



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

**GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIOS,
COLEGIOS DE PRIMARIA, DISTRITO DE CALLERIA,
AÑO 2018**

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

AUTORA

**VILLASIS RUIZ, DORIS VANESSA
ORCID: 0000-0001-5152-9594**

ASESOR

**REBAZA ALFARO, CARLOS ENALDO
ORCID: 0000-0002-5066-5794**

CHIMBOTE – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Villasis Ruiz, Doris Vanessa

ORCID: 0000-0001-5152-9594

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

ASESOR

Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo

ORCID: 0000-0002-5066-5794

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Murillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Murillo Campos, Yuly Yolanda
Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel
Miembro

Cerna Izaguirre, Julio Cesar
Miembro

Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo
Asesor

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, expresar mi gran gratitud a Dios, quien cada día me llena de bendición y permitir que llegue hasta este momento de mi vida como futuro profesional.

Gracias a mis padres por darme la vida ya que ellos no se encuentran en la vida terrenal sé que están ahora guiando mis pasos día a día.

Agradezco a los docentes de Taller de Investigación, Milagros Santillán Tuesta y Carlos Rebaza Alfaro por haber compartido sus conocimientos a lo largo de los ciclos en que nos prepararon para ejercer la profesión.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene el objetivo principal determinar si las mypes del sector servicios, colegios de Primaria en el distrito de Calleria aplican estrategias para mejorar el servicio en la atención a sus clientes. La metodología que se empleó es de tipo cuantitativa, de nivel descriptivo y diseño no experimental – transversal, como instrumento se utilizó la encuesta de 31 ítems, que se aplicó a una muestra conformada por cinco mypes del sector servicios, colegios de primaria, ubicados en el distrito de Callería, obteniéndose los siguientes resultados: el 100% desarrolla procesos que responden a los intereses y necesidades de los clientes, el total de representantes de las microempresas manifestó que el nivel de cordialidad, competencia, disposición y conocimientos del personal administrativo y docente es alto, todos consideran que su clima laboral es bueno, todas las instituciones cuenta con instalaciones adecuadas para la labor que realizan, concluyendo que las mypes del rubro colegios de primaria del distrito de Callería, realizan una gestión orientada al cliente, lo que les ha permitido posesionarse dentro del mercado local como las mejores en su rubro.

Palabras clave: Cliente, Gestión, Microempresas.

ABSTRACT

The present research work has the main objective to determine if the SMEs of the service sector, Primary schools in the Calleria district apply strategies to improve the service in the care of their clients. The methodology used is of a quantitative type, descriptive level and non-experimental - cross-sectional design, as an instrument the 31-item survey was used, which was applied to a sample consisting of five mypes from the service sector, primary schools, located in the Callería district, obtaining the following results: 100% develop processes that respond to the interests and needs of clients, the total number of representatives of micro-enterprises stated that the level of cordiality, competence, disposition and knowledge of administrative and teaching staff It is high, everyone considers that their work environment is good, all institutions have adequate facilities for the work they do, concluding that the mypes of the primary schools category of the Callería district carry out customer-oriented management, which has made them allowed to take possession within the local market as the best in its field.

Key words: Client, Management, Micro-companies.

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de trabajo... ..	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor... ..	iii
4. Hoja de Agradecimiento y/o Dedicatoria.....	iv
5. Resumen y Abstract	v
6. Contenido.....	vii
7. Índice de tablas y figuras	viii
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura.....	5
III. Hipótesis	34
IV. Metodología	35
4.1. Diseño dela investigación.....	35
4.2. Población y muestra.....	35
4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores	37
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
4.5. Plan de análisis.....	39
4.6. Matriz de consistencia	40
4.7. Principios éticos.....	42
V. Resultados	44
5.1. Resultados	44
5.2. Análisis de resultados	49
VI. Conclusiones	55
Aspectos complementarios	56
Referencias bibliográficas	58
Anexos	63

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla

Tabla 1. Características de los representantes de las mypes del sector servicios, colegios de primaria, distrito de Calleria, año 2018.....	36
Tabla 2. Características de la gestión en las mypes del sector servicios, colegios de primaria, distrito de Calleria, año 2018... ..	37
Tabla 3. Características de la gestión bajo el enfoque de la atención al cliente en las en las mypes del sector servicios, colegios de primaria, distrito de Calleria, año 2018.....	38

Figuras (Anexos)

Figura 1. Edad del microempresario	70
Figura 2. Género de los representantes	70
Figura 3. Grado de instrucción del microempresario	70
Figura 4. Cargo que desempeña el representante	71
Figura 5. Tiempo de permanencia en el mercado	71
Figura 6. Ha definido misión, visión y objetivos	72
Figura 7. Conocimiento de la misión, visión y objetivos del personal	72
Figura 8. Plan operativo anual	72
Figura 9. Evaluación del cumplimiento de resultados y metas	73
Figura 10. Procesos responden intereses y necesidades del cliente	73
Figura 11. Nivel de cordialidad, disposición y conocimiento	73
Figura 12. Labor como director	74
Figura 13. Clima laboral en la I. E	74
Figura 14. Acciones para motivar al personal	74
Figura 15. Cada cuanto tiempo capacita al personal	75
Figura 16. Seguimiento al desempeño	75
Figura 17. Procesos Administrativos	76
Figura 18. Flujo de comunicación institucional	76
Figura 19. Comprende el comportamiento del mercado	76
Figura 20. Cumplimiento de la promesa al cliente	77
Figura 21. Información de propósitos y atención al cliente	77
Figura 22. Procesos cubren expectativas del cliente	77
Figura 23. Coherencia entre el precio y el servicio	78
Figura 24. Criterio de elección de docentes	78
Figura 25. Actitud ante la queja	78
Figura 26. Tiempo para atender un reclamo	79
Figura 27. Personal idóneo para atención al cliente	79
Figura 28. Cantidad de estudiantes por aula	79

Figura 29. Ambiente adecuado	80
Figura 30. Instalaciones de servicios básicos	80
Figura 31. Realiza encuestas para medir satisfacción	80

I. INTRODUCCIÓN

En el mundo se reconoce la importancia de una educación de calidad que permitan maximizar las oportunidades de los estudiantes por lo que se considera la educación ya no un gasto sino una inversión, es por esto que los padres deciden invertir en el futuro de sus hijos, buscando darles lo mejor en la medida de sus posibilidades económicas, por lo que al reconocer las falencias de una educación pública deciden volcarse en la búsqueda de instituciones privadas que ofrezcan mejores condiciones para sus hijos.

Con evidencias de la relación entre la educación y el crecimiento económico, es decir la educación como elemento clave en la mejora del capital humano, y la importancia de actuar en las primeras etapas del desarrollo de las habilidades cognitivas de los niños los padres quieren para sus hijos una mejor educación que les facilite ser competitivos en el futuro, maximizando sus aptitudes, por lo que conscientes de las brechas de equidad entre las escuelas pública y las privadas estarán dispuestos a pagar por mejores condiciones de aprendizaje.

Ante este panorama las demandas de escuelas privadas han aumentado y consiguiente la oferta, siendo mayoritariamente pequeñas empresas las que ofrecen este tipo de servicios, sobretodo en el nivel primaria, cada cual con características que las diferencien del resto. En nuestro país el crecimiento económico y la dispersión demográfica ha generado un incremento en la demanda de los diferentes servicios públicos entre ellos la educación y ante esto surgen los emprendimientos en este sector.

Como es posible apreciar, existe inversión del sector privado para la creación de nuevos colegios o centros educativos, de los niveles de inicial, primaria y

secundaria, ya que existe también cada vez mayor demanda de instituciones educativas que brinden servicios de calidad y cumplan las expectativas de los clientes, tanto en el aspecto académico como administrativo, ya que los demandantes requieren es tener calidad no solo en la enseñanza sino también en la gestión administrativo y en la infraestructura que ofrecen estas instituciones.

En Ucayali esto no es diferente, así en el distrito de Callería cada año han venido emergiendo nuevos colegios privados de nivel primaria ofreciendo cada cual características distintas tratando de hacerse de un lugar en el mercado, pero en algunos casos no poseen las condiciones necesarias que satisfagan los deseos y expectativas de sus clientes.

En este contexto, la problemática se circunscribe a la ausencia de determinadas condiciones básicas de calidad que se deben cumplir y que la falta de supervisión de la autoridad de educación favorece que se distorsionen. Ante esta situación nos enfocamos en conocer si los microempresarios del rubro servicios, colegios privados de educación primaria tienen como prioridad mejorar su gestión para obtener calidad en los servicios que brinda enfocándose en sus clientes, para asegurar su fidelización y por consecuencia la rentabilidad de las mypes y su permanencia en el mercado, ante esto se planteó la siguiente interrogante: ¿De qué manera la gestión bajo el enfoque de atención al cliente aportará en la satisfacción de los clientes en las mypes del sector servicios, colegios de primaria distrito de Calleria, 2018? de donde se desprende el siguiente objetivo: Determinar de qué manera la gestión bajo el enfoque de atención al cliente aportará en la satisfacción de los clientes en las mypes del sector servicios, colegios de Primaria en el distrito de Calleria, año 2018, y para alcanzar el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: Establecer como

la planificación aporta en la satisfacción de los clientes en las mypes del sector servicios colegios primaria, distrito de Calleria, año 2018, identificar cómo la dirección contribuye en la satisfacción de los clientes en las mypes del sector servicios colegios primaria, distrito de Calleria, año 2018, precisar cómo contribuye el servicio del personal docente y administrativo en la satisfacción de los clientes de las mypes del sector servicios colegios primaria distrito de Calleria, año 2018, determinar cómo contribuye la infraestructura en la satisfacción de los clientes de las mypes del sector servicios colegios primaria distrito de Calleria, año 2018, e identificar cómo contribuye la orientación del proceso al cliente en la satisfacción del mismo en las mypes del sector servicios colegios primaria, distrito de Callería, año 2018.

La presente investigación es pertinente ya que aportará el conocimiento necesario para conseguir la satisfacción de los clientes y a través de ella su rentabilidad y permanencia en el mercado, pudiendo aplicarse el modelo a otras mypes de similar condición., Es relevante ya que facilita las herramientas que ayudaran a mejorar la gestión de las mypes del sector servicios colegios primaria del distrito de Callería para que estas logren mejorar la calidad en el servicio al cliente y se vuelvan más competitivas y se justifica además en el hecho de que el presente estudio se constituirá en antecedente para futuras investigaciones que se realicen al estar desarrollado de acuerdo a las normas que para trabajos de este tipo exige la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Con esta investigación, se busca contribuir a que las mypes de nivel Primaria se gestionen con las herramientas de calidad, enfocadas en cumplir con las

expectativas de servicio al cliente, es decir que todos sus procesos administrativos y operativos estén alineados a la satisfacción del cliente.

La metodología que se empleó es de tipo cuantitativa, de nivel descriptivo y diseño no experimental – transversal, como instrumento se utilizó la encuesta de 31 ítems, que se aplicó a una muestra conformada por cinco mypes del sector servicios, colegios de primaria, ubicados en el distrito de Callería, obteniéndose los siguientes resultados: El 100% de las mypes del rubro desarrolla procesos que responden a los intereses y necesidades de los clientes, todos los microempresarios manifestaron que el nivel de cordialidad, competencia, disposición y conocimientos del personal administrativo y docente es alto, todos consideran que su clima laboral es bueno, todas las mypes cuentan con instalaciones adecuadas para la labor que realiza, concluyendo que las mypes del rubro colegios de primaria del distrito de Callería realizan una gestión orientada al cliente, lo que les ha permitido posesionarse dentro del mercado local como las mejores en su rubro.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Acevedo (2015) en su investigación *Evaluación de la satisfacción en el servicio de los usuarios de La IPS Servicios Integrales de Salud “Vaqnar” ubicada en la ciudad de Tunja Boyacá*, tesis para optar el grado académico de Administrador de Empresas en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC) - Colombia. Cuyo principal objetivo fue evaluar el grado de satisfacción en el servicio de los usuarios de la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR”, para el cual utilizó el método deductivo y metodología descriptiva, cuantitativa y cualitativa, aplicando una encuesta a 559 usuarios de la IPS Vaqnar. Llegándose a las siguientes conclusiones:

La percepción de los usuarios de la IPS “VAQNAR” en relación con la actitud, atención y servicio del personal administrativo y de servicio, revela un alto grado de satisfacción al obtener una calificación de 4.88, esto se debe a que siempre el usuario percibe una actitud adecuada en la atención por parte del personal que tiene la función de brindarla, siempre se siente confiado y fuera de peligro cuando recibe el servicio, así mismo considera que personal es cortés, educado y atento con los usuarios; además cuenta con los conocimientos, protocolos y técnicas que deben ser aplicados para controlar los factores de riesgo y se preocupa por dar respuesta oportuna a las quejas y reclamos.

En términos generales el servicio que presta esta IPS es altamente satisfactorio pues tiene una calificación de 4,87, esto se debe a que el personal muestra buena actitud, es atento, presta un buen y oportuno servicio, es cordial, cuenta con las competencias y conocimientos necesarios y está siempre dispuesto; además existe una

coherencia entre la relación beneficio costo del servicio y se cuenta con buenas instalaciones y un nivel de tecnología apropiado.

Yépez (2017) Según su trabajo de investigación *Gestión Administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente de la cooperativa de taxi “Divino Niño Jesús” del Cantón Baba, provincia de Los Ríos*. tesis para optar el título de Licenciada en Administración Ejecutiva, en la Universidad Nacional de Babahoyo, Guayaquil – Ecuador. Cuyo objetivo general fue Analizar la influencia en la gestión administrativa en la satisfacción al cliente de la cooperativa de taxi “Divino niño Jesús” del cantón Baba, de la provincia de Los Ríos, tipo de estudio fue cuantitativo, transversal. Se realizó las encuestas dirigidas a los empleados, el gerente y los clientes. Se llegó a las siguientes conclusiones: Existe un alto nivel de desconocimiento de la gestión administrativa por parte de los administradores y empleados de la cooperativa de taxis Divino Niño, lo cual provoca malestar en la atención que brindan a sus clientes.

Los directivos no están llevando adecuadamente los procesos administrativos, lo que conlleva a la desorganización de la cooperativa, no aplican estrategias de calidad óptimas, para el logro sus objetivos y metas como es conseguir clientes potenciales internos y externos. Finalmente, se concluye que la gestión administrativa influye en la satisfacción del cliente de la cooperativa de taxi “Divino Niño de Jesús” del cantón Baba, provincia de Los Ríos.

López (2018), en su tesis *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil* para optar el grado de Magíster en Administración de Empresas en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil - Ecuador. El objetivo principal de la investigación fue determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad

de Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy's encontrando los siguientes resultados: una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas a profundidad para tener un mayor conocimiento de las variables de estudio y se pudo evidenciar falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Una vez conocido los hallazgos principales, el autor propuso programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa.

Del Pino (2015) en su investigación *Gestión para la mejora, al servicio del colegio "Santos de Cordillera: un estudio de caso, sobre institucionalización del liderazgo instruccional para la mejora de resultados académicos*, tesis para optar el grado de Magister en educación con mención en Dirección y Liderazgo, en la Pontificia Universidad Católica de Chile – Chile. La misma que tuvo como objetivo general Generar un diagnóstico de los aspectos de la gestión técnicos y adaptativos, que se deben considerar para instalar prácticas de Liderazgo Instruccional en el Colegio, para la mejora de sus resultados académicos a nivel comunal y nacional. El tipo de estudio fue descriptivo estudio de caso, la técnica de recolección de la información fue la entrevista realizada a 31 personas, de un total de 64, que representa un 46% de la comunidad. Se llegó a las siguientes conclusiones:

Existe discrepancias entre lo manifestado en el proyecto educativo y la situación actual del establecimiento, ya que este no logra los resultados académicos en pruebas externas estandarizadas al nivel deseado, a pesar de poseer gran cantidad de recursos, tanto humanos como financieros que empujan al establecimiento hacia los buenos resultados. A partir de lo anterior, se pueden identificar aspectos de la gestión que se deben instalar para mejorar logros académicos, dejando en claro que hay aspectos del Liderazgo o prácticas de éste que no están presentes, al menos no en forma permanente, en la gestión directiva del establecimiento, llevando al estancamiento de la institución, quedando como problema central que en la situación actual hay una práctica insuficiente de Liderazgo de tipo Instruccional, que potencien los logros académicos.

Armada (2015) en su tesis *La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes. Percepción, análisis y evolución* para optar el grado de Doctor por la Universidad de Murcia – España. Siendo el principales objetivo: Determinar el grado de satisfacción actual del usuario con la actividad y los servicios deportivos municipales del Ayuntamiento de Cartagena. El tipo de estudio fue descriptivo, estando la muestra formada por 677 usuarios de un total de 17 centros deportivos que gestiona de manera directa el Ayuntamiento. Se llegó a las siguientes conclusiones: En general el valor medio de satisfacción percibido por los usuarios de las instalaciones deportivas del Ayuntamiento de Cartagena es alto. El análisis global de las dimensiones de la encuesta para el año 2015, nos lleva a considerar que todos los recursos del servicio deportivo municipal condicionan la calidad, aunque unos indican tener mayor peso que otros en la satisfacción que los ciudadanos perciben.

Esquivel y Huamani (2015) *Gestión administrativa y calidad de servicio educativo en las instituciones educativas privadas del nivel inicial del distrito de San Sebastián – Cusco 2015*, tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Andina del Cusco. Cusco – Perú. Esta investigación tuvo como objetivo general determinar el grado de relación de la gestión administrativa y la calidad del servicio educativo en las instituciones educativas privadas del nivel inicial del distrito de San Sebastián – Cusco 2015, fue realizado con una metodología de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, no experimental, se utilizó como instrumento un cuestionario que fue aplicado a 45 I.E. del nivel inicial de gestión privada en el distrito de San Sebastián. Se llegó a las siguiente conclusión: En las instituciones educativas privadas del nivel inicial del distrito de San Sebastián - Cusco, el 28.9% de los encuestados manifestaron que el nivel de la gestión administrativa es muy buena, la misma que genera una calidad de servicio educativo muy buena, debido a que realizan una buena planificación y organización administrativa, seguido de la dirección y control administrativo que también es bueno, los mismos que ayudarán a la mejora en la calidad de servicio educativo y según la prueba estadística Chi-cuadrado, se puede afirmar que existe relación significativa entre la gestión administrativa y la calidad de Servicio en las instituciones educativas privadas del nivel inicial del distrito de San Sebastián – Cusco; dado $p = 0.000 < 0.05$, donde el grado de relación es del 34.8%.

Gonzales (2017) *Calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes usuarios con la atención administrativa en la Facultad Ciencias Contables y Administrativas, Una-Puno, 2017*, tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración en la Universidad Nacional del Altiplano, Puno – Perú. Su principal

objetivo fue Determinar la relación entre calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes con la atención administrativa en la Facultad Ciencias Contables y Administrativas, Universidad Nacional del Altiplano Puno, 2017. El tipo de estudio fue no experimental, descriptivo relacional, se utilizó como instrumento una encuesta que se aplicó a 157 estudiantes de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la UNA – Puno. De acuerdo a los resultados analizados, se llegó a la siguiente conclusión: La calidad de servicio que brinda el personal en los servicios administrativos de la Facultad Ciencias Contables y Administrativas es percibida por los estudiantes usuarios como regular, porque eventualmente los empleados asumen sus funciones por delegación, así mismo el trabajo en equipo, el seguimiento del servicio, la auditoria permanente y la prevención.

Damas y Oliva (2017) en su trabajo denominado *Gestión educativa institucional y la satisfacción de los estudiantes en las instituciones educativas de la Ugel N° 01, distrito San Juan de Miraflores, Lima, 2015*, tesis para optar el grado académico de Doctor en Administración de la Educación, en la Universidad Cesar Vallejo. Lima – Perú. Es una investigación descriptiva correlacional cuyo objetivo fue determinar la relación que existe entre la variable X: la gestión institucional, con la variable Y: la satisfacción de los estudiantes de las instituciones educativas de la Ugel N° 01, distrito de San Juan de Miraflores. Para tal fin se utilizó cuestionarios, con la técnica de la encuesta donde se recopilaron datos de los integrantes de la muestra, compuesta por un total de 267 encuestados entre alumnas y alumnos del 4° año de educación secundaria, tamaño muestral hallado al 95% de confianza y con un margen de error del 0.05%. Los resultados de la presente investigación demuestran la existencia de una relación significativa y la prueba estadística del alfa de cronbach

arrojó un valor de 0,87 entre gestión educativa institucional y la satisfacción de los estudiantes, arrojó un valor de 0.85, cuyos resultados son generalizables a la población de estudio donde el cuestionario fue elaborado dándose la validez y confiabilidad estadística. La investigación recomienda, entre otras, que se debe mejorar la gestión educativa institucional, aspecto muy importante para mejorar de la calidad del servicio educativo.

Chicana (2017), en su trabajo de investigación *Gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Migraciones. Lima 2016*, Tesis para optar el grado académico de Maestra en Gestión Pública en la Universidad Cesar Vallejo, Lima - Perú, tuvo como objetivo determinar los niveles de la gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario. La investigación fue de tipo básica, de nivel descriptivo multi variable, de diseño no experimental, conformada por dos muestras, la primera por 160 servidores públicos y la segunda muestra fueron 376 usuarios, ambas muestras son de la Superintendencia Nacional de Migraciones, Lima 2016, con un muestreo probabilístico estratificado, se recogió la información mediante una encuesta de opinión a través de dos cuestionarios. Los datos fueron procesados mediante estadística descriptiva llegando a la conclusión general que entre los niveles bajo y moderado alcanzan un total 75,6 %, por lo que se puede evaluar como deficiente la gestión de la calidad de servicio. Además, se observó que los niveles bajo y moderado alcanzan un total 76,3 %, por lo que se evalúa como una gestión ineficiente en la satisfacción del usuario.

Gil (2016) *Relación entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario en la Oficina de Referencia del Hospital I Es Salud Juanjui, 2016*, tesis para obtener el grado académico de Maestro En Gestión Pública. Universidad Cesar Vallejo,

Tarapoto - Perú. La investigación tuvo como objetivo principal conocer la relación entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario de la institución en estudio. El diseño fue descriptivo correlacional; se trabajó con una muestra representativa de 58 asegurados que hicieron uso de la Oficina de Referencia del Hospital I EsSalud Juanjui. Los datos fueron procesados y analizados según las dimensiones de las variables estudiadas y luego presentados mediante tablas y gráficos estadísticos, y para la contratación de la hipótesis se utilizó la prueba de correlación lineal de Pearson. Los resultados obtenidos determinaron que existe relación entre el recurso humano capacitado, trabajo en equipo y respuesta al cliente con la satisfacción al usuario en la Oficina de Referencia del Hospital I Es Salud Juanjui. El estudio concluye, indicando que existe relación entre la gestión administrativa con la satisfacción del usuario en la Oficina de Referencia, al encontrar una correlación lineal de Pearson de $r = 0.911$, lo que indica que existe una alta correlación positiva entre ambas variables. Además, se obtiene un coeficiente de determinación (0.831), el mismo que explica que aproximadamente el 83% de la satisfacción del usuario se da por la Gestión administrativa que desarrolla el Hospital I Es Salud.

Rojas (2018) según su investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, centros educativos privados, distrito de Satipo, Año 2017* tesis para optar el título Profesional de Licenciada en Administración Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Pucallpa – Perú. El objetivo de la presente investigación ha sido determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las mypes del Sector Servicios, Centros Educativos Privados del distrito de Satipo, año 2017. El estudio se desarrolló bajo la metodología de investigación del tipo descriptivo, no experimental, transversal, correlacional. Se

aplicó un cuestionario estructurado de 16 preguntas a través de la técnica de encuesta, obteniéndose como resultados: Respecto al Propietario: Edad, destaca el rango de “40 a 49 años” (50,0%); y predomina el género femenino (62,5%); formación académica: destaca grado “universitario” (93.8%). Respecto a la empresa: 87,5% cumplen con los aspectos de formalización; el principal beneficio de la formalización es el acceso al “Financiamiento Bancario”; la mayoría de las mypes tienen “de 21 a más trabajadores” (56.3%) y cumplen “parcialmente” los derechos laborales (87,5%). Respecto a la gestión y atención al cliente: sólo el 12,5% considera que la gestión es “buena”, “regular” y “mala”, 43,8%, respectivamente. El 56,3% de las mypes no definió su misión, visión y valores; asimismo, 62,5% no gestiona el Centro Educativo siguiendo un plan de calidad. Por otro lado, si capacitan al personal docente, pero no efectúan evaluación a su desempeño (56,3%); 68,8% si se comunica con su cliente para informar propósitos y atender problemas, en tal sentido, existe el compromiso de cumplir con su promesa de servicio (100,0%). Sin embargo, la gerencia de la mype indica en otra parte, su prioridad por “Rentabilidad” y “Posicionamiento”, 43,8% respectivamente; y “Calidad Educativa” sólo 12,5%

Del Águila (2017) *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, ciudad de Pucallpa, año 2017*, tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Pucallpa – Perú. La investigación tuvo como objetivo demostrar que la correcta aplicación la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, ciudad de Pucallpa, año 2017. La metodología utilizada fue descriptiva, no experimental. El nivel de investigación fue cuantitativo. Los resultados se obtuvieron por medio de una

encuesta, el instrumento estuvo compuesto por 20 preguntas con respuestas cerradas. La población del sector hotelero estuvo compuesta por 6 hoteles ecológicos. Las conclusiones más significativas obtenidas de este estudio son que las empresas de hoteles ecológicos no capacitan a su personal cada año, el 67% de los encuestados conoce poco acerca de la gestión de calidad, sin embargo el 67% obtuvo clientes satisfechos como resultado, el 100% de las Mypes utiliza la tecnología de las redes sociales para ofrecer sus servicios por su rapidez y sencillez, la gestión de calidad en el sector hoteles ecológicos es la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes.

Ayambo (2017) en su investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio, colegios particulares, en el distrito de Calleria, año 2017*, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote Pucallpa – Perú. La investigación se llevó a cabo con el objetivo de determinar la Gestión de la Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, colegios particulares, en el distrito de Calleria, año 2017. Se elaboró desarrollando una metodología de investigación del tipo descriptivo – correlacional - no experimental, donde se aplicó un cuestionario estructurado de 23 interrogantes a través de la técnica de encuesta, obteniéndose como resultados: Respecto al emprendedor: el 45% está en el rango de 40 a 50 años; en su mayoría son de género masculino; de profesión profesores. Respecto a la empresa y la formalización: las mypes encuestadas se encuentran formalizadas (85%) y el 15% no culmina sus trámites por espera de resoluciones; las mypes del sector en estudio están en el mercado de 4 a 6 años (50%) y los docentes si cumplen con una formación de acuerdo a ley (70%). Respecto de la

gestión de calidad: 45% utiliza un plan de negocio y 20% está por implementar; el 60% tiene definido la misión, visión y valores de su empresa. Además, si cuentan con local propio (65%) y las instalaciones está pensado en el alumnado (70%); una minoría (40%) si recurre a cursos de capacitación; el 60% no prioriza esta herramienta; demostrando que el 70% si tiene diseñado protocolos referentes al servicio de atención al cliente sin ningún tipo de discriminación, recogiendo sugerencias de los clientes que se fidelizan con el servicio brindado (90%).

Campos (2018) según su trabajo de investigación *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio, rubro centros médicos privados, distrito de Calleria, año 2018*, tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Pucallpa – Perú. El trabajo de investigación, tuvo por objetivo general, diagnosticar si las mypes del sector servicios, rubro centros médicos privados, del distrito de Callería año 2018, aplican gestión de calidad y realizan prácticas de atención al cliente. El desarrollo de la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel relacional con un diseño no experimental -relacional-prospectivo-transversal-analítico, se encuestó a 20 Mypes del sector, y se tomó el 100% de la muestra, donde se aplicó un cuestionario de 20 preguntas dirigido a los representantes legales de los centros médicos privados, donde se obtuvo los siguientes resultados: De la gestión de calidad se observó que los centros médicos privados cuentan con documentos de gestión. De la satisfacción al cliente los centros médicos privados consideran importante realizar promociones para obtener nuevos clientes ya que el cliente es fundamental y vital para toda organización siendo esta considerada fuente económica para su crecimiento y desarrollo, esmerándose en conocer las necesidades de los clientes ya que gracias a ello podrán cumplir y llenar

sus expectativas, contando con tecnología de punta y moderna y estar a la vanguardia cumpliendo con las exigencias y necesidades de los clientes.

2.2 Bases Teóricas de la Investigación

Gestión

Según el Diccionario de la Real Academia Española (2016) Gestión puede definirse como: “Acción y efecto de gestionar, o acción y efecto de administrar”, es decir que se acepta ambos términos como sinónimos; pero más allá de la definición que nos puede brindar el diccionario, la acepción que se ha popularizado en la actualidad es el de “gestión”, entendiéndolo por ello y de acuerdo a los teóricos de la administración en la actualidad, tales como Reyes (2013) en *Administración moderna* que el término gestión involucra los procesos de planificación, organización dirección y control para lograr la máxima eficiencia al estructurar y manejar un organismo social, utilizando para este fin la técnica de la coordinación.

Asimismo, Barreiro et al. (2003) en *Gestión Científica Empresarial* manifiestan que la gestión empresarial no es otra cosa que un proceso que consiste en planificar, organizar, dirigir, controlar y coordinar los esfuerzos de una organización, así como utilizar los recursos de la manera más eficiente y eficaz para llegar a los objetivos o metas propuestos.

Así, pues se podría mencionar a muchos autores y todos incluyendo a los primeros teóricos de las ciencias administrativas, coincidirían en el concepto antes mencionado y por ello es preciso conceptualizar brevemente las etapas o fases que forman parte del proceso administrativo:

- a) *Planificación*: es la fase o etapa del proceso administrativo en donde se establece la Visión, se fijan los objetivos y se programan las metas empezando por el nivel estratégico hasta el operativo, además de establecerse los recursos necesarios (humanos y técnicos) que nos permitan llevar a cabo la misión prevista de la forma más eficiente y eficaz posible.
- b) *Organización*: para Reyes (2013) “...organización es la estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social; con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados”, se trata entonces de construir el orden material y social de las diferentes tareas, precisando quién, cómo y cuándo se van a ejecutar.
- c) *Dirección*: Koontz, Weihrich y Cannice (2012) en *Administración una perspectiva global y empresarial* afirman que el proceso de dirección se encuentra íntimamente ligado al liderazgo, que es la capacidad que tiene el administrador de convencer, motivar, estimular al personal a su mando para que este se comprometa y haga suyos los objetivos de la organización.
- d) *Control*: Esta es la parte del proceso administrativo en donde se verifica si lo planificado se ejecutó de la forma más adecuada posible, analizando las debilidades que hubiesen surgido con el objetivo de mejorarlas o neutralizarlas, potenciando al mismo tiempo las fortalezas que tenga la organización. Tiene que ver con el establecimiento de los estándares y su medición.

Ahora bien, estas funciones de la gestión empresarial solo pueden ser satisfactorias si se dan de manera cohesionada, coordinada y coherente.

Toda vez que en esta investigación se considera para la variable gestión las dimensiones de planificación y dirección como partes fundamentales para comprender la relación que existe entre esta y el enfoque al cliente, se ha visto necesario incluir más información en relación a las mismas, por lo que se ampliará dichos conceptos:

La planificación y su relación con el enfoque al cliente

Tal como se afirmará párrafos arriba la planificación es el proceso en donde se establece los objetivos o metas, las estrategias, políticas y procedimientos que deberán orientar a la organización para asegurar su diferenciación, permanencia y por consiguiente su rentabilidad.

Para Koontz, Weihrich y Cannice (2012) el establecimiento de los objetivos y metas no solo representan el punto final de la planeación sino el fin hacia el cual se dirige la actividad, allí radica su importancia. Afirman además que se debe estar atento a las oportunidades tanto del entorno interno como externo ya que estas son el verdadero punto de partida del proceso de planificación, es decir toda organización preliminarmente buscará avizorar las posibles oportunidades con claridad y de manera integral para aprovechar sus fortalezas y trabajar en sus debilidades, esta percepción hará que los objetivos y/o metas sean realistas y por tanto alcanzables en el tiempo. Una vez establecidos se abocarán a la difícil tarea de hacer que sus colaboradores los hagan suyos, para ello la organización deberá involucrar a estos en la estrategia a fin de que todos los esfuerzos se compenetren en la tarea de conseguirlos.

Sin un objetivo claro ni un plan preciso cualquier organización sería una aventura, es por ello es que en una gestión enfocada en el cliente es preciso garantizar

que los objetivos de mejora de la organización se corresponden con las necesidades y expectativas del cliente.

Sin embargo, dentro del proceso de planificación además del principio de precisión, existe otros dos principios igual de importantes uno de ellos es el principio de la flexibilidad como bien lo indica Reyes (2013) en *Administración moderna*,” dentro de precisión –establecida en el principio anterior- todo plan debe dejar margen para los cambios que surjan de este, ya en razón de la parte imprevisible, ya que las circunstancias que hayan variado después de la previsión”. Lo que nos indica este principio que podría a la ligera tomarse como contradictorio al anterior es que las organizaciones tienen que estar atentas a los cambios y adecuarse a ellos, sobre todo en los tiempos actuales en que los cambios se dan de manera acelerada.

Finalmente, el principio de unidad de acuerdo a Ruiz (2003) en *Organización y Administración de Empresas* se refiere a que todos los planes que se ejecuten deben estar integrados en un solo plan general, que se divide en planes específicos para cada una de las áreas que componen la organización.

En conclusión, al hacer el plan estratégico de la organización uno de los factores más relevantes a tenerse en cuenta es la orientación a los clientes conociendo para ello sus necesidades y expectativas para satisfacerlas de la mejor manera posible.

La dirección y su relación con el enfoque al cliente

Uno de los elementos más relevantes en el proceso administrativo es el de la dirección ya que este se incide en el capital más valioso de la organización: El capital humano.

Al respecto; Reyes (2013) manifiesta “La dirección es aquel elemento de administración que logra la realización efectiva de todo lo planeado por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente, ya, con más frecuencia delegando dicha autoridad, y se vigila simultáneamente que se cumplan de forma adecuada todas las órdenes emitidas.” Del concepto manifestado por este autor se destacan dos puntos: uno es el de autoridad y el otro el de toma de decisiones. Otro concepto a tenerse en cuenta cuando se habla de dirección es el expresado por Koontz, Weihrich, y Cannice (2012), quienes consideran a la dirección como sinónimo del liderazgo y que sin esta función de la administración poco o nada se logrará a pesar de tener una cuidadosa planificación, una buena estructura organizacional y un adecuado control si los gerentes no dirigen adecuadamente a las personas o no comprenden los factores tales como la motivación, la comunicación y otros que generen los resultados deseados. Ambos conceptos se complementan pues estos autores resaltan a la motivación y la comunicación otros de los aspectos a considerarse cuando se habla de dirección.

a) Liderazgo

Definir liderazgo considerado sinónimo de dirección es una tarea ardua ya que existen tantas definiciones como autores hay, sin embargo, un concepto a tener en cuenta sería el de Robbins y Coulter (2005) en *Administración* donde relacionan el liderazgo con la capacidad de influir, de motivar, de convencer a los colaboradores a cumplir los objetivos y metas propuestas por la organización.

Influir, ¿pero qué significado tiene en el ámbito empresarial y cuál es su importancia? no es otra cosa que producir un efecto que la va a hacer cambiar o variar,

esto a través de su autoridad o su habilidad para inspirarlo persuadiéndolo para que busque entusiastamente los objetivos de la organización. Y su importancia es vital ya que a través del liderazgo las organizaciones logran crecer y perdurar en el tiempo.

Es preciso resaltar que dentro de una Institución Educativa el liderazgo recae en la persona del director, pero con esto no se quiere decir que el director es sinónimo de líder sino más bien que este debe procurar mejorar sus habilidades o destrezas tales como:

- Destrezas comunicativas como la capacidad de escucha, la empatía, la capacidad para manejar los conflictos y la información.
- Destrezas interpersonales como la empatía, el trabajo en equipo, la capacidad de gestión y la inteligencia emocional.
- Destrezas cognitivas: capacidad de reinventarse, ser capaz de delegar, adaptarse al cambio y manejo de su autoridad.

Se puede entender entonces al liderazgo educativo como aquel que brinda a la organización escolar de un sentido común e influye en el comportamiento de sus colaboradores a fin de mejorar la calidad que se expresará de manera tangible en el aprendizaje de los estudiantes y en el desarrollo de la Institución.

b) La Motivación del personal

Robbins y Coulter (2005) manifiestan que la motivación "Se refiere a los procesos responsables del deseo de un individuo de realizar un gran esfuerzo para lograr los objetivos organizacionales, condicionado por la capacidad del esfuerzo de satisfacer alguna necesidad individual" con esto pretenden explicar que la motivación es la posibilidad que tienen las organizaciones de mantener involucrados a sus

colaboradores para ofrecer su máximo rendimiento y conseguir sus los objetivos empresariales. Para ello es preciso determinar qué motiva a los colaboradores, al inicio del estudio de las ciencias administrativas y de acuerdo al enfoque clásico se consideraba que el trabajador solo era motivado por las recompensas económicas, más tarde con enfoque de las relaciones humanas y el involucramientos de las ciencias del comportamiento se descubre que la motivación no solo responde al elemento económico sino que tiene muchas aristas como las necesidades humanas, de logro y de pertenencia, el deseo intrínseco del trabajador de hacer un trabajo que considere importante, que le agrade hacer, que lo desafíe y que sea reconocido, además de que este sea desarrollado con las condiciones físicas más adecuadas.

Algunas de las técnicas actuales que utilizan las empresas para motivas a sus colaboradores son:

- Las políticas de incentivos: enfocan los esfuerzos de los empleados en metas específicas de desempeño los cuales son premiados.
- Las Promociones Laborales: que hacen que el colaborador se siente motivado ante la posibilidad de ir ascendiendo de puesto y, además, de sueldo.
- Definir objetivos y funciones: que permiten que cada trabajador sepa cuál es su función, el tiempo que tiene y los objetivos personales, del equipo y de la organización en general.
- Asignación correcta de puestos, que permita que los colaboradores sientan que están en el lugar donde mejor van a demostrar sus habilidades y retar su intelecto.
- Capacitación constante que hará que el colaborador sienta que puede llegar a ocupar mejores puestos de trabajo ya que cada vez está mejor preparado.

c) Clima Organizacional

Otro aspecto relevante dentro de la variable dirección es el clima organizacional, esto debido a que es el que va a contribuir en el desarrollo de la organización. Para Chiavenato (2011) en *Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones*, “El concepto de clima organizacional expresa la anuencia del ambiente sobre la motivación de los participantes, de manera que se puede describir como la cualidad o propiedad del ambiente organizacional que perciben o experimentan sus miembros y que influye en su conducta”, es decir para el autor el clima laboral íntimamente relacionado con la motivación se refiere a la percepción del trabajador con respecto a la organización, que influye en su conducta y es diferente de una organización a otra.

Son muchos los aspectos que influyen en esta percepción como el ambiente físico, el ambiente social, la comunicación y la estructura organizacional entre otros.

En un ambiente laboral adecuado, que promueva el sentido de pertenencia y el compromiso con las tareas; la calidad, la productividad y el desempeño de sus colaboradores mejorará y esto redundará en la satisfacción de los clientes, convirtiéndose en una ventaja competitiva para la organización. Por el contrario en una organización con exceso de control o presión solo se obtendrá un logro al corto plazo, pero al largo plazo la organización está condenada al fracaso.

El cliente

Kotler (2003) en *Los 80 Conceptos Esenciales del Marketing de la A a la Z* define al cliente como “el rey”, el centro de toda organización, motivo principal por el

que se crean, modifican, elaboran y comercializan productos o servicios y este puede ser una persona u organización que, de manera voluntaria los adquiere o compra.

Cuando Kotler describe como *rey* al cliente se refiere a que las organizaciones viven en base a los clientes, estos son su principal objetivo, ya que son ellos los que con sus decisiones de consumo contribuyen a las ganancias de una organización. Es por ello que estas enfocan todos sus esfuerzos en la satisfacción de sus necesidades y/o deseos, centrando la organización en el cliente como el único modo de crear valor.

Barquero et al. (2007) en *Marketing de clientes ¿quién se ha llevado a mi cliente?* Afirman que la capacidad de crecimiento de una empresa se basa principalmente en identificar las necesidades de sus clientes y el modo correcto de satisfacerlas, no solo esperando a que el cliente llegue a la organización sino buscarlo activamente. En la actualidad la estrategia de los negocios se fundamenta en la gestión de los clientes, los procesos de interacción con ellos durante la compra, el pago, entrega y servicio post-venta se ha revalidado al extremo que la mayoría de las organizaciones rediseña sus procesos para obtener la atención del cliente ofreciéndole un sinnúmero de posibilidades y personalizando los productos o servicios de acuerdo a sus requerimientos. Sin embargo, esto hace cada vez más complejo por lo inestable de los hábitos de consumo que cambian de un día a otro. Son muchos los factores a tomarse en cuenta para conseguir la fidelidad del cliente tales como el precio del producto frente a la percepción que el cliente tiene de su valor; la facilidad de conseguir el producto, el trato y la orientación de venta que ofrecen los agentes de venta, entre otros.

La orientación al cliente

Para Conde y Covarrubias (2013) en *La gestión de marketing y la orientación al mercado en hoteles* “La orientación al cliente plantea que la tarea principal de la empresa es determinar las percepciones, necesidades y deseos del mercado, satisfacerlo a través, del diseño, la comunicación, el precio y el servicio de ofertas competitivamente viables.” Es decir que en la organización todos los procesos se vuelcan a conocer los productos y servicios que ofrecemos para adaptarlos a las necesidades de nuestros clientes, que por otro lado se vuelven cada más exigentes lo que hace que la organización requiera de una actitud permanente para detectar y satisfacer las necesidades y prioridades de los clientes volviéndose esto tarea del equipo humano que debe utilizar su empatía y sensibilidad.

Es por ello que se puede establecer que las organizaciones estarán orientadas al cliente siempre y cuando cumplan con tres requisitos básicos que son:

1. Conocer las características de los productos y/o servicios (calidades) que ofrecemos.
2. Detectar las prioridades y las necesidades de nuestros clientes para elegir la mejor alternativa para satisfacerlos, y
3. Comunicar de manera constante los beneficios que les aportamos a la vez que medimos su grado de satisfacción con los productos y/o servicios que les brindamos.

La orientación al cliente se convierte así en una estrategia competitiva que desarrolla la organización para diferenciarse de sus competidores que le permite

alcanzar sus objetivos y generar una posición competitiva que se traduce en los resultados al largo plazo.

Características de la orientación al cliente

Restrepo (2015) en *Kapital Cliente: La rentable gestión de clientes* manifiesta “...el mundo empresarial se enfrenta a una tendencia que consiste en la orientación de la estrategia del negocio al reconocimiento del cliente como actor esencial de la consolidación del negocio”, es debido a ello que existe una preocupación constante por conocer cuáles son las principales características de la orientación al cliente entre las que podemos mencionar las siguientes:

- a) Reconocen al cliente como factor determinante para decidir la estrategia a emplear, por lo que estudian sus necesidades, deseos, gustos y expectativas.
- b) Desarrollan sus productos y/o servicios en función de dichas necesidades y deseos, siendo los clientes los que definen la calidad de los productos y/o servicios que ofrece la empresa.
- c) La alta dirección está comprometida y apoya una cultura de orientación al cliente ya que sin el apoyo de los directivos la tarea será imposible de llevarse a cabo.
- d) La organización posee la flexibilidad y adaptabilidad suficiente para responder con rapidez a los cambios en las necesidades y/o expectativas de los clientes.
- e) Toda la organización, su cultura, estrategia y todos los departamentos que la conforman están enfocados en conseguir y mantener la fidelidad de los clientes y en la mejora continua de los productos o de la prestación del servicio.

- f) Un buen ambiente de trabajo (clima organizacional) es fundamental ya que si los empleados sienten que son tratados con respeto se identificarán con los objetivos de la organización, se volverán más productivos, eficientes y eficaces.
- g) Se toma en especial consideración la relación con los clientes basados en la confianza mutua, el compromiso y la comunicación bidireccional.
- h) Se selecciona y capacita de manera constante al trabajador además de premiarlo cuando este se muestra comprometido con los clientes con el fin de mantener su motivación.

El proceso de atención al cliente

Para Restrepo (2015) se denomina así a todas aquellas actividades que se realizan desde que se recibe al cliente hasta que nos despedimos de él, pasando por las siguientes fases:

1. Conexión: el primer contacto con el cliente es muy importante para el resto del proceso de compra. El cliente recurre al vendedor con ciertas expectativas como recibir un trato amable, una respuesta rápida, resolver una consulta o conocer algún procedimiento, es por ello que se hace necesario prestarle la atención requerida, ya que en muchos casos es la que cuenta al quedar condicionadas las demás etapas a esta primera conexión.
2. Obtención de la información: Se refiere a comprender y escuchar los requerimientos del cliente y esforzarse en ello para evitar las malinterpretaciones, que perjudiquen la comunicación.

3. Satisfacer o resolver la demanda: esta es la fase decisiva en el proceso de atención al cliente, pues se trata no solo de resolver el que (es decir la cuestión) sino también el cómo (la forma), para asegurar que el cliente se sienta satisfecho con el servicio brindado.
4. Finalización y despedida: en esta última etapa es preciso dejar en el cliente una sensación positiva y para ello es preciso utilizar la amabilidad y la cortesía confirmando que su requerimiento ha sido satisfecho a plenitud.

Las Instituciones Educativas y la satisfacción de los Usuarios

De acuerdo a la Ley General de Educación LEY N° 28044, publicada el 29 de julio de 2003, que en su Artículo 1.- Objeto y ámbito de aplicación, a la letra dice: “La presente ley tiene por objeto establecer los lineamientos generales de la educación y del Sistema Educativo Peruano, las atribuciones y obligaciones del Estado y los derechos y responsabilidades de las personas y la sociedad en su función educadora. Rige todas las actividades educativas realizadas dentro del territorio nacional, desarrolladas por personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras”. Se entiende que esta ley brinda el marco legal de la educación en el Perú y en relación a la Calidad de la Educación en Capítulo II al respecto dice: “Es el nivel óptimo de formación que deben alcanzar las personas para enfrentar los retos del desarrollo humano, ejercer su ciudadanía y continuar aprendiendo durante toda la vida. Los factores que interactúan para el logro de dicha calidad son:

- a) Lineamientos generales del proceso educativo en concordancia con los principios y fines de la educación peruana establecidos en la presente ley.

- b) Currículos básicos, comunes a todo el país, articulados entre los diferentes niveles y modalidades educativas que deben ser diversificados en las instancias regionales y locales y en los centros educativos, para atender a las particularidades de cada ámbito.
- c) Inversión mínima por alumno que comprenda la atención de salud, alimentación y provisión de materiales educativos.
- d) Formación inicial y permanente que garantiza idoneidad de los docentes y autoridades educativas.
- e) Carrera pública docente y administrativa en todos los niveles del sistema educativo, que incentive el desarrollo profesional y el buen desempeño laboral.
- f) Infraestructura, equipamiento, servicios y materiales educativos adecuados a las exigencias técnico-pedagógicas de cada lugar y a las que plantea el mundo contemporáneo.
- g) Investigación e innovación educativas.
- h) Organización institucional y relaciones humanas armoniosas que favorecen el proceso educativo. Corresponde al Estado garantizar los factores de la calidad en las instituciones públicas. En las instituciones privadas los regula y supervisa.” En relación a este artículo podemos verificar lo que para el estado significa calidad educativa, y de este modo pone de claro manifiesto todos aquellos aspectos que se requieren para brindar un servicio de calidad. Asimismo, en el Título V, capítulo II, artículo 66, de la referida Ley se define a la Institución Educativa como “...comunidad de aprendizaje, es la primera y principal instancia de gestión del sistema educativo descentralizado. En ella tiene lugar la prestación del servicio. Puede ser pública o privada.

Es finalidad de la Institución Educativa el logro de los aprendizajes y la formación integral de sus estudiantes. El Proyecto Educativo Institucional orienta su gestión.

La Institución Educativa, como ámbito físico y social, establece vínculos con los diferentes organismos de su entorno y pone a disposición sus instalaciones para el desarrollo de actividades extracurriculares y comunitarias, preservando los fines y objetivos educativos, así como las funciones específicas del local institucional...”, de acuerdo a estos conceptos nos queda claro lo que es la educación en el Perú, a que nos referimos cuando hablamos de gestión educativa de calidad y lo que es una Institución educativa. De lo expuesto podemos determinar que el cliente que acude a una institución educativa principalmente busca obtener la satisfacción en tres aspectos como son:

a) Personal Docente

Cuando se habla de percepción de la calidad del cliente dentro de una institución educativa esta recae principalmente en la función del personal docente, que se constituye como el personal operativo de la institución, el motor que genera y potencia el proceso de enseñanza-aprendizaje, y que no solo requiere tener una excelente calificación académica sino también de una atención amable, empática, oportuna y sensible a las necesidades de sus clientes (alumnos y padres de familia).

b) Personal Administrativo

Dentro de la gestión de la Instituciones educativas el liderazgo recae en la figura del director, el mismo que requiere tomar las decisiones más adecuadas para integrar la organización y encaminarla al cumplimiento de sus objetivos, pero, ¿cómo esto influye en la satisfacción del cliente?, Influye en el hecho que un buen manejo directivo

hará que todos los procesos funcionen enfocados en la satisfacción del usuario, involucrando al personal administrativo en todos sus niveles y responsabilidades en la búsqueda de la calidad que este requiera para percibir valor por lo que aporta.

c) Infraestructura

Otro de los aspectos que hacen de nuestros clientes, clientes satisfechos es el ambiente físico, la infraestructura que debe ser la adecuada para facilitar la labor de los docentes, los administrativos y principalmente de los estudiantes, además de garantizar su seguridad facilitando su proceso de enseñanza – aprendizaje y aportando al mismo.

2.3 Marco Conceptual

Institución Educativa (IE): Denominación genérica que utiliza la Ley General de Educación 28044 para referirse al conjunto de personas y bienes promovidos por las autoridades públicas o por particulares, referidas a los centros donde se imparte educación o enseñanza a nivel Inicial, Primaria y/o Secundaria.

Nivel de Educación Primaria: Tiene una duración de 6 años comprendidos del primer al sexto grado de primaria y está dirigido a los estudiantes de 6 a 11 años de edad aproximadamente.

Tiene como finalidad educar integralmente a los estudiantes. Promueve la comunicación en todas las áreas, el manejo operacional del conocimiento, el desarrollo personal, espiritual, físico, afectivo, social, vocacional y artístico, el pensamiento lógico, la creatividad, la adquisición de las habilidades necesarias para el despliegue de sus potencialidades, así como la comprensión de los hechos cercanos a su ambiente natural y social.

Local Escolar: Edificación o edificaciones levantadas sobre un terreno de propiedad pública o privada donde funcionan una o más instituciones educativas donde se realizan las actividades de enseñanza- aprendizaje.

Año Escolar: Es el período de duración de las actividades escolares según calendario establecido en las normas vigentes. Generalmente comienza en el mes de marzo, en un marco de flexibilidad que tiene en cuenta las características geográficas, climatológicas, económico-productivas y socioculturales de la región a la que pertenece la institución educativa, y termina con los exámenes finales en el mes de diciembre.

Aula: Es el espacio donde se desarrolla el proceso de enseñanza-aprendizaje formal, independientemente del nivel académico o de los conocimientos impartidos en cada uno de ellos.

Turno Escolar: Espacio de tiempo durante el cual se ofrece el servicio educativo, según un orden establecido previamente.

Matrícula: Número de alumnos inscritos en un nivel educativo, ciclo o carrera específica, en el año que se reportan.

III. HIPÓTESIS

En el presente estudio de investigación titulado: Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, colegios de primaria distrito de Calleria, año 2018, no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

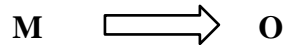
En el presente estudio de investigación titulado: Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, colegios de primaria distrito de Calleria, año 2018, no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

Esto en relación a lo manifestado por Tamayo (2004), en *El Proceso de la Investigación Científica* en donde recalca que este tipo de estudios busca únicamente describir situaciones o acontecimientos; básicamente no está interesado en comprobar explicaciones, ni en probar hipótesis, ni en hacer predicciones.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la Investigación

El diseño de esta investigación fue no experimental – transversal- descriptivo. Es decir, la recolección de datos se efectuó en un solo momento, en un tiempo único.



Dónde:

M = Muestra conformada por las Mypes a encuestar.

O = Observación de la variable

No Experimental: La investigación es no experimental, al realizarse sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran dentro de su contexto.

Descriptiva: La investigación tuvo carácter descriptivo, sólo se describieron las partes más relevantes de la variable en estudio.

Transversal: Todas las variables fueron medidas en una sola ocasión; es decir un solo periodo de tiempo, por ello de realizar comparaciones, se trata de muestras independientes

4.2. Población y muestra

Población

Según Tamayo (2004) en *El Proceso de la Investigación Científica* la población es la totalidad de un fenómeno en estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis o entidades de población que integran dicho fenómeno. En el caso de la presente

investigación la población estuvo constituida por 32 micro y pequeñas empresas del sector servicio, colegios de primaria del distrito de Callería; para tal efecto se tuvo como fuente de información a la Dirección Regional de Educación de Ucayali (DREU) y la Unidad de Gestión Educativa Local de Coronel Portillo (UGEL),

Muestra

El muestreo se realizó por conveniencia, al respecto Cochran (2000) en *Técnicas de Muestreo* manifiesta que esta es una técnica de muestreo no probabilístico y no aleatorio utilizada para crear muestras de acuerdo a la facilidad de acceso, la disponibilidad de las personas de formar parte de la muestra, en un intervalo de tiempo dado o cualquier otra especificación práctica de un elemento particular.

Se tomaron como muestra cinco de las mypes más representativas del rubro según detalle (ver anexo 3)

4.5. Definición y Operacionalización de variables e indicadores

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
CARACTERISTICAS DE LOS MICROEMPRESARIOS	Son todas aquellas cualidades propias de los microempresarios y que van a influir en la manera como lleva a cabo su gestión	Se utilizó un cuestionario con 05 preguntas para medir esta variable.	Edad	18 a 28 años 29 a 39 años 40 a 49 años 50 a más	Razón
			Genero	Masculino Femenino	Nominal
			Grado de instrucción	Secundario Técnico Universitario Otro	Ordinal
			Cargo que desempeña	Dueño Director	Nominal
			Tiempo que desempeña el cargo	De 0 a 3 De 4 a % De 7 a más	Razón
GESTION	Chiavenato (2012) En su obra Introducción a la Teoría General de la Administración, define la gestión empresarial como “ el proceso de planear, organizar, integrar, direccionar y controlar los recursos (intelectuales, humanos, materiales, financieros, entre otros) de una organización, con el propósito de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos.”	Se utilizó un cuestionario con 11 preguntas para medir esta variable, con respuestas en escala de medición ordinal y nominal según corresponda..	Tiene definido Misión. Visión y objetivos	Si, No	Nominal
			Personal conoce y comparte la misión, visión y objetivos	Si, No	Nominal
			Realiza plan operativo anual	Si, No	Nominal
			Existe evaluación del cumplimiento de resultados y metas	Si, No	Nominal
			Los procesos desarrollados en la IE. responden a los intereses y necesidades de los clientes	Si, No	Nominal
			Su labor como directo es la adecuada	Si, No	Nominal
			El clima laboral en la institución es:	Bueno Regular Malo	Ordinal

			Acciones que realiza para motivar a su personal.	-Bonificaciones salariales -Brinda herramientas para que cumplan sus funciones -Ubicarlos en puesto correcto -Los trata con respeto . Reconoce sus logros	Ordinal
			Intervalo de tiempo en el que capacita a su personal	Anual Semestral Mensual	Ordinal
			Los procesos administrativos se desarrolla de manera	Bueno Regular Malo	Ordinal
			Flujo de comunicación institucional definido	Si No	Nominal
ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE	Se entiende por enfoque de atención al cliente a todos aquellos esfuerzos que realiza la organización para volcar todos sus esfuerzos en la satisfacción de las necesidades y deseos de sus clientes, poniéndolos a estos como el centro de sus operaciones y alineando sus objetivos en función de estos.	Se utilizó un cuestionario con 16 preguntas para medir esta variable, con respuestas en escala de medición ordinal y nominal según corresponda..	Nivel de cordialidad, competencia, disposición y conocimiento del personal administrativo y docente.	Alto Medio Bajo	Ordinal
			Realiza seguimiento al desempeño de su personal para asegurar el servicio que brinda	Si No	Nominal
			La IE. comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente	Si No	Nominal
			La gestión se enfoca en cumplir la promesa de servicio al cliente	Si No	Nominal
			La gestión se enfoca en cumplir con la promesa de servicio al cliente	Si No	Nominal
			Se comunica con el cliente para informar propósitos y atender problemas.	Si No	Nominal
			Los procesos desarrollados cubren las expectativas de su cliente	Si No	Nominal

			Existe coherencia entre el precio y el servicio que brinda	Si No	Nominal
			Criterio de elección del personal docentes	-Recomendación o amistad -Currículo -Perfil del puesto -Experiencia comprobada	Nominal
			Una queja es:	Un problems Una amenaza Una oportunidad de mejora	Nominal
			Tiempo adecuado para resolver una queja	Al instante 03 días 07 días	Ordinal
			El personal administrativos es idóneo para atender las necesidades del cliente	Si No	Nominal
			Cantidad de estudiantes por aula	15 estudiantes 20 estudiantes 25 a más	Ordinal
			Ambiente adecuado para atender al cliente	Si No	Nominal
			Instalaciones de servicio básico	Si No	Nominal
			Realiza encuestas para medir la satisfacción del cliente	Si No	Nominal

4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Las técnicas son procedimientos sistematizados operativos que sirven para la solución de problemas prácticos.

En esta investigación se aplicó una encuesta y utilizo como instrumento el cuestionario estructurado con 31 preguntas: Las 5 primeras dirigidas a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, las 11 siguientes dirigidas a las características de la gestión y las 15 últimas dirigidas a las características de una el enfoque de atención al cliente. (Ver anexo 4).

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) el cuestionario es un conjunto de preguntas formuladas por escrito a ciertas personas para que opinen sobre un asunto.

4.7 Plan de análisis

Después de la aplicación del cuestionario a través de la técnica de la encuesta, se utilizó el Programa Informático Microsoft Excel para el procesamiento de la información y elaboración de las tablas y figuras estadísticas, asimismo se utilizó el Programa Microsoft Word para la redacción del trabajo de investigación, además se utilizó el Programa Portable Document Format (PDF) para la presentación final de la investigación y se utilizó el Programa Microsoft PowerPoint para la elaboración de la ponencia de la investigación. Finalmente se utilizó el programa antiplagio Turnitin para medir el porcentaje de similitud del trabajo de investigación con otros estudios.

4.6 Matriz de Consistencia de la investigación.

TITULO	ENUNCIADO	OBJETIVOS	VARIABLES	POBLACION	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION
Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, colegios de primaria, distrito de Calleria, año 2018.	¿De qué manera la gestión bajo el enfoque de atención al cliente aportará en la satisfacción de los clientes en las mypes del sector servicios colegios de primaria distrito de Calleria, año 2018?	<p>Objetivo general. Determinar de qué manera la gestión bajo el enfoque de atención al cliente aportara en la satisfacción de los clientes en las mypes del sector servicios, colegios de Primaria en el distrito de Calleria, año 2018.</p> <p>Objetivos específicos O₁ Establecer como la planificación aporta en la satisfacción de los clientes en las mypes del sector servicios colegios primaria, distrito de Calleria, año 2018.</p> <p>O₂ Identificar cómo la dirección contribuye en la satisfacción de los clientes en las mypes del sector servicios colegios primaria, distrito de Calleria, año 2018.</p> <p>O₃ Precisar cómo contribuye el servicio del personal</p>	<p>V₁ Gestión</p> <p>V₂ Enfoque de atención al cliente.</p>	Se realizó muestreo por conveniencia de 05 mypes del sector servicios colegios de primaria, distrito de Calleria.	<p>El diseño de la investigación fue no experimental por que no se manipulo deliberadamente la variable, fue transversal por que se realizó en un tiempo y espacio determinado, fue descriptivo porque describió las principales características de los representantes, micro y pequeñas empresas y de la gestión de calidad en atención al cliente</p> <p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

		<p>docente y administrativo en la satisfacción de los clientes de las mypes del sector servicios colegios primaria distrito de Calleria, año 2018.</p> <p>O₄ Determinar cómo contribuye la infraestructura en la satisfacción de los clientes de las mypes del sector servicios colegios primaria distrito de Calleria, año 2018.</p> <p>O₅ Identificar cómo contribuye la orientación de los procesos al cliente en la satisfacción de los mismos en las mypes del sector servicios, colegios primaria distrito de Calleria, año 2018</p>			
--	--	--	--	--	--

4.7 Principios Éticos

- **Protección a las personas.** - La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.

- **Beneficencia y no maleficencia.** - Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

- **Justicia.** - El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación

- **Integridad científica.** - La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza

y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

- Consentimiento informado y expreso. - En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto. responsabilidad personal del investigador considerar cuidadosamente las consecuencias. [ULADECH (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, 2019)]

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1.

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, colegios de primaria del distrito de Calleria, año 2018

Datos Generales	n	%
Edad		
18 a 28 años	0	0.00
29 a 39 años	3	60.00
40 a 49 años	2	40.00
50 a mas	0	0.00
Total	5	100.00
Genero		
Masculino	3	60.00
Femenino	2	40.00
Total	5	100.00
Grado de instrucción del microempresario		
Secundario	0	0.00
Técnico	0	0.00
Universitario	5	100.00
Otro	0	0.00
Total	5	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	0	0.00
Director	5	100.00
Total	5	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
De 0 a 3 años	1	20.00
De 4 a 5	3	60.00
De 7 a mas	1	20.00
Total	5	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, colegios de primaria del distrito de Callería, 2018

Tabla 2.

Características de la gestión en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, colegios de primaria del distrito de Calleria, año 2018

Características de la gestión	n	%
Tiene definido misión, visión y objetivos de la Institución educativa		
Si	5	100.00
No	0	0.00
Total	5	100.00
Personal conoce y comparte misión, visión y objetivos de la IE.		
Si	5	100.00
No	0	0.00
Total	5	100.00
Realiza plan operativo anual		
Si	5	100.00
No	0	0.00
Total	5	100.00
Existe evaluación del cumplimiento de resultados y metas		
Si	5	100.00
No	0	0.00
Total	5	100.00
Los procesos desarrollados en la IE responden a los intereses y necesidades de los clientes		
Si	5	100.00
No	0	0.00
Total	5	100.00
Su labor como director de la IE. es adecuada		
Si	5	100.00
No	0	0.00
Total	5	100.00
El clima laboral en la institución es:		
Bueno	5	100.00
Regular	0	0.00
Malo	0	0.00
Total	5	100.00
Acciones que realiza para motivar al personal		
Bonificaciones salariales	1	20.00
Brinda las herramientas necesarias para que puedan cumplir sus funciones	1	20.00
Se asegura de que todos estén en el puesto correcto	0	0.00
Los trata con respeto	2	40.00

Continua

Reconoce sus logros	1	20.00
Total	5	100.00
<hr/>		
Intervalo de tiempo en el que capacita a su personal		
Mensual	2	40.00
Semestral	3	60.00
Anual	0	0.00
Total	5	100.00
<hr/>		
Los procesos administrativos se desarrollan de manera		
Buena	5	100.00
Regular	0	0.00
Mala	0	0.00
Total	5	100.00
<hr/>		
Flujo de comunicación institucional está definido		
Si	5	100.00
No	0	0.00
Total	5	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, colegios de primaria del distrito de Callería, 2018

Tabla 3.

Características del enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, colegios de primaria del distrito de Calleria, año 2018

Características del enfoque de atención al cliente	n	%
Nivel de cordialidad, competencia, disposición y conocimiento del personal administrativo y docente que labora en la IE		
Alto	5	100.00
Medio	0	0.00
Bajo	0	0.00
Total	5	100.00
Seguimiento al desempeño de su personal para asegurar el servicio que brinda		
Si	5	100.00
No	0	0.00
Total	5	100.00
La IE. comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente		
Si	5	100.00
No	0	0.00
Total	5	100.00
La gestión se enfoca en cumplir con la promesa de servicio al cliente		
Si	5	100.00
No	0	0.00
Total	5	100.00
Se comunica con su cliente para informar propósitos y atender problemas		
Si	4	80.00
No	1	20.00
Total	5	100.00
Los procesos desarrollados en la IE. cubren las expectativas de sus clientes		
Si	5	100.00
No	0	0.00
Total	5	100.00
Existe coherencia entre el precio y el servicio que brinda la institución		
Si	4	80.00
No	1	20.00
Total	5	100.00
Criterio de elección de los docentes que laboran en su IE.		
Recomendación o amistad	0	0.00

	Continua	
Currículo	3	60.00
Perfil del puesto	1	20.00
Experiencia comprobada	1	20.00
Total	5	100.00
Una queja es:		
Un problema	0	0.00
Una amenaza	0	0.00
Una oportunidad de mejora	5	100.00
Total	5	100.00
Tiempo que adecuado para atender una queja		
Al instante	3	60.00
03 días	1	20.00
07 días	1	20.00
Total	5	100.00
El personal administrativo es idóneo para atender las necesidades de sus clientes 		
Si	5	100.00
No	0	0.00
Total	5	100.00
Cantidad de estudiantes por aula		
15	0	0.00
20	4	80.00
25 a más	1	20.00
Total	5	100.00
La institución cuenta con un ambiente adecuado para la atención al cliente o padre de familia		
Si	5	100.00
No	0	0.00
Total	5	100.00
Instalaciones de servicio básicas		
Si	5	100.00
No	0	0.00
Total	5	100.00
Realiza encuestas para medir la satisfacción al cliente		
Si	4	80.00
No	1	20.00
Total	5	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, colegios de primaria del distrito de Callería, 2018

5.2. Análisis de Resultados

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, colegios de primaria del distrito de Calleria, año 2018

Del total de microempresarios entrevistados la mayoría (60.00%) tienen entre 29 a 39 años y un 40% tienen más de 50 años (tabla 1), mayoritariamente (60.00%) son del sexo masculino, la totalidad con grado de instrucción superior universitario y mayormente ocupan el cargo de director, con experiencia en el manejo de este tipo de organizaciones ya que la mayoría (60.00%) manifestó tener entre 4 y 5 años en el negocio. Estos resultados son similares a los obtenidos por Rojas (2018) quien observó que la mayoría de los representantes de las mypes se encuentran en el mismo rango de edad, esto podría deberse a que ambos estudios se realizaron en el mismo rubro, Asimismo, en ambas organizaciones el grado de instrucción del microempresario es superior universitario, esto se debería a que se requiere de conocimiento especializado, además de experiencia en el cargo.

En cuanto al género es predominantemente masculino, lo que coincide con Ayambo (2017), siendo en la mayoría de los casos este el resultado ya que el porcentaje femenino de trabajadores en puestos de dirección de acuerdo a las cifras del INEI es solo del 33% en relación al 67% en las que predominan los varones.

Tabla 2.

Características de la gestión en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, colegios de primaria del distrito de Calleria, año 2018

Estas están relacionadas con los objetivos específicos 1 precisar como la planificación aporta en la satisfacción de los clientes; y 2 identificar cómo la dirección contribuye

en la satisfacción de los clientes en la que se obtuvo los siguientes resultados: la totalidad (100.00%) de los microempresarios ha definido misión, visión y objetivos y los comparten con el personal para que los conozca y se identifique con ellos, han establecido un plan operativo anual y evalúan el cumplimiento de los resultados y metas así como también, sus procesos responden a los intereses y necesidades de los clientes en su totalidad (100%), consideran que cumplen una acertada labor como líderes de la organización, califican como “bueno el clima laboral” y consideran mayoritariamente (40.00%) que “tratar con respeto a los trabajadores” los motiva. Mayoritariamente (60.00%) ofrecen capacitaciones semestrales y todos (100%) califican sus procesos administrativos como “buenos”, además en un 100% han definido el flujo de comunicación institucional, Estos porcentajes de respuesta mayoritariamente afirmativos nos indican que se están cumpliendo los objetivos de planificación con orientación a la satisfacción del cliente y la dirección, está cumpliendo a cabalidad su función, poniendo en manifiesto que los mandos superiores se preocupan en mantener un clima laboral adecuado ya que son conscientes que este se reflejará en la calidad de servicio que brinden, así lo afirma Chiavenato (2011) en *Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones*, cuando expresa que el clima laboral influye en la conducta de los miembros de la organización y este es percibido por el cliente, lo cual en muchos casos determina su comportamiento frente a la organización. Estos resultados son similares a los obtenidos por Gil, C. (2016) en su tesis *Relación entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario en la Oficina de Referencia del Hospital I Es Salud Juanjui, 2016* en donde los resultados obtenidos indican que existe relación significativa entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente y del mismo modo con Esquivel y Huamani (2015) en su

investigación *Gestión administrativa y calidad de servicio educativo en las instituciones educativas privadas del nivel inicial del distrito de San Sebastián – Cusco 2015*, en la que concluyen que ante una gestión muy buena la calidad de servicio también será muy buena.

Tabla 3.

Características del enfoque al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, colegios de primaria del distrito de Calleria, año 2018

Estos resultados están relacionadas a los objetivos específicos tres precisar cómo contribuye el servicio del personal docente y no docente; objetivo cuatro cómo contribuye la infraestructura y cinco identificar cómo contribuye la orientación de los procesos al cliente en la satisfacción de los mismos en las mypes del sector servicios, colegios de primaria del distrito de Callería, año 2018, cuando afirman en su totalidad (100.00%) que el nivel de cordialidad, competencia y disposición del personal docente y no docente es alto, que la institución comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente, que la gestión se enfoca en cumplir con la promesa de servicio al cliente, que se comunica con su cliente para informar propósitos y atender problemas, y que los procesos desarrollados cubren las expectativas de sus clientes, además en su mayoría (80.00%) afirma que existe coherencia entre el precio y el servicio que brinda a los usuarios y que los criterios de elección de los docentes que laboran en su institución son mayoritariamente (60.00%) por su currículo, además en su totalidad (100.00%) consideran una queja como una oportunidad de mejora y el tiempo para atenderla como ideal al instante en su mayoría (60%); el 100% cuenta con personal administrativo idóneo para atender las necesidades de sus clientes y en

relación a la infraestructura la totalidad (100%) cuenta con instalaciones de servicios básicas y ambientes adecuados para la atención a sus clientes por parte del personal administrativo y un correcto aforo para sus aulas en un 100%., esto coincide con la investigación de Esquivel y Huamani (2015) *Gestión administrativa y calidad de servicio educativo en las instituciones educativas privadas del nivel inicial del distrito de San Sebastián – Cusco 2015*, en donde sus resultados fueron similares a los encontrados en esta investigación bajo unas condiciones parecidas, concluyendo que la calidad en el servicio genera clientes satisfechos, traducándose esto en rentabilidad y permanencia en el mercado. Lo demostrado a través de este estudio tiene asidero en lo manifestado por Barquero et al. (2007) en *Marketing de clientes ¿quién se ha llevado a mi cliente?*, cuando afirma que una empresa basa su crecimiento y permanencia en el mercado en su gestión y para lograrlo debe rediseñar sus procesos en función a la satisfacción del cliente.

Finalmente en relación al objetivo general: Determinar de qué manera la gestión bajo el enfoque de atención al cliente aportara en la satisfacción de los clientes en las mypes del sector servicios, colegios de primaria en el distrito de Calleria, año 2018, se puede vislumbrar que las Instituciones Educativas objeto de estudio orientan su gestión a la satisfacción de sus clientes en su totalidad, coincidiendo esto con lo obtenido por Acevedo (2015) en su investigación denominada *Evaluación de la satisfacción en el servicio de los usuarios de La IPS Servicios Integrales de Salud “Vaqrar” ubicada en la ciudad de Tunja Boyacá*, en la que el investigador encuentra que los directivos del IPS “Vaqrar” han adecuado sus procesos de modo tal que consiguieron la satisfacción de sus clientes ampliando la ventaja competitiva de esta organización. Esto también lo manifiesta Restrepo (2015) en *Kapital Cliente: La rentable gestión de clientes*

cuando afirma que la estrategia necesaria para conseguir ventaja frente a la competencia es orientar todos los procesos a satisfacer a los clientes, que se han convertido en el capital más importante de la organización.

VI. CONCLUSIONES

1. La totalidad de los microempresarios del rubro han definido la misión, visión, objetivos y metas y consideran importante que el personal las conozca y se identifique con ellos, conocen la necesidad de realizar plan operativo anual, evalúan el cumplimiento de los objetivos y metas y desarrollan sus procesos en función de los intereses y necesidades del cliente, esto en relación al objetivo específico 1 establecer como la planificación aporta en la satisfacción del cliente.
2. La totalidad de los microempresarios están conscientes de su liderazgo, y de la importancia de mantener un clima laboral favorable por lo motivan a su personal, los capacitan y realizan evaluaciones periódicas de su desempeño, además de tener definido el flujo de comunicación institucional, esto en relación al objetivo específico 2 identificar cómo la dirección contribuye en la satisfacción de los clientes,
3. La totalidad favorece un buen clima laboral, y por consecuencia la identificación de los trabajadores para con la institución, lo cual se manifiesta en la atención a los clientes, a los que escuchan, atienden sus reclamos y les dan solución oportuna, además son cuidadosos al elegir a su personal priorizando su currículum a otro tipo de criterios, esto en cuanto al objetivo cómo contribuye el servicio del personal docente y administrativo en la satisfacción de los clientes,
4. La totalidad de las instituciones tiene los ambientes adecuados para su atención, el aforo correcto para el buen desempeño de las labores del docente y todas sus instalaciones básicas, esto relacionado al objetivo cómo contribuye la infraestructura en la satisfacción de los clientes.

5. La totalidad precisa que la gestión tanto como todos los procesos que se desarrollan en la institución están enfocados en cubrir las expectativas de los clientes respondiendo a sus intereses y necesidades existiendo además una coherencia entre lo que recibe el cliente y su contribución a la institución, esto relacionado al objetivo 5 identificar cómo contribuye la orientación de los procesos al cliente en la satisfacción de los mismos.
6. Finalmente, la totalidad de los directivos que manejan estas mypes son profesionales con estudios universitarios y que tienen experiencia en el manejo de esta clase de negocios, por lo que gestionan sus procesos con enfoque en sus clientes lo que les ha dado ventaja competitiva frente a las demás empresas del rubro, logrado destacar en el mercado y convertirse en las más prestigiosas de la ciudad, únicamente se les recomendaría implementar sistemas tipo ERP utilizando de esta manera más eficientemente herramientas que las tics nos brindan lo que acercaría más las instituciones al mundo tecnológico y en relación a las actividades pedagógicas la adquisición de software para aportar a la educación digital.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Si bien es cierto se ha encontrado que las mypes del rubro destacan entre las demás es preciso recomendar lo siguiente:

- Hacer de la innovación un proceso constante apoyándose en las tecnologías de la comunicación y la información, ya que estas son dinámicas y vertiginosamente cambiantes por lo que la institución que no se adapte al cambio quedará relegada, sin embargo cuando hablamos de innovación no nos estamos refiriendo a la usar tecnología sino a aprovechar las oportunidades que esta brinda, como por ejemplo acceso a la información en tiempo real, software que permitan el desarrollo del autoaprendizaje para formar personas autosuficientes capaces de resolver problemas reales, crear espacios de interacción que más tarde les servirán en su desarrollo profesional, fomentar el pensamiento crítico compartiendo puntos de vista y opiniones, entre otros.
- Mantener una comunicación constante y asertiva con sus clientes para escucharlos y de este modo generar cambios en los servicios que se brinde, para ello es preciso también realizar feedback, poniéndonos al alcance del cliente en la mayor cantidad de formas posibles de contactarnos como por ejemplo a través de páginas web que incluyan formularios de consulta, correos electrónicos que se revisen con periodicidad, call center, buzones de sugerencias, encuestas y chats de consultas podrían ser algunas alternativas.
- Fortalecer el trabajo en equipo integrando al personal administrativo y docente de la institución educativa, ya que este aporta a la productividad y la eficiencia obteniendo mejores resultados al momento de resolver situaciones difíciles o

problemas, ya que al abandonar el hábito individualista el personal se compromete con los objetivos de la institución educativa mejorando esto las relaciones interpersonales que van a redundar en el trato al cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acevedo, J. (2015) *Evaluación de la satisfacción en el servicio de los usuarios de La IPS Servicios Integrales de Salud “Vaqnar” ubicada en la ciudad de Tunja Boyacá* (tesis para optar el grado académico de Administrador de Empresas) Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.

Armada, A. (2015) *La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes. Percepción, análisis y evolución*, (Tesis para optar el grado de Doctor) Universidad de Murcia - España.

Ayambo. E. (2017) *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio, colegios particulares, en el distrito de Calleria, año 2017*, (tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración) Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote Pucallpa – Perú.

Barquero, J. et al. (2007) *Marketing de clientes ¿quién se ha llevado a mi cliente?* 2º edición. Editorial: McGraw-Hill Interamericana

Barreiro, J. et al. (2003) *Gestión Científica Empresarial. Temas de Investigación Actuales*. Editorial Netbiblo S.L.

Campos, J. (2018) *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicio, rubro centros médicos privados, distrito de Calleria, año 2018*, (tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración) Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Pucallpa – Perú.

- Chiavenato, I. (2011) *Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones* 9° Edición. Editorial McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. De C.V.
- Chiavenato, I. (2012) *Introducción a la Teoría General de la Administración* 8° Edición. Editorial McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. De C.V.
- Chicana L. (2017) *Gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Migraciones. Lima 2016*, (Tesis para optar el grado académico de Maestra en Gestión Pública) Universidad Cesar Vallejo, Lima – Perú.
- Cochran, W. (2000) *Técnicas de Muestreo* 15° edición. Editorial Compañía Editorial Continental.
- Código de Ética para la Investigación V001. Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0108-2016-CU-ULADECH Católica, de fecha 25 de enero de 2016. Chimbote – Perú.
- Conde, E. y Covarrubias, R. (2013) *La gestión de marketing y la orientación al mercado en hoteles*. Editado por la Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso para eumed.net
- Damas, G. y Oliva, J. (2017) *Gestión educativa institucional y la satisfacción de los estudiantes en las instituciones educativas de la Ugel N° 01, distrito San Juan de Miraflores, Lima, 2015*. (Tesis para optar el grado académico de Doctor en Administración de la Educación) Universidad Cesar Vallejo. Lima – Perú.
- Del Águila M. (2017) *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, ciudad de Pucallpa, año 2017*,

- (tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración)
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Pucallpa – Perú.
- Del Pino, J. (2015) *Gestión para la mejora, al servicio del colegio "Santos de Cordillera": un estudio de caso, sobre institucionalización del liderazgo instruccional para la mejora de resultados académicos*, (tesis para optar el grado de Magister en educación con mención en Dirección y Liderazgo) Pontificia Universidad Católica de Chile – Chile.
- Esquivel, N. y Huamani, D. (2015) *Gestión administrativa y calidad de servicio educativo en las instituciones educativas privadas del nivel inicial del distrito de San Sebastián – Cusco 2015*, (Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración) Universidad Andina del Cusco - Perú.
- Gestión. (2016). Diccionario de la Real Academia Española (23ª ed.). Editorial Espasa.
- Gil, C. (2016) *Relación entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario en la Oficina de Referencia del Hospital I EsSalud Juanjui, 2016*, (tesis para obtener el grado académico de Maestro en Gestión Pública) Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto - Perú.
- Gonzales, O. (2017) *Calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes usuarios con la atención administrativa en la Facultad Ciencias Contables y Administrativas, Una-Puno, 2017* (tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración) Universidad Nacional del Altiplano, Puno – Perú.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014) *Metodología de la Investigación Científica* (6ª Edición) Editorial McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. De C.V.

- Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. (2012) *Administración una perspectiva global y empresarial* 14° Edición, Editorial McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. De C.V.
- Kotler, P. (2003) *Los 80 Conceptos Esenciales del Marketing de la A a la Z*. Editorial Pearson Educación S.A.
- Ley N° 28044 *Ley General de Educación*, Diario Oficial “El Peruano” Lima – Perú, 29 de julio de 2003
- López D. (2018), *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil* (tesis para optar el grado de Magíster en Administración de Empresas) Universidad Católica de Santiago de Guayaquil - Ecuador
- Restrepo, M. (2015) *Kapital Cliente: La rentable gestión de clientes*. Editorial Colegio de Estudios Superiores de Administración - CESA.
- Reyes, A. (2013) *Administración Moderna*. Editorial Limusa (Noriega Editores)
- Robbins, S. & Coulter M. (2005) *Administración* 8° Edición. Editorial Pearson Educación S, A.
- Rojas, K. (2018) *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, centros educativos privados, distrito de Satipo, Año 2017*, (tesis para optar el título Profesional de Licenciada en Administración) Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Pucallpa – Perú.
- Ruiz, D. (2003) *Organización y Administración de Empresas*. Editorial Papel del viento editores.

Tamayo, M. (2004). *El Proceso de la Investigación Científica* 4° Edición. Editorial

Limusa S.A. de CV.

Yépez, T. (2017) *Gestión Administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente*

de la cooperativa de taxi “Divino Niño Jesús” del Cantón Baba, provincia de

Los Ríos, (tesis para optar el título de Licenciada en Administración Ejecutiva)

Universidad Nacional de Babahoyo, Guayaquil – Ecuador.

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																
N°	Actividades	Año 2018				Año 2019								Año 2020		
		Semestre II				Semestre I				Semestre II				Semestre I		
		Meses				Meses				Meses				Meses		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	
1	Elaboración del Proyecto	X	X													
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación			X												
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X											
5	Mejora del micro teórico					X										
6	Redacción de la revisión de la literatura.						X									
7	Elaboración del consentimiento informado						X									
8	Ejecución de la metodología							X								
9	Resultados de la investigación								X							
10	Conclusiones y recomendaciones									X						
11	Redacción del pre informe de Investigación.										X	X				
12	Redacción del informe final													X	X	
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														X	
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															X
15	Redacción de artículo científico														X	

Elaboración Propia

Anexo 2: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.50	500 hojas	250.00
• Fotocopias	5.00	6 juegos	30.00
• Empastado	50.00	1 empastado	50.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	20.00	2 millares	40.00
• Lapiceros	10.00	01 docena	10.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			480.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	5.00	10 Mototaxis1	50.00
Sub total			50.00
Total de presupuesto desembolsable	100.00		530.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.0 0	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.0 0	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.0 0	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.0 0	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			1182.0 0

Elaboración Propia

Anexo 3: Cuadro de sondeo

IT	RAZON SOCIAL	PERSONAL ENCARGADO	DIRECCION
01	Colegio Antonio Raimondi	Edmundo Paredes Olmos	Av. Amazonas 1761
02	Colegio Bautista	Guillermo Isaac Eyzaguirre Izquierdo	Jr. Áncash 125
03	Colegio Privado Hosanna de K.P.M.P.	Vega Armas Geny	Av: Centenario 1128
04	IEP Sollertia	Valdivia Rengifo, Hertés	Av. Sáenz Peña 503
05	Colegio Sudameriz	Quinte Ramón, Julio Julián	Av. Colonización 190

Anexo 4: CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ENCUESTA A MYPES

Instrucciones:

Estimado representante de la mype, las preguntas que a continuación formulamos, forman parte de una investigación encaminada a recoger información para analizar la “Gestión bajo el Enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, colegios de primaria del distrito de Calleria, año 2018”.

Encuestado (a)..... Fecha/...../.....

A. Datos del microempresario

- 1) Edad del microempresario
18 a 28 años b) 29 a 39 años c) 40 a 49 años d) 50 a mas
- 2) Sexo del microempresario
Masculino b) Femenino
- 3) Grado de instrucción del microempresario
a) Secundarios b) Técnico c) Universitarios d) Otros
- 4) Cargo que desempeña en la empresa
a) Dueño b) Director
- 5) Tiempo de permanencia en el mercado
a) de 0 a 3 años b) de 4 a 5 años c) De 7 a mas

B. De la Gestión

- 6) ¿Tiene definido Misión, visión y objetivos de la Institución educativa?
a) Si b) No
- 7) ¿Considera necesario que el personal conozca y comparta la misión, visión y objetivos de la IE?
a) Si b) No
- 8) ¿La IE. realiza un Plan Operativo Anual?
a) Si b) No

- 9) ¿Existe evaluación del cumplimiento de los resultados y metas?
- a) Si b) No
- 10) ¿Los procesos desarrollados en la IE. responden a los intereses y necesidades de los clientes?
- a) Si b) No
- 11) ¿Considera Usted que realiza una acertada labor como director de la IE?
- a) Si b) No
- 12) ¿Cómo es el clima laboral en su IE.?
- a) Bueno b) regular c) malo
- 13). ¿Qué acciones realiza para motivar a su personal?
- a) Bonificaciones salariales
b) Brinda las herramientas necesarias para que puedan cumplir sus funciones
c) Se asegura de que todos estén en el puesto correcto
d) Los trata con respeto
e) Reconoce sus logros
- 14) ¿Cada cuánto tiempo considera necesario capacitar a su personal?
- a) Mensual b) Semestral c) Anual
- 15) Los procesos administrativos se desarrollaron de manera:
- a) Buena b) regular c) mala
- 16) ¿Se ha definido el flujo de comunicación institucional?
- a) Si b) No

C. Del enfoque de atención al cliente:

- 17) ¿Cuál es el nivel de cordialidad, competencia, disposición y conocimientos del personal administrativo y docente que labora en la IE?
- a) Alto b) Medio c) Bajo
- 18) ¿Realiza el seguimiento al desempeño de su personal para asegurar la calidad del servicio que brinda?
- a) Si b) No
- 19) ¿La I.E. comprende el comportamiento del mercado y las necesidades del cliente (Padres de familia, alumnos)?
- a) Si b) No
- 20) ¿La gestión se enfoca en cumplir con la promesa de servicio al cliente?
- a) Si b) No
- 21) ¿Se comunica con su cliente para informar propósitos y atender problemas?
- a) Si b) No

- 22) ¿Cree Usted que los procesos desarrollados en IE. cubren las expectativas de sus Clientes?
a) Si b) No
- 23) ¿Cree usted existe coherencia entre el precio y el servicio que brinda la institución?
a) Si b) No
- 24) ¿Cuál es el criterio de elección de los docentes que laboran en su institución?
a) Recomendación o amistad
b) Currículo
c) Perfil del puesto
d) Experiencia comprobada
- 25) ¿Cómo considera una queja?
a) Un problema b) Una amenaza c) Una oportunidad de mejora
- 26) ¿Cuál es el tiempo que Ud. considera adecuado para atender un reclamo?
a) Al instante b) 3 días c) 7 días
- 27) ¿Cree usted que cuenta con el personal administrativo idónea para atender las necesidades de sus clientes?
a) Si b) No
- 28) ¿Cuántos estudiantes tiene por aula?
a) 15 personas b) 20 personas c) 25 personas a más personas
- 29) ¿La Institución cuenta con un ambiente adecuado para la atención al Cliente y/o Padres de familia?
a) Si b) No
- 30) ¿Cuenta su institución con instalaciones de servicio básicos?
a) Si b) No
- 31) ¿Realiza encuestas para medir la satisfacción al cliente?
a) Si b) No

Anexo 5: Matriz de datos

TABULACIÓN DE ENCUESTA A MYPES ESCUELAS PRIMARIAS

N° PREG.	RESPUESTAS MYPES					S I	NO	TOTAL
	MYPE 1	MYPE 2	MYPE 3	MYPE 4	MYPE 5			
4	1	1	1	1	1	5	0	5
5	1	1	1	1	1	5	0	5
6	1	1	1	1	1	5	0	5
7	1	1	1	1	1	5	0	5
8	1	1	1	1	1	5	0	5
9	1	1	1	1	1	5	0	5
10	1	1	1	1	1	5	0	5
14	1	1	1	1	1	5	0	5
16	1	1	1	1	1	5	0	5
17	1	1	1	1	1	5	0	5
18	1	1	1	1	1	5	0	5
19	1	1	1	1	1	5	0	5
20	1	1	1	2	1	4	1	5
21	1	1	1	1	2	4	1	5
22	1	1	1	1	1	5	0	5
27	1	1	1	1	1	5	0	5
28	1	1	1	1	1	5	0	5

LEYENDA

1	SI
2	NO

Anexo 6: Figuras

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios colegios de primaria, distrito de Callería, año 2018

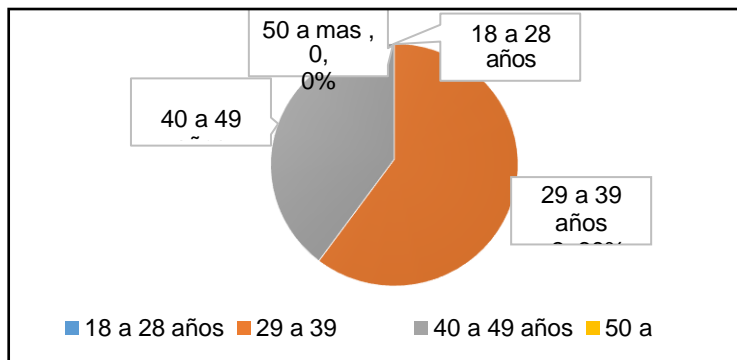


Figura 1. Edad del microempresario
Fuente tabla 1.

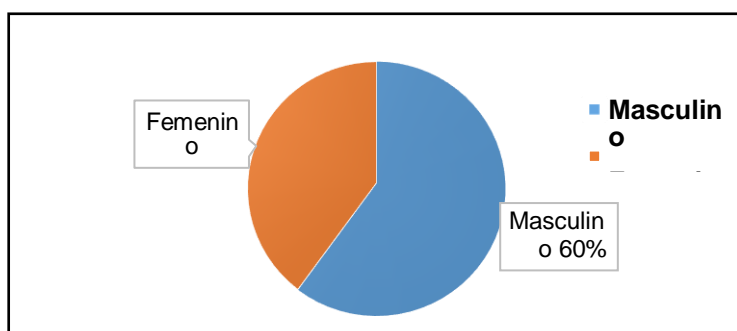


Figura 2. Sexo del microempresario
Fuente tabla 1

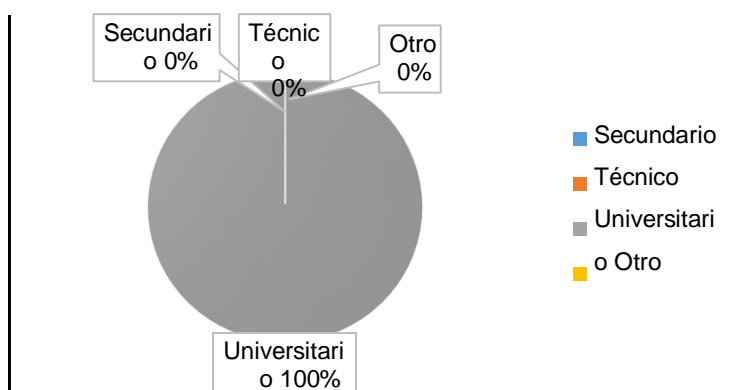


Figura 3. Grado de instrucción del microempresario
Fuente tabla 1.

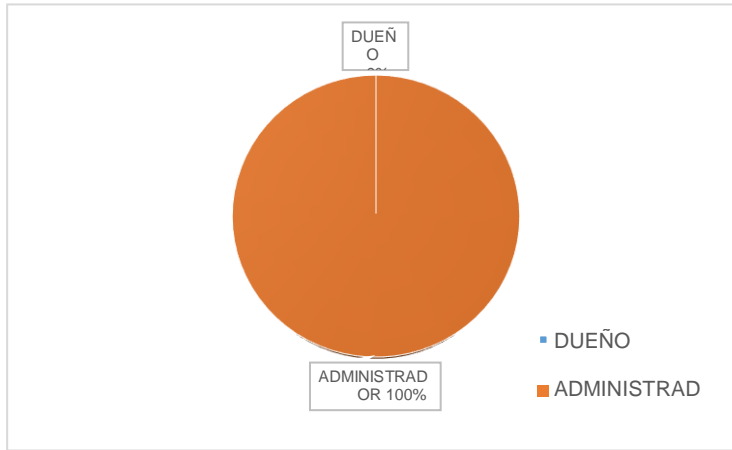


Figura 4. Cargo que desempeña
Fuente tabla 1.

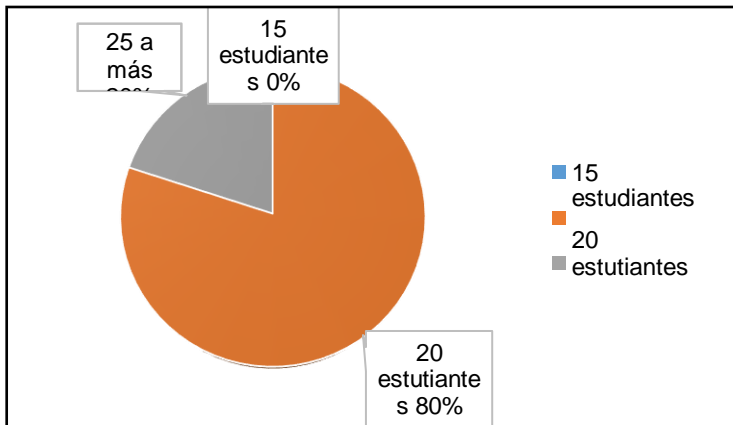


Figura 5. Tiempo de permanencia en el cargo
Fuente tabla 1.

Características de la gestión en las micro y pequeñas empresas del sector servicios colegios de primaria, distrito de Callería, año 2018

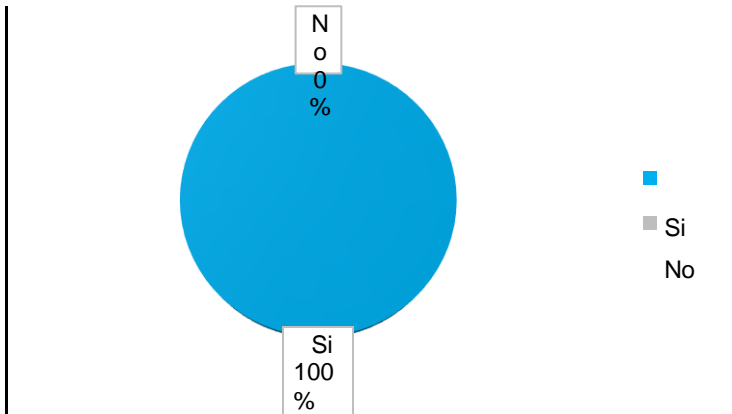


Figura 6. Tiene definido misión, visión y objetivos
Fuente tabla 2.

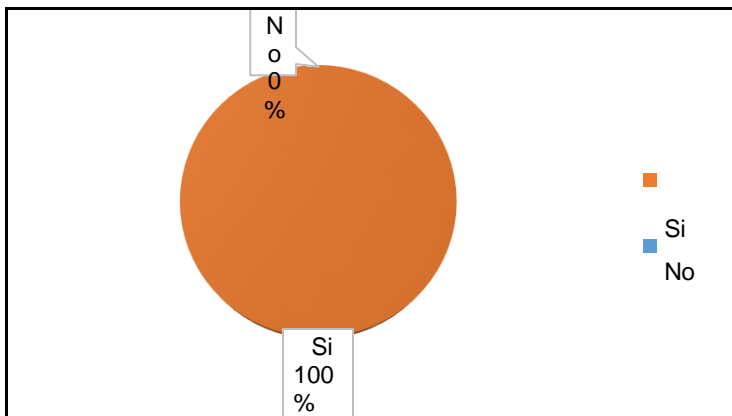


Figura 7. Considera necesario que el personal conozca y comparta la misión, visión y objetivos de la IE
Fuente tabla 2.

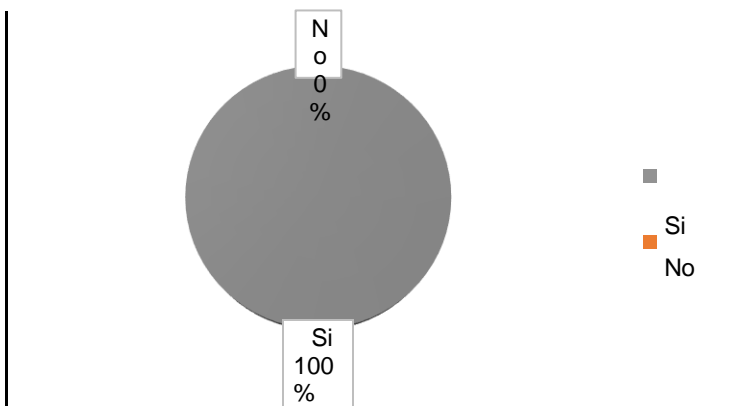


Figura 8. La IE. realiza un Plan Operativo Anual
Fuente tabla 2.

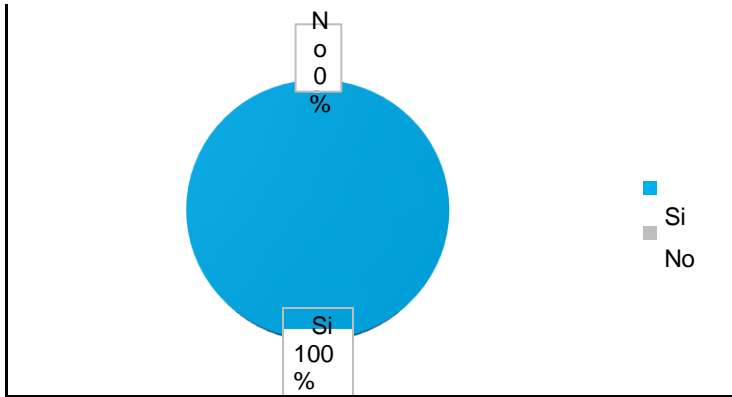


Figura 9. Evaluación del cumplimiento de los resultados y metas
Fuente tabla 2.

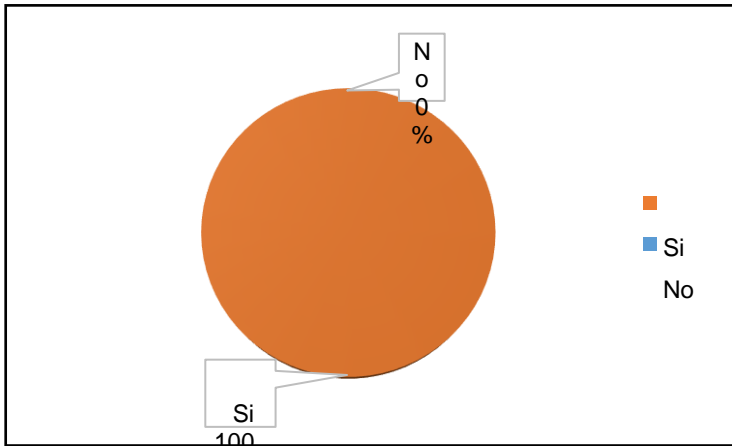


Figura 10. Los procesos desarrollados responden a los intereses y necesidades de los clientes
Fuente tabla 2.

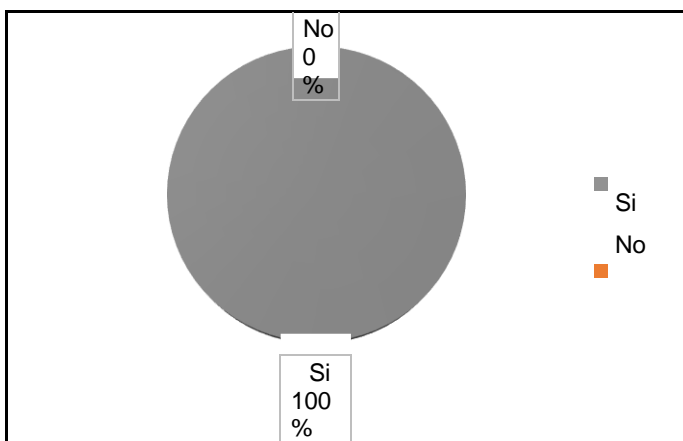


Figura 11. Considera Usted que realiza una acertada labor como director de la IE.
Fuente tabla 2.

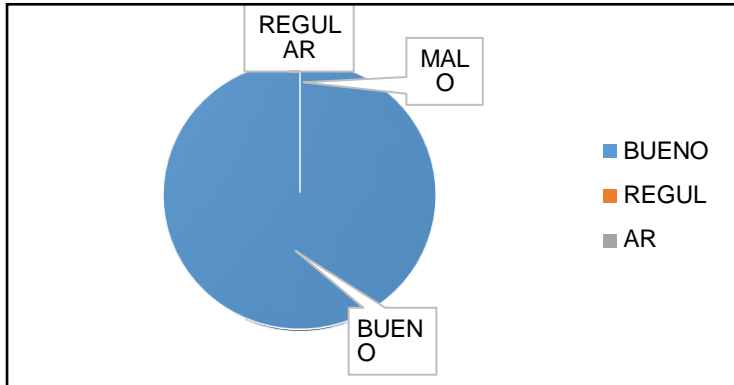


Figura 12. Clima laboral
Fuente tabla 2.

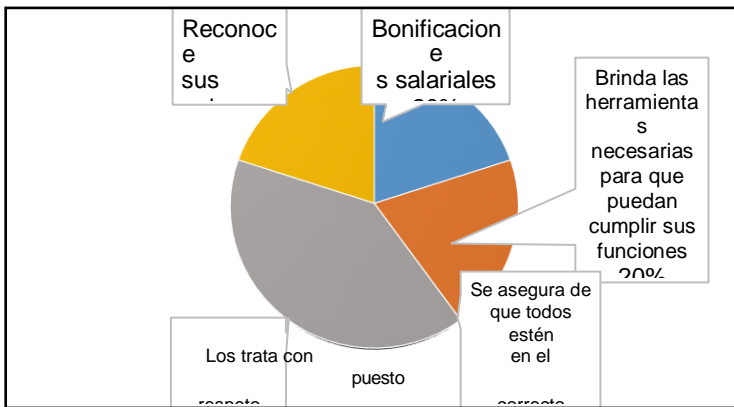


Figura 13. Acciones para motivar al personal
Fuente tabla 2.

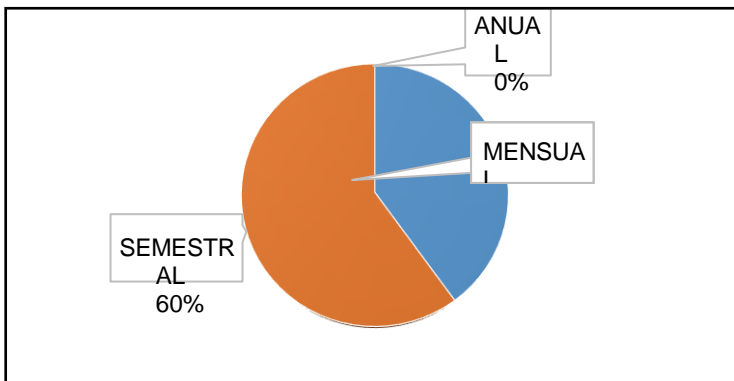


Figura 14. Cada cuánto tiempo considera necesario capacitar a su personal
Fuente tabla 2.

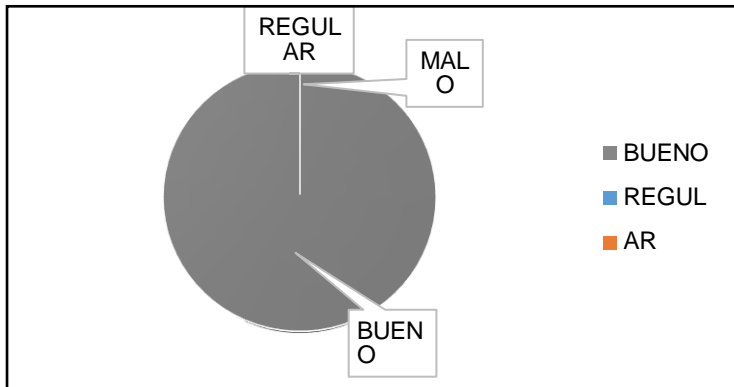


Figura 15. Los procesos administrativos se desarrollaron de manera Fuente tabla 2.

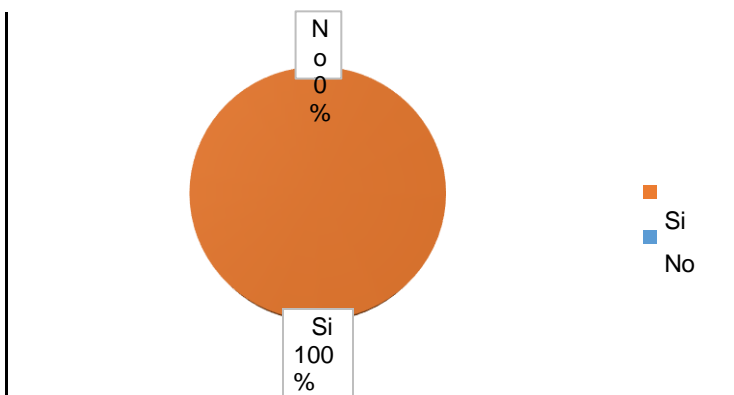


Figura 16. Se ha definido el flujo de comunicación institucional Fuente tabla 2.

Características del enfoque al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios colegios de primaria, distrito de Callería, año 2018

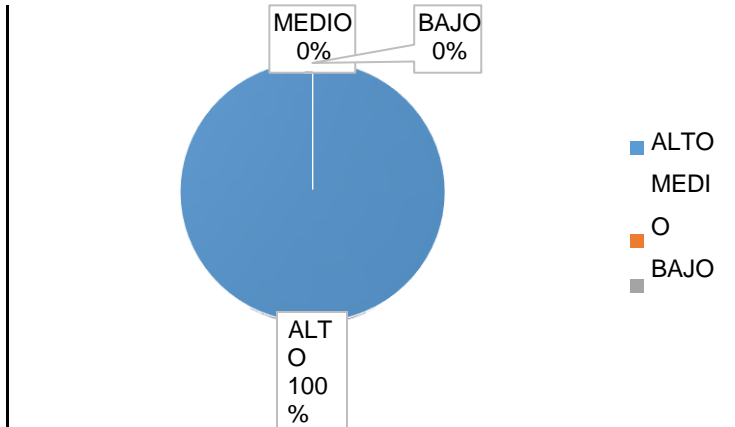


Figura 17. Nivel de cordialidad, competencia, disposición y conocimiento del personal administrativo y docente
Fuente tabla 3.

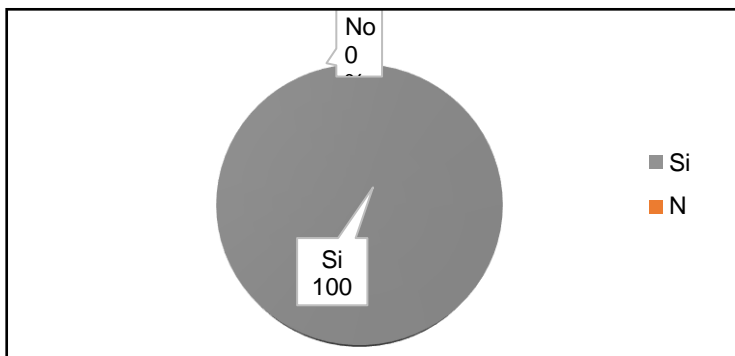


Figura 18. Realiza el seguimiento al desempeño de su personal para asegurar la calidad del servicio que brinda
Fuente tabla 3.

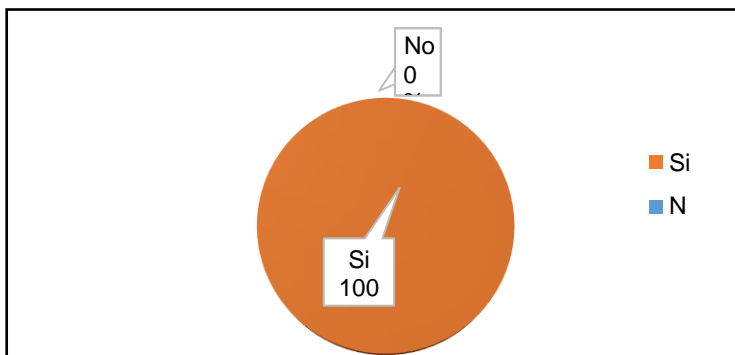


Figura 19. La I.E. comprende de comportamiento de mercado y las necesidades del cliente
Fuente tabla 3.

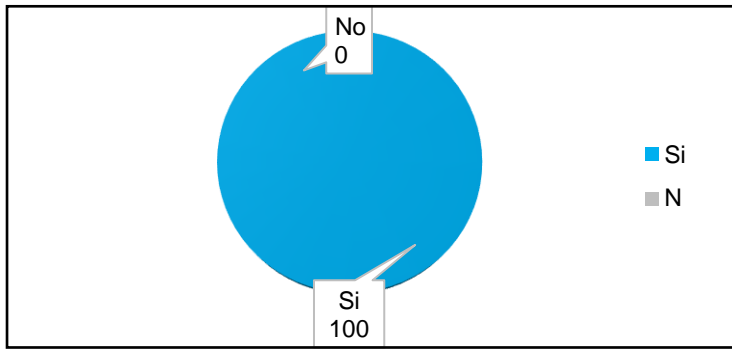


Figura 20. La gestión se enfoca en cumplir con la promesa de servicio al cliente
Fuente tabla 3.

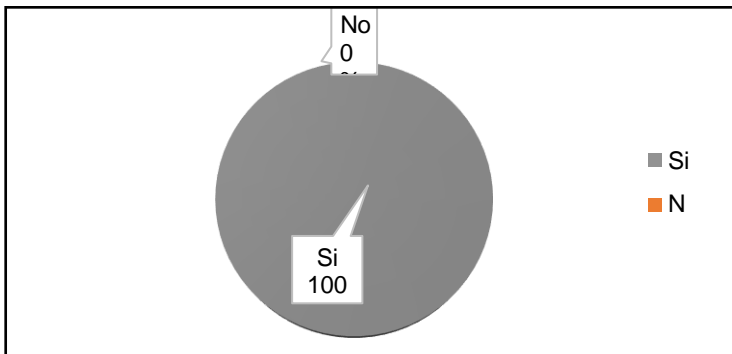


Figura 21. Se comunica con su cliente para informar propósitos y atender problemas
Fuente tabla 3.

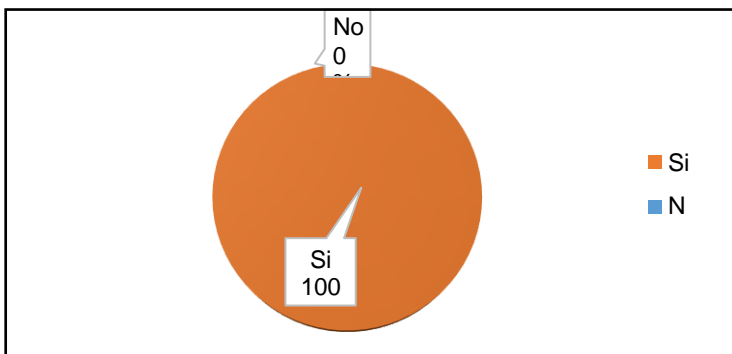


Figura 22. Cree Usted que los procesos desarrollados en IE. cubren las expectativas de sus Clientes
Fuente tabla 3.

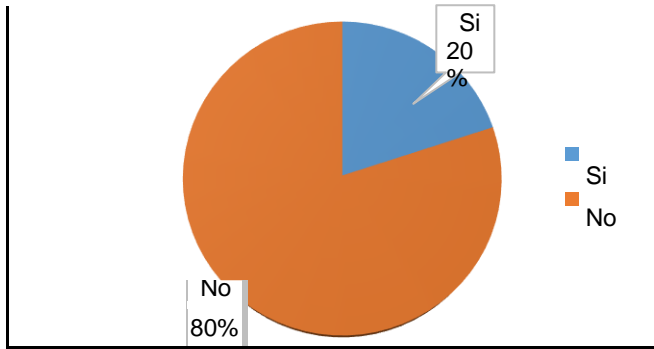


Figura 23. Cree usted existe coherencia entre el precio y el servicio que brinda la institución
Fuente tabla 3.

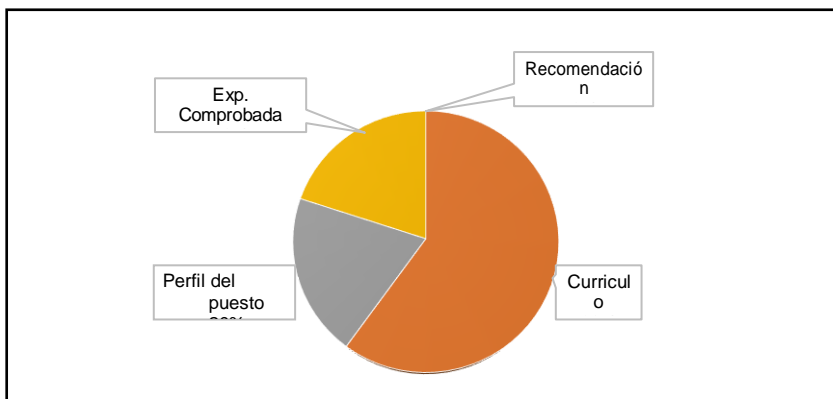


Figura 24. Cuál es el criterio de elección de los docentes que laboran en su institución
Fuente tabla 3.

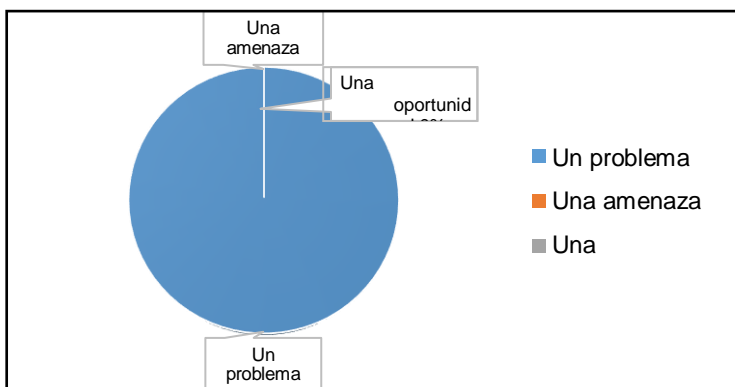


Figura 25. Cómo considera una queja
Fuente tabla 3.

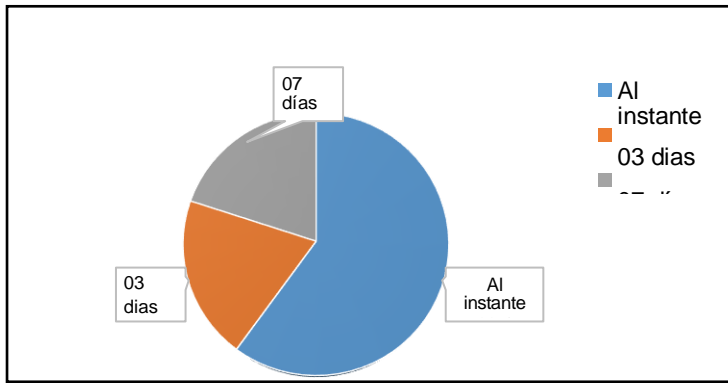


Figura 26. Cuál es el tiempo que Ud. considera adecuado para atender una queja o reclamo
Fuente tabla 3.

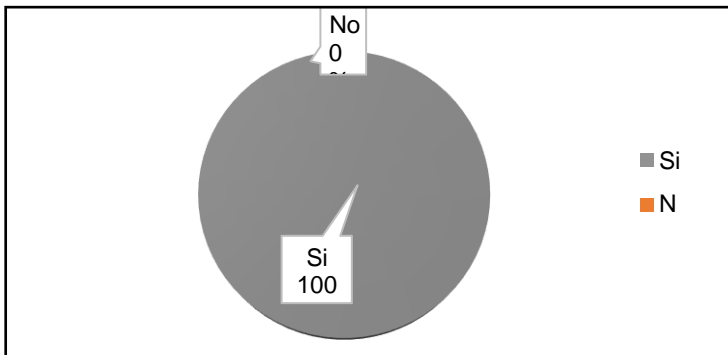


Figura 27. Cree usted que cuenta con personal administrativo idóneo para atender las necesidades de sus clientes
Fuente tabla 3.

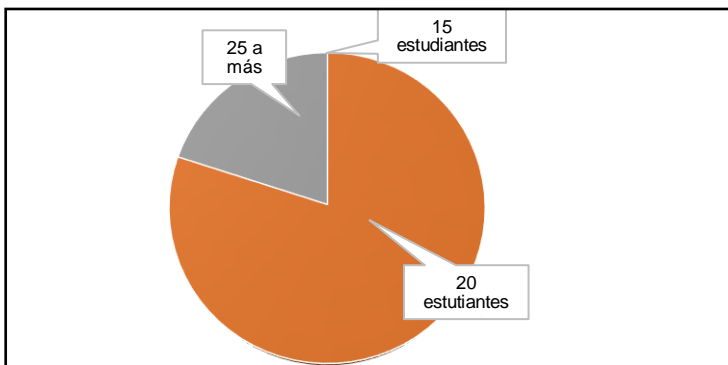


Figura 28. Número de estudiantes por aula
Fuente tabla 3.

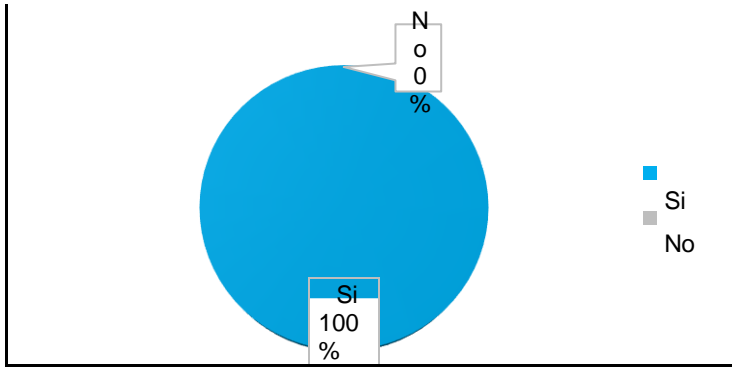


Figura 29. La Institución cuenta con ambiente adecuado para atención al Cliente
Fuente tabla 3.

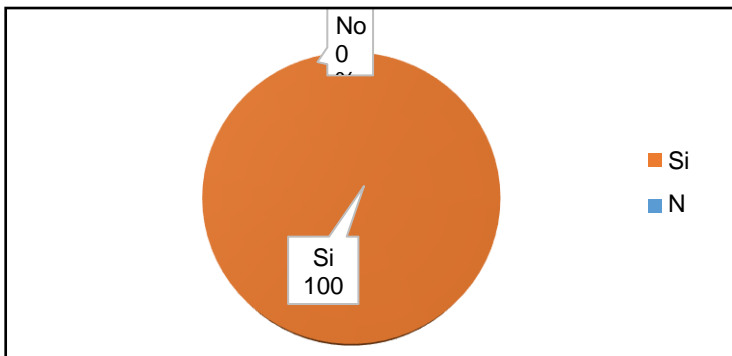


Figura 30. Cuenta con instalaciones de servicio básicos
Fuente tabla 3.

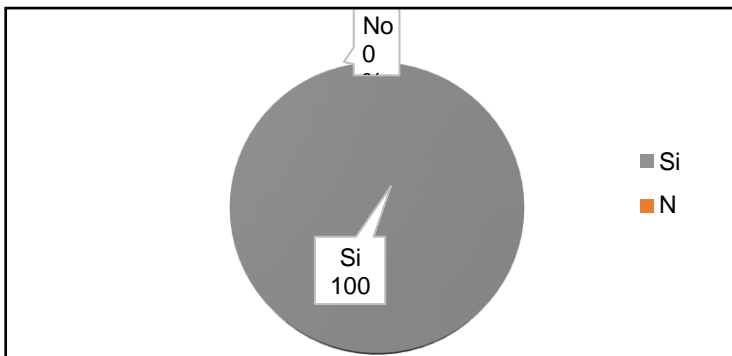


Figura 31 Realiza encuestas para medir la satisfacción al cliente
Fuente tabla 3.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimada señora:

Geny Vega Armas Directora Colegio Privado Hosanna

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación optar el título de Licenciada Administrativas denominada: **Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, colegios de primaria, distrito de Calleria, año 2018**



Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas a la gestión de calidad en Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa, la encuesta se realizó en el año 2019.

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas sobre el estudio, puede comunicarse con mi persona al teléfono N° 944 005 017, correo vaviruluis@gmail.com o con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Perú: Carlos Enaldo Rebaza Alfaro con celular N° 931116791 y a los Correos: carlosenaldorebazaalfaro@gmail.com y crebazaa@uladech.edu.pe

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

Doris V. Villasis Ruiz		Agosto 2019	03:00 pm
Nombre del investigador	Firma del investigador	Fecha	Hora
Carlos E. Rebaza Alfaro		Abril 2020	
Nombre del docente tutor	Firma del docente tutor	Fecha	Hora

