colaboradores indiferentes
- No se toma en cuenta el consumidor
- Los colaboradores más cercanos no tienen la iniciativa p0ara solucionar problemas simples.

Elementos De Atención Al Cliente

(Escobar g., 2009, pág. 8) Afirma que: en la atención al cliente tiene varios elementos: el cliente, el personal de contacto directo. Los colaboradores son quienes se enfrentan a las distintas situaciones con el cliente, que se conoce como “las situaciones de la verdad “y el servicio mismo.

Estos elementos se relacionan de una manera sincronizada: el consumidor objetivo del servicio, y debemos señalar que es totalmente indispensable. El soporte físico se refiere específicamente al material utilizado para la prestación del servicio al cliente. También, el personal o colaboradores de contacto, el cliente y ambos a la vez, Son los instrumentos importantes y necesarios para la prestación de servicio y con ello una atención al cliente óptimo.

Marco Conceptual

Las micro y pequeñas empresas se han convertido en la actualidad en grandes fuentes de empleo para m ciudadanos, siendo uno de los aportes más elevados a la población económicamente activa. Así mismo es un tipo de empresa que aumenta cada vez más, eso debido a que cada vez más personas se interesan por invertir de manera independiente. Pero también presenta limitaciones, por su mima formación rápida se genera informalidad, ya que se cree que si se formaliza la superintendencia de recaudación tributaria va ser un opresor para ellos, por otro lado, se presentan otras limitaciones no pueden acceder rápidamente a préstamos bancarios. No pudiendo demostrar con la documentación necesaria que son entes activos.

La gestión está presente en toda organización con diferentes direcciones, pero en esencia es la misma, procura obtener la información de la planificación para en base a lo que se le proporcione pueda elaborar sus planes de trabajo con el fin de lograr los objetivos ya sea de forma grupal como individual. La gestión es la herramienta con la cual y en base a esta se tomarán decisiones que pueden ser acertadas como erróneas eso depende de las faces administrativas, ya que la gestión y la administración tienen muchas similitudes expuestas lo cual enriquece más a la toma de decisiones.

La atención al cliente es uno de los pilares de una organización sin importar en el rubro en que se desempeñe por eso es fundamental fijar las técnicas necesarias para su continua mejora todas las empresas buscan la captación de nuevos clientes y la fidelización de los clientes ya ganados sin embargo existen barreras que no permiten que la atención sea adecuada al 100 % teniendo deficiencias debido a la poca o nula capacitación de los colaboradores de esta manera no se brinda las herramientas necesarias para efectuar una atención eficiente.

III.- HIPÓTESIS

Fernández y Baptista (2014) “Las hipótesis indican lo que estamos buscando o tratado de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado, formuladas de manera de proposiciones. Este trabajo de investigación no contiene hipótesis, por su naturaleza descriptiva, ya que se observa una situación. Se pretende como investigador descubrir, a través de observación e investigación, para luego hacer una descripción, constatar una realidad que acontece en las MYPES del rubro librerías del Distrito de Huanchaco en el año 2018.

IV.- METODOLOGÍA

4.1.- Diseño de la investigación

El diseño de investigación es descriptivo cuantitativo no experimental-trasversal. Por lo que se realiza sin manejo de las variables. Incluyendo hipótesis Generales necesarias.

Es de tipo cuantitativo, porque la estructura puede medirse y se puede expresar de forma numérica.

Es de tipo no experimental, porque se hizo la investigación conforme a la realidad sin realizar modificaciones a la realidad.

Fue transversal, porque la investigación tuvo un tiempo determinado en el cual se desarrolló con un tiempo de inicio y final.

Fue de manera descriptiva, porque en este trabajo de investigación está describiendo las características de gestión en las micro y pequeñas empresas del rubro librerías, los propietarios de las librerías del Distrito de del Huanchaco,2018.

Las prácticas no adecuadas que se aplican en el servicio brindado y la atención al cliente

La presente investigación tiene el siguiente diseño de una casilla:



Donde:

- **M:** Representa la muestra observada.
- **O:** Representa lo que observamos.

4.2.- Población Y Muestra

Población:

La población está compuesta por 18 MYPES del rubro librerías en el Distrito Huanchaco según padrón legalizado del municipio de dicho Distrito.

4.3.- Definición Y Operacionalización De La Variable

VARIABLE	DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO	ESCALA VALORATIVA
Gestión en atención al cliente	Gestión	Planificación	visión y misión clara y precisa	1. ¿tiene definida una misión y visión?	Cuestionarios • Técnica: Encuesta	Siempre A veces Nunca
			planteamiento y conocimiento de los objetivos	2.- ¿tiene presente los objetivos de la empresa?		
		organización	manejo de una buena organización administrativa	3.- ¿Fomenta un liderazgo en sus colaboradores		
				4- ¿tiene conocimiento de gestión? 5.- ¿usa técnicas para enriquecer el conocimiento de gestión en sus colaboradores?		
		Dirección	constante motivación a cliente interno	6.- ¿considera que tiene una buena comunicación con los clientes?		
			objetivos comunes	7.- ¿realiza seguimientos de los logros de sus colaboradores? 8.- ¿considera que brinda la confianza necesaria a sus clientes?		

		Controlar	constante evaluación de los progresos	9.- ¿Hace algún seguimiento para medir el nivel de satisfacción del cliente?		
Atención al cliente	Confiabilidad del cliente interno		brinda la disposición oportuna y adecuada	10.- ¿trasmite confianza a sus colaboradores?		
				11.- ¿considera que se realiza una buena planificación estratégica?		
	Tiempo de espera		atención eficiente en el tiempo adecuado	12.- ¿El tiempo de espera de los clientes supera los 5 minutos?		
				13.- ¿Generan colas por deficiencia del personal?		
	Capacitación		planificación de capacitaciones para mantener una buen clima laboral trato con los clientes	14.- ¿Realiza capacitaciones trimestrales a su personal?		
				15.- ¿considera que el clima laboral es óptimo?		

4.4. Técnicas E Instrumentos De La Recolección De Datos

Muestra:

La muestra de la investigación, estará conformada para variable gestión de calidad estará conformada por los 10 MYPE del rubro librerías del Distrito de Huanchaco- Trujillo.

Técnica:

Encuesta

Según Audirac y Otros (2006, pág. 18) es la técnica que permite que se pueda hacer el levantamiento de información de una manera más amplia y con varios puntos de vista.

Las encuestas de 15 preguntas que se realizaron para llegar a poder recolectar información sobre gestión basada en la atención al cliente y el nivel de conocimiento y aplicación de las técnicas de gestión administrativa con referencias a las librerías del Distrito de Huanchaco.

Instrumento:

El cuestionario de preguntas aplicada a los colaboradores o propietarios, así como sobre la gestión administración de las librerías en el Distrito de Huanchaco 2018.

4.5. Plan De Análisis.

Para la recolección de datos se tuvo que hacer visitas previas a las MYPE del rubro librerías del Distrito De Huanchaco -Trujillo, para que de esta manera se pueda coordinar con los dueños de estas, para determinar si estos se encuentran dispuestos a proporcionar la información suficiente para el trabajo de investigación.

Finalmente, luego se realizó las coordinaciones necesarias, para proceder a la aplicación del cuestionario (encuesta). Las MYPE encuestadas han sido seleccionadas por conveniencia del investigador.

Seguidamente de la recolección de datos se procedió a codificarlos, para mantener el orden y posteriormente elaborar los cuadros estadísticos, mediante un Programa estadístico. se utilizó el programa de Microsoft Excel, que fue de mucha ayuda para la elaboración de las tablas y figuras en las cuales se demuestran los resultados de la investigación, además se usó Microsoft Word que los nos ayudó a elaborar el análisis de resultado.

4.6.- Matriz De Consistencia

Problema	OBJETIVOS	MARCO TEORICO	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
¿Cómo se gestiona las MYPES rubro librerías basada en la de atención al cliente, Huanchaco 2018?	<p>4.1) Objetivos Generales: Describir y determinar las características en la relación que guarda la variable gestión con la variable atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro librerías del Distrito de Huanchaco- Trujillo 2018.</p> <p>4.2) Objetivos Específicos: <input type="checkbox"/> Determinar las características del conocimiento de gestión en todos los colaboradores de las micro y pequeñas empresas del rubro librerías en el Distrito de Huanchaco. <input type="checkbox"/> Describir las características de la aplicación de la gestión en las micro y pequeñas empresas. > Conocer las características de la atención al cliente en las librerías del Distrito Huanchaco- Trujillo 2018</p>	<p>INTERNACIONAL Flores (2015) "Proceso Administrativo Y Gestión Empresarial En Coproabas, Jinotega Posso (2010) Análisis, Formulación Y Elaboración Del Modelo De Atención Al Cliente Del Departamento De Gestión Codensa S.A Hidalgo (2015) Modelo de gestión para mejorar la calidad de atención al usuario del GADM Canton Babahoyo, Ecuador; NACIONAL Arenas (2016) Caracterización De La Satisfacción Del Cliente Y Competitividad De Las MYPES Servicio Rubro Pollo A La Brasa La Arena, 2016 Oré (2017) Gestión y desempeño en un Hospital de Essalud, Cañete, Lima, 2017 Yzaguirre (2018) Gestión de la calidad en la atención</p>	<p>Fernández y Baptista (2014) "las hipótesis indican lo que estamos buscando o tratado de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado, formuladas de manera de proposiciones. Este trabajo de investigación no contiene hipótesis, por su naturaleza descriptiva, ya que se observa una situación. Se pretende como investigador descubrir, a través de observación e investigación, para luego hacer una descripción, constatar una realidad que acontece en las MYPES del rubro librerías del Distrito de Huanchaco en el año 2018.</p>	<p>Gestión</p>	<p>Diseño de la investigación El diseño de investigación es descriptivo cuantitativo no experimental- transversal. Por lo que se realiza sin manejo de las variables Es de tipo cuantitativo Es de tipo no experimental Fue transversal Población: La población está compuesta por 18 MYPES del rubro librerías en el Distrito Huanchaco según padrón legalizado del municipio de dicho Distrito. Muestra: La muestra de la investigación, estará conformada para variable gestión de calidad estará conformada por los 10 MYPE del rubro librerías del Distrito de Huanchaco-Trujillo. Técnica: Encuesta Instrumento: El cuestionario de preguntas aplicada a los colaboradores o propietarios, así como sobre la gestión administración de las librerías en el Distrito de Huanchaco 2018. 4.5. Plan de análisis. Para la recolección de datos se tuvo que hacer visitas previas a las MYPE del rubro librerías del Distrito De Huanchaco - Trujillo, para que de esta manera se pueda coordinar con los dueños de estas, para determinar si estos se encuentran dispuestos a proporcionar la información suficiente para el trabajo de investigación.</p>

		<p>al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías en el caso urbano de la ciudad de Chimbote, 2018</p> <p>LOCALES</p> <p>Vargas, A. (2018) La gestión basada en la atención al cliente en la MYPE del rubro servicio de taxi, Tour Perú EXPRESS EIRL de la provincia de Trujillo, año 2017</p> <p>Sernaque (2018) “Gestión Basada En El Enfoque De Atención Al Cliente De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio – Rubro Restaurantes Del Distrito De La Esperanza, Año 2017 Y Propuestas De Mejora”</p> <p>Zelada (2016), en su tesis Atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la ferretería Solano EIRL en el primer semestre del 2016 del distrito de Trujillo</p>		Atención al cliente	
--	--	--	--	---------------------	--

4.7.- Principios Éticos

Este trabajo realizado de investigación, se obtuvo la información con total transparencia al momento de realizar la recolección de datos de la población en estudio referido a las librerías del Distrito de Huanchaco – Trujillo

Correspondiente de los códigos de ética de la universidad ULADECH respetando la norma legal y los principios éticos para enriquecer la mejora continua y el aprendizaje adecuado del investigador.

- Respeto a la persona humana: Se refiere al acto de permitir que las personas decidan por sí mismas, esto se refiere a la autonomía humana, así se protege su dignidad y libertad de expresión.

- Beneficencia: Se refiere a la protección física, mental y social del participante.
- Justicia: Se dice que la justicia debe ser neutral y de una distribución equitativa de bienes. Además, por ser seres humanos debemos recibir un trato digno y justo. Según la Revista Médica Hondureña (2012) menciona los siguientes principios de la investigación científica:

- Consentimiento informado: Se refiere que debemos respetar las decisiones de las personas. Aquí los individuos protegen sus intereses y tienen la oportunidad de decidir si participan o no con la investigación.

V.- RESULTADOS

5.1. Resultados

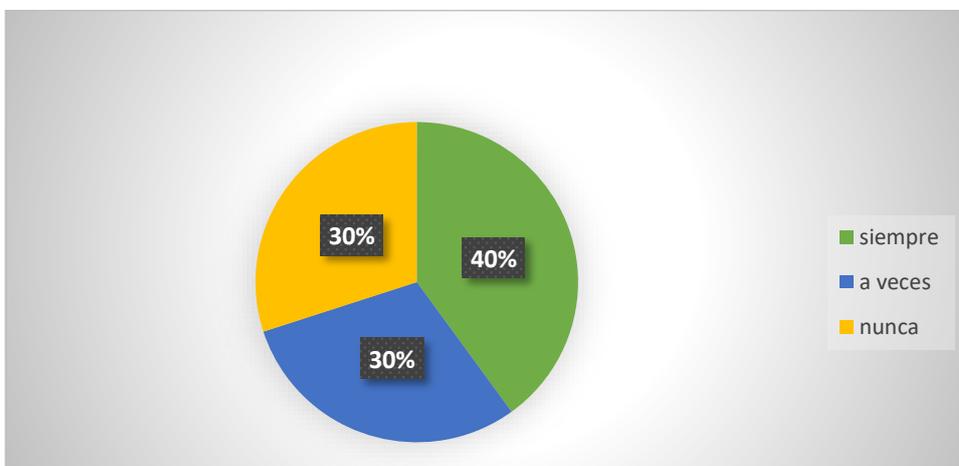
Tabla 1: Misión y Visión:

Alternativa	Números de encuestados	Porcentaje
siempre	4	40 %
A veces	3	30 %
Nunca	3	30 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a las Mypes del rubro librería del distrito de Huanchaco

2018

Figura 1: MISIÓN Y VISIÓN



Interpretación: El 40 % de las librerías encuestadas respondieron que, si tienen presente su misión y visión en la empresa, mientras el 30% nos responde que a veces tienen presente estos términos, así mismo el 30 % no tienen una misión y visión clara de la empresa.

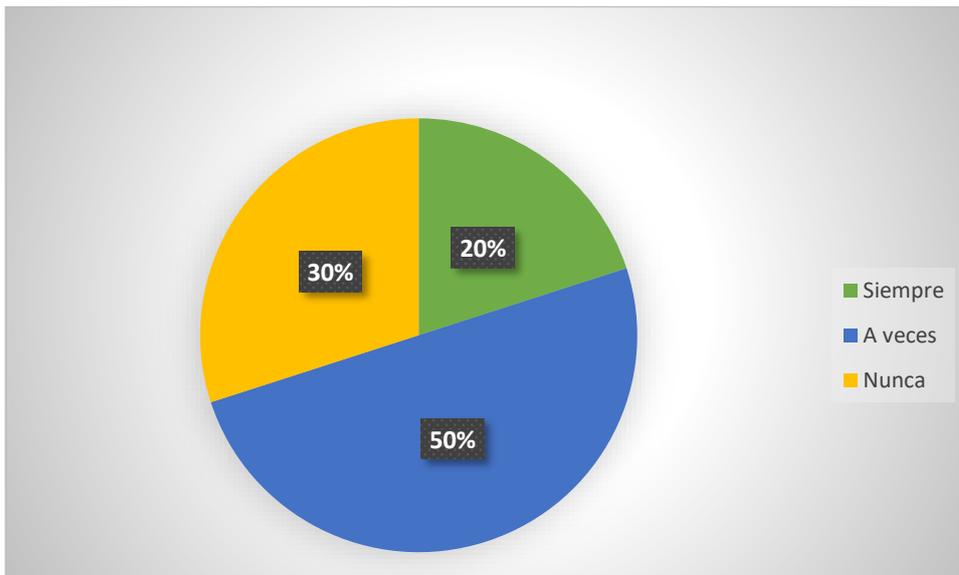
Tabla 2: Objetivo de la empresa

Alternativa	Numero de encuestados	Porcentajes
Siempre	2	20 %
A veces	5	50 %
Nunca	3	30 %
Total	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a las mypes del rubro librerías del Distrito de Huanchaco

2018

Figura 2: OBJETIVO DE LA EMPRESA



Interpretación: En esta pregunta nos arroja que el 50% de los encuestados relativas oportunidades tienen claro los objetivos de la empresa, mientras que el 20 % si tiene precisado los objetivos y un 30 % no tiene claro de los objetivos de la empresa a la cual pertenece.

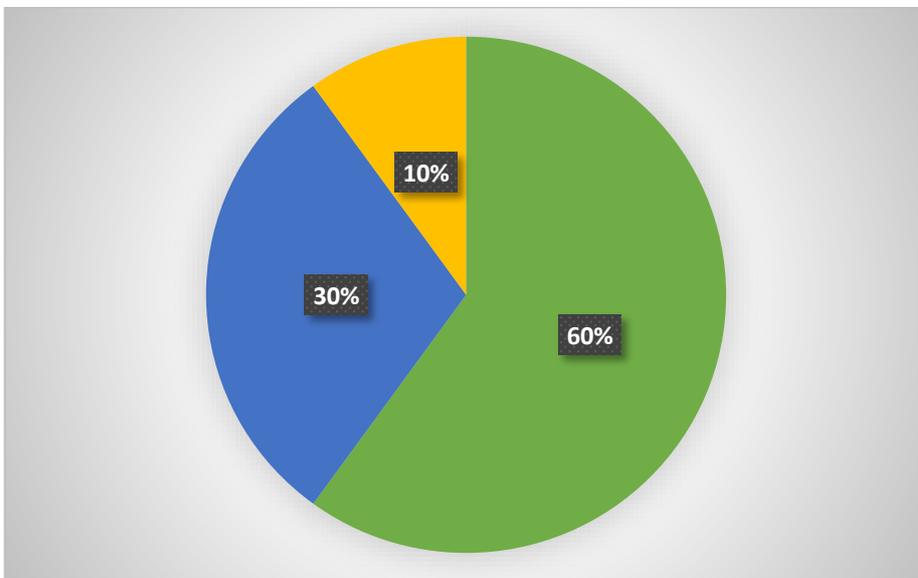
Tabla 3: Se promueve el Liderazgo

Alternativa	Numero de encuetados	Porcentajes
Siempre	6	30 %
A veces	3	60 %
Nunca	1	10 %
Total	10	100 %

Fuente. Encuesta aplicada a las mypes del rubro librerías del Distrito de Huanchaco

2018

Figura 3: SE PROMUEVE EL LIDERAZGO



Interpretación: El 60 % de los colaboradores encuestados responden que a veces fomentan el liderazgo en ellos, el 30 % responde que siempre están en constante fomentación del liderazgo y el 10% que nunca promueven el liderazgo en la empresa

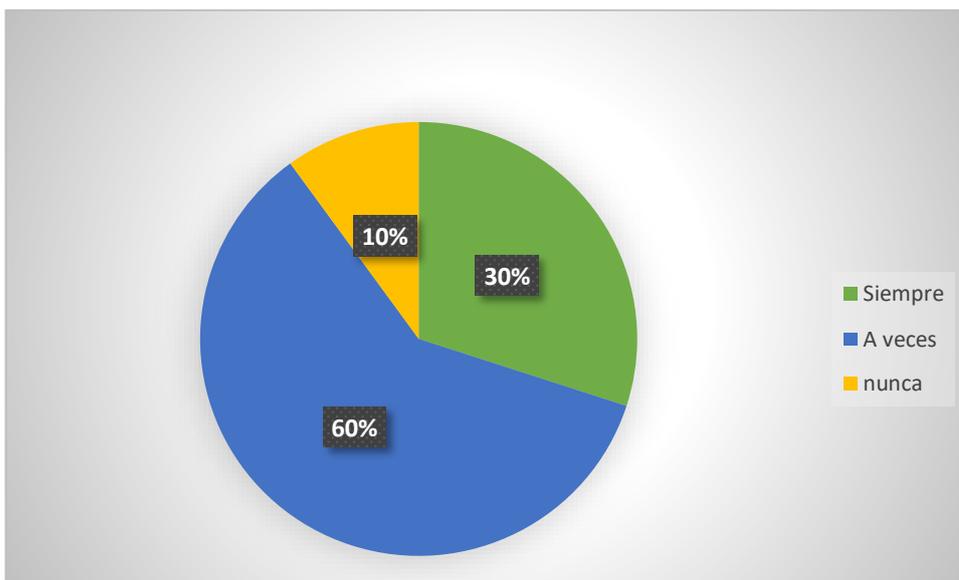
Tabla 4: Conocimiento de Gestión

Alternativa	Numero de encuestados	porcentaje
Siempre	3	30 %
A veces	6	60 %
nunca	1	10 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a las mypes de rubro librería en el Distrito de Huanchaco

2018

Figura 4: CONOCIMIENTO DE GESTION



Interpretación: El 60 % responde que a veces tiene conocimiento de gestión en las librerías, el 30% que si tiene conocimientos sobre gestión y el 10 % no tiene ningún conocimiento sobre gestión.

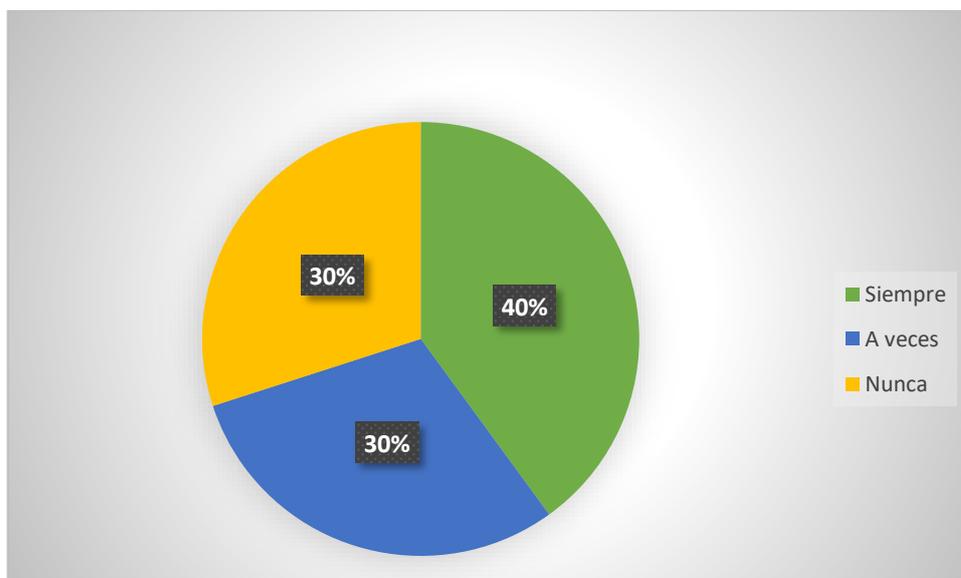
Tabla 5: Enriquecimiento de los conocimientos sobre gestión

Alternativa	Numero de encuestados	Porcentaje
Siempre	4	40 %
A veces	3	30 %
Nunca	3	30 %
Total	10	100 %

Fuente. Encuesta aplicada a las Mypes del rubro librerías del Distrito de Huanchaco

2018

Figura 5: ENRIQUECIMIENTO DE LOS CONOCIMIENTOS SOBRE GESTION



Interpretación: El 40% responde ante la pregunta si enriquece los conocimientos de gestión en sus colaboradores, el 30 % responde que a veces enriquecen los conocimientos, mientras el 30 % responde que nunca enriquece los conocimientos basados en gestión.

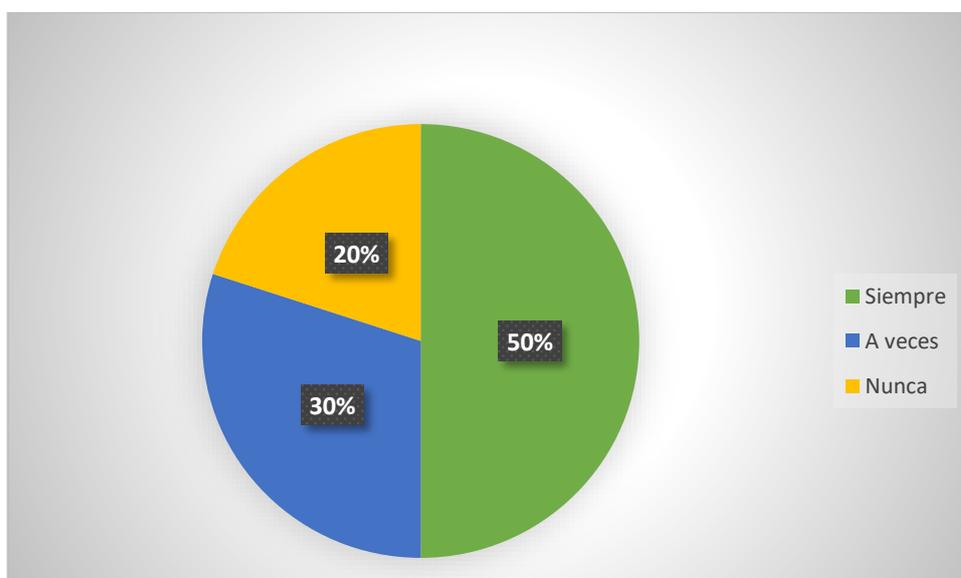
Tabla 6: Comunicación con los clientes

Alternativa	Numero de encuestados	Porcentajes
Siempre	5	50 %
A veces	3	30 %
Nunca	2	20 %
Total	10	100 %

Fuente. Encuesta aplicada a las mypes del rubro librerías del Distrito de Huanchaco

2018

Figura 6: COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES



Interpretación: El 50 % de los encuestados revelan tener dificultades con la comunicación al momento de la atención al cliente, el 30 % responde que a veces tienen problemas de comunicación y el 20 % responde que nunca tiene problemas de comunicación.

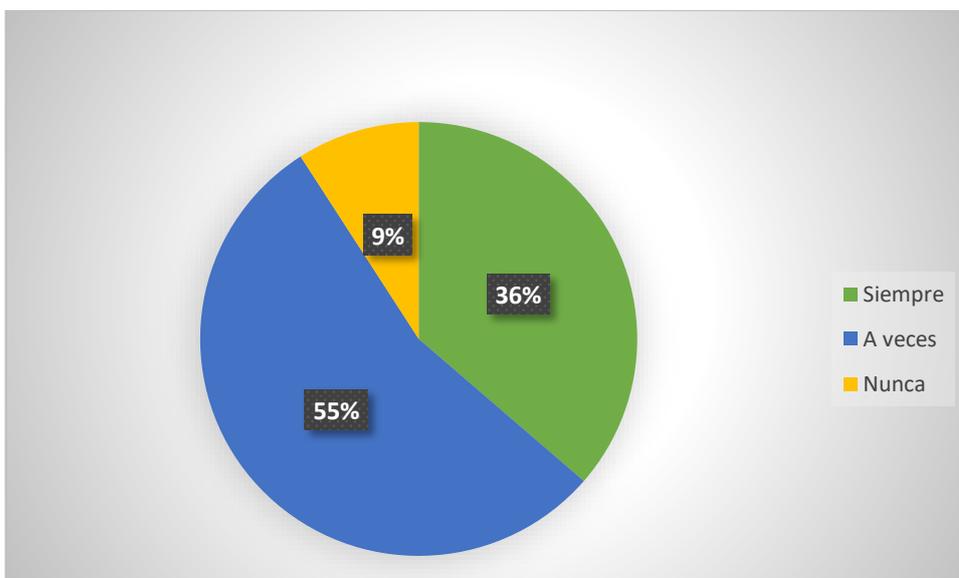
Tabla 7: Seguimiento de logros

Alternativa	Numero de encuestados	Porcentajes
Siempre	4	36 %
A veces	6	55 %
Nunca	1	9 %
Total	10	100 %

Fuente. Encuesta aplicada a las mypes del rubro librerías del Distrito de Huanchaco

2018

Figura 7: SEGUIMIENTO DE LOGROS



Interpretación: El 55 % responde que a veces hace seguimientos de los logros de sus colaboradores, así mismo el 36 % señala que siempre están en constante seguimiento de los logros y un 9 % nunca se preocupan por el seguimiento de los logros de sus colaboradores.

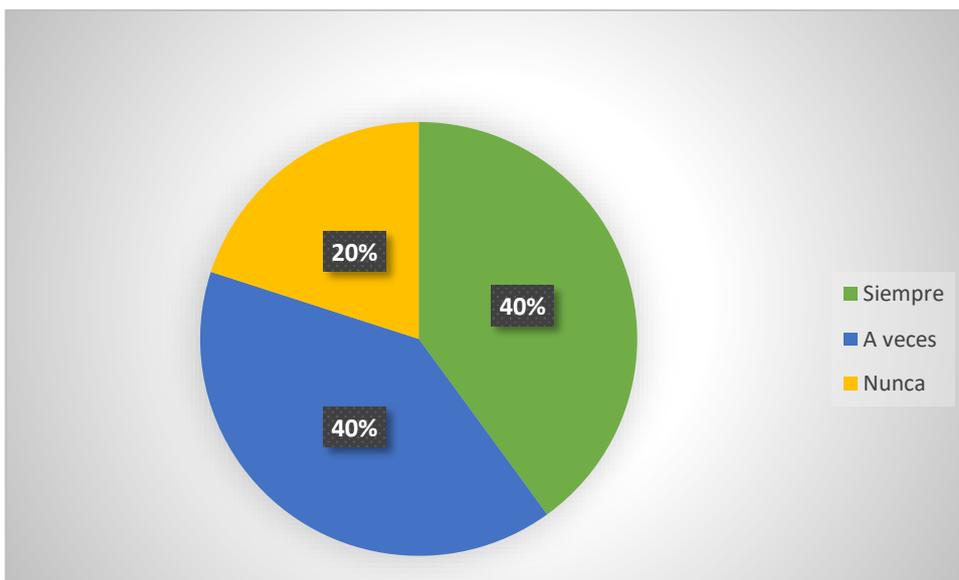
Tabla 8: Confianza a los clientes

Alternativa	Numero de encuestados	Porcentajes
Siempre	4	40 %
A veces	4	40 %
Nunca	2	20 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a las mypes del rubro librería del Distrito de Huanchaco

2018

Figura 8: CONFIANZA A LOS CLIENTES



Interpretación: El 40 % de los encuestados responden que siempre transmiten confianza con los clientes de la misma forma y cantidad el 40 % responde que a veces se logra transmitir la confianza al cliente y el 20 % nunca transmite confianza al cliente.

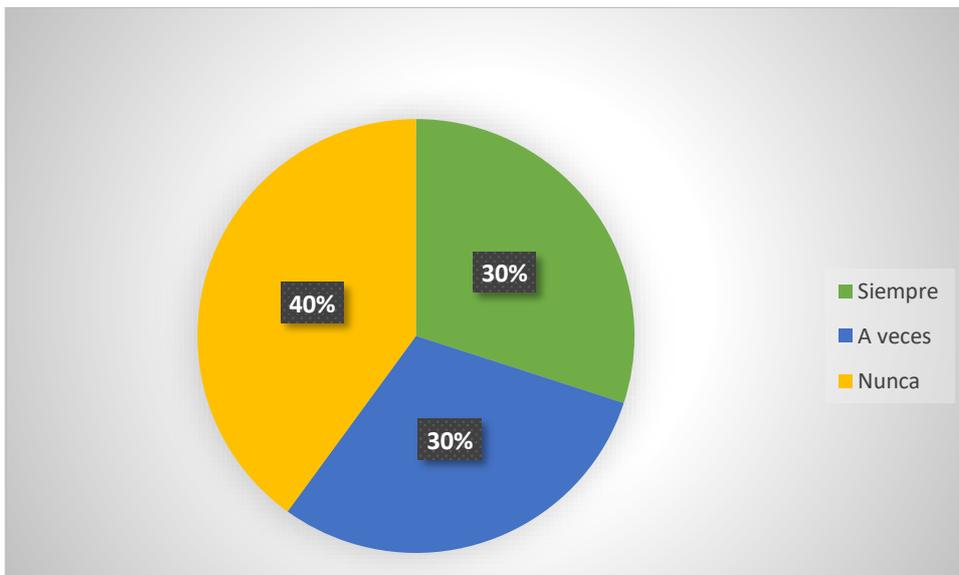
Tabla 9: Medición de Nivel Satisfacción

Alternativa	Numero de encuestados	Porcentaje
Siempre	3	30 %
A veces	3	30 %
Nunca	4	40 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a las mypes del rubro librerías del Distrito de Huanchaco

2018

Figura 9: MEDICIÓN DE NIVEL DE SATISFACCIÓN



Interpretación: El 40 % responde que no tiene alguna técnica de realizar la medición de la satisfacción de los clientes, el 30% nos dice que a veces se hace un seguimiento para medir la satisfacción del cliente y un 30 % responde que nunca hace ningún tipo de seguimiento.

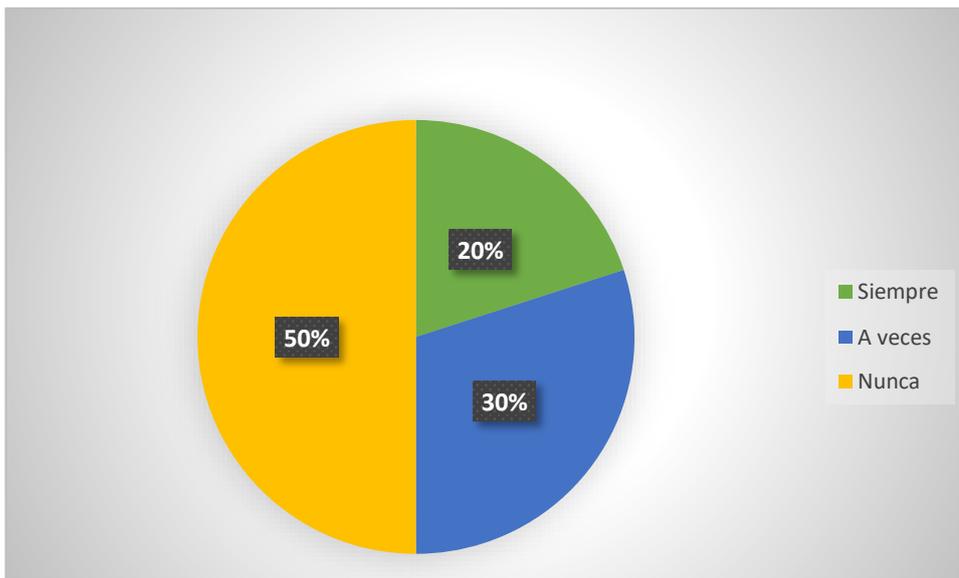
Tabla 10: Confianza Entre La Empresa Y Los Colaboradores

Alternativa	Numero de encuestados	Porcentaje
Siempre	2	20 %
A veces	3	30 %
Nunca	5	50 %
Total	10	100 %

Fuente. Encuesta aplicada a las mypes del rubro librerías en el Distrito de Huanchaco

2018

Figura 10: CONFIANZA ENTRE LA EMPRESA Y LOS COLABORADORES



Interpretación: El 50 % responde que no siente confianza de parte de la empresa, el 30 % responde que a veces siente que la empresa le brinda confianza y el 20 % que nunca se les brinda la confianza a los colaboradores por parte de la empresa.

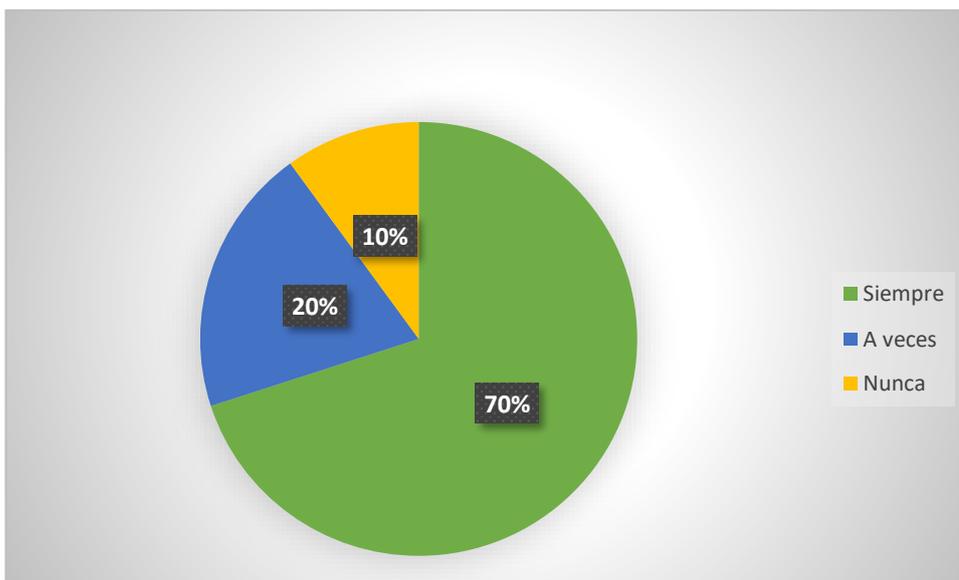
Tabla 11: Planificación Estratégica

Alternativa	Numero de encuestados	Porcentajes
Siempre	7	70%
A veces	2	20%
Nunca	1	10%
Total	10	100 %

Fuente. Encuesta aplicada a las mypes del rubro librerías en el Distrito de Huanchaco

2018

Figura 11: PLANIFICACION ESTRATEGICA



Interpretación: El 70 % responde a la pregunta planteada que siempre manejan una planificación estratégica, mientras el 20% responde a veces se maneja una planificación estratégica en busca de los objetivos y el 10 % que nunca se aplica una administración estratégica en la empresa.

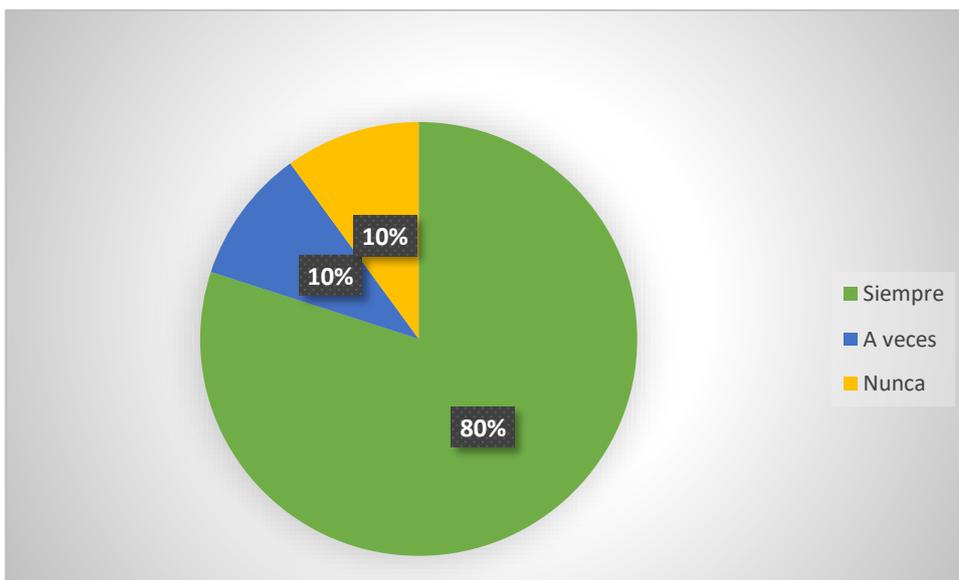
Tabla 12: Tiempo de Espera

Alternativa	Numero de encuestados	Porcentaje
Siempre	8	80 %
A veces	1	10 %
Nunca	1	10 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a las mypes del rubro librerías en el Distrito de Huanchaco

2018

Figura 12: TIEMPO DE ESPERA



Interpretación: El 80 % de los encuestados sienten la molestia de una mala atención porque demoran más de 5 minutos en atenderlos teniendo que esperar varios minutos hasta poder ser atendidos, el 10 % responde que a veces se siente incómodo con el tiempo de espera y el 10 % que nunca se siente incómodo con el tiempo de espera para ser atendidos

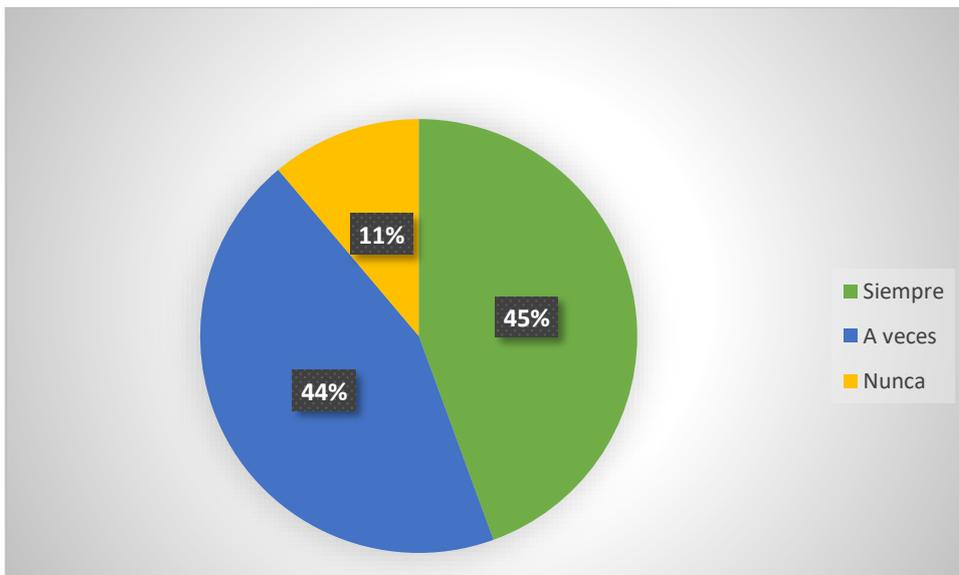
Tabla 13: Deficiencia del Personal

Alternativa	Numero de encuestados	Porcentaje
Siempre	50	45 %
A veces	40	44 %
Nunca	10	11 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a las mypes del rubro librerías en el Distrito de Huanchaco

2018

Figura 13: DEFICIENCIA DEL PERSONAL



Interpretación: El 45 % de los encuestados responden que las colas se generan por la deficiencia del personal, así mismo el 44 % responden que a veces se generan colas por este motivo y el 11 % que nunca se generan colas por parte de los colaboradores.

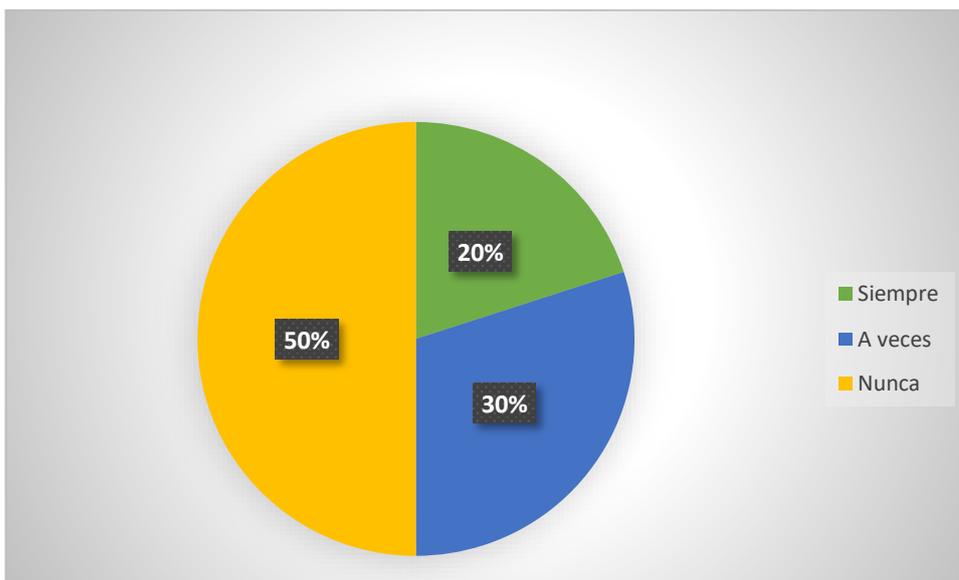
Tabla 14: Capacitación del personal

Alternativa	Numero de encuestados	Porcentajes
Siempre	2	20 %
A veces	3	30 %
Nunca	5	50 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a las mypes del rubro librerías en el Distrito de Huanchaco

2018

Figura 14:CAPACITACIÓN DEL PERSONAL



Interpretación: el 50 % de los encuestados responden que nunca realizan capacitaciones a su personal, el 30 % responde que a veces realiza capacitaciones y el 20 % que siempre realiza las capacitaciones a sus colaboradores.

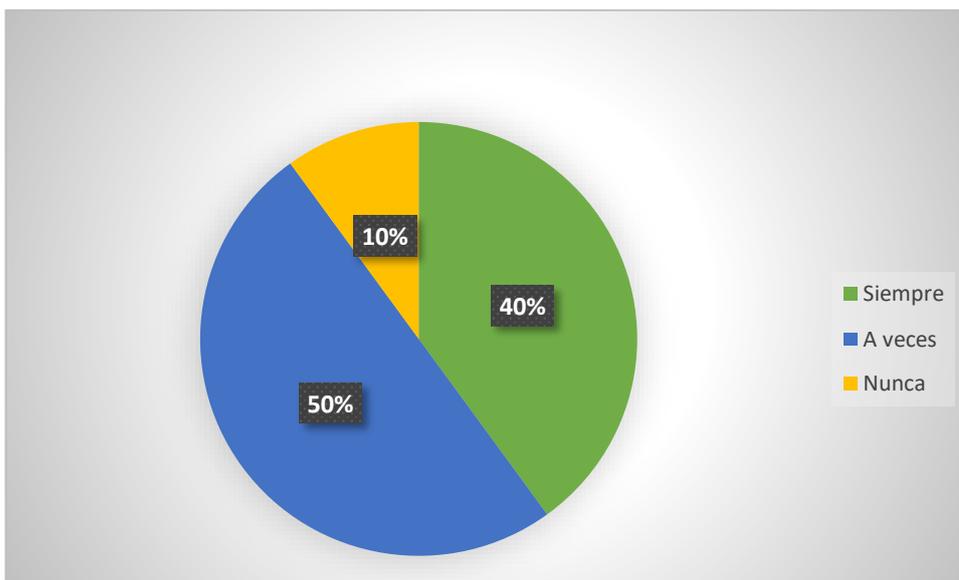
Tabla 15: Clima Laboral

Alternativa	Numero de encuestados	Porcentajes
Siempre	4	40 %
A veces	5	50 %
Nunca	1	10 %
Total	10	100 %

Fuente. Encuesta aplicada a las mypes del rubro librerías en el Distrito de Huanchaco

2018

Figura 15: CLIMA LABORAL



EL 50 % responde que a veces se encuentra en un buen clima laboral mientras que el 40 % responde que siempre se encuentra en un clima laboral optimo y un 10 % refiere que nunca se encuentra en un clima laboral adecuado.

5.2.- Análisis De Resultados

Primera Tabla: Misión y Visión

El 40 % de que los colaboradores de las empresas de este sector tienen definido su misión y visión por lo tanto discrepo con lo dicho por Vargas, A. (2018) en su investigación donde da como resultados que el 53 % no tiene una idea de su misión y visión en la empresa en la que laboran. De acuerdo con los resultados presentados los colaboradores si tienen planteado una misión y visión. Debido a la importancia que genera tener una misión y visión la empresa, esto es desde el nacimiento de la misma donde de se plasman los objetivos a largo plazo y la esencia del servicio o bien brindado. De esta manera las empresas hacen su propia formación basadas en sus ideales y dependiendo del rubro o mercado donde van a participar.

Segunda Tabla: Objetivo de la empresa

Los resultados nos muestran que un 50% de los colaboradores o propietarios responden que a veces tienen presentes sus objetivos como empresa, por lo tanto discrepo ligeramente con Vargas, A. (2018) que refiere que un 56% de los conductores manifiestan que no conocen si la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL; tiene objetivos o metas planteadas; y de alguna manera concuerda con Yzaguirre (2018) quien nos dice que: el 75% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo de creación generar rentabilidad en sus negocios. Así mismo concuerda parcialmente con lo referido por Comex Perú (2018, pág. 1) donde se plantea que uno de los principales objetivos que tiene una empresa es generar ganancias, llegando a la conclusión

que, si bien el objetivo principal de las mypes es obtener beneficios no esta tan alejado y se reúne conjuntamente con los demás objetivos tanto en la empresa como en los colaboradores, aunque no esté presente en su totalidad si deja la posibilidad de mejora en ese aspecto. Se presenta una falta tanto de comunicación como de compromiso por parte de los colaboradores hacia la empresa.

Tercera Tabla: Se promueve el Liderazgo

Referente a la pregunta si los dueños o ellos mismo consideran que fomenta un liderazgo; nos brinda como resultado que el 60 % considera que a veces fomenta un liderazgo teniendo en cuenta que muchos de los colaboradores también son dueños, ellos mismos declaran no tener un liderazgo constante en el momento de realizar las gestiones empresariales, esto concuerdo con lo que afirma Oré (2017) el 66,7% consideran que el liderazgo es regular según sus resultados de su investigación, estamos frente a una realidad donde nos damos cuenta que no se incentiva al liderazgo por diferentes motivos, pueden ser por motivos sociales o por desconocimiento teniendo un liderazgo débil en el manejo eficiente de las mypes en estudio.

Cuarta Tabla: Conocimiento de Gestión

Tienen dificultades con la gestión, el 60% nos dice que a veces presenta dificultades para aplicar técnicas de gestión en la empresa, así mismo presenta problemas para realizar una gestión en la mypes del rubro librerías dejando la posibilidad de que si bien no es totalmente desconocida la gestión para los encargados o colaboradores de las mypes; tampoco se obtiene un resultado positivo favorable como tampoco en su totalidad desfavorable a diferencia de lo que nos dice Sernaque (2018) quien nos afirma

que en su rubro de estudio un total de 84%, que los empresarios indican que sus trabajadores han llevado curso de capacitación en gestión. Sin embargo, concuerdo con lo dicho por Avolio (2011, pág. 73) nos dice que se generan dificultades al momento de realizar una gestión ya que la mayoría de las micro y pequeñas empresas son guiadas por familiares sin experiencia, pero reciben ese cargo por confiabilidad.

Quinta tabla: Enriquecimiento de los conocimientos sobre gestión

Referente a la pregunta usa técnicas para enriquecer a la gestión en sus colaboradores el 40 % nos dice que si usa técnicas para mejorar sus conocimientos sobre gestión así mismo concuerdo ligeramente con Sernaque (2018) quien nos afirma que en su rubro de estudio un total de 84%, que los empresarios indican que sus trabajadores han llevado curso de capacitación en gestión por lo tanto se afirma que si se usa técnicas para mejorar el conocimiento ya encontrado sobre gestión. Esta respuesta concuerda con la teoría de Pacheco (2013) quien nos dice que la gestión es un grupo de acciones o herramientas para lograr una meta u objetivo tanto de forma individual como de forma grupal. Como conclusión de esta pregunta si se logra apreciar un interés en mejorar la gestión en las librerías del Distrito de Huanchaco, realizando una autoformación, así como participando de capacitaciones relámpagos.

Sexta Tabla: Comunicación con los clientes

El 50 % de los encuestados respondieron que si presentan dificultades para generar una buena comunicación esta información concuerda con lo dicho por Chiavenato citado por Arrascue y Segura (2016) que hay varios tipos de clientes y para eso la persona encargada de este tipo de tarea, como es la atención tiene que tener ciertas habilidades entre ellas está la facilidad de comunicación. Con esta herramienta como

es la comunicación el cliente se sentirá más cómodo y atraído por el producto o servicio. Así mismo si no se cuenta con esta capacidad se generan ciertas barreras entre el cliente y el vendedor. También concuerda con la teoría de (escobar g., 2009, pág. 9) quien nos muestra las barreras para la atención y una de las principales es la falta de comunicación entre locutor y receptor, teniendo como referencia la distracción tanto del vendedor como del cliente.

Séptima Tabla: Seguimiento de logros

Resultados de esta pregunta que a veces se hace seguimientos de los logros de las empresas con un 55 % ya sea a los logros de los colaboradores, así como de los logros personales. Esto es afirmado por Flores (2015) quien nos dice que a veces se hace seguimientos de los logros obtenidos con un Siempre 33.33%, Algunas veces 33.33%, Espontáneamente 20%, Casi siempre 13.33%, quiere decir que, si hay un seguimiento, aunque todavía débil, pero está presente en el manejo de la organización. Nos lleva a que las mypes deben realizar un seguimiento continuo y constante en el tiempo. Se esta manera se logran mejores resultados de los ya obtenidos. Siempre buscando la mejoría de las actividades ya realizadas, para beneficio común.

Octava Tabla: Confianza a los clientes

El 40 % de los encuestados en las mypes del rubro librerías nos dicen que a veces considera que transmite confianza de esta forma deja un vacío importante que es uno de los puntos que pueden manejarse tanto a favor como en contra la confianza que se le brinda al cliente es crucial para poder lograr desarrollar una buena atención al cliente, con cual concuerdo con lo planteado por Vargas, A. (2018) el 40% refiere que el muy pocas veces o nunca la empresa (MYPE) transmite confianza y seguridad a sus clientes. De manera que pueden encontrarse nuevas barreras para el logro de los objetivos como es fidelizar al cliente. la confianza presentada por parte de los encargados de la atención tiene que ser básica un cliente que siente que tiene confianza en su empresa no la cambiara. Así mismo que (Gómez, 2006) nos afirma que una de la importancia de la atención al cliente es conocer a su clientela de manera que primero se conoce al cliente y se permite que la confianza crezca de manera beneficiosa.

Novena Tabla: Medición de Nivel Satisfacción

La respuesta a esta pregunta planteada nos muestra un 40% que nunca mide la satisfacción a sus clientes con la cual discrepo ligeramente

El 70 % de los colaboradores encuestados responden que la planificación estratégica según su criterio es buena y siempre se practica lo cual concuerda ligeramente con Oré (2017) que afirma en su investigación que el 66.7% considera regular la planificación estratégica. Llevándonos también concordar con Pacheco (2013) quien nos dice que parte de la gestión es basada en la planificación concreta para el logro de los objetivos trazados. Siendo de mucha importancia la planificación estratégica y su aplicación en

las empresas, llevando un orden de las acciones a futuro con la técnica adecuada para obtener los objetivos deseados.

Decima Tabla: Confianza Entre La Empresa Y Los Colaboradores

El 50 % de los colaboradores encuestados refieren no sentir confianza por parte de la empresa, siendo este un vínculo importante entre los colaboradores y la empresa así mismo concordamos ligeramente con Vargas (2015) en su investigación que afirma que el 40 % de los colaboradores se sienten respaldados por las empresas donde trabajan. Así mismo discrepo Zelada (2016) con El 35 % nos dice que existe confianza en sus trabajadores. Por otro lado, concuerdo con, (Gómez, 2006, pág. 19) afirma que los colaboradores deben de tener un compromiso con la empresa, pero para que este compromiso se dé a el colaborador se tiene que sentir que la empresa lo respalda y le brinda la confiabilidad necesaria.

Decima Primera Tabla: Planificación Estratégica

El % 70 % de los colaboradores encuestados responden que la planificación estratégica según su criterio es buena y siempre se practica lo cual concuerda ligeramente con Oré (2017) que afirma en su investigación que el 66. 7% considera regular la planificación estratégica. Llevándonos también concordar con Pacheco (2013) quien nos dice que parte de la gestión es basada en la planificación concreta para el logro de los objetivos trazados. Siendo de mucha importancia la planificación estratégica y su aplicación en las empresas, llevando un orden de las acciones a futuro con la técnica adecuada para obtener los objetivos deseados.

Décimo Segunda Tabla: Tiempo de Espera

El 80 % de los encuestados indican que el tiempo de espera de los clientes superan los 5 minutos, generando mal estar en los usuarios esto concuerda con lo dicho por Arenas (2016) que nos refiere en su investigación que el 72 % de los usuarios califican a la atención de manera lenta. Así mismo concordamos con (Gómez, 2006) quien nos dice que cual es la importancia de mantener un cliente y uno de los puntos en contra que se presentan es el tiempo de espera en las colas para su atención, como para su entrega del producto o servicio. Siempre teniendo en cuenta que la eficiencia y la eficacia son términos que juegan un papel importante en mantener la cartera de clientes.

Décimo Tercera Tabla: Deficiencia del Personal

El 45 % de los encuestados resaltan que las molestias a los clientes se genera por la deficiencia del personal por lo cual difiere con lo dicho por Hidalgo (2015) afirma que el 37% de los usuarios consultados presentan satisfacción en la atención recibida entre Muy Buena, ya que es un grupo de acciones a tomar en cuenta para que el cliente se sienta bien y uno de los puntos débiles es la poca capacitación en la atención, así mismo falta de familiarización con los productos, generando colas innecesarias de la misma manera discrepo con lo dicho por Vargas, A. (2018) donde afirma que la mayoría (90%) de los colaboradores si conocen sus funciones, lo cual no sucede en el rubro de librerías ya que los encargados no están preparados de manera adecuada, así; como no cuentan con las técnicas necesarias para manejar el tiempo de atención.

Décimo Cuarta Tabla: Capacitación Del Personal

El 50 % de los encuestados refieren no ser capacitados de manera correcta con técnicas que le ayuden a poder desarrollar mejor su función, de esta manera concuerdo con (escobar g., 2009, pág. 8) quien nos dice que el elemento de la atención al cliente se basa en las cualidades obtenidas por el colaborador de manera que este sea un instrumento de contacto directo con los clientes, para poder dar una prestación de manera rápida y precisa. Esto se logra capacitando el personal periódicamente, mejorando las dificultades presentadas día a día. Así mismo la capacitación es la clave para obtener un personal calificado que es lo que todas las empresas buscan hoy en día.

Décimo Quinto Tabla: Clima Laboral

El 50 % de los encuestados indican que a veces se encuentran en un buen clima laboral lo cual concuerda con lo dicho por Vargas, A. (2018) que nos refiere que el 45% califica como regular el clima laboral en la empresa donde trabajan, buscando un ambiente de compañerismo, apoyo mutuo, etc. De esta manera se refuerza las actividades a realizar y de forma conjunta se puede lograr los objetivos esperados, en el caso de las librerías no está definido un ambiente laboral optimo en el cual los colaboradores se puedan desenvolver con la confianza necesaria.

VI. CONCLUSIONES

- Llegamos a la conclusión que los colaboradores de este rubro no tienen un conocimiento necesario, así como una capacitación referente a la gestión así mismo a la atención correcta de un cliente, dejando a la suerte el destino de la permanencia de la empresa. Siendo en su mayoría de manejo familiar.
- Referente a la gestión realizada en las Mypes del rubro librerías del Distrito de Huanchaco en el año 2018 nos muestra que se presenta una escasa gestión aplicativa en dichas empresas, por falta de conocimiento o por considerar que no es necesario tener un manejo de gestión administrativa por ser una mypes, así como por ser empresas en su mayoría familiares.
- Referente a las características encontradas en la realización de una buena atención al cliente también encontramos déficits en esta área de desarrollo, la empresa de este rubro librerías en un porcentaje considera que necesitan tener una mejor capacitación referente a su atención al cliente, con la finalidad de lograr fidelizar a los usuarios, así como llamar la atención de futuros usuarios.
- Es necesario lograr la concientización de los empresarios con respecto a la importancia de la capacitación de ellos mismo (propietarios) si es el caso de un manejo familiar y/ o del personal a cargo para brindar un servicio de calidad y confiabilidad.

Aspectos Complementarios

- Los dueños o representantes de las micro y pequeñas empresas deberían recibir una capacitación sobre los temas que los benefician como son; tributarios, producción, gestión, ventas, etc. No dejando de lado la actualización con las tendencias tecnológicas que hoy en día dirigen las empresas y sus ganancias. Reiterando que es necesario la capacitación optima de los dueños o representantes, así como de los colaboradores encargados de dichas áreas.
- Las micro y pequeñas empresas deben requerir asesoramiento y mantener un plan de trabajo para el logro de los objetivos planteados, así mismo mantener o formalizar legalmente las empresas ya que la gran deficiencia de las micro empresas es la informalidad y debido a eso no buscan la orientación necesaria en los aspectos requeridos. De manera opcional podrían incluir un plan de mejora donde se pueda plasmar con más detenimiento las debilidades de la empresa, sus fortalezas, sus oportunidades, así como sus amenazas, eso permitirá una visión más completa de la empresa y así poder crear un plan específico para el beneficio de la misma.
- En el tema de atención las micro y pequeñas empresas, necesitan poder concientizarse sobre el tema de mejorar la atención brindada, reforzando sus cualidades y buscando mejoras en las debilidades presentadas así se podrá superar las barreras de no permitir una buena atención al cliente, así mismo se podría reforzar con la capacitación del personal designado para esta tarea.

Referencias Bibliográficas:

- Amat, J. (1992). El Control de Gestión: Una perspectiva de Dirección. Ed. Ediciones Gestión, Barcelona
- Arellano, G. (2004). Gestión Estratégica en el Sector Público: Del Pensamiento Estratégico al cambio Organizacional. Editorial Fondo de Cultura Económica. México.
- Arbulú, J. y Otoyá, J. (2006, diciembre). La PYME en el Perú. Revista de Egresados. Recuperado de <http://cendoc.esan.edu.pe/fulltext/e-journals/PAD/7/arbulu.pdf>
- Beltrán, F. (1999). Definición de modelo de gestión: que es, significado y conceptos. [documento en línea de modelo - de – gestión. España]. Disponible en <http://google.co.ve/searan/definición+de+modelo+de+gestión.pdf>
- Francisco Javier Droguett Jorquera (Santiago, Chile 2012) “Calidad Y Satisfacción En El Servicio A Clientes De La Industria Automotriz: Análisis De Principales Factores Que Afectan La Evaluación De Los Clientes”.
- Catherine Posso Sánchez Análisis, Formulación Y Elaboración Del Modelo De Atención Al Cliente Del Departamento De Gestión De Infraestructura Codensa S.A Esp. Pereira Colombia 2010.
- Cynthia Katterine Pérez Ríos La Calidad Del Servicio Al Cliente Y Su Influencia En Los Resultados Economicos Y Financieros De La Empresa Restaurante Campestre Sac Chiclayo, 15 De Abril Del 2014.

- Luis Alfredo Manuel Clemente Moquillaza Mejora En El Nivel De Atención A Los Clientes De Una Entidad Bancaria Usando Simulación Pontificia Universidad Católica Del Perú. Lima 2008.
- Vela Mori Rafael Y Zavaleta Cuevas Lizdey Milagros Influencia De La Calidad Del Servicio Al Cliente En El Nivel De Ventas De Tiendas De Cadenas Claro Tottus - Mall, De La Ciudad De Trujillo 2014.
- García Garrido Liz Caro Calidad De Servicio Y Satisfacción De Los Clientes Del Banco Ripley S.A Universidad Nacional De Trujillo. Trujillo 2002.
- Serna, P. (2006). Del servicio al cliente a la gestión de clientes. En Servicio al cliente (pp.29-39). Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Gómez, E. (2009). Barreras contra el buen servicio. Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave). (1ra. Ed.) Argentina: El Cid Editor.
- Gómez, E. (2009). ¿Cómo debe actuar cada uno de nosotros? Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave). (1ra. Ed.) Argentina: El Cid Editor.
- Salgueiro, A. (2001). Indicadores de Gestión y Cuadro de Mando. Editorial Díaz de Santos. Madrid
- Melgar, C. J. M. (2009). *La misión empresarial dentro de un marco estratégico para el nuevo milenio*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Pacheco, H. (2013). Gestión, tipos, gestión investigativa, enfoque. Recuperado de http://doctxs6.blogspot.pe/2013/01/gestion-tipos-gestion-investigativa_27.html

- Arrascue, J. y Segura, E. (2016). Gestión de calidad y su influencia en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte “clinifer” chiclayo-2015. Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/2283/1/Tesis%20de%20Arrascue%20Delgado%20y%20Segura%20Cardozo.pdf>
- Gullo, J., & Nardulli, J. P. (2015). *Gestión organizacional*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Mendes, T. (2014). “Gestão do Conhecimento: A Importância da Inovação e da Competitividade numa Organização do Século XXI”. Universidade de Coimbra
- Zelada (2016), en su tesis Atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la ferretería Solano EIRL en el primer semestre del 2016 del distrito de Trujillo recuperado http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5296/zelada-vergaray_luisa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Principios de la ética de la investigación y su aplicación. (2012). Revista Médica Hondureña, 80 (2), 75-76. Recuperado de <http://www.bvs.hn/RMH/pdf/2012/pdf/Vol80-2-20129.pdf>

Anexos

Anexos 1: Encuesta



UNIVERSIDAD LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

Encuesta dirigida a los colaboradores de las librerías del Distrito de Huanchaco 2018

Marca con una X la respuesta que cree conveniente

1. ¿tiene definida una misión y visión?

Siempre a veces Nunca

2.- ¿tiene presente los objetivos de la empresa?

Siempre a veces Nunca

3.- ¿Fomenta un liderazgo en sus colaboradores

Siempre a veces Nunca

4- ¿tiene conocimiento de gestión?

Siempre a veces Nunca

5.- ¿usa técnicas para enriquecer el conocimiento de gestión en sus colaboradores?

Siempre a veces Nunca

6.- ¿considera que tiene una buena comunicación con los clientes?

Siempre a veces Nunca

7.- ¿realiza seguimientos de los logros de sus colaboradores?

Siempre a veces Nunca

8.- ¿considera que brinda la confianza necesaria a sus clientes?

Siempre a veces Nunca

9.- ¿Hace algún seguimiento para medir el nivel de satisfacción del cliente?

Siempre a veces Nunca

10.- ¿trasmite confianza a sus colaboradores?

Siempre a veces Nunca

11.- ¿considera que se realiza una buena planificación estratégica?

Siempre a veces Nunca

12.- ¿El tiempo de espera de los clientes supera los 5 minutos?

Siempre a veces Nunca

13.- ¿Generan colas por deficiencia del personal?

Siempre a veces Nunca

14.- ¿Realiza capacitaciones trimestrales a su personal?

Siempre a veces Nunca

15.- ¿considera que el clima laboral es óptimo?

Siempre a veces Nunca

