



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN.**

TESIS

**HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA
MEJORAR LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE LA
LIBRERÍA ALFA DE LA CIUDAD DE CHICLAYO -
2019.**

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

Autor(a):

Bach. Alcarazo Jaimes, Haidee.

<https://orcid.org/0000-0001-9714-7604>

Asesor:

Mg. Bocanegra García, Miguel Ángel Reynerio.

<https://orcid.org/0000-0002-8619-0321>

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel - Perú.

2022

**HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA MEJORAR LA GESTIÓN
EMPRESARIAL DE LA LIBRERÍA ALFA DE LA CIUDAD DE CHICLAYO
- 2019.**

APROBACIÓN DEL JURADO

Asesor (a): Mg. Bocanegra García, Miguel Ángel Reynerio.
Nombre Completo Firma

Presidente (a): Mg. Falla Gómez, Carolina de Lourdes
Nombre completo Firma

Secretario (a): Mg. Balarezo Jaime Luis Fernando
Nombre Completo Firma

Vocal (a): Mg. Valera Aredo Julio Cesar
Nombre Completo Firma

DEDICATORIA.

El presente trabajo está dedicado en primer lugar a Dios, por darme la vida y mantenerme siempre en el camino correcto.

A mi esposo e hijo, por haberme brindando su apoyo incondicional en todo momento durante mi carrera profesional.

A mis Padres por sus consejos, su comprensión, y haber puesto toda su confianza en mí.

AGRADECIMIENTO.

Agradezco a mi familia que de una u otra manera han contribuido con la realización de este proyecto, brindándome su apoyo incondicional para lograr los objetivos planteados.

A mi asesor de tesis Mg. Miguel Ángel Bocanegra García, que con su gran sabiduría supo guiarme en cada momento, permitiendo que este proyecto sea culminado.

RESUMEN

El presente proyecto de investigación denominado “Herramientas Tecnológicas para mejorar la Gestión Empresarial de la Librería ALFA de la Ciudad de Chiclayo - 2019.”, se ha realizado con la finalidad de resolver el problema de la deficiente Gestión Empresarial en la mencionada empresa. Para el desarrollo de este trabajo, se ha utilizado un tipo de Investigación Descriptiva, enfocado en el análisis de la variable dependiente, Gestión Empresarial e independiente, Herramientas Tecnológicas. Para análisis de la Gestión Empresarial se ha elaborado una encuesta, la cual ha sido aplicada a todos los colaboradores de la organización, permitiendo encontrar puntos críticos en las diferentes áreas de la empresa. Esto ha permitido determinar que la mencionada Librería se encuentra en una deficiente Gestión, que impide desarrollarse comercialmente y lograr posicionarse en el mercado. Para brindar la solución a la deficiente Gestión Empresarial de la Librería “ALFA”, se han propuesto la implementación de un conjunto de Herramientas Tecnológicas que ayudaran a revertir la situación actual en la mencionada empresa. Esto permitirá a la empresa, corregir de manera eficiente los diferentes aspectos negativos encontrados durante el análisis. La aplicación de las Herramientas Tecnológicas brindará a la Librería “ALFA” herramientas y estrategias necesarias para lograr los objetivos planteados como organización y esto a su vez permitirá consolidarse en el mercado, como una empresa líder en el rubro de la venta de útiles escolares y de escritorio, otorgando a sus clientes productos de calidad y logrando su fidelización.

Palabras Clave: Gestión Empresarial, Herramientas Tecnológicas, Librería.

ABSTRACT

The present research project called "Technological Tools to improve Business Management of the ALFA Bookstore of the City of Chiclayo - 2019." has been made with the purpose of solving the problem of poor Business Management in the aforementioned company. For the development of this work, a type of Descriptive Research has been using, focused on the analysis of the dependent variable, Business Management and independent, Technological Tools. For business management analysis, a survey has developed, which has been using to all employees of the organization, allowing finding critical points in the different areas of the company. This has made it possible to determine that the aforementioned bookshop is in poor management, which prevents it from developing commercially and achieving market positioning. To provide the solution to the deficient Business Management of the "ALFA" Bookstore, the implementation of a set of Technological Tools has proposed that will help to revert the current situation in the aforementioned company. This will allow the company to efficiently correct the different negative aspects found during the analysis. The application of the Technological Tools will provide the Library "ALFA" tools and strategies necessary to achieve the objectives set as an organization and this in turn will consolidate in the market, as a leading company in the field of sales of school supplies and of desktop, giving its customers quality products and achieving their loyalty.

Keywords: Business Management, Technological Tools, Bookstore

INDICE

APROBACIÓN DEL JURADO	ii
DEDICATORIA.	iii
AGRADECIMIENTO.	iv
RESUMEN	v
Palabras Clave:	v
ABSTRACT	vi
Keywords:	vi
INDICE	vii
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN.	16
1.1. Realidad problemática.....	16
A Nivel Internacional.....	17
A Nivel Nacional	19
A Nivel Local.....	20
A Nivel Institucional	21
1.2. Trabajos Previos.....	22
A Nivel Internacional.....	22
A Nivel Nacional	30
A Nivel Local.....	35
1.3. Teorías relacionadas a tema	41
1.3.1. Variable dependiente: Gestión empresarial.....	41
1.3.1.1. Definición de Empresa	41
1.3.1.2. Elementos de una Empresa	41
1.3.1.3. Clasificación de Empresa	42
1.3.1.4. Definiciones de Gestión.....	44

1.3.1.5.	Indicadores de Gestión.....	45
1.3.1.6.	Objetivos de los Indicadores de Gestión:	45
1.3.1.7.	Definición de Gestión Empresarial	46
1.3.1.8.	Indicadores de Gestión Empresarial.	46
1.3.2.	Variable independiente: Herramientas tecnológicas.....	47
1.3.2.1.	Definición de Herramienta	47
1.3.2.2.	Definición de Tecnología.	48
1.3.2.3.	Características de la Tecnología.	49
1.3.2.4.	Gestión Estratégica de la Tecnología.....	49
1.3.2.5.	Herramientas Tecnológicas.....	50
1.3.2.6.	Herramientas Tecnológicas para la Gestión Empresarial.....	51
1.4.	Formulación del Problema.....	57
1.5.	Justificación e Importancia.	57
1.6.	Hipótesis.....	59
1.7.	Objetivos.	59
1.7.1.	Objetivo General.....	59
1.7.2.	Objetivos Específicos.	59
CAPITULO II: MATERIAL Y METODO		62
2.1.	Tipo y Diseño de la Investigación.	62
2.2.	Variables y Operacionalización.....	63
2.2.1.	Variables.....	63
2.2.1.1.	Variable Independiente: Herramientas Tecnológicas	63
2.2.1.2.	Variable Dependiente: Gestión Empresarial.....	64
2.2.2.	Operacionalización de Variables.	64
2.3.	Población y Muestra.	67
2.3.1.	Población.....	67

2.3.2. Muestra.....	67
2.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad.....	68
2.4.1. Técnicas de Recolección de Datos.....	68
2.4.1.1. Observación.....	69
2.4.1.2. Encuesta.....	69
2.4.1.3. Entrevista.....	69
2.4.2. Instrumento de Recolección de Datos.....	70
2.4.2.1. El Cuestionario.....	70
2.4.3. Confiabilidad y Validez.....	70
2.5. Procedimiento de Análisis de Datos.....	71
2.6. Aspectos Éticos.....	71
2.6.1. Ambiente.....	72
2.6.2. Confidencialidad.....	72
2.6.3. Objetividad.....	72
2.6.4. Originalidad.....	73
2.6.5. Veracidad.....	73
2.6.6. Derechos Laborales.....	73
2.7. Criterios de Rigor Científico.....	74
2.7.1. Credibilidad Valor de la Verdad / Autenticidad.....	74
2.7.2. Consistencia.....	74
2.7.3. Confirmabilidad o Reflexividad Neutralidad/ Objetividad.....	75
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	77
3.1. Tablas y Figuras.....	77
3.2. Discusión de Resultados.....	96
3.3. Aporte Científico.....	102

3.3.1.	Presentación de la Empresa.....	102
3.3.2.	Fundamentación de la Propuesta.....	104
3.3.3.	Objetivo de la Propuesta	104
3.3.4.	Análisis Fortalezas y Debilidades y de las Oportunidades y Amenazas 104	
3.3.4.1.	Fortalezas.....	104
3.3.4.2.	Debilidades.....	105
3.3.4.3.	Oportunidades.....	106
3.3.4.4.	Amenazas	106
3.3.5.	Matriz FODA (Objetivos específicos).....	108
3.3.6.	Desarrollo del PLAN.	109
3.3.7.	Costo de Implementación de los Equipos de Tecnológicos y Software 114	
0.3.8.	Diagrama de Gantt con las actividades de la propuesta.....	115
CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		117
4.1.	Conclusiones	117
4.2.	Recomendaciones	119
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		120
ANEXOS		125

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de la variable dependiente.	65
Tabla 2: Operacionalización de la variable independiente.	66
Tabla 3: Población de la Librería “ALFA”	67
Tabla 4: Muestra de la Librería “ALFA”	68
Tabla 7 : Conocimiento de la Visión y Misión de la Empresa	77
Tabla 8: Aceptación de la visión y misión de la empresa.	78
Tabla 9 : Conocimiento de objetivos de la empresa de este año.	78
Tabla 10: Estado de Cumplimiento de objetivos	79
Tabla 11: Frecuencia de ideas para lograr los objetivos	80
Tabla 12: Claridad de responsabilidades en la empresa.....	80
Tabla 13: Cumplimiento de responsabilidades que asigna la empresa.....	81
Tabla 14: Uso de Ambientes de Manera Correcta.	82
Tabla 15: Uso de los recursos del ambiente laboral.....	82
Tabla 16: Cantidad de recursos que cuenta la empresa para su crecimiento	83
Tabla 17: Nivel de Motivación al realizar las labores.....	84
Tabla 18: Nivel de Motivación al personal en cumplimiento de sus labores.....	84
Tabla 19: Nivel de acciones adicionales a las asignadas en la empresa.	85
Tabla 20 Nivel de Aportes de nuevas ideas para beneficio de la empresa.	86
Tabla 21: Nivel de capacitaciones por parte de la empresa.	86
Tabla 22: Nivel de importancia de las capacitaciones que brinda la empresa.	87
Tabla 23: Nivel de Atención ante un problema en la empresa.	88
Tabla 24: Nivel de Comodidad en el lugar de trabajo.....	88
Tabla 25: Nivel de Comunicación con el superior.	89
Tabla 26: Nivel de Comunicación con el jefe de las cosas que están en desacuerdo.....	90

Tabla 27: Nivel de Cumplimiento de objetivos individuales planteados.	90
Tabla 28: Nivel de objetivos logrados por parte del personal.	91
Tabla 29: Nivel de Conocimiento y aceptación de los objetivos asignados.	92
Tabla 30: Nivel de Identificación del gerente con la empresa.	92
Tabla 31: Nivel de Aceptación de ideas que aportan para la empresa.	93
Tabla 32: Nivel de Comunicación fluida con los proveedores.	94
Tabla 33: Nivel que complacen los proveedores a las necesidades de la empresa.	94
Tabla 34: Nivel de competencia de la empresa de forma adecuada en el mercado.	95
Tabla 35: Nivel de competitividad que tiene la empresa.	96

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 : Elementos de un ERP	52
Figura N° 2: Conocimiento de la visión, misión, de la empresa.....	77
Figura N° 3 : Aceptación de la visión y misión de la empresa	78
Figura N° 4: Conocimiento de los objetivos de la empresa para este año	79
Figura N° 5: Estado del Cumplimiento de estos objetivos	79
Figura N° 6 : Frecuencia de ideas para lograr los objetivos	80
Figura N° 7 : Claridad de las responsabilidades en la empresa	81
Figura N° 8 : Cumplimiento de responsabilidades que asigna la empresa.....	81
Figura N° 9 : Uso de los ambientes de manera correcta.....	82
Figura N° 10 : Uso de los recursos dentro del ambiente donde laboras.....	83
Figura N° 11 : Cantidad de recursos que cuenta la empresa para su crecimiento	83
Figura N° 12 : Nivel de motivación al realizar las labores.....	84
Figura N° 13: Nivel de motivación al personal en el cumplimiento de sus labores	85
Figura N° 14 : Nivel de acciones adicionales a las asignadas por la empresa	85
Figura N° 15 : Nivel de aportes de nuevas ideas en beneficio de la empresa.....	86
Figura N° 16 : Nivel de capacitaciones por parte de la empresa.....	87
Figura N° 17 : Nivel de Importancia de las capacitaciones que brinda la empresa	87
Figura N° 18 : Nivel de atención ante un problema en la empresa	88
Figura N° 19 : Nivel de comodidad en tu lugar de trabajo	89
Figura N° 20 : Nivel de comunicación con el superior de manera directa y cordial	89
Figura N° 21 : Nivel de comunicación con tu jefe de las cosas que estas en desacuerdo.....	90
Figura N° 22 : Nivel de cumplimiento de objetivos individuales planteados	91

Figura N° 23 : Nivel de objetivos logrados por parte del personal	91
Figura N° 24 : Nivel de conocimiento y aceptación de los objetivos asignados del área donde labora	92
Figura N° 25 : Nivel de Identificación del gerente con le empresa	93
Figura N° 26 : Nivel de aceptación de sus ideas que aportan para la empresa ...	93
Figura N° 27 : Nivel de comunicación fluida con los proveedores	94
Figura N° 28 : Nivel en que los proveedores complacen las necesidades de la empresa	95
Figura N° 29 : Nivel de Competencia de la empresa de forma adecuada en el mercado	95
Figura N° 30 : Nivel de competitividad que tiene la empresa	96

CAPITULO I:
INTRODUCCIÓN

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN.

1.1. Realidad problemática

Actualmente, las pequeñas empresas denominadas MyPES, se encuentran atravesando por etapas de desarrollo y aceptación por la población a nivel mundial, muchas personas emprendedoras, han tomado la decisión de iniciar un negocio en diferentes rubros, así mismo muchos gobiernos han tomado la decisión de brindar apoyo legal y tributario, con la finalidad de que estas empresas puedan desarrollarse comercialmente.

Sin embargo, muchas veces la labor realizada por los dueños o líderes de estos negocios no es la adecuado, pues no poseen el adecuado conocimiento sobre Gestión Empresarial, por lo que estos no tienen la capacidad de poder organizar, controlar y dirigir un grupo de personas, así como el realizar las actividades empresariales necesaria para que sus MyPes cumplan con sus objetivos planteados. La Gestión Empresarial es una actividad que permite mejorar la competitividad y la productividad de la empresa, mediante la participación sostenida y eficiente de diferentes actores dentro de las organizaciones tales como directores, administradores, colaboradores de las diferentes áreas de la empresa y personal de consultoría, así como de las acciones cotidianas realizadas por estas personas.

Para la Mg. Silupú, B. (2018), economista y directora del Centro de Asesoría Microempresarial (CAM) de la Universidad de Piura, en muchas situaciones, la inadecuada aplicación de la Gestión Empresarial, provoca que los directivos de las organizaciones no tomen las decisiones adecuadas por la falta de información relevante que les proporcionan las áreas correspondientes. Lo que ha conllevado en la actualidad a que entre un 50% y un 75% de empresas peruanas dejen de existir durante sus primeros tres años de creación, siendo las principales razones la no rentabilidad de sus negocios y la carencia de herramientas para la gestión de sus procesos que producen su salida del mercado. (Paulice, 2018). Debido a esta situación, a todas luces deficiente, los directores de las empresas ocupan más su tiempo en realizar las tareas propias del negocio (producción y ventas), que aquellas propias de sus propia funciones, tales como estrategias para optimizar la

producción, mejorar el ingreso al mercado, etc. Esto ocurre debido a que no tienen la capacidad suficiente para organizar y delegar funciones, provocando una falta de identificación de roles y objetivos por áreas. Toda esta problemática, conlleva a no contar con estrategias eficientes que permitan conseguir nuevos clientes y por ende el desarrollo sostenido dentro del mercado, de las organizaciones.

A Nivel Internacional

En América Latina, la situación de la Gestión Empresarial, de las pequeñas empresas, está pasando por una situación no muy favorable, debido a la falta de preparación de los responsables o dueños de estos negocios, los cuales en muchos casos solo han creado su MyPe por necesidad, debido al incremento del desempleo en la zona.

Según el Diario El País de Argentina (2014) en la sección de Economía, se muestran algunos resultados de estudios realizados en América Latina, determinando que un 75% de las personas que indican poseer una empresa, en realidad cuentan con microempresas, es decir que poseen 5 colaboradores realizando las actividades del negocio. Por otro lado, el estudio indica que el 70% de estos empresarios emprendedores, son auto-empleados, sin ningún tipo de preparación en estrategias de gestión de negocios, realizando tareas o actividades diarias propias del rubro sin objetivos claros en la organización, y sin la formalidad propia de una gestión empresarial. Y por esta situación de los empresarios, que también ha sido materia de estudio, muchas microempresas no tienen la capacidad de desarrollarse y convertirse en unidades productivas de mayor significancia en el mercado.

Se debe tener en cuenta que, en la actualidad, los encargados de este tipo de empresas, no deben estar ajenos al uso de herramientas tecnológicas que les permita mejorar la administración de los negocios.

Según el diario El País de Argentina (2014), en la sección de tecnologías, indica que existen muchos componentes que han contribuido en la mejora de la productividad y la competencia de los negocios y consecuentemente en el crecimiento económico del país; siendo el progreso tecnológico uno de los más influyentes, el cual ha provocado la creación de nuevos productos y estrategias

para su elaboración, así como significativas mejoras en los procesos, en la gestión y administración de los negocios, brindándoles mayores capacidades para enfrentar las exigencias de los mercados y sobrellevar los riesgos que implican estos.

Este tipo de publicaciones nos hace reflexionar sobre la importancia de este mecanismo de ayuda para incrementar el rendimiento de las medianas y pequeñas empresas.

Por otro lado, analizando el entorno del mercado comercial respecto a la venta de útiles escolares, podemos empezar observando la situación de un país Latinoamericano como es Argentina. En este país, cercano a nuestra realidad, las ventas de estos productos, no ha sido de lo mejor, debido a diversos factores económicos en el país, teniendo una pequeña caída en el último año, aunque los comerciantes confían que esta situación se revierta.

El diario “El Cronista” (2018), del país gaucha, a pesar de que la CAME (Confederación Argentina de Mediana Empresa), brinda indicadores negativos en la mayoría de los rubros de ventas de diferentes productos y servicios, sin embargo, también si indica que la venta de útiles escolares, a pesar de la situación, ha mantenido valores positivos, o en el peor de los casos a elevado pequeños valores en sus índices, permitiendo que el indicador general para las ventas mantenga valores positivos.

Según, la página Aristegui Noticias (2018), del país Azteca, analizando el mercado Mexicano, se ha podido determinar que los negocios de la venta de útiles escolares, al menudeo o ventas en pequeñas cantidades, también conocidas como negocios de tipo “retail”, han incrementado significativamente sus ventas llegando a valores significativos, los cuales superan los 7,800 millones de pesos, esto debido a que muchos de estos negocios han tenido que adaptarse al uso de nuevas tecnologías, que les permitan mejorar sus procesos y controlar los productos de manera efectiva. Así, mismo estas empresas, deben adaptarse a los nuevos requerimientos de los padres de familia, que buscan los productos cada vez más atractivos para satisfacer las necesidades de sus hijos.

A Nivel Nacional

El Perú, no está ajeno a los variados problemas que se manifiestan en las pequeñas y medianas empresas, siendo la ausencia de tecnología, el factor predominante para el poco desarrollo de las empresas y la eficiente Gestión Empresarial. Un ejemplo claro sobre esta carencia se manifiesta que en la actualidad el 85% de las micro y pequeñas empresas peruanas no usan un software para el control de inventario, y presentan problemas en el control de stock y pérdida de mercadería, pues no cuentan con la información necesaria sobre la demanda de cada artículo (Mendoza, 2018).

Según el Boletín Empresarial de la Revista Actualidad Empresarial (2018), establece que uno de los problemas más resaltantes que afrontan las pequeñas empresas denominadas PYMES, es la ausencia del uso de herramientas tecnológicas para la realización de su gestión empresarial, debido a la percepción que tienen sobre la alta inversión que debe hacerse para la innovación y conocimientos técnicos avanzados (Rojas y Zevallos, 2018). Sin embargo en un mundo globalizado, en donde la competitividad y el conocimiento son las principales características de la sociedad, es prácticamente imposible que una empresa de cualquier tipo, pueda desarrollarse comercialmente, sin tener como aliado a la ciencia y la implementación de herramientas tecnológicas, para realizar las actividades diarias del negocio.

En el ámbito nacional, existen grandes negocios o empresas que se dedican al rubro de la venta de útiles escolares y de oficina. Entre las principales organizaciones que están presentes en este rubro tenemos a Tai Loy y Continental, ambos con un gran posicionamiento y aceptación en el mercado. Estas dos empresas, han absorbido otras empresas que en el mercado han dejado de generar ingresos. (Diario El Comercio , 2017)

Uno de los cambios importantes que han asumido estas organizaciones es el hecho de agregar a su lista de productos, otras categorías que normalmente no se asociaban a este rubro, como por ejemplo la venta de juguetes y productos de tecnología, debido a que estos productos permiten mantener una estabilidad en las ventas en los meses, donde la demanda de útiles escolares desciende.

Así mismo estas empresas también, están incursionando en la venta de productos a través de internet, para esto están elaborando estrategias de marketing virtual para poder llegar a la mayor cantidad de clientes posibles, y creando plataformas tecnológicas que ayuden a conseguir estos objetivos.

A Nivel Local

A nivel local y regional, el incremento a más del 120% de la venta de útiles escolares se da durante los meses de campaña escolar, es decir entre los meses de febrero y abril, donde la mayoría de padres de familia buscan los mejores productos y precios que se estén acorde a sus necesidades. Lamentablemente para muchos de ellos, esta búsqueda es un “odisea”, debido a que no existen empresas que realmente resuelvan sus problemas, ya sea por la poca variedad de marcas y de precios. Existen en la región negocios locales y nacionales que intentan satisfacer este mercado cada vez más exigente.

Según la página Radio Programas del Perú (2018), en la ciudad de Chiclayo, existen diferentes empresas dedicados a la venta de útiles escolares, en mayor cantidad estos pequeños negocios están ubicados en el Mercado Modelo, aquí los dueños de los locales, manifiestan que los padres de familia, casi siempre esperan la ultima hora para la compra de sus productos, esto es debido a que la mayoría, primero presupuestan las matrículas de sus menores hijos, sobre todo aquellos de colegios particulares y llegan a los locales solo a cotizar las listas.

En estos negocios existe gran desorden documentario y desorganización, debido a que en su gran mayoría son comerciantes empíricos, sin ningún tipo de formación administrativa, es decir que solo venden por necesidad. Los dueños de estos negocios tienen poco o nulo control de la gestión de su negocio, traduciéndose esto en una mala gestión administrativa, pues si bien estos pueden recuperar lo invertido o tener una ganancia mínima de sus ventas, al no tener estructurado y cuantificado el alcance de su mercadería no pueden controlar ni alcanzar el verdadero potencial de su negocio. Por ende, no existe dirección empresarial que les permita desarrollarse comercialmente y posicionarse en el mercado nacional e internacional.

A Nivel Institucional

La Librería “ALFA”, es una empresa creada en el año 2014 y destinada a la venta de útiles escolares y de oficina, ubicada en la ciudad de Chiclayo, esta empresa se inició con una inversión de 5,000.00 (cinco mil y 00/100 soles) /. 5,000.00 soles tanto para acondicionamiento del local comercial y adquisición de mercadería, manteniéndose un flujo constante de ingresos sin déficit, pero también sin superávit notorio que permita ampliar el negocio, se proyectó para el año 2019 que la cifra inicial de inversión se duplicaría y se invertiría en la remodelación y ampliación del negocio, sin embargo actualmente se viene afrontando una gran deficiencia en la Gestión Empresarial, debido a diferentes factores que están llevando a la empresa a no desarrollarse comercialmente y posicionarse y competir de manera adecuada en el mercado, así como también no poder lograr con el objetivo inicialmente trazando para dicho año, siendo uno de los principales factores que han concretado esta situación, la falta de conocimiento administrativo de la persona responsable del negocio, donde se ha detectado un deficiente orden de los documentos de ingreso y salida de mercadería pues se ha utilizado una metodología tradicional para dicho control, sufriendo de traspapelado y pérdida de guías sobre los productos adquiridos, y esto ha provocado que la empresa, en mención, no tenga un crecimiento significativo en este mercado tan competitivo, pues al no mantener un control en la gestión, el negocio solo ha servido para poder cancelar las deudas con los proveedores y mantener un flujo mínimo de ingreso mensual para el empresario, por otro lado, la empresa no cuenta con una clara planificación de objetivos, lo que no le permite aplicar estrategias que sean de suma importancia para ella, provocando que la organización este trabajando sin ninguna orientación, es decir sin una visión clara de cómo lograr lo que se desea como empresa. Además, la escasez de productos, que posee en ocasiones, provoca el no poder cumplir con la demanda comercial y tener un gran número de clientes insatisfechos debido que sus necesidades no han sido cubiertas. Y en consecuencia para inicios del año 2019 contrario a lo proyectado, se presentó una pérdida del 15% del capital inicial, lo cual hubiera sucedido si se hubiera empleado un mejor enfoque en la gestión empresarial.

La zona donde se encuentra ubicada la Librería, amerita tener un negocio que tenga elementos estratégicos que permita cubrir las necesidades de los clientes en diferentes tipos de productos. Esta empresa carece de un seguimiento preciso de objetivos que ayuden a la segmentación de mercado y planificación de estrategias que se sumen al óptimo desarrollo de la misma, por ende no se adecua a las exigencias de los clientes ya que hoy en día los clientes conocen lo que consumen, son comparativos y buscan precios acorde a sus posibilidades económicas, además, posee un control ineficiente de productos, provocado por una mala gestión de comercialización, esta situación conlleva a una deficiencia de abastecimiento de productos, es decir no cuenta con los productos necesarios para satisfacer las exigencias de su mercado, como consecuencia de esto, no existe un incremento sostenido de las ventas. Otro motivo que está provocando que las ventas se hayan reducido en un 5% con respecto al año anterior, es el hecho que no cuenta con adecuado plan de marketing que permita llegar a mayor cantidad de clientes y ofrecerles los productos y servicios brindados por la empresa, adicionalmente a todo lo planteado, se ha detectado que cuenta con una deficiencia en la fijación de precios, no existe una clara definición de los precios y muchos menos del margen de ganancias que debe tener cada uno de los productos, de acuerdo a diferentes características y necesidades de consumo, este hecho trae como consecuencia un bajo margen de utilidad o ganancia, que no tiene satisfecha a la administración del negocio, debido a toda esta situación, existen muchas dificultades en cuanto a su crecimiento comercial en el mercado, como toda empresa, busca tener ingreso, pero si no aplicamos estrategias que se enfoquen en el crecimiento de la misma, no se obtendrán los resultados positivos dentro de ella.

1.2. Trabajos Previos

A Nivel Internacional

Campaña Castellano (2015) en su investigación titulada “La gestión empresarial y la toma de decisiones en la cooperativa de Ahorro y crédito unidad y progreso del Cantón Sigchos”, cuyo objetivo fue establecer el nivel en que la Gestión Empresarial incide en la toma de decisiones de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Unidad y Progreso del Cantón Sigchos (p. 23) con el fin de orientarlos a lograr resultados favorables; utilizo la siguiente metodología: tipo de investigación

descriptiva, la población está compuesta por funcionarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Unidad y Progreso” del cantón Sigchos, quienes fueron escogidos por su desempeño laboral y la naturaleza de su actividad, en razón a que estos comprenden los principales actores de la investigación, se utilizará la técnica de la Entrevista con su instrumento el cuestionario, luego a la siguiente conclusión

El estudio realizado a la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Unidad y Progreso”, ha ayudado a vislumbrar la importancia que tiene dentro de una organización un Sistema de Gestión Empresarial, ya que favorece a mejorar la calidad de los servicios, procesos y personas, estableciéndose de esta forma la base primordial para el desarrollo organizacional. La ausencia de un manual de procedimientos para los procesos de la cooperativa no permite que el colaborador tenga un conocimiento real de sus capacidades y responsabilidades que conllevan su puesto de trabajo; en consecuencia esto se refleja en el bajo nivel de eficiencia al momento de ejecutar sus actividades, lo cual vendría a ser una de las debilidades de mayor realce dentro la cooperativa. La Cooperativa de Ahorro y Crédito “Unidad y Progreso.”, y sus miembros tendrán que direccionar sus actividades para satisfacer las expectativas y necesidades que tengan sus socios, ya tener un cliente satisfecho es la mejor publicidad lograda que se puede tener. La ineficacia en los procesos, el inadecuado uso de los recursos humanos, económicos, tecnológicos y materiales, afecta a la toma de decisiones de la cooperativa, pues no les permite evaluar correctamente el cumplimiento de la misión, visión y objetivos organizacionales que se plantearon, ya que no existe un sistema que les permita hacerlo y por lo tanto no permite el correcto encaminamiento de la empresa. (p. 83).

Relevancia. – Este trabajo de investigación he permitido entender los procesos que tiene en cuenta en las empresas del sistema financiero y como la gestión empresarial asume el papel protagónico en el control de los movimientos que existen en este rubro.

Flores Orozco (2015) en su investigación titulada “Proceso administrativo y gestión empresarial en COPROABAS Jinotega 2010- 2013”, cuyo objetivo fue: “Examinar paso a paso el proceso administrativo y su cuál es su incidencia en la Gestión Empresarial, todo esto aplicado a la cooperativa COPROABAS Jinotega 2010-2013” (p. 34), se utilizó la siguiente metodología: la población está compuesta por 2 jefes de área, un gerente y 15 trabajadores, siendo estos el 100 % de la población, por lo cual no utilizara muestra (p. 87), tipo de investigación descriptiva, instrumentos utilizados observación directa, revisión documenta y entrevista; y se obtuvo las siguientes conclusiones, basados en los resultados conseguidos en la presente investigación y en concordancia a los instrumentos utilizados:

El procedimiento Administrativo y Gestión Empresarial de la Cooperativa de Producto de Alimentos Básicos RL, se realiza de manera parcial, pues no se realiza de manera correcta las funciones del proceso administrativo. Se realizó una evaluación en cuanto a los proceso administrativo y Gestión de la empresa, con la finalidad de observar si se está planteando correctamente, y de esto se concluye que la Gestión empresarial en la Cooperativa, se ve restringida por los escasos conocimientos administrativos que poseen los órganos directivos que laboran en base a su experiencia, así como también el poco compromiso que manifiestan alguno de ellos. Al no existir un buen manejo de los procesos administrativo, vislumbramos el no cumplimiento de desempeñar una buena Gestión Administrativa. Se evaluó el rendimiento de la gestión Administrativa por parte de los colaboradores mediante una encuesta y se observó que no hay un sistema motivacional para los trabajadores, con el que puedan laborar de manera eficaz, se usó la siguiente metodología: como universo poblacional a un conjunto de empresas españolas de fabricación con 50 trabajadores o más, de las que se ignoraba cual era el número exacto que poseía externalizada mayoritariamente para la gestión de las reclamaciones y quejas. (p. 146).

Relevancia. - Este trabajo, ha permitido conocer cómo se interrelacionan los procesos administrativos junto a la gestión empresarial en las cooperativas y establecer mecanismos que permitan mejorar estas relaciones.

S.Phabmixay (2015), en su tesis titulada “Gestión empresarial del sistema de reclamaciones y quejas bajo los enfoques mecanicista y orgánico. Antecedentes y resultados”, cuyo objetivo fue: “destacar la influencia en la configuración del sistema de reclamaciones y quejas tanto en las variables del enfoque mecánico como en el enfoque orgánico” (p. 140), instrumento utilizado cuestionario, llego a las siguientes conclusiones:

La mayoría de investigaciones que tratan sobre la manipulación del sistema de reclamaciones y quejas resultan como una respuesta a la necesidad de fortalecer el papel de los trabajadores ante los procedimientos de resolución de conflictos que puede presentarse con los clientes. Un trabajador del área de atención al cliente que posea capacidad de decisión y este provisto de comportamientos altruistas contribuye a que se realice una gestión eficaz de las reclamaciones. De manera general, en la investigación se plantea que la capacidad de decisión, la formación, y las conductas extra-rol que poseen los trabajadores, son factores positivos que deben estar encaminados a favorecer la percepción que tiene el cliente en razón a un trato justo por parte de la empresa. A través de los resultados conseguidos del contraste del cuestionario con la hipótesis planteada, concluyen que no influyen directamente en el impacto de cómo se percibe la justicia, la formación y la capacidad de decisión. Contrario a las conductas extra-rol que posee el trabajador, la cuales, según los resultados obtenidos, manifiestan una influencia significativa, pero frágil, en la percepción de justicia por parte de los clientes en cuanto a dar las respuestas y soluciones de las quejas presentadas. Nuestros resultados obtenidos difieren en gran medida de los hallazgos encontrados por Fürst y Homburg (2005), quienes señalaron que sí hallaron influencia significativa y directa del enfoque orgánico sobre la justicia distributiva, interactiva y procedimental. Sin embargo, si hubiéramos centrado nuestra propuesta en lo señalado por Homburg y Fürst (2005), igualmente tuviéramos los mismos resultados. En cambio la ausencia de los coincidentes resultados radica en la inclusión de relaciones causales entre los enfoques orgánico y mecanicista. En nuestra investigación se propone que las variables pertenecientes al enfoque orgánico si tienen un impacto positivo y directo sobre las variables explicación, trato y disculpa. Los

resultados obtenidos del contraste de la hipótesis sostenida registran significativamente una influencia positiva de una buena parte de las mismas. Especialmente, una vez que se incluyen las relaciones de causalidad anteriormente referidas, se observa que la formación y las conductas extra-rol que posee el trabajador tienen un efecto positivo sobre la justicia de las soluciones. No ocurriendo así con la capacidad de decisión, que a diferencia de lo sostenido por Chebat y Kollias (2000), si afecta positivamente la adaptabilidad y auto-eficacia de los trabajadores; no hallamos relación alguna con los resultados del sistema adoptado. Ante estos hallazgos, concluimos razonablemente que el enfoque orgánico es canalizado por el enfoque mecanicista, fortaleciendo las actividades de recuperación de clientes o, de otra manera, el enfoque orgánico es un precedente del correcto uso de las reglas de comportamiento y solución establecidas por la empresa y, por tanto, su utilización es positiva y favorece ofrecer con mayor eficiencia un sistema de reclamaciones y quejas. Desde el punto de vista empresarial, ¿qué nos sugieren las relaciones encontradas entre la justicia de la solución y el enfoque orgánico? Pues sugiere que para las empresas, aplicar de forma eficiente el sistema de reclamaciones y quejas es un asunto de suma importancia, más aún si desean innovar esta herramienta como un componente que los diferencie ante su competencia, para lo cual el rol que cumple recursos humanos es fundamental para que se lleve a cabo. En conclusión se recomienda que los empresarios den prioridad a formar a sus trabajadores en temas de gestión de quejas y que promuevan e impulsen las conductas extra-rol de cada trabajador, con la finalidad de perseguir un resultado óptimo en la gestión de su empresa, pues un personal formado y motivado es fundamental, para propiciar una mayor aceptación, comprensión y aplicación más eficiente de las normas de comportamiento (explicación y trato) y de las normas de solución (disculpa y compensación) instauradas por la empresa. Por lo tanto, se recomienda al empleador que apuesten y aplique ambos enfoques, tanto por el enfoque orgánico o de factores blandos como por el enfoque mecanicista o de factores duros, porque su aplicación conjunta mejora la percepción de los clientes sobre el nivel de justicia (p. 139).

Relevancia. – Este trabajo de investigación nos permite entender como la gestión empresarial es de suma importancia para generar y controlar procesos eficientes en el área de reclamos de una organización.

Urrutia Urrutia (2014), en su investigación “Gestión empresarial y los procesos en el área administrativa de la unidad educativa González Suárez Ambato”, cuyo objetivo fue: “Diseñar, para la Unidad Educativa González Suárez Ambato, la mejora de los procesos administrativos a favor de su gestión empresarial” (p. 6), utilizo la metodología: tipo de investigación combinada de enfoques cuantitativo y cualitativo, la población a investigar, estuvo constituida por diez miembros del personal administrativo y cuarenta y siete docentes pertenecientes a la Unidad Educativa González Suárez Ambato, llego a la siguiente conclusión:

La Unidad Educativa González Suárez cuenta con un Proyecto Educativo Institucional (PEI) acorde con la Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI) que se ampara en la gestión empresarial educativa y se materializa a través de los procesos administrativos. La unidad educativa tiene una estructura organizacional dinámica, los procedimientos administrativos que se realizan en las labores educativas son examinados de forma continua a través de las directivas emitidas para la auto-evaluación institucional, que permiten analizar, recopilar y valorar cómo se realizan, es decir, vislumbrar como es la realidad de la institución internamente para comprobar el cumplimiento del Proyecto Educativo Institucional (PEI), pronunciar juicios, plantear lineamientos para tener una gestión educativa eficaz. Los procedimientos se ejecutan de forma secuencial, continúa y lógica para acatar lo dispuesto por el órgano regular correspondiente, es decir, con los reglamentos y leyes externos e internos, sin embargo, existe duplicidad de actividades, retrasos, tareas indispensables y, en consecuencia un derroche de los recursos y molestia en el personal y en aquellas personas que acceden al servicio educativo. Los procedimientos administrativos se complementan y mejoran para rejuvenecer la gestión escolar, a través de la implementación de procesos innovadores, adecuados y participativos en respuesta a los nuevos desafíos, mediante herramientas, técnicas y

tecnologías de la información y comunicación (TICS), disponibles actualmente. (p. 102).

Relevancia. – El presente trabajo de investigación, permite realizar el análisis de los procesos administrativos y relación que existen con la gestión administrativa en una organización educativa.

Barrios Gil (2015) en su investigación “Gestión Empresarial en las Pequeñas Empresas que prestan los servicios para fiestas en los Municipios de Colomba Costa Cuca y Coatepeque”, cuyo objetivo fue: “establecer cuál es la forma en que aplica la gestión empresarial en las pequeñas empresas destinadas a prestar servicios para las fiestas realizadas en los municipios de Colomba Costa Cuca y Coatepeque, Quetzaltenango”. (p. 28), utilizó como instrumento “una entrevista orientada a los propietarios y una encuesta para los colaboradores, la cual está conformada por treinta y nueve (39) interrogantes de tipo abierta y de opción múltiple” (p. 32). , llegó a las siguientes conclusiones:

La gestión empresarial no se aplica de forma adecuada en las empresas, y son exclusivamente manejadas por los propietarios, aunque algunas partes del proceso sostienen que son acertadas, en realidad la dirección, la integración y parte del control en las empresas no lo son. Si bien es cierto que dentro del ámbito de la gestión empresarial los empresarios son los que planean y organizan todo en su empresa, esto último no lo hacen de manera correcta, provocando de esa forma problemas al momento de integrar debidamente el procedimiento que necesita una gestión empresarial. Las empresas en la actualidad tienen una inadecuada planificación, a causa de que los entrevistados afirman que pueden realizar la planificación y tener conocimiento de diversos tipos de planes, sin embargo la planificación afirmada por estos solo son para actividades a corto plazo, dificultando así el poder fijarse objetivos o metas, y dificultándose el poder seleccionar la misión y objetivos, así como de las acciones para lograrlos. Las empresas informalmente realizan la organización pues estas no cuentan con una estructura organizacional concreta, sin embargo, los propietarios logran

determinar las funciones que cada colaborador realizara, lo cual es confirmado por éstos últimos al señalar que tienen claras cuáles son sus funciones. Con referencia a lo anteriormente señalado, que los entrevistados afirman organizar, esta forma de organización es destinada únicamente a las actividades que se ejecutan en los eventos. Las técnicas que utilizan las empresas para la integración de personal son: el reclutamiento que se realiza a través de las recomendaciones que los mismos colaboradores dan; la selección que se realiza mediante una entrevista hecha por los mismos propietarios, quedando a decisión de estos que preguntas harán a las personas que buscan ocupar un puesto en la empresa. La evaluación del desempeño que se realiza midiendo el tiempo que el colaborador demora en cumplir una actividad previamente encargada. Los propietarios no capacitan a su personal porque afirman que las actividades que realizan los empleados no son de carácter complejo y por lo tanto no ameritan una capacitación. En el interior del directorio de las empresas existe una comunicación buena y fluida de manera verbal. Se maneja un liderazgo autocrático y se mantiene una estrecha comunicación entre los propietarios y los colaboradores, logrando de esa manera un buen trabajo en equipo. Los propietarios incentivan con compensaciones económicas a sus colaboradores y esto influye de manera positiva en el tipo de rendimiento que ofrecen estos mismos. Todo lo señalado anteriormente en conjunto dentro de las empresas logra un buen clima organizacional ya que los colaboradores se mantienen motivados y actúan con más dinamismo. Las empresas realizan un control permanente en las actividades y en su personal, a través de la observación. Es preciso agregar que, si bien se afirma conocer los distintos tipos de control, estos solo utilizan el control presente en las actividades. En referencia a lo anterior es incuestionable que no se realiza un proceso de control completo y solamente algunos pasos del mismo son ejecutados. (p. 109).

Relevancia. - Este trabajo, permite conocer como la gestión empresarial tiene un impacto positivo en las pequeñas y micro empresas de los países de la región, así como resolver las situaciones adversas que ellas enfrentan al tratar de cumplir sus objetivos.

A Nivel Nacional

Alvarez Pianto (2017), en su investigación titulada “La gestión empresarial de las MyPES y su relación con la competitividad de ventas en el emporio de gamarra, La Victoria, 2017”, cuyo objetivo fue “Establecer cómo se relaciona la competitividad de ventas en el Emporio de Gamarra con la gestión empresarial de las MyPES en el periodo 2017” (p. 30), utilizó la metodología : tipo de investigación descriptiva – correlacional, “la población estuvo conformada por 250 empresarios de las MyPES del rubro ropa de dama del emporio de Gamarra, el instrumento empleado es el cuestionario que consta de 23 preguntas, once de la cuales son para la variable gestión empresarial y doce para la variable competitividad de las ventas” (p. 36), llegó a la siguiente conclusión:

Se llegó a la conclusión que la gestión empresarial de las MyPES si mantiene una relación con la competitividad de las ventas en el Emporio de Gamarra, pues se observó mediante la prueba de Rho Spearman un valor de 0.389, lo que indica que existe una relación positiva baja entre variables. Asimismo, se estableció un $p = 0.000 < 0.05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Se llega a la conclusión que la gerencia integrada mantiene relación con el dinamismo tecnológico de las MyPES en el Emporio de Gamarra, pues se observó mediante la prueba Rho Spearman un valor de 0.451, lo cual establece que existe una relación positiva moderada entre las dimensiones y además un $p = 0.000 < 0.05$, por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Se llega a la conclusión que la toma de decisiones mantiene relación con la globalización de la competencia de las MyPES en el Emporio de Gamarra, pues mediante la prueba Rho Spearman se observó un valor de 0.830, lo cual señala que hay una correlación positiva alta, y asimismo se logró un $p = 0.000 < 0.05$, estableciendo que se acepta la hipótesis alternativa y se rechace la hipótesis nula, Y finalmente se llega a la conclusión que las repercusiones económicas financieras se relacionan con el sector productivo de las MyPES en el Emporio de Gamarra, pues mediante la prueba de Rho Spearman se observa un valor de 0.380, lo que manifiesta que existe una relación positiva

baja entre las dimensiones. También, se obtuvo un $p = 0.000 < 0.05$, por lo cual, se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. (p. 56).

Relevancia. – Esta investigación, realiza un análisis profundo del impacto que tiene la gestión empresarial en el área de ventas en las MyPES y como permite mejorar su competitividad.

Espinoza Ureta & Salinas Mayor (2016), en su investigación “Eficiencia en la gestión empresarial de las asociaciones de mujeres productoras de cuy, provincia de Jauja, periodo 2014 – 2015”, cuyo objetivo fue “establece cuál es el nivel de eficacia logrado por las asociaciones de mujeres productoras de cuy de la provincia de Jauja, como resultado de la gestión y la asistencia técnica recibida en el periodo 2014 al 2015” (p. 19), utilizó la metodología: tipo de investigación descriptiva, la población según la base de datos de la ONG CEDAL está conformada por siete (7) asociaciones, la técnicas de recolección de datos es mediante una entrevista directa y mediante la realización de encuestas, para la obtención de los registros contables y el flujo de Caja” (p. 46). , llegó a la siguiente conclusión:

Después de haber establecido el nivel de eficacia de las asociaciones y del sector, se llegó a la conclusión que este nivel de eficiencia se halla muy por debajo de los estándares del sector, pues el sector obtuvo un promedio de 48% muy por encima que las asociaciones que alcanzaron un 5. Así como también se advierte esto corresponde con los resultados de la gestión, pero no corresponde con la asistencia técnica recibida. El bajo nivel de eficacia corresponde al resultado de la gestión realizada por las asociaciones de mujeres productoras de cuy de la provincia de Jauja en el periodo 2014 al 2015, debido a la mala gestión desarrollada en estas asociaciones. El nivel de eficacia no corresponde con la frecuencia que recibieron las asociaciones de mujeres productoras de cuy de la provincia de Jauja en el periodo 2014 al 2015, sobre asistencia técnica. (p. 84).

Relevancia. – Esta investigación, realiza un análisis de las razones del impacto positivo de la gestión empresarial en las áreas de producción de diversos productos, en este caso del sector alimentos.

Nestor Asillo (2015), en su investigación “Gestión empresarial y su influencia en el desarrollo económico de las MyPES del sector servicios, rubro imprentas en la ciudad de Tacna, año 2013.”, cuyo objetivo fue “Establecer la relación que existe entre el nivel de desarrollo económico de las MYPES del Sector Servicios, rubro imprentas y la gestión empresarial” (p. 7), utilizó la metodología: tipo de investigación nivel descriptivo, explicativo, la población estuvo conformada por los Gerentes de las MYPES del rubro imprentas en la Ciudad de Tacna siendo estos siendo un total de 55 gerentes” (p. 59), técnicas de recolección de datos fue una encuesta y como instrumento se utilizó un cuestionario, se llegó a la siguiente conclusión:

Existe una correlación significativa entre el nivel de desarrollo económico de las MYPES del Sector Servicios, rubro imprentas y la gestión empresarial, obteniendo como resultados según la prueba de Rho de Spearman, $r= 0,975$ ($0,00 < 0,01$). Asimismo existe una correlación significativa entre el nivel de desarrollo económico de las MYPES del Sector Servicios, rubro imprentas y la gestión de innovación, obteniendo como resultados según la prueba de Rho de Spearman, $r= 0,979$ ($0,00 < 0,01$). Finalmente existe una relación significativa entre el nivel de desarrollo económico de las MYPES del Sector Servicios, rubro imprentas y la gestión financiera, obteniendo como resultados según la prueba de Rho de Spearman, $r= 0,984$ ($0,00 < 0,01$) (p. 121).

Relevancia. – Este trabajo de investigación, permite conocer como la gestión empresarial realizada de manera efectiva y eficiente permite un crecimiento de la MyPES, en el sector de imprentas y que se puede aplicar de manera similar en cualquier tipo de organización.

Barreto Bardales (2015), en su investigación titulada “Desempeño docente y desarrollo de las capacidades en gestión empresarial y marketing en estudiantes de la escuela superior tecnológica – SENCICO”, cuyo objetivo fue determinar la relación entre el desarrollo de las capacidades en gestión de aprendizaje de los estudiantes del VI ciclo de la asignatura de gestión empresarial y marketing de la

carrera de edificaciones de la Escuela Superior Tecnológica y el desempeño docente”. (p. 7), llegó a la siguiente conclusión:

En esta investigación se reflejó el análisis del diseño curricular por competencias para la carrera de edificaciones, en la materia de gestión empresarial y marketing; el cual tienes como elementos principales: la concepción curricular por módulos, las competencias laborales, las formas de organización del procedimiento de educación técnica y profesional en razón de los elementos de competencia y una valoración multidimensional. Finalmente se recomienda a la Dirección de la Escuela Superior Tecnológica SENCICO, capacitar a sus profesores con la finalidad de mejorar la forma en cómo se desempeñan y apliquen la metodología de enseñanza correcta, utilizando materiales didácticos afines con el progreso de la ciencia y la tecnología, y toda esta capacitación dará resultados positivos que se verán reflejados en los estudiantes que mejoraran en su desarrollo de las competencias de gestión de aprendizaje (p. 118).

Relevancia. - Este trabajo de investigación nos permite entender como la gestión empresarial puede ser aplicada a diferentes tipos de estudios, ya sea del sector productivo, así como del sector educación.

Ari Vilca (2017), en su investigación titulada “Gestión empresarial y competitividad en las micro y pequeñas empresas del Mercado Internacional San José Base I de la ciudad de Juliaca 2017”, cuyo objetivo fue “establecer la relación que existe entre la competitividad en las micro y pequeñas empresas del mercado internacional San José Base I y la gestión empresarial, en el periodo 2017” (p. 17), se utilizó el tipo de investigación no experimental de enfoque cuantitativo porque se tiene una variable independiente que no puede ser modificada, y en este caso fue la gestión empresarial y como variable dependiente se tiene la competitividad de las MYPES, llegó a la siguiente conclusión:

Como conclusión general y en respuesta al objetivo general, se determinó que la relación entre gestión empresarial y competitividad en las micro y pequeñas empresas del mercado internacional San José Base I, es

significativa en 0.420, lo cual significa que la variable competitividad ha sido influida significativamente por la variable gestión empresarial. De forma individual como resultado de los objetivos específicos, se estableció la relación significativa de 0.303, entre la función gerencial en micros y pequeñas empresas del mercado internacional San José Base I y la gestión empresarial. Así también, se estableció la relación significativa de 0.423 entre la función administrativa en micros y pequeña empresa del mercado internacional San José Base I y la gestión empresarial. Asimismo se estableció la relación significativa 0.360 entre la función comercial y logística en micros y pequeñas empresas del mercado internacional San José Base I y la gestión empresarial, dicho resultado es significativo en razón al grupo de investigación pues la parte comercial siempre es considerada uno de los componentes más importantes en la competitividad. La relación entre la función financiera en micros y pequeñas empresas del mercado internacional San José Base I y la gestión empresarial dio como resultado es 0.279. De la misma forma, se estableció la relación entre el talento humano en los micros y pequeñas empresas del mercado internacional San José Base I y la gestión empresarial dio como resultado el 0.295, y es considerado importante porque las micros y pequeñas empresas, tienen siempre en cuenta el clima laboral y otros aspectos necesarios de su grupo de trabajo. La relación entre la función tecnológica en las micro y pequeñas empresas del mercado internacional San José Base I y la gestión empresarial dio como resultado significativo un 0.487, en razón a que presentan mantenimiento los activos con los que cuentan, por lo tanto las micro y pequeñas empresas siempre se encuentran pendiente de las innovaciones tecnológicas. En la relación entre la función ambiental en las micro y pequeñas empresas del mercado internacional San José Base I y la gestión empresarial dio un resultado negativo, pues no existe correlación dando resultado un 0.1209065, en razón a que el Mercado Internacional San José habitualmente no cuenta con una cultura o política ambiental sostenible. Finalmente, se estableció la relación entre los factores externos en micros y pequeñas empresas del mercado internacional San José Base I y la gestión empresarial, dando como resultado significativo de 0.516, debido

a que las MYPES siempre están pendientes de los cambios económicos, políticos y socioculturales (p. 100).

Relevancia. – Este trabajo de investigación permite entender como la gestión empresarial tiene gran influencia en la responsabilidad social que debe tener cada organización, para su desarrollo en el entorno de trabajo.

A Nivel Local

Castillo Torres (2016) en su investigación “Modelo de gestión estratégica con enfoque de innovación para la mejora de la competitividad empresarial”, cuyo objetivo fue “Diseñar un modelo de gestión estratégica con enfoque novedoso que favorezca a la mejora de la competitividad de la empresa Kaluz” (p. 22), se utilizó la metodología: tipo de investigación Cualitativa, estudio de caso transversal, será aleatoria por conveniencia la muestra, y se usara la técnica de saturación. Se prefirió una muestra con “pluralidad relativa utilizada para estudio a profundidad, en donde la cantidad de participantes será establecida por el punto de saturación (saturación de categorías)”. (p. 71), las técnicas de Recolección de Datos será el denominado Focus Group y se realizara una entrevista a profundidad, se llegó a la siguiente conclusión:

En una perspectiva internacional económica perjudicial, donde existe enfoques de desaceleración de las economías emergentes, donde existe un descenso de la inversión y la demanda interna; las MyPES han demostrado en la última década un papel más activo e importante en el proceso del crecimiento económico nacional y regional; sin embargo, estas MyPES afrontan obstáculos que les impiden incrementar su productividad y mejorar su competitividad. Como resultado de los modelos teóricos y diversos enfoques revisados, se obtuvo como resultado que la competitividad se encuentra fundamentado en la capacidad de innovar que tiene la empresa y hasta el país mismo, siendo el modelo de gestión estratégica, el procedimiento mediante el cual una organización o empresa establece su dirección a largo plazo, siendo las estrategias competitivas lo que permite un posicionamiento estratégico y sustentable. Kaluz es una MyPE de

emprendimiento que surge con la visión y misión de satisfacer las nuevas necesidades, en contraposición a la tradicional, convencional y oferta lineal de las empresas de calzado en el departamento de Lambayeque, que en su etapa exploratoria aplicaba estrategias y criterios empíricos. Para ello se realizó un análisis de los factores externos e internos a través de la utilización del instrumento CANVAS, la cual permitiría inclusive propiciar una iniciativa de mejora del modelo. Del estudio se obtuvo como resultado que Kaluz posee la capacidad suficiente para beneficiarse de las oportunidades y reducir los impactos negativos de las amenazas del ambiente; así mismo se obtuvo como resultados que las fortalezas de la empresa Kaluz superan a sus debilidades, pues aplican estrategias apropiadas tanto para infiltrarse en los mercados y crear sus productos. Del estudio estratégico realizado se consiguió establecer once estrategias, las cuales han sido probadas en distintas matrices resultando en diez estrategias retenidas (estrategias para infiltrarse en el mercado y creación de productos) y una de contingencia que podrán revertir las debilidades, minimizarán las amenazas, aprovechando las fortalezas y oportunidades que presenta Kaluz. Esta MyPE ha determinado once objetivos para desarrollarse en el plazo del 2020, los cuales se orientan en perspectiva financiera que posee el cliente, de procesos, crecimiento y aprendizaje; los cuales permitirán la valoración y control del plan estratégico. Siendo la eficiencia, el compromiso y la integración del capital humano de Kaluz el factor clave para el logro de dichos objetivos. La MyPE Kaluz, es financieramente rentable y económica; su calificación proyecta un VAN positivo, lo que señala que en la actualidad obtiene un remanente sobre el retorno requerido de S/.324,271.00 a una tasa de descuento de 11,1% los cuales corresponderían a los costos de oportunidad. Y si se instalara una sucursal nueva de la empresa Kaluz, se obtendría como resultado un VAN Económico positivo de S/.912, 042 soles con una tasa probabilística del 41.71% de que la empresa obtenga el resultado sugerido y un VAN Financiero de S/.1, 234,829 soles (p. 180).

Relevancia. – Este informe, nos permite determinar las características que debe la gestión empresarial, para permitir que las empresas u organizaciones

puedan disputar de la mejor manera un puesto en el mercado donde se desarrollaran comercialmente.

Roque Bonilla (2016), en su investigación titulada “Estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la MYPE comercial “San Martín” – Chiclayo”, cuyo objetivo fue “Diseñar estrategias de gestión administrativa a favor de optimizar la calidad de servicio en la Mype Comercial “San Martín – Chiclayo” “ (p. 26)., utilizó la metodología : el tipo de investigación fue descriptiva, pues se detallará la actual realidad que afronta la empresa y que es lo que se necesita para mejorarla a través de una propuesta de estrategias de gestión administrativa” (p. 54), población conformada el primer grupo por todos los empleados de la Mype Comercial “San Martín” y como segundo grupos todos los compradores de la Mype Comercial “San Martín” (p. 56), técnicas de recolección de datos será mediante una encuesta, la cual consta de catorce preguntas pertenecientes a la variable independiente Gestión Administrativa y trece preguntas pertenecientes a la variable dependiente Atención al cliente, y también se utilizara la técnica de observación directa”. (p. 64), se llegó a la siguiente conclusión:

El 64% del personal de la empresa se encuentra plenamente de acuerdo en que la empresa si aplica correctamente estrategias de gestión administrativa mientras que el 46% difiere de ello, por lo que se puede afirmar que el nivel de la gestión administrativa en la Mype Comercial “San Martín” es medio debido. Asimismo, el 53% de los clientes señalan estar de acuerdo en que la empresa ofrece servicios de calidad al momento de comerciar sus productos, contrario al 47% de clientes que difieren de ello, por lo que se puede sostener que el nivel de calidad de servicio en la Mype Comercial “San Martín” es medio. Y en respuesta a estos resultados se diseñaron estrategias de gestión administrativa utilizando la teoría de Fayol, con el fin de mejorar los aspectos de la calidad de servicio. (Roque Bonilla, 2016, pág. 115)

Relevancia. – Este trabajo, ha permitido entender como la gestión empresarial permite mejorar los procedimientos utilizados en la atención al cliente,

determinando los criterios necesarios para que las empresas logren afianzarse de menor manera en el mercado.

Castro Tarrillo (2016), en su investigación titulada “Modelo de gestión de calidad para mejorar la satisfacción de los clientes de la empresa corporación Lozada E.I.R.L. Chiclayo 2016”, cuyo objetivo fue “Formular un modelo de gestión de calidad con la finalidad de mejorar la satisfacción de los clientes de la Empresa Corporación Lozada E.I.R.L Chiclayo 2016” (p. 46), utilizo la metodología: el tipo de investigación fue propositivo pues se planteó una propuesta como prototipo de Gestión de Calidad para la empresa Corporación Lozada E.I.R.L Chiclayo 2016 y descriptivo porque se busca describir el fenómeno que es materia de estudio y expone las características de la realidad”. (p. 49), la población está basada en la información ofrecida por el Gerente, quien señala que la cantidad de clientes varia, pues no son los mismos clientes los que van a la empresa siempre” (p. 52), “el instrumento utilizado fue un cuestionario titulado Escala que mide el grado de Satisfacción que posee el Cliente”. (p. 53), llevo a la siguiente conclusión:

Se logró establecer cuál es el estado del problema que agobia a la empresa Corporación Lozada, realizándose un estudio estratégico que se refleja en la Matriz FODA, y en los actuales flujogramas trazados. Se consiguió establecer cuál es el grado de satisfacción que poseen los clientes de la Empresa Corporación Lozada E.I.R.L, concluyéndose que del 100 % de los clientes encuestados, solo el 51% de ellos tienen como nivel una satisfacción baja, el 29.2% de ellos tienen una satisfacción media, lo cual puede entenderse como clientes que normalmente se encuentran satisfechos, y el 20% restante, señalan que tienen una satisfacción alta. Al sumar y generalizar en su extremo negativos los porcentajes de satisfacción media y baja, dará como resultado un 80 por ciento de clientes insatisfechos. Y en respuesta a estos resultados se confecciono un prototipo de gestión de calidad mejorando las deficiencias encontradas en el estudio realizado. Y finalmente como resultado de lo anterior señalado se aplicó un prototipo de gestión de calidad con la finalidad de mejorar el nivel de satisfacción de los clientes de la Empresa Corporación Lozada E.I.R.L Chiclayo 2016. (p. 125).

Relevancia. – Este trabajo de investigación, ha permitido encontrar y emplear las estrategias de gestión empresarial, con el fin de ejercer una atención al cliente eficaz y obtener la fidelización de los clientes para con la organización.

Castañeda Muñoz & Gonzales Mino (2016), en su investigación titulada “Plan de mejora para reducir los costos en la gestión de mantenimiento de la empresa transportes Chiclayo S.A. Chiclayo”, cuyo objetivo fue “reducir los costos de la empresa Transportes Chiclayo S.A, diseñando un plan que mejorara la Gestión de Mantenimiento”. (p. 9), la metodología utilizada en la investigación Aplicada, pues se parte de conocimientos adquiridos, y de información obtenida de diferentes fuentes, pero que se aplican en el ámbito estudiado, de tal manera que se puedan observar técnicas y herramientas que favorezcan la disminución de costos en la empresa”. (p. 53), la población serán todo el personal de la empresa Transportes Chiclayo S.A. en conjunto a todos sus recursos, la técnica utilizada para la Recolección de datos se dará aplicando de la encuesta, la observación y la entrevista, llego a la siguiente conclusión:

Se ejecutó un análisis de las condiciones en el que se encuentra la Gestión de Mantenimiento de la empresa Transportes Chiclayo S.A. refrena a su flota de buses, teniéndose un resultado negativo debido a su deficiencia. Para lo cual identifiqué cuales eran los problemas más graves, y esto se realizó a través del diagrama de Pareto y el estudio previo de la situación de la empresa Transportes Chiclayo, estableciendo que los problemas radicaban en la carencia de planificación y ausencia de un plan de mejora, y también en la incorrecta Gestión de Mantenimiento. Para ello se eligió como herramientas para el plan la implementación Mant Autónomo, de Mant. Programado y Mant. Preventivo, unos indicadores de gestión. Se estableció la importancia de la correcta Gestión del Mantenimiento, y se procedió a esbozar un plan de mejoramiento y proponer su aplicación a la organización, habiendo otorgado una respuesta positiva y se implementó la mayor parte de dicho plan. A raíz de la investigación realizada se demostró fehacientemente que la correcta aplicación de una gestión de Mantenimiento, mas sus 205 planes de prevención, autónomos y

programados tienen una influencia positiva en los costos del mantenimiento de una flota. (p. 204).

Relevancia. – Este trabajo, ha permite establecer cuáles son los mecanismos óptimos que se deben utilizar para lograr bajos de mantenimiento, en una empresa de transporte y que aplicado a mi investigación se puede afirmar que dichos mecanismos pueden ser utilizados para la administración de una librería, más aun en lo que respecta al distribución y almacenamiento de los productos de la empresa.

Verona Guerrero (2016), en su investigación titulada “Diseño de un modelo de gestión de procesos utilizando herramientas BPM para mejorar la eficiencia del proceso de recaudación en la IEP ADEU deportivo SAC, Chiclayo – 2014.”, cuyo objetivo fue “Fabricar un modelo de gestión de procesos usando herramientas BPM con la finalidad de mejorar la eficacia del proceso de recaudación en la IEP ADEU Deportivo SAC, Chiclayo – 2014”. (p. 7), llegó a la siguiente conclusión:

La ausencia de procesos documentados dificulta una correcta gestión integral de la educación perjudicando de manera directa el incremento de costos, de rentabilidad, tiempos productivos y de agilidad productiva en los procedimientos de recaudación. En la institución ADEU se revela una falta de procesos, planificación y objetivos en los procedimientos de recaudación, los cuales son puntos frágiles que impiden el adecuado funcionamiento de dicho proceso de recaudación y de la institución misma. A raíz del estudio realizado se demuestra que el correcto enfoque en el diseño de los procesos otorga mayor flexibilización para cambiarlos según se presente la necesidad en tiempo de ejecución. Lo que conlleva a que se cuente con la posibilidad de ejecutar a los procesos una mejora continua. Los procedimientos de recaudación que han sido identificados y registrados en el modelo de gestión de procesos de la empresa ADEU manifiesta una eficiencia en sus distintas fases en el procedimiento de recaudación como: en el procedimiento de inscripción y matrícula se cuenta con una eficiencia de 64.94%, en el proceso de pagos con una eficiencia de 78.79%, en el proceso de contabilidad con

una eficiencia de 64.86%, en el proceso de gestión de adquisiciones con una eficiencia de 64.91% y en el proceso de cobros con una eficiencia de 56.25%, Finalmente se recomienda emplear el citado proyecto en la institución ADEU pues se conseguirían beneficios tanto a nivel económico como organizacional. Pues al documentar formalmente los procedimientos de recaudación de la institución se conseguirá mejorar y robustecer la eficacia en tiempo y costos de la institución ADEU. Optimizar la eficacia de los procedimientos de recaudación a través de la implementación de herramientas, técnicas y tecnologías de la información y comunicación (TICS) novedosas que se encuentren al alcance, preparando e incentivando al trabajador para la mejora de los procedimientos de recaudación de la institución ADEU. Es recomendable implementar la presente propuesta de gestión de procesos pues es beneficioso su aplicación. (p. 108).

Relevancia. - Este trabajo de investigación, explica cómo se pueden utilizar las herramientas tecnológicas pueden ser utilizadas de manera eficiente en el área de recaudación, logrando erradicar las dificultades presentadas en el proceso de la misma.

1.3. Teorías relacionadas a tema

1.3.1. Variable dependiente: Gestión empresarial

1.3.1.1. Definición de Empresa

Una empresa es: “La unidad económica base que genera o transforma bienes, y que proporciona servicios a la sociedad, y cuya naturaleza radica en satisfacer las necesidades de las poblaciones en determinados territorios”. (Blacutt Mendoza, 2013, pág. 257).

Podemos entender que una empresa, de cualquier tipo de rubro al que se dedique, permite satisfacer las necesidades que cotidianas que una población pueda tener en el día a día de sus labores.

1.3.1.2. Elementos de una Empresa

Todo tipo de empresa que se desarrolle en el mercado, cuenta con elementos que le permiten consolidarse y realizar sus actividades comerciales de forma

correcta, logrando los objetivos empresariales en ella. Los elementos que participan en cada organización pueden agruparse de diferentes formas, tomando como referencia a Vicuña (2012) en su publicación “La Sociedad y la Empresa sus Principales Aspectos Diferenciadores”, se puede mencionar los siguientes:

Elementos Materiales. - Este tipo de elemento está conformado por todos los elementos muebles e inmuebles, dentro ellos tenemos a la infraestructura, mercadería o productos, materiales utilizados en la fabricación de otros productos, entre otros.

Elementos Inmateriales. - Este tipo de elemento está compuesto por todos aquellos elementos que forma de relaciones jurídicas que puede mantener la organización, es decir los contratos del personal, el registro del nombre comercial, contrato de arrendamiento, entre otros.

Elementos Personales. - Este tipo de elemento está compuesto por todos los colaboradores de la organización, tales como la gerencia, la administración y todas aquellas personas que están involucradas dentro de la organización.

1.3.1.3. Clasificación de Empresa

Según Blacutt (2013) podemos mencionar algunos tipos de empresas dependiendo, de su alcance territorial, tamaño y propiedad de capital. Tenemos:

Por su Alcance Territorial. - Tomando en cuenta la amplitud comercial y/o las operaciones comerciales de las empresas o el área que ocupan en un territorio definido podemos mencionar los siguientes tipos de empresas:

Empresas Locales, este tipo de empresas están orientadas a satisfacer las necesidades de los clientes que se encuentran en una zona reducida por lo general es una ciudad o territorio cercano a la ubicación territorial del negocio.

Empresas Regionales, este tipo de empresa se dedica a abastecer de productos o servicios a un grupo de poblaciones ubicadas en zonas aledañas a la organización, debido esto las empresas que se encuentran en este tipo manejan áreas que se encargan de la distribución.

Empresas Nacionales, este tipo de empresas tienen como característica cubrir las necesidades de la población total de un país o nación. Para realizar estas operaciones transaccionales, estas organizaciones deben contar una gran capacidad logística, que les permita cumplir con todos los requerimientos solicitados.

Corporaciones Transnacionales, este tipo de empresas cuentan con un local principal llamado Matriz y con un grupo de sucursales distribuidas en diferentes países, determinando una independencia entre ellas, lo cual determina que las acciones o situaciones que suceden en una sucursal no repercuten en las otras.

Corporaciones Súper-transnacionales, este tipo de empresas tienen una Matriz, pero al mismo tiempo poseen otras locales ubicadas en diferentes países, que producen elementos o piezas para que son utilizadas por la matriz para completar un producto final.

Por el Tamaño. - Otro tipo de clasificación de las empresas es aquel que lo determina el capital invertido, el número de trabajadores, el total de ventas, y otros similares.

Empresas Grandes, son empresas que cuentan con capitales muy grandes, así como infraestructura propia, grandes cantidades de empleados, y cuentas con sistemas de operaciones bien implementados.

Empresas Medianas, son empresas que cuentan con un capital y cantidad de empleados menor al de las grandes empresas y sistemas de operaciones no tan estructurados pero que responden a las necesidades del mercado.

Empresas Pequeñas, este tipo de empresas no tienen mucha influencia, de forma individual, en el mercado debido a su capital, ventas muy reducidas y poca mano de obra.

Microempresas, este tipo de empresas ordinariamente son de propiedad individual o familiar y debido a su escaso capital y maquinaria manejan pequeñas cantidades de productos y sus actividades están orientadas a la artesanía.

Según la Propiedad del Capital. -Existe una clasificación de las empresas que proviene del tipo de capital con el que las empresas cuentan para realizar sus operaciones comerciales, esto es que el capital puede ser público, privado o en algunos casos puede ser mixto. Así tenemos los siguientes tipos de empresas:

Empresa Privada, este tipo de empresa está conformada por personas reunidas con la finalidad de formalizar una idea y obtener ingresos económicos por las operaciones que realizan en ella.

Empresa Pública, este tipo de empresas es aquella que es administrada por el estado, y su ámbito es nacional, regional, provincial o local.

Empresa Mixta, este tipo de empresa cuenta con la participación de la propiedad privada y la pública, donde cada una de ellas establece sus objetivos, que permiten desarrollar la empresa de manera coherente en el mercado,

1.3.1.4. Definiciones de Gestión.

Es la acción y el resultado de gestiona o administrar algo. Por gestionar se entiende a las actividades que hacen viable la ejecución de una operación comercial o de una meta cualquiera. Según Rotonda y otros (2017), podemos decir que, gestionar es ejecutar las acciones destinadas para resolver nuestros inconvenientes, para satisfacer nuestras demandas y necesidades.

Para Hernandez y Rodriguez & Pulido Martinez (2011), definen a la gestión de la siguiente manera: "(...) proceso creativo, intelectual y permanente que faculta a una persona preparada con competencias y habilidades laborales y gerenciales, dirigir una organización social productiva a las circunstancias del ambiente altamente cambiante en el que maniobran". (pág. 21)

Por lo tanto, podemos decir que la gestión, permite realizar acciones en cualquier clase de organización, con el fin de resolver situaciones complejas que no permitan satisfacer las necesidades de la parte administrativa, así como del cliente de la empresa. Estas tareas deben estar a cargo de personas, que cuenten con las capacidades y actitudes adecuadas para poder elaborar las estrategias requeridas que permitan conducir a estas organizaciones a lograr los objetivos planteados. Así lo manifiesta Hernandez y Rodriguez & Pulido Martinez (2011), "el

gerente-gestor debe enfocar el entorno, la misión y la función de su empresa en la satisfacción de las necesidades de los individuos, así como también en la cadena productiva, y al mismo tiempo poseer una capacidad administrativa de delimitar objetivos claros.” (pág. 21).

Otra definición de Gestión lo podemos obtener de Vilcarrromero Ruiz (2018), que es “administrar y gestionar una operación profesional destinada a fijar los objetivos y medios para lograr su realización, a concretar especificar el tipo de organización de sistemas, con la finalidad de confeccionar una estrategia para su desarrollo y ejecución de la gestión del personal.” (pág. 14).

Podemos definir la Gestión desde su origen, con esto podemos decir que esta palabra proviene de la palabra latina “gestus”, la cual tiene como significado: actitud, gesto, movimiento del cuerpo. Debido a este origen de la palabra podemos indicar que Gestión se refiere a los movimientos naturales que un sujeto o elemento realiza de manera cotidiana. Por otro lado, podemos mencionar algunas definiciones adicionales de “gestus” que proviene de la palabra latina: “gerere”, el cual está definido como: la acción de llevar adelante o llevar a cabo alguna acción; Realizar la acción de cargar una cosa; Librar o desarrollar una guerra; Dirigir o conducir una acción o un grupo (Huergo, 2016).

1.3.1.5. Indicadores de Gestión

Según Lorino (1992) podemos mencionar que los Indicadores de Gestión, es aquel valor cuantitativo que me permite determinar una escalar valorativa de una organización, así como de cada una de las partes que la componen. Estos valores obtenidos en los indicadores, pueden o deben ser medibles con ciertas escalas de referencia que le permitan a la organización tomar acciones de corrección, en caso se determinen algunos problemas o de prevención, si el caso lo amerita, a fin de evitar la generación de algún inconveniente posterior

1.3.1.6. Objetivos de los Indicadores de Gestión:

Los indicadores de Gestión, proporcionan a las organizaciones valores que son tomados por ellas, para determinar el estado actual de las empresas y de esa manera poder tomar realizar que le permitan seguir por el camino correcto y lograr los objetivos planteados.

1.3.1.7. Definición de Gestión Empresarial

La Gestión Empresarial, permite a las organizaciones de cualquier tipo, establecer mecanismos con los cuales logren valorar, de manera efectiva, las acciones que realizan sus colaboradores dentro de las áreas donde se desarrollan laboralmente, es decir permite que aquellas personas que logren cumplir los objetivos planteados en sus áreas respectivas y que por ende permitan llegar a completar los objetivos estratégicos de la empresa, deberían ser calificados adecuadamente y los ayude a escalar posiciones labores dentro de la organización.

Para Rubio Domínguez (2015), profesor del Instituto Europeo de Gestión Empresarial manifiesta que: “La gestión se sustenta y funciona a través de los individuos, mayormente en equipos de trabajo, para poder obtener los resultados deseados.” (pág. 12).

Por tal motivo muchas de las empresas, deben contar con personas capacitadas para la ejecución de las actividades administrativas y sobre de la función de promover a los colaboradores a puestos superiores. Este tipo de cambios deben estar acompañados de capacitaciones que permitan, a las personas promovidas, realizar sus nuevas tareas de manera efectiva en beneficio de las organizaciones. Podemos tomar como ejemplo el caso típico de los vendedores de los negocios de cualquier tipo, que son ascendidos a Jefes de Ventas, debido a sus buenas actitudes y capacidades en el puesto en el cual se desempeñaba, estos, lamentablemente fracasaran en su nuevo cargo sino son adecuadamente capacitados en las nuevas funciones que van a desempeñar y adquieran actitudes que permitan el normal funcionamiento de la empresa.

Este tipo de estrategia dentro de la Gestión Empresarial, ayuda a identificar a aquellos colaboradores que sean los más representativos en la organización, con tal de promoverlos a cargos donde puedan manejar grupos de personas y orientarlas a la realización de los objetivos de la organización.

1.3.1.8. Indicadores de Gestión Empresarial.

Los Indicadores de Gestión Empresarial, permiten determinar los puntos sobre cuales se deben examinar la situación vigente de las organizaciones y de

esta forma establecer los puntos críticos y proponer las estrategias necesarias que resuelvan esta situación.

Según Rubio Domínguez (2015), en su libro “Introducción a la Gestión Empresarial”, nos menciona 6 indicadores que permiten identificar los puntos críticos de la Gestión Empresarial en cualquier tipo de empresa:

Planificación, este indicador permite establecer en qué nivel la visión global y de su entorno de la empresa se puede encontrar, los valores obtenidos de este indicador permitirán definir si se están tomando decisiones específicas para lograr objetivos precisos de la organización.

Organización, este indicador permite determinar si se está trabajando de manera correcta para conseguir el mejor beneficio de los recursos y de las personas con los que cuenta la empresa para obtener resultados.

Personal, este indicador permite medir el nivel de entusiasmo con el que los colaboradores de la organización desarrollan sus labores en las áreas designadas.

Dirección, este indicador permite establecer el nivel de comunicación que existe entre la parte administrativa y los colaboradores, así como la capacidad de crear un entorno favorable para conseguir los objetivos de eficiencia y rentabilidad de la organización.

Control, este indicador ayuda a cuantificar el avance realizado que han logrado los colaboradores en cuanto a los objetivos marcados en cada una de las áreas involucradas.

Representatividad: este indicador permite establecer el nivel en el que se representatividad de la empresa organización ante otras organizaciones similares.

1.3.2. Variable independiente: Herramientas tecnológicas.

1.3.2.1. Definición de Herramienta

Una herramienta, es todo tipo de instrumento que permite realizar ciertos trabajos. Las herramientas han sido creadas y diseñadas para posibilitar la realización de una tarea mecánica que demande del uso de una cierta fuerza. (Pérez Porto & Merino, 2013).

Por otro lado, debemos entender que las herramientas, no solo se deben definir dentro de los instrumentos tangibles, ya que en la actualidad estas herramientas también existen en el mundo virtual, las cuales se están convirtiendo como un elemento principal en el desarrollo de las empresas. (Pérez Porto & Merino, 2013)

1.3.2.2. Definición de Tecnología.

La Tecnología actualmente está inmiscuida en todos los contextos de la vida cotidiana, así mismo en la tecnología se ha ramificado en las empresas y está actuando de tal manera que ayuda a los procesos a desarrollarse de manera efectiva

Gay & Ferreras (2002), menciona lo siguiente con respecto a la definición de tecnología: “Conjunto sistemático de procesos y conocimientos, que tienen como fin la producción de servicios y bienes, basándose en la ciencia, la técnica y los aspectos sociales, culturales y económicos involucrados” (p. 9).

Tomando como referencia este concepto, se puede decir que la tecnología está compuesta por procesos que permiten encontrar algún tipo de resultado de acuerdo a parámetros establecidos y persiguiendo un objetivo en común. Si lo aplicamos a las empresas, podemos mencionar que el uso de las tecnologías en las empresas permite que los procesos, que se desarrollan en ella, pueden realizarse con efectividad y que se logren los objetivos planteados, así mismo sobre los productos que puedan ser resultantes de estos procesos, los cuales buscan responder a las necesidades de la sociedad.

Por otro lado, podemos mencionar que Gay & Ferreras (2002), afirman también lo siguiente: “La tecnología resulta de vincular la ciencia, con la técnica y con la estructura sociocultural y económica con la finalidad de solucionar problemas técnico-sociales precisos.” (p. 9).

La tecnología se ha tornado para las empresas en un instrumento de mucho provecho que le permite encontrar soluciones a situaciones en procesos administrativos, que de otra manera serían un poco complicadas de lograr, debido a que la tecnología, logra aplicar conceptos que de ninguna otra disciplina puede utilizar o aplicar. El uso de la tecnología, implica utilizar la lógica para analizar

procesos complejos y determinar la forma adecuada de cómo resolverlos en beneficio de las organizaciones.

1.3.2.3. Características de la Tecnología.

La Tecnología cuenta con características que le permiten desarrollarse, de tal manera que puedan lograr el objetivo planteado. Para Gracia y otros (2001) las principales características con las que debe contar la tecnología son:

Realizabilidad, es la característica que determina que todo tipo de tecnología debe ser posible de utilizar y realizar, dándole una orientación de realidad, es decir encontrar el motivo por el cual se está utilizando.

Carácter sistémico, una tecnología debe ser concebida con un conjunto de partes que contienen sus propias características y funciones, las cuales se encuentran interrelacionadas entre si buscando un objetivo en común.

Heterogeneidad, los sistemas tecnológicos son únicos y por ende no habría otro que tenga las mismas características y funciones, cada uno de ellos son realizados para cumplir una cantidad de procesos determinados.

Relación con la ciencia, la tecnología debe estar estrechamente relacionada con la ciencia definiendo de manera clara y efectiva el “saber cómo” realizar las acciones y procesos establecidos con el objetivo de resolver una situación problemática, materializado en técnicas teóricas, experimentales y observacionales, y materializando habilidades.

División del trabajo, esta característica implica que la tecnología permite una división del trabajo entre quienes desarrollan, producen, operan y usan la tecnología.

1.3.2.4. Gestión Estratégica de la Tecnología.

La tecnología, es una de los instrumentos más significativos en el desarrollo comercial de los negocios o empresas de cualquier tipo, gracias a la implementación de estas herramientas, muchas de las empresas han logrado, de forma rápida, los objetivos estratégico planteados en las organizaciones. Para ello se deben tomar en cuenta que existe una Gestión Estratégica de la Tecnología, la

cual determina los mecanismos y estrategias necesarias para el lograr el desarrollo comercial de la organización.

Gallego Alzate (2005), define a la Gestión Estratégica de la Tecnología de la siguiente manera: “Las estrategias son procedimientos de acción que a nivel corporativo, en los negocios, en lo operacional y funcional buscan un buen desempeño financiero de las organizaciones, así como también mejorar su posición competitiva y su buen desempeño en los negocios.” (p. 119).

Las estrategias tecnológicas, permiten a las empresas dedicadas a cualquier tipo de rubro, elaborar un conjunto de planes que ayuden al crecimiento sostenido de la organización dentro del mercado.

1.3.2.5. Herramientas Tecnológicas.

Las Herramientas Tecnológicas, están definidas como un programa o conjunto de programas y aplicaciones denominadas Software, además de componentes físicos denominados Hardware, ensamblados y codificados de manera lógica a través de lenguajes de desarrollo con la finalidad de ser usadas para realizar diversos tipos de funciones o trabajos repetitivos para cualquier tipo de organización en las cuales se procese información. Estas herramientas se encuentran a disposición de todos, en algunas ocasiones de forma gratuita y en otros son desarrollados específicamente para una organización de acuerdo a las necesidades de la misma. (Alpizar, 2007).

Muchas empresas en la actualidad, están apostando por la implementación de herramientas que permitan agilizar los procesos de información, esto debido a la gran carga de datos con los cuales cuentan, que difícilmente podrán ser procesados manualmente o ser tardarían demasiado tiempo en realizarlos, con lo que su producción laboral se vería afectada. En ocasiones las organizaciones comprar paquetes de herramientas ya desarrolladas y en otras solicitan que se desarrollen estas herramientas de acuerdo a las características propias del negocio, es decir que estos últimos serían hechos a medida.

Por tal motivo existen muchas áreas en las cuales las áreas herramientas tecnológicas pueden aplicadas a diferentes sectores de la sociedad. Por lo tanto, pueden existir herramientas dedicadas a mejorar el proceso de aprendizaje,

herramientas orientadas a mejorar trabajos de oficina, herramientas dedicadas a la publicidad, herramientas para mejorar procesos administrativos, así como mejorar el proceso de gestión empresarial, entre otros.

1.3.2.6. Herramientas Tecnológicas para la Gestión Empresarial.

Las herramientas tecnológicas más manejadas para la gestión empresarial son: “CRM (Customer Relationship Management), Sistema ERP (Enterprise Resource Planning), Tecnología BPM - Business Process Management – Gestión de Procesos de Negocio, Herramientas de BI - Business Intelligence, Gestión de la Cadena de Suministro (SCM)” (Zapata Cortes, Arango Serna, & Adarme, 2010)

Sistema ERP (Enterprise Resource Planning). - Los sistemas ERP, permiten establecer los mecanismos necesarios para mantener una comunicación clara entre las diferentes áreas de la organización de tal manera que la información transite por las diferentes áreas de forma adecuada y precisa, con la finalidad de los objetivos empresariales determinados en la organización se logren sin ningún tipo de dificultad.

La Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (2007), indica que Enterprise Resource Planning o ERP, es una herramienta tecnológica que brinda a las empresas las características necesarias para lograr la integración de las funciones de las diferentes áreas, las cuales se encuentran trabajando de manera aislada, en un solo proceso continuo que le faculte consolidarse en el mercado, como una empresa competitiva.

Debido a esta característica fundamental los sistemas ERP, permiten a los directivos de las organizaciones tener la información al alcance de sus manos, de una manera ordenada y sintetizada, lo que les permite tomar las decisiones más acertadas, con el propósito de alcanzar los objetivos organizacionales.

Con un ERP la empresa se encontrará controlada e aumentará la calidad de los productos y servicios que ofrezcan.

Los ERP son el núcleo de otras aplicaciones como pueden ser el Data Mining (Conversión de datos en información útil) o el CRM (Gestión de las relaciones con los clientes), etc.

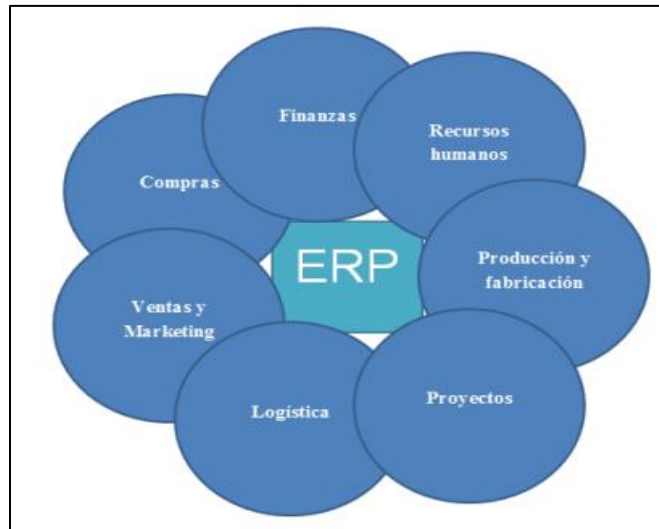


Figura Nº 1 : Elementos de un ERP

De estas definiciones, se puede indicar que la implantación de un ERP, permite eliminar parcial o totalmente las barreras de comunicación ínter departamentales, de tal manera que la información circula por toda la empresa descartando la datos incorrectos o no reales y una inadecuada toma de decisiones por falta de información.

La gran mayoría de empresas que no poseen este tipo de herramienta, constantemente tienen problemas de fluidez de información, es decir que la comunicación o el paso de la información relevante entre las áreas de la organización, es totalmente deficiente, a tal punto que, los datos que se usan o necesitan para la toma de decisiones, llegan tarde o son enviados con errores, esto es debido a cada una de las áreas trabaja de manera independiente formando en ciertas ocasiones islas de información, así como contaminación de datos o en ocasiones duplicidad de los mismos, lo que imposibilita el habitual desarrollo de las empresa.

Según Finazzi (2017), podemos definir tres características fundamentales que poseen la ERP. Integrales: Una ERP es integrable, debido que permite realizar un control de los procedimientos que realizan las diferentes áreas de una empresa, entendiendo que cada uno de estos procesos se relaciona o vincula directamente con otro, provocando una secuencialidad de los mismos, es decir que, para las ERP, el resultado o finalización de un proceso, es el origen del siguiente proceso. Modulares. Las ERP tienen la particularidad de que su funcionalidad puede ser

divida en pequeños módulos, los cuales no trabajarán de manera independiente sino al contrario, estarán vinculados por la información que transcurre entre ellos. Adaptables. Esta característica de las ERP, permite que la herramienta pueda ser configurada de tal manera que se adecue a las características y necesidades de cada una de las empresas, es decir que permite controlar la información, de acuerdo a los parámetros propios del negocio.

Las ERP, como toda herramienta tecnológica poseen ciertas ventajas y desventajas que hay que tomar en cuenta antes de decidir su implementación en una organización. Algunas de estas ventajas analizadas por Finazzi (2013), son la Estandarización de la información, así como minimizar el tiempo de análisis y duplicidad de la misma, un mayor control organizacional, optimización de tiempos de procesos, reducción de costo, información actualizada para la toma de decisiones y módulos adaptables a cada área de la empresa. Por otro lado, las desventajas indicadas, por el autor, son la falta de expertos en Sistemas ERP, adquisición de equipos de Hardware, si en caso no cuenta con ellos, el tiempo y costo para su implementación, así como el hecho de que Sistemas ERP pueden ser difíciles de utilizar si no cuenta con una adecuada capacitación.

CRM (Customer Relationship Management). - Es un instrumento que permite a las organizaciones determinar mecanismos que permitan alcanzar de manera óptima y sistematizada a los clientes, con el propósito de establecer sus necesidades y requerimientos, y de esta forma establecer estrategias que permitan satisfacerlas, logrando el crecimiento significativo y sostenido de la organización en el mercado.

Pérez & Pérez de Ubago (2006), definen **CRM** como: “Son aquellos instrumentos de gestión estratégica que se utilizan para conocer, anticipar y satisfacer las necesidades presentes en el mercado”. (p. 5).

Tomando esta afirmación, se puede indicar que este tipo de Herramienta Tecnológica, permite identificar las necesidades propias del mercado de acuerdo a los requerimientos de los clientes. Se debe entender que, en la actualidad, las empresas deben pensar en cuál es la necesidad de los clientes y que los productos que se fabrican deben satisfacerlas, es decir no intenta vender lo que uno desea o

produce, sino que se debe producir lo que en realidad se va a vender o necesita, lo cual es determinado por el mercado. (Pérez & Pérez de Ubago, 2006).

Como toda herramienta tecnológica, cuenta con algunas características que se deben tomar en cuenta al momento de la aplicación dentro de una organización para lograr el objetivo de captar a los clientes para la empresa.

Tomando en cuenta a Pérez y Pérez de Ubago, se pueden mencionar las características más importantes del CRM:

Enfoque al cliente, el cliente es el principal elemento para esta estrategia, es decir se convierte en el actor principal debido a que los objetivos apuntan a la satisfacción de sus necesidades.

Interactividad, debe establecerse una comunicación fluida entre los clientes y la empresa, de tal forma que la información de las necesidades de los clientes llegue de manera concreta a los directivos de la organización y puedan tomar las decisiones correctas.

Individualización, se busca establecer las características individuales de los clientes, de tal forma que cada uno pueda establecer sus requerimientos y necesidades, con la finalidad de que puedan cubrirse correctamente, logrando así la satisfacción del cliente.

Personalización, crear mecanismos que permitan establecer productos, servicios u ofertas de acuerdo a cada grupo de clientes teniendo en cuenta sus preferencias personales.

Fidelización, se debe tener en cuenta que los clientes son parte indispensable de toda empresa, ya que sin ellos las operaciones comerciales no se realizarían, por lo tanto, se deben mantener a los clientes y no perderlos de ninguna forma, por conseguir o recuperar a un cliente es sumamente difícil.

La herramienta CRM, nos permite entender con mayor claridad las necesidades del mercado y directamente los requerimientos de los clientes, con respecto a los productos que las empresas puedan ofrecer. Por otro lado, esta herramienta permite, a las empresas elaborar estrategias de manera personalizada para los clientes, a través de la información personal de cada uno de ellos, basados

en sus gustos, frecuencia de compra, edades, servicios y productos solicitados, entre otros, y de esta manera establecer un vínculo directo con ellos para lograr su fidelización con la empresa.

Renart Cava (2004), indica que “La mayor ventaja que ofrecen los CRM es que concentran toda la información de un cliente, impidiendo la posibilidad de poseer datos no actualizados o incoherentes”. (p. 15). Con esto las empresas se aseguran que la información que tienen de sus clientes es real y actual, con lo que la toma de decisiones acerca de las estrategias a plantear serán las más efectivas, debido a que atacan directamente a sus necesidades y preferencias.

En la actualidad el incremento de los medios y formas de comunicación entre las personas ha permitido que las empresas posean alternativas para la recolección de datos de sus clientes, de tal manera que se encuentren siempre a la expectativa de sus requerimientos para brindarles calidad de servicio. Debido a esto, se hace indispensable una aplicación que permita la centralización de la información procedente de multicanales de comunicación y CRM ha sido diseñada específicamente para cumplir con esta tarea. Esta centralización, permite que la información, este disponible a los colaboradores autorizados de la organización, de tal manera que puedan interactuar con los clientes y modificara su conducta en un momento determinado. (Renart Cava, 2004).

Debemos entender que el grado de satisfacción de un cliente es variante, en el transcurso del tiempo que tenga el vínculo comercial con la organización, por tanto, tenemos que tener caro en qué momento y circunstancia el cliente ha dejado de estar satisfecho con nuestro producto o servicio, ya que esto permitirá a la empresa tomar las medidas correctivas pertinentes a fin de no perder al cliente sino al contrario fidelizarlo.

Herramientas de BI - Business Intelligence. - Ser inteligente en un negocio es de vital importancia, por lo tanto, tener claro la inteligencia de negocios determinara que una empresa pueda desarrollarse de manera sostenible en el mercado y lograr sus objetivos rápidamente. La inteligencia de negocios permite determinar la toma de decisiones adecuadas para una empresa, con la finalidad de

que esta crezca y se mantenga en el mercado sin ningún tipo de dificultad, pero para ello la información que le llega a los directivos debe ser real.

Según Cano (2007), en “Business Intelligence: Competir con Información”, nos indica que: “El objetivo fundamental de la Business Intelligence es ayudar de forma sostenible y perenne a las empresas para optimizar su competitividad, proporcionando la información esencial para una correcta toma de decisiones”. (p. 18).

Partiendo de esta definición, podemos indicar que las BI, son Herramientas conformadas por un conjunto de procedimientos que mejoran de manera significativa el procedimiento de la toma de decisiones por parte de la administración de las organizaciones, debido a que la información, que produce, es producto de los datos recolectados de las diferentes áreas de la empresa, con lo que el resultado de las decisiones son las adecuadas para lograr los objetivos planteados. (Cano, 2007).

Tecnología BPM - Business Process Management – Gestión de Procesos de Negocio. - Todo tipo de empresa, tiene procesos que realiza con el propósito de lograr brindar un servicio o producir un producto. Debido a esto se debe entender que los procesos deben ser los adecuado evitando la pérdida de tiempo y elementos que puedan perjudicar el desarrollo de la organización.

Para Garimella, Lees, & Williams (2008), en su libro “Introducción a BMP”, Gestión de Porcesos de Negocios se define de la siguiente manera: “Conjunto de metodologías, tecnologías y herramientas utilizadas para representar, analizar, diseñar y controlar procedimientos de negocio operacionales.”. (p. 5).

Este tipo de Herramienta Tecnológica, está conformada por un conjunto de elementos, tales como personas de negocios, tecnólogos, colaboradores, clientes sistemas y proveedores, cuya finalidad es determinar y fomentar procesos que sean efectivos y dinámicos en beneficio de la organización.

Gestión de la Cadena de Suministro (SCM). - Las empresas, dependen de una u otra forma de los proveedores de materia prima o de productos, según sea el tipo de organización, para poder realizar sus operaciones comerciales. Debido a esto, la comunicación debe ser fluida con las otras empresas que permitan el

correcto abastecimiento de los materiales, así como la distribución de los productos a los clientes y que estos lleguen de forma correcta.

Para Correa Espinal, Gomez Montoya, & Cano Arenas, (2010) en el libro “Gestión de Almacenes y Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)”, la Gestión de la Cadena de Suministro, tiene como finalidad: “garantizar las interacciones correctas de los elementos logísticos con el objetivo de que (...) se manifieste un flujo de información y productos óptimos que ayude a la disminución de costos y de un acrecentamiento en la satisfacción de los clientes.” (p. 3).

Así mismo podemos señalar que en la Gestión de la Cadena de Suministro, se han determinado tres elementos sumamente importantes para la correcta implementación y funcionamiento de la herramienta, estos elementos identificados son la Logística Interna, la Logística de Aprovisionamiento y la Logística de Distribución, todas estas conforman la Logística Integral de la organización, cuya finalidad es mantener el flujo de los productos de manera óptima. (Correa Espinal, Gomez Montoya, & Cano Arenas, 2010).

1.4. Formulación del Problema.

¿De qué manera el uso de Herramientas Tecnológicas permitirá mejorar la Gestión Empresarial de la Librería “ALFA” de la Ciudad de Chiclayo?

1.5. Justificación e Importancia.

Actualmente la tecnología ha llegado a incursionar en casi todos los ámbitos de la vida de un ser humano y mucho más en los negocios de cualquier rubro, por ende, si un negocio quiere pensionarse en el mercado y obtener la fidelización de los clientes, debe contar con la ayuda de la tecnología en los procedimientos administrativos.

La tecnología se ha convertido en uno de los elementos más importantes para todas aquellas PyMES, que intentan posicionarse en el mercado y lograr una estabilización comercial y económica. La tecnología, brinda a las pequeñas empresas herramientas que permiten mejorar diferentes procesos en las organizaciones, tales como los procesos de producción, de organización, así como aquellos procesos que se encuentran en las áreas de ventas y despacho,

dependiendo del rubro al que se dedican, logrando con esto incrementar los niveles de productividad e inclusive de expansión comercial. (Castro , 2018)

El presente trabajo de investigación, se ha elaborado debido a la necesidad de analizar las deficiencias en la Gestión Empresarial de la Librería “ALFA”, investigando cuáles son las mejores Herramientas Tecnológicas que existen actualmente en el mercado y que son utilizadas en muchas empresas dedicadas a diversos rubros comerciales, para determinar, cómo estas pueden ayudar a la organización a desarrollarse comercialmente de manera correcta y constante.

Justificación Teórica. Según Méndez (2013) en su libro “Metodología Diseño y Desarrollo del de Investigación con Énfasis en Ciencias Empresariales”, la Justificación Teórica son: “Aquellos fundamentos que justifican el ideal de verificar, rechazar o aportar al objetivo del conocimiento” (p. 195).

Para el autor las razones que motivan al investigador, es el hecho de profundizar, en los diferentes enfoques teóricos que traten el problema investigado, y a partir de ello plantear nuevos conocimientos o nuevas explicaciones que modifiquen o cambien el conocimiento inicial que es materia de estudio. (Méndez Álvarez, 2013).

La investigación propuesta busca analizar la situación actual con respecto a la Gestión Empresarial y a partir de ellos elaborar la propuesta de implementación o aplicación Herramientas Tecnológicas, a fin de encontrar la forma de mejorarla de manera significativa. Esto permitirá al investigador determinar cuáles herramientas serían las adecuadas para eliminar los puntos críticos, que afectan negativamente el desarrollo comercial de la Librería “ALFA”.

Justificación Práctica. Para Méndez Álvarez (2013), en su libro “Metodología Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con Énfasis en Ciencias Empresariales”, la Justificación Práctica radica en: “Fundamentos que determinan que la investigación propuesta auxiliara en la solución de problemas o en la toma de decisiones.”. (p. 195).

Las motivaciones que tienen los investigadores para desarrollar un trabajo de este tipo, parten del hecho del interés, de estos, por incrementar sus conocimientos o contribuir en la búsqueda de nuevas soluciones para situaciones conflictivas, así

como de problemas concretos que estén afectando a los organizaciones o empresas del sector y/o privado. (Méndez Álvarez, 2013).

Desde el punto de vista práctico, de acuerdo a los objetivos planteados en el presente trabajo de investigación, el resultado del misma permite encontrar alternativas tecnológicas que brinden unas soluciones concretas, al problema de Gestión Empresarial que no permite el desarrollo comercial y el posicionamiento en el mercado de la Librería “ALFA”.

Justificación Social. Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2010) en su libro “Fundamentos de la Gestión Empresarial”, definen la Justificación Social de la siguiente manera: “¿Cuál es su relevancia para la sociedad?, ¿quiénes se beneficiarán con los resultados de la investigación?, ¿de qué modo? En resumen, ¿qué proyección social tiene?” (p. 40).

Desde el punto de vista social, el presente trabajo de investigación mejorar el estilo de comercialización, tanto a la empresa como a los clientes que acuden a ella, de tal forma que permita realizar sus operaciones de manera rápida y segura, impactando de manera positiva en su vida, garantizando el normal desenvolvimiento de las actividades con el afán de satisfacer las necesidades del mercado, por parte de la Librería “ALFA”.

1.6. Hipótesis.

Si se implementan las Herramientas Tecnológicas, propuestas, entonces se mejorará la Gestión Empresarial de la Librería “ALFA” de la Ciudad de Chiclayo – 2019.

1.7. Objetivos.

1.7.1. Objetivo General.

Proponer Herramientas Tecnológicas adecuadas, que permitan realizar una eficiente Gestión Empresarial de la Librería “ALFA” en la Ciudad de Chiclayo.

1.7.2. Objetivos Específicos.

Diagnosticar la Gestión Empresarial la Librería “ALFA” en la Ciudad de Chiclayo.

Determinar los puntos críticos que provocan una deficiente Gestión Empresarial de la Librería “ALFA” en la Ciudad de Chiclayo.

Diseñar los aspectos que deben tener las Herramientas Tecnológicas para la eficiente gestión empresarial de la Librería “ALFA” de la Ciudad de Chiclayo.

CAPITULO II:
MATERIAL Y METODO

CAPITULO II: MATERIAL Y METODO

2.1. Tipo y Diseño de la Investigación.

2.1.1. Tipo de Investigación.

2.1.1.1. Investigación Descriptiva.

Según, Jiménez Paneque (1998), en su libro “Metodología de la Investigación Elementos Básicos para la Investigación Clínica”, explica lo siguiente: “Los estudios descriptivos se sitúan sobre una base de conocimientos más sólida que los exploratorios.”. (p. 22).

Un tipo de Investigación Descriptiva, permite elaborar hipótesis, basada en un análisis profundo de la problemática, la cual es materia de investigación. Bajo este criterio la investigación descriptiva ha alcanzado cierto nivel de claridad, aunque en muchos casos es necesaria la recolección de cierta información que permita elaborar las rutas correctas que le conduzcan al establecer las causas de la problemática encontrada. (Jiménez Paneque , 1998).

Esta investigación, realiza un análisis profundo de los documentos y procesos administrativos de la Liberia “ALFA”, con la finalidad de establecer las causas que han provocado la situación actual de la organización, así mismo busca en los diferentes procesos de la empresas, tales como almacenamiento, atención al cliente, soporte tecnológico, entre otros, los puntos críticos que están perjudicando y hacen que la gestión de la misma este pasando por una situación crítica y no permita que esta se desarrolle comercialmente de la mejor forma.

2.1.2. Diseño de la Investigación.

2.1.3. Diseño No Experimental Transversal

Para Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2010) en su libro “Fundamentos de la Gestión Empresarial”, lo define como: “Aquella investigación no experimental que se elabora sin la manipulación deliberada de las variables y pues sólo se realiza una observación de los fenómenos en su entorno natural sin modificación alguna, para después estudiarlos y analizarlos.” (p. 152).

En este tipo de investigación las variables no se manipulan, ni realiza algún tipo de acción para determinar las consecuencias, es decir la situación, materia de estudio, ya está presente solo de realiza el análisis de los sucesos presentes.

Los diseños transeccionales descriptivos están diseñados para revisar las situaciones o características de una o más variables en una población y proporcionar una descripción acerca de estos, es decir su propósito es realizar una descripción de las variables y un análisis de sus características en un momento dado. (Hernandez y Rodriguez & Pulido Martinez, 2011).

Esta investigación es de Diseño No Experimental Transversal, debido a que realiza un análisis de la variable dependiente, en un momento determinado, sin intervenir ni provocar algún tipo de reacción en ella, describiendo las características presentes en el momento determinado.

2.2. Variables y Operacionalización.

2.2.1. Variables.

2.2.1.1. Variable Independiente: Herramientas Tecnológicas

Definición Conceptual. - Están definidas como instrumentos o mentales, que inician o apoyan un proceso, lo que permite la claridad de la información y el conocimiento en las organizaciones. La utilización de herramientas tecnológicas es de suma importancia para el trabajo, teniendo como base el conjunto de teorías y de técnicas con el cual se puede aprovechar el conocimiento científico. (Quallenberg Menkes, 2012).

Definición Operacional. - Las herramientas tecnológicas propuestas en este trabajo de investigación permitirán establecer las estrategias necesarias para resolver la deficiente Gestión Empresarial. Según Zapata Cortes, Arango Serna, & Adarme (2010), estas Herramientas propuestas son ERP (Enterprise Resource Planning), CRM (Customer Relationship Management), Herramientas de BI - Business Intelligence, Tecnología BPM - Business Process Management – Gestión de Procesos de Negocio, Gestión de la Cadena de Suministro (SCM).

2.2.1.2. Variable Dependiente: Gestión Empresarial

Definición Conceptual.- La Gestión Empresarial, es un proceso conformado por características, intelectuales, creativas y constantes que predominantes en un individuo, el cual cuenta con habilidades y competencias laborales y/o gerenciales que le permiten conducir de manera efectiva a una empresa en el ámbito altamente competitivo en el que desarrolla, guiándolo y adaptándolo a través de políticas y estrategias que le permitan comprender el entorno de tal manera que logren satisfacer las necesidades del mercado, motivando de manera eficiente a los actores internos y externos, con el fin de conseguir los objetivos organizacionales trazados. (Hernández, Rodríguez y Pulido, 2011)

Definición Operacional. - La Gestión Empresarial, determina de manera concreta, las estrategias que todo tipo de empresa debe tener en cuenta para realizar sus procesos de manera correcta, evitando en todo momento situaciones que impliquen, problemas en el logro de los objetivos. Estas estrategias deben estar presentes en las diferentes áreas de la organización que se encuentren involucradas directamente en las dimensiones de Organización, Planificación, Personal, Control, Dirección y Representatividad.

2.2.2. Operacionalización de Variables.

Tabla 1: Operacionalización de la variable dependiente.

Variable Dependiente	Dimensiones	Concepto	Indicadores	Encuesta	Técnica/ Instrumento
Gestión Empresarial. (Rubio Domínguez , Introducción a la Gestión Empresarial, 2008)	Planificación.	Poseer una visión globalizada de la empresa y su entorno, utilizando decisiones definidas sobre objetivos fijos.	Nivel de Cumplimiento de Objetivos Nivel de Comprensión de la Visión y Misión de la Empresa Seguimiento de Objetivos de la organización.	¿Conoces la visión, misión de tu empresa? ¿Estás de acuerdo con la visión y misión de la empresa? ¿Conoces los objetivos de tu empresa para este año? ¿Conoces en qué estado se encuentran el cumplimiento de estos objetivos? ¿Con que frecuencia aportas ideas para lograr los objetivos?	Encuesta/ Cuestionario aplicado al personal de la Librería "ALFA",
	Organización.	Conseguir el mejor aprovechamiento de los recursos y las personas disponibles para obtener resultados.	Nivel de asignación de responsabilidades. Nivel de aprovechamiento de los ambientes. Nivel aprovechamiento de los recursos disponibles en los ambientes.	¿Tienes claro tus responsabilidades en la empresa? ¿Cumples con tus responsabilidades que te asigna la empresa? ¿Todos los ambientes están siendo utilizados de manera correcta? ¿Usas todos los recursos dentro del ambiente donde laboras? ¿Son suficientes los recursos que cuenta la empresa para su crecimiento?	
	Personal	El entusiasmo exacto para organizar e incentivar a un grupo específico de individuos.	Nivel de motivación del personal. Nivel de compromiso e identificación del personal con la empresa. Proactividad del personal. Capacitación al personal	¿Te sientes motivado al realizar tus labores? ¿La empresa los motiva, al personal en el cumplimiento de sus labores? ¿Realizas más acciones que las asignadas por la empresa? ¿Aportas nuevas ideas en beneficio de la empresa? ¿Reciben capacitaciones por parte de la empresa? ¿Son fundamentales las capacitaciones que brinda la empresa?	
	Dirección	Un elevado grado de comunicación con los trabajadores y habilidad para establecer un ambiente propicio para alcanzar los objetivos de eficiencia y rentabilidad de la empresa.	Nivel de comunicación con el personal Estado del ambiente o clima laboral. Nivel de acercamiento del personal con su superior.	¿Te sientes atendido ante un problema en la empresa? ¿Te sientes a gusto en tu lugar de trabajo? ¿Puedes dirigirte a tu superior de manera directa y cordial? ¿Comunicas a tu jefe de las cosas que estas en desacuerdo?	
	Control	Medir el progreso realizado por los trabajadores en cuanto a los objetivos marcados.	Nivel de logros del personal Nivel de conocimiento de los objetivos por áreas.	¿Cumples con tus objetivos individuales planteados? ¿Existen objetivos logrados por parte del personal? ¿El personal conoce y acepta los objetivos asignados al área donde labora?	
	Representatividad.	El Gerente es la "personalidad" que representa a la empresa ante otras empresas similares, proveedores, gubernamentales, instituciones financieras, etc.	Nivel de compromiso del gerente en la empresa. Nivel de acercamiento con los proveedores Nivel de competencia de la organización.	¿Sientes que el gerente está identificado con la empresa? ¿El gerente en algunas ocasiones toma en cuentas sus ideas que aportan para la empresa? ¿Existe una comunicación fluida con los proveedores? ¿Los proveedores complacen las necesidades de la empresa? ¿La empresa compite de forma adecuada en el mercado? ¿Qué nivel tan competitivo tiene la empresa?	

Fuente: Elaboración del Autor.

Tabla 2: Operacionalización de la variable independiente.

Variable Independiente	Dimensiones	Concepto	Indicadores
Herramientas Tecnológicas. (Zapata Cortes, Arango Serna, & Adarme, 2010)	Sistema ERP (Enterprise Resource Planning)	Un ERP, es un conjunto de sistemas de información por el cual se forman las distintas operaciones de una empresa, fundamentalmente las de producción e inventarios, logística, contabilidad y envíos. Es decir, acoplan las distintas funcionalidades de cada departamento en una única herramienta de gestión.	Nivel de integración de sistemas de información Nivel de combinación de los departamentos en la empresa
	CRM (Customer Relationship Management)	Herramienta de gestión estratégica que sirve para conocer, anticipar y satisfacer las necesidades del mercado. Esta herramienta ha logrado demostrar que en la actualidad una empresa tiene una evidente orientación hacia el cliente, y ya no hacia el producto. Pues esta ya no busca vender lo que se produce, sino que se produce lo que se va a vender y quiere el cliente. Pero, ¿cómo saber lo que se va a vender? Sabiendo lo que el mercado quiere comprar.	Nivel de satisfacción de necesidades. Nivel de orientación hacia el cliente.
	Herramientas de BI - Business Intelligence	Business Intelligence permite ayudar de forma sostenible y perpetua a las empresas para optimar su competitividad, proveyendo la información necesaria para la toma de decisiones. BI es un término paraguas para referir un conjunto de conceptos y métodos que mejoraran la toma de decisiones, usando información basada en hechos. Mediante el uso de tecnologías y las metodologías de Business Intelligence aspiramos a convertir datos en información y a partir de dicha información ser capaces de descubrir conocimientos.	Nivel de mejoramiento de competitividad. Nivel de mejoramiento de la toma de decisiones Nivel del uso de las tecnologías y metodologías del BI
	Tecnología BPM - Business Process Management – Gestión de Procesos de Negocio	Es el método empresarial cuyo fin es optimizar la eficiencia a través de la gestión sistemática de los procesos de negocio, que se deben automatizar, modelar, monitorizar, integrar y optimizar de forma perenne. Como su nombre indica, BPM se apunta a la administración de los procesos del negocio.	Nivel de mejorar la gestión sistemática. Nivel de administración los procesos de negocio. Nivel de optimización y monitoreo de los procesos de negocio
	Gestión de la Cadena de Suministro (SCM)	Permite afianzar las interacciones apropiadas de los elementos logísticos con el fin que en la cadena de suministro se presente un flujo de productos e información óptimos que ayude a la disminución de costos y el acrecentamiento de la satisfacción de los clientes. Por otra parte, se puede indicar que en la gestión SCM se reconocen tres componentes de la logística integral, tales como subsistemas de logística interna, logística de aprovisionamiento y logística de distribución.	Nivel de interacciones adecuadas de los elementos logísticos. Nivel de reducción de costos Nivel de satisfacción de clientes

Fuente: *Elaboración del Autor.*

2.3. Población y Muestra.

2.3.1. Población.

Según Tamayo y Tamayo (1997), en su libro “El Proceso de la Investigación Científica “, está definido como: “La población es la totalidad del fenómeno a ser analizado y la unidad de población tiene una particularidad común, la que se estudiara y dará origen a los datos que se presentaran en la investigación”, (p. 176).

Para el presente trabajo de investigación la población está compuesta por 20 (veinte) los colaboradores de la Librería “ALFA”.

Tabla 3: Población de la Librería “ALFA”

Área	Cantidad de Colaboradores	Porcentaje
Administración	3	15 %
Comercialización	7	35 %
Distribución	4	20 %
Marketing	3	15 %
Almacén	3	15 %
Total	20	100%

Fuente: Elaboración Propia

2.3.2. Muestra.

Según Tamayo y Tamayo (1997), en su libro “El Proceso de la Investigación Científica “, define a muestra como “la agrupación de individuos que son tomados de la población, para aplicarles un fenómeno estadístico y ser estudiado”. (p. 176).

Para el presente trabajo de investigación la muestra está compuesta por 20 (veinte) los colaboradores de la Librería “ALFA”.

Tabla 4: Muestra de la Librería “ALFA”

Área	Cantidad de Colaboradores	Porcentaje
Administración	3	15 %
Comercialización	7	35 %
Distribución	4	20 %
Marketing	3	15 %
Almacén	3	15 %
Total	20	100%

Fuente: Elaboración Propia

2.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad.

2.4.1. Técnicas de Recolección de Datos.

La técnica de recolección de datos, es un conjunto de operaciones o procedimientos, que utilizan en las investigaciones para especificar de manera concreta la forma como se ha realizado la investigación. (Tamayo y Tamayo 1997).

Por otra parte, Arias (2006) en su libro “El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica”, indica lo siguiente “Se entiende por técnica de investigación, a aquel procedimiento u otro modo particular de obtener información o datos”. (pág. 67).

El uso de las técnicas de recolección de datos, permite a los investigadores establecer los procedimientos o formas de cómo realizar el recojo de la información, de tal manera que sea la más coherente y precisa posible, revelando a la realidad de la situación que es materia de estudio.

Las principales técnicas de recolección de datos, usadas en los trabajos de investigación, según Arias (2006), son las siguientes:

2.4.1.1. Observación.

Esta técnica ayuda a captar la información a través de la visualización de un hecho o un fenómeno, que se produce en la naturaleza o en la sociedad, esta acción se realiza con la finalidad de lograr los objetivos determinados en la investigación. (Arias, 2006).

Para este proyecto de investigación se ha utilizado la técnica de observación, de tal forma que han observado los procesos desarrollados en la Librería "ALFA", sin intervenir en el desarrollo normal del mismo. Esta técnica ha permitido detectar problemas en diferentes áreas de la empresa, que no son perceptibles por otras técnicas.

2.4.1.2. Encuesta.

Esta técnica procura obtener información de un grupo de personas o de una muestra representativa de sujetos, en relación a un tema que es materia de estudio. (Arias, 2006).

Para este proyecto de investigación, se ha aplicado una Encuesta escrita, que ha permitido establecer las preguntas adecuadas a cada uno de los sujetos que participan en este estudio, de tal manera que se recopile la información necesaria para encontrar los puntos críticos de la organización.

2.4.1.3. Entrevista.

Esta técnica, no solo es un interrogatorio, sino por lo contrario es un dialogo conocido como una "conversación frente a frente", entre el sujeto investigador y el sujeto entrevistado, donde el tema tratado ha sido preliminarmente definido, de tal forma que el investigador pueda agenciar de la información que se requiere en la investigación. (Arias, 2006).

En esta investigación se han realizado una serie de entrevistas no estructuradas, con los principales actores de la organización, para entender los procesos que se desarrollan en la organización, y de esta forma determinara los aspectos críticos y proponer alternativas de solución para esta situación.

2.4.2. Instrumento de Recolección de Datos.

Los instrumentos de recolección de datos, son elementos que permiten ejecutar de manera efectiva la captura de la información que se requiere para la investigación.

Según Arias (2006), se define de la siguiente manera: “Un instrumento de recolección de datos puede ser cualquier formato, recurso o dispositivo ya sea en papel o digital, que se emplea para conseguir, almacenar o registrar información.” (pág. 68).

2.4.2.1. El Cuestionario.

Este es un instrumento de la Encuesta, la cual se realiza de forma escrita mediante un papel o de manera virtual, que consiste en una serie de preguntas, las cuales cuentan con un grupo de repuestas o texto, que responden los participantes de la investigación sin ningún tipo de intervención del investigador. Estos cuestionarios, pueden contener solo preguntas cerradas o preguntas abiertas, en algunos casos pueden ser cuestionarios con preguntas mixtas (Arias, 2006).

Para la presente tesis ha empleado un Cuestionario conformado por 29 preguntas cerradas, como instrumento de recolección de datos, aplicada a los 20 colaboradores de la empresa. Este tipo de instrumento, nos permiten encontrar con mayor precisión los factores que están provocando la ineficiente gestión empresarial en la Librería “ALFA”, y a partir de estos resultados proponer alternativas de solución para la problemática encontrada.

2.4.3. Confiabilidad y Validez.

Según García-Garro, Ramos-Ortega, Díaz de León-Ponce y Olvera-Chávez (2007), existen en la actualidad diversos procedimientos que permitir indicar si un instrumento es confiable, pero debemos tener en cuenta que ninguna de las pruebas establecidas brinda una imagen exacta de una conducta, solo muestra una pequeña información de ella. Debido a esto se deben establecer buenas prácticas para determinar la validez y la confiabilidad de un instrumento. Así mismo, podemos decir que una prueba es válida si en realidad mide el atributo o característica para cual fue creada, es decir mide lo que se supone debe medir.

Para el presente trabajo de investigación se ha utilizado el cálculo del Alfa de Cronbach dando como resultado 0.80, para determinar la confiabilidad y la validez del instrumento de recolección de datos, de tal manera que se ha demostrado que cada uno de los ítems establecidos en el instrumento mide de manera efectiva los puntos que son materia de estudio de la investigación.

2.5. Procedimiento de Análisis de Datos.

Tomando como referencia a Sabino (1992) en su libro “El Proceso de la Investigación”, podemos indicar que el proceso de análisis de datos de una investigación, es el desarrollo de tareas analíticas en la cual se toman cada uno de los datos o conjunto de datos de tipo homogéneo, para determinar su significado, examinándolos a través de métodos conocidos, pero esta tarea no es improvisada, sino al contrario, como lo manifiesta el autor, “proviene más del marco teórico trazado que de la obtención de los datos concretos, y todo investigador”.(p. 152), además, “se encuentra obligado a tener una idea concreta de cuáles serán los principales lineamientos del análisis que tendrá que desarrollar previo al comienzo de la recolección de datos.”.(p. 152).

Se puede indicar, basado en esta definición, que para todo tipo de investigación debe existir un proceso de análisis de datos, que procese la información recolectada, de las personas participantes, y a partir de estos obtener resultados que serán discutidos para determinar las conclusiones de la investigación.

El presente trabajo de investigación, es tipo Descriptivo y como diseño de investigación el Diseño No Experimental Transversal, para el cual se ha determinado el uso del programa SSPS 22 para la tabulación de los datos resultantes de la aplicación del cuestionario a los colaboradores de empresa. Después de haber tabulado los datos, los resultados han sido llevados a Microsoft Excel 2016 para la creación de las tablas y de los gráficos que han permitido discutir los resultados y llegar a las conclusiones plasmadas en la investigación.

2.6. Aspectos Éticos.

Los aspectos éticos están considerados, según Álvarez (2012), como un grupo o conjunto de valores que permiten conducir y/o gobernar el comportamiento

del ser humano, tanto de manera individual como de manera colectiva, los cuales procuran que los individuos sean orientados a comportarse de acuerdo a lo que se considera como correcto.

2.6.1. Ambiente

El aspecto ético ambiental comprende las interacciones de los seres humanos con el medio ambiente, así como el impacto que pueden generar las personas sobre el mundo natural. (Martínez y Abreu, 2018).

En el caso del criterio Ambiente, este trabajo de investigación, no atenta de ninguna manera sobre los mecanismos de cuidado del medio ambiente, se ha tomado todas las medidas necesarias que permita a los encargados de la realización de esta investigación, evitar todos los elementos que provoquen algún daño contra el medio ambiente.

2.6.2. Confidencialidad

La confidencialidad, se puede definir como la cualidad de aquello que se dice, se hace o se intercambia dentro de un ambiente o marco de confianza, teniendo como principio que nada será compartido, fuera del marco establecido, es decir que solo será accesible por las personas autorizadas a manejar la información suministrada. (Comisión Gallega de Bioética, 2013).

En el caso de la confidencialidad, se han tomado todas las medidas necesarias para que los datos de las personas que han sido participantes de la investigación, no sean de conocimiento público, así como que en ningún momento se les ha solicitado información privada.

2.6.3. Objetividad

Se puede indicar que una teoría, es considerada como objetiva cuando es discutible y se evalúa bajo el racionalismo crítico, es decir, que esta teoría es susceptible de ser probada o no solo quede en aspectos subjetivos. (Redman, 2003).

Para el aspecto ético de la objetividad del presente trabajo de investigación, se ha considerado que los datos entregados serán analizados de tal manera que

puedan ser contrastados con la verdad y no sea información subjetiva bajo la condicionalidad de los investigadores.

2.6.4. Originalidad

Todo tipo de trabajo es original cuando este, hace referencia al origen de algo, ya sea a la característica de ser nuevo, insólito o de ciertas características de su primera versión. (Lasso, 2016).

Para el presente trabajo de investigación, se citará de acuerdo al formato APA las fuentes bibliográficas que sustentan la información expuesta a fin de probar la inexistencia de plagio intelectual.

2.6.5. Veracidad

La veracidad, se puede definir como el hecho de no mentir, no robar, mantener las promesas, es decir manifestar honestidad. Por lo tanto, se las personas se preocupan por manifestar siempre lo correcto, se puede determinar que son honestos consigo mismos. (Williams, 2006).

La información mostrada, en el presente trabajo de investigación, será verdadera, cuidando de todas las formas la confidencialidad de los datos. Así mismo, se ha elaborado un instrumento para la recolección de datos, que evite la falsedad de información.

2.6.6. Derechos Laborales

Se puede definir los derechos laborales como un conjunto de normas y principios jurídicos que se instituyen para regular las relaciones que surgen del hecho social del trabajo y las asociaciones sindicales. (Equipo Multidisciplinario de Trabajo Decente, 2014)

La propuesta de solución favoreciera el respeto de los derechos laborales en el objeto de estudio. En el caso de los Derechos Laborales, este informe, mantiene el respecto al derecho laboral, evitando cualquier tipo de intromisión en desempeño de sus funciones cotidianas.

2.7. Criterios de Rigor Científico.

Ratcliffe y Gonzales del Valle (2000) indican lo siguiente “El rigor científico puede ser definido como el rigor intelectual aplicado al control de calidad de la información científica o su validación por el método científico o el sometimiento al análisis de la comunidad científica.”

Tomando como referencia a Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas, & Rebolledo-Malpica (2012), podemos determinar los criterios de rigor científico que se deben tener en consideración para una investigación científica.

2.7.1. Credibilidad Valor de la Verdad / Autenticidad.

Este criterio permite establecer que los resultados encontrados por el investigador reflejan la realidad de la situación problemática que es materia de estudio y son reconocidos por todos los participantes de la investigación como datos reales.

Para el presente trabajo de investigación, se ha elaborado una encuesta en el que las preguntas están formuladas en concordancia de la variable dependiente, la cual es materia de estudio, de tal manera que los participantes conocen claramente el contenido y reconocen como veraz la información proporciona en él.

2.7.2. Consistencia.

Para establecer la consistencia de un trabajo de investigación, se deben establecer procedimientos específicos que permitan validar el trabajo tales como: evaluadores externos, la descripción detallada del proceso de recolección de datos, así como el estudio e interpretación de los resultados conseguidos de la recolección y finalmente la discusión de los mismos.

Para el presente trabajo de investigación, se han solicitado la validación del instrumento de recolección de datos a tres expertos que han determinado que el instrumento cumple con los criterios requeridos para ser aceptado como tal. Así mismo, se han discutido los resultados obtenidos, los cuales evalúan cada uno de los objetivos específicos de la investigación.

2.7.3. Confirmabilidad o Reflexividad Neutralidad/ Objetividad.

Este criterio ético permite establecer el nivel de objetividad y neutralidad de los investigadores con respecto al proceso de investigación, de tal manera que los datos obtenidos serán tratados de tal manera que no sean alterados de ninguna manera. Así mismo, los participantes deben conocer claramente el papel del investigador durante el trabajo de campo y definir los alcances y limitaciones del mismo proceso.

Para el presente trabajo de investigación se ha elaborado una encuesta en la cual se mantenido la objetividad de los datos recolectados, manteniendo la confidencialidad de los participantes de tal manera que los resultados del mismo, sean los más puntuales y objetivos posibles.

**CAPITULO III:
RESULTADOS**

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3.1. Tablas y Figuras.

Variable Dependiente: Gestión Empresarial

RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS COLABORADORES DE LA LIBRERÍA “ALFA” – 2019

Pregunta N° 01: ¿Conoces la visión, misión, de tu empresa?

Tabla 5 : Conocimiento de la Visión y Misión de la Empresa

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	9	45.0
De acuerdo	4	20.0
Indiferente	2	10.0
Desacuerdo	5	25.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

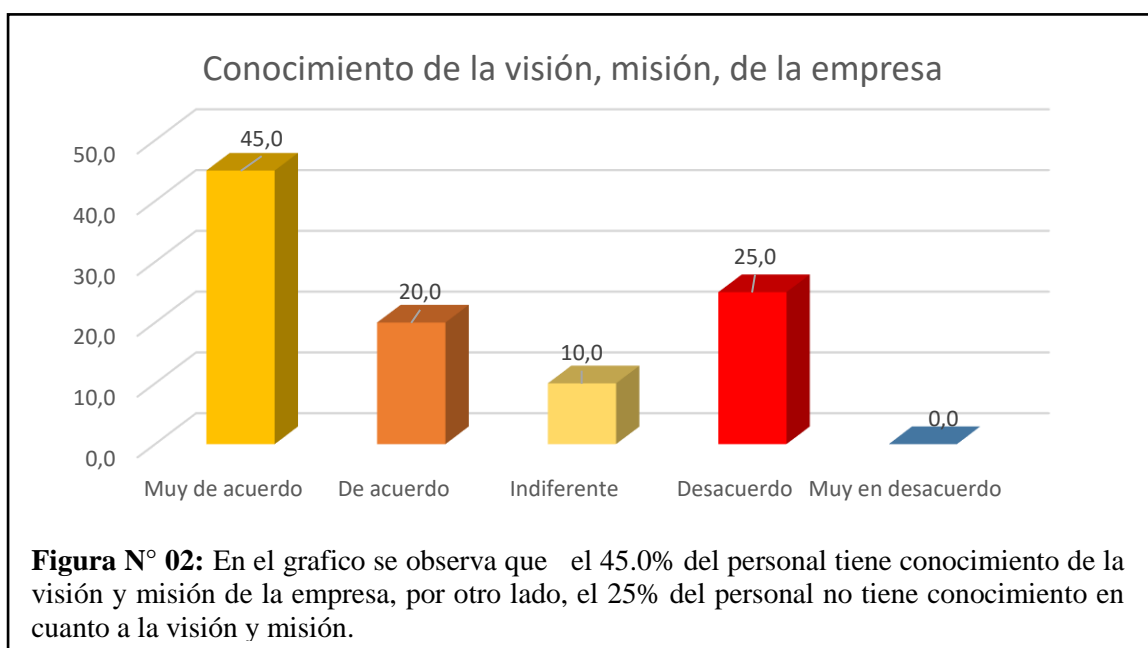


Figura N° 2: Conocimiento de la visión, misión, de la empresa

Pregunta N° 02: ¿Estás de acuerdo con la visión y misión de la empresa?

Tabla 6: Aceptación de la visión y misión de la empresa.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	3	15.0
De acuerdo	8	40.0
Indiferente	5	25.0
Desacuerdo	4	20.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

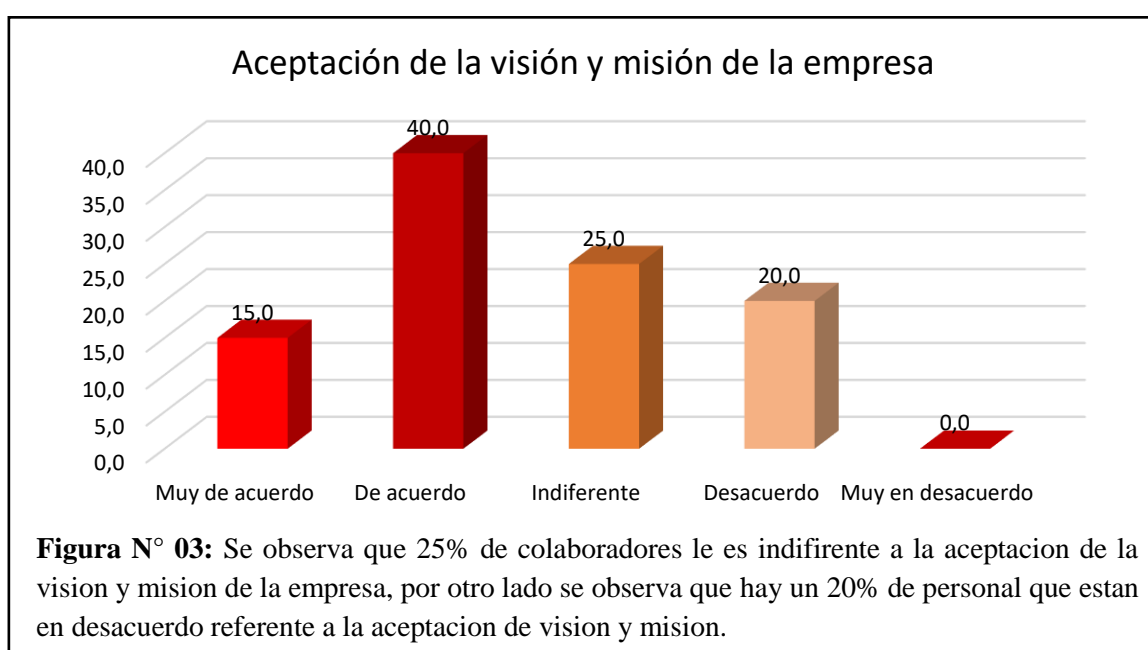


Figura N° 3 : Aceptación de la visión y misión de la empresa

Tabla 7 : Conocimiento de objetivos de la empresa de este año.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	5.0
De acuerdo	8	40.0
Indiferente	10	50.0
Desacuerdo	1	5.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

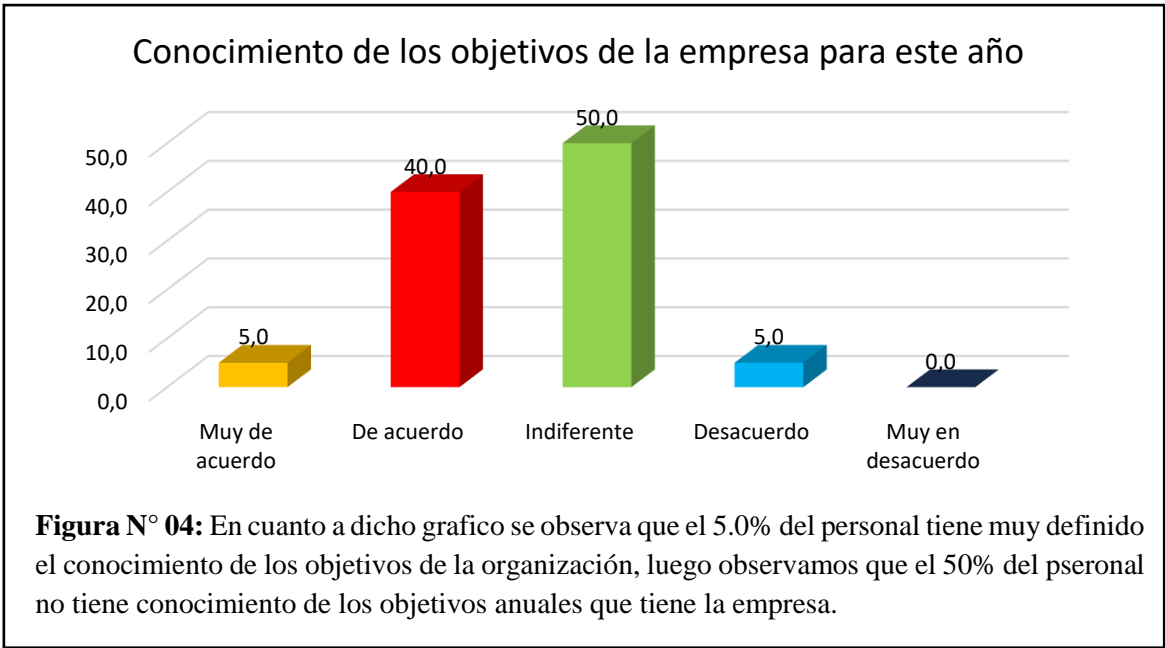


Figura N° 4: Conocimiento de los objetivos de la empresa para este año

Pregunta N° 04: ¿Conoces en que estado se encuentra el cumplimiento de estos objetivos?

Tabla 8: Estado de Cumplimiento de objetivos

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0.0
De acuerdo	4	20.0
Indiferente	11	55.0
Desacuerdo	3	15.0
Muy en desacuerdo	2	10.0
Total	20	100.0

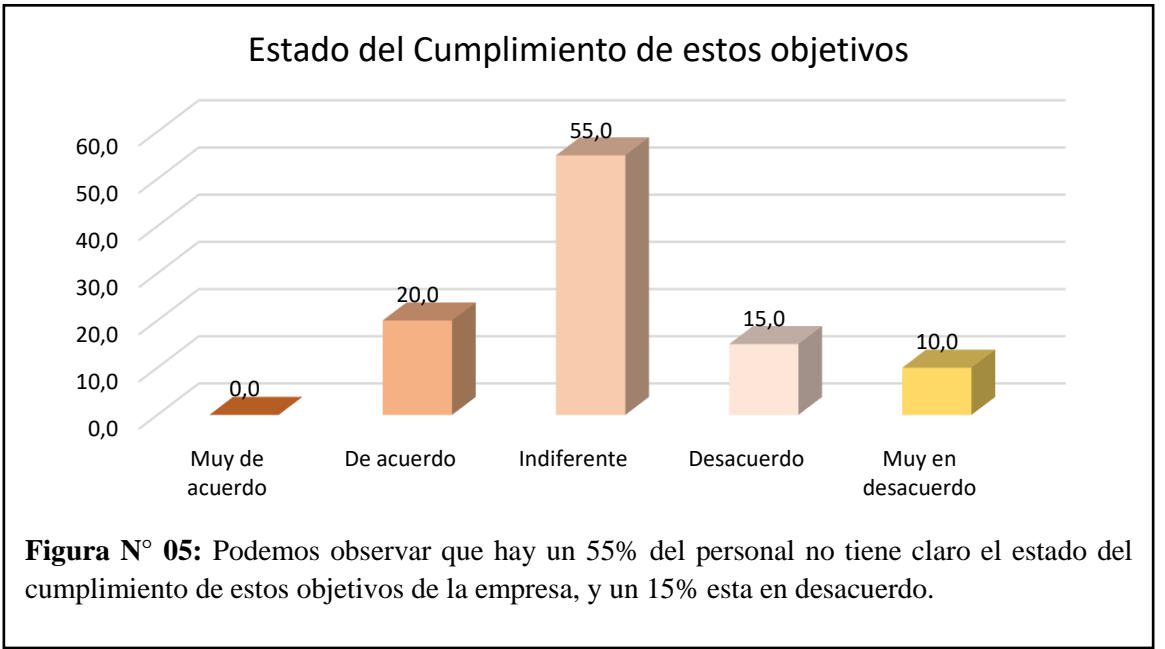


Figura N° 5: Estado del Cumplimiento de estos objetivos

Pregunta N° 05: ¿Con que frecuencia aportas ideas para lograr los objetivos?

Tabla 9: Frecuencia de ideas para lograr los objetivos

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy Frecuentemente	1	5.0
Frecuentemente	5	25.0
Ocasionalmente	7	35.0
Raramente	7	35.0
Nunca	0	0.0
Total	20	100.0

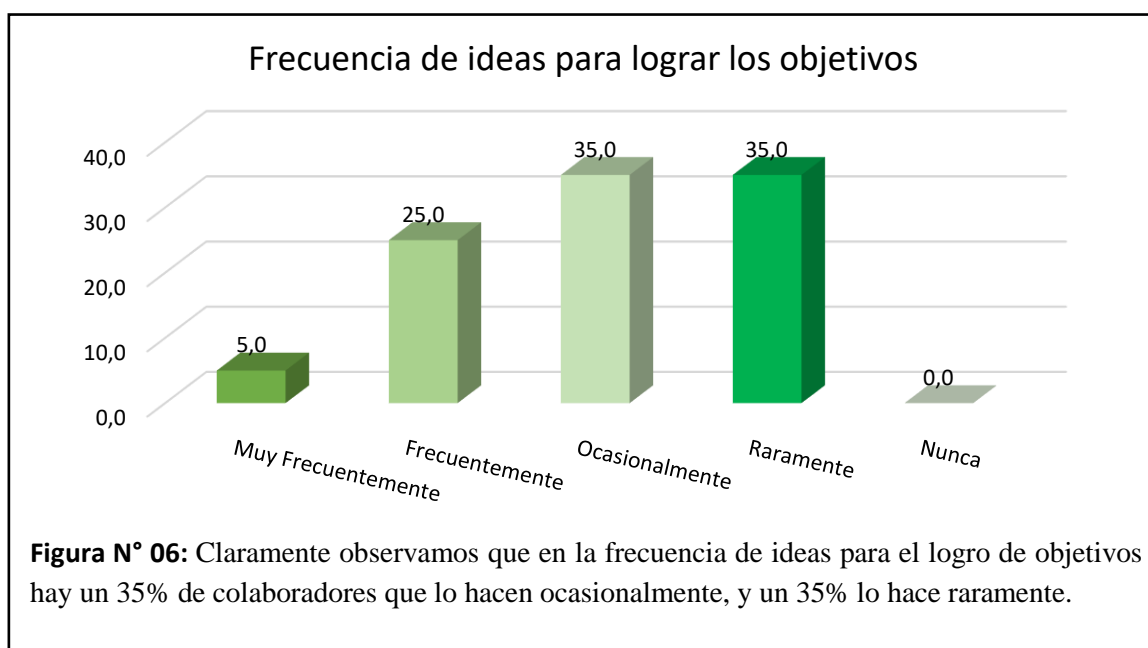


Figura N° 6 : Frecuencia de ideas para lograr los objetivos

Tabla 10: Claridad de responsabilidades en la empresa.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	2	10.0
De acuerdo	13	65.0
Indiferente	5	25.0
Desacuerdo	0	0.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

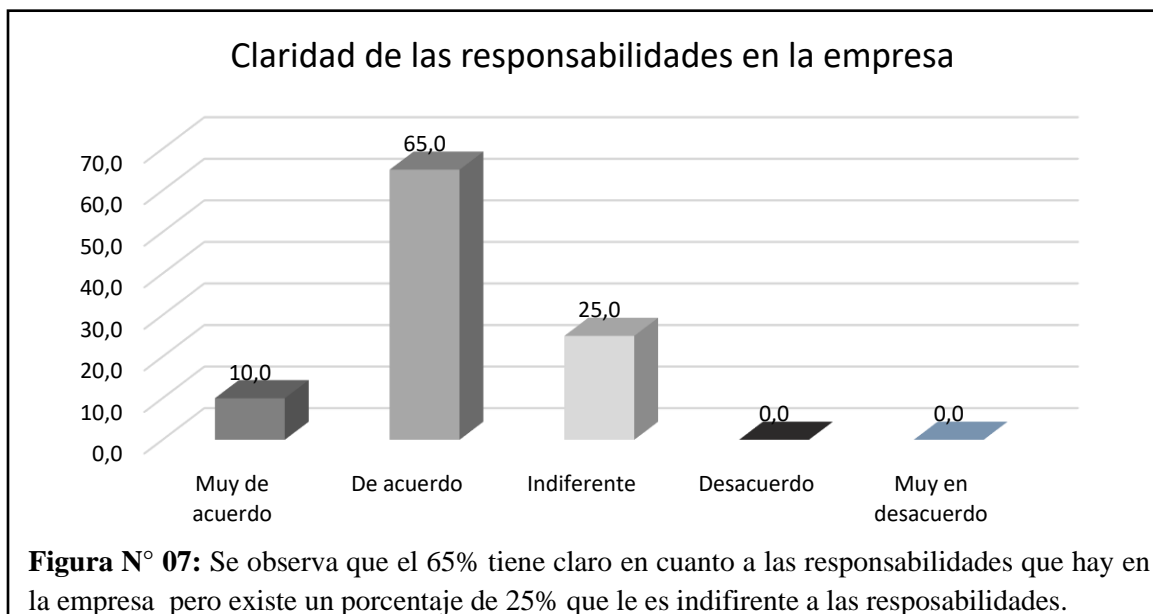


Figura N° 7 : Claridad de las responsabilidades en la empresa

Pregunta Nª 07: ¿Cumples con tus responsabilidades que te asigna la empresa?

Tabla 11: Cumplimiento de responsabilidades que asigna la empresa.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	3	15.0
De acuerdo	16	80.0
Indiferente	1	5.0
Desacuerdo	0	0.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

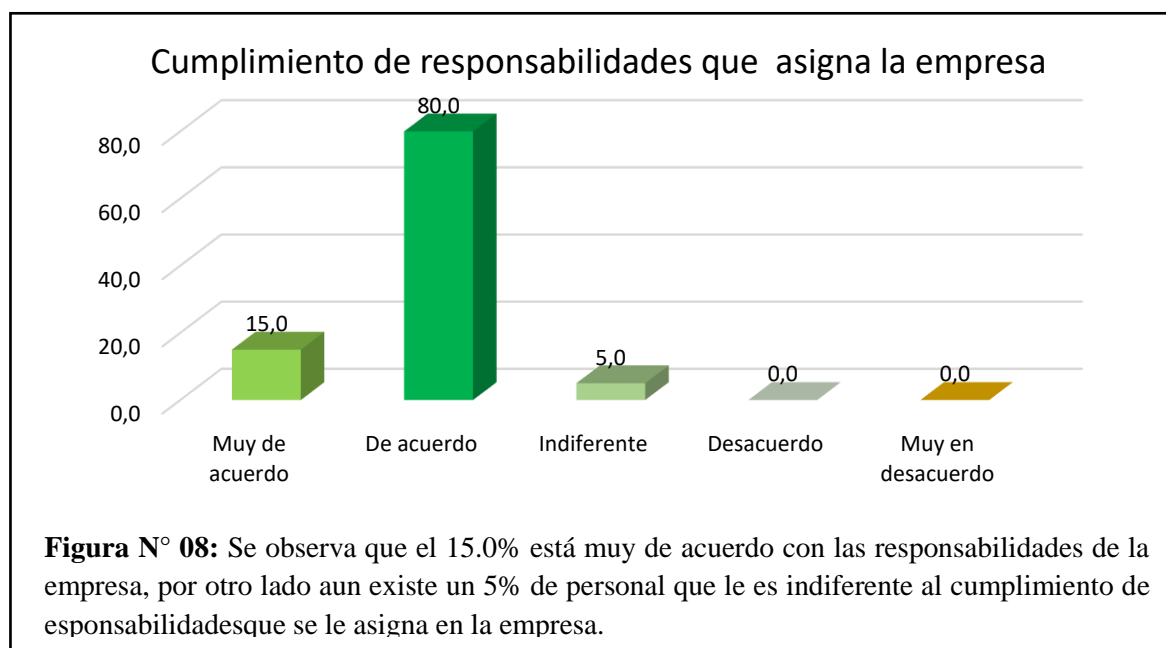


Figura N° 8 : Cumplimiento de responsabilidades que asigna la empresa

Pregunta N^a 08: ¿Todos los ambientes están siendo utilizados de manera correcta?

Tabla 12: Uso de Ambientes de Manera Correcta.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0.0
De acuerdo	10	50.0
Indiferente	5	25.0
Desacuerdo	4	20.0
Muy en desacuerdo	1	5.0
Total	20	100.0

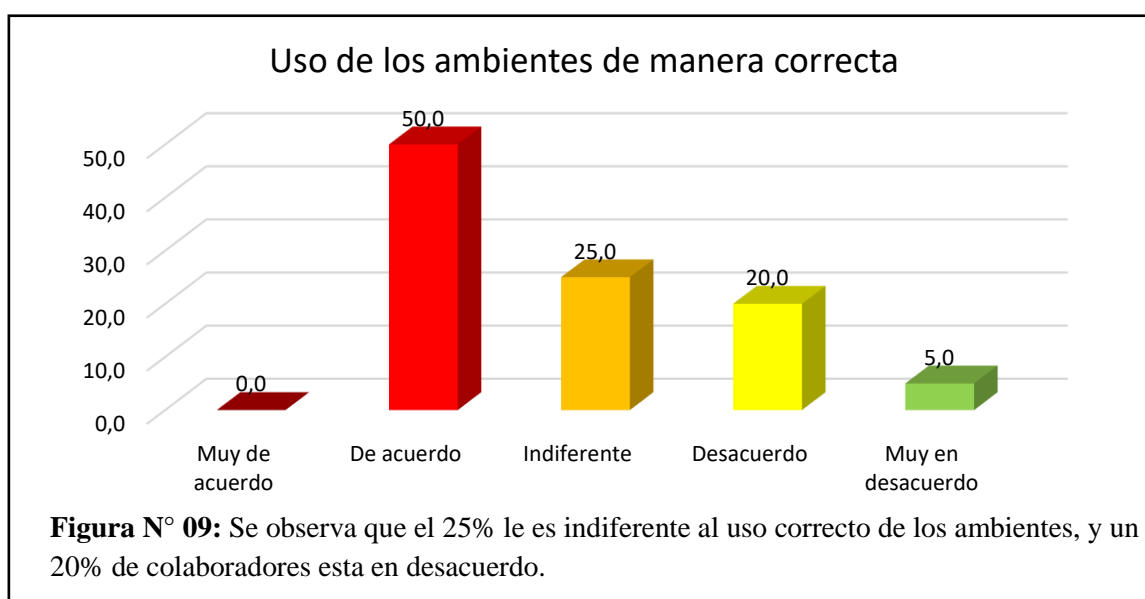


Figura N^o 9 : Uso de los ambientes de manera correcta.

Pregunta N^a 09: ¿Usas todos los recursos dentro del ambiente donde laboras?

Tabla 13: Uso de los recursos del ambiente laboral.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0.0
De acuerdo	11	55.0
Indiferente	6	30.0
Desacuerdo	3	15.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

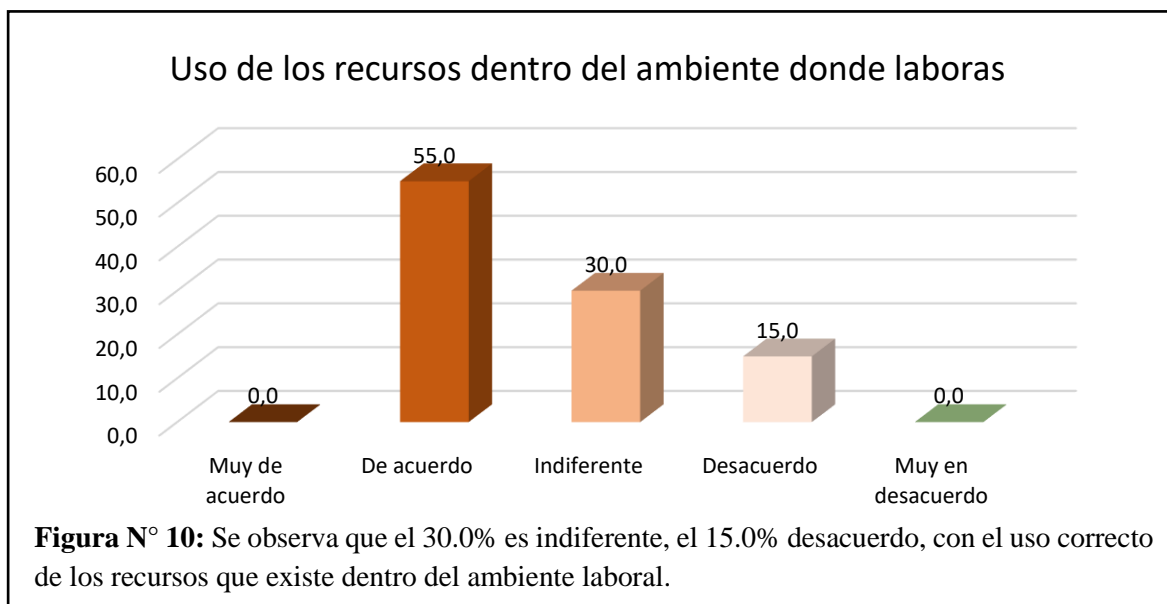


Figura N° 10 : Uso de los recursos dentro del ambiente donde laboras

Pregunta Nª 10: ¿Son suficientes los recursos que cuenta la empresa para su crecimiento?

Tabla 14: Cantidad de recursos que cuenta la empresa para su crecimiento

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	2	10.0
De acuerdo	5	25.0
Indiferente	7	35.0
Desacuerdo	6	30.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

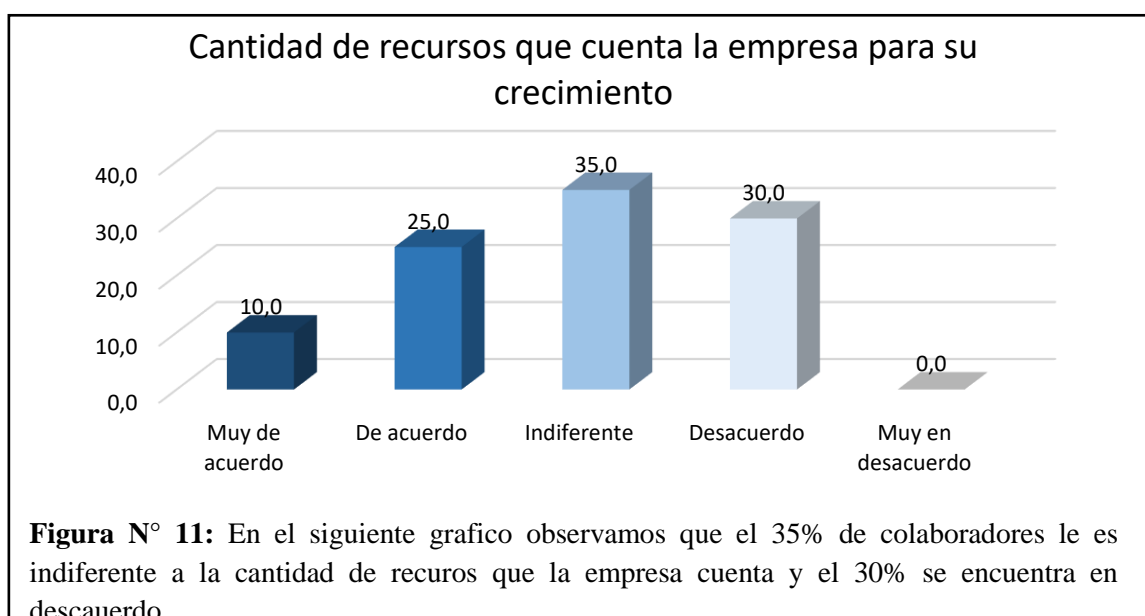


Figura N° 11 : Cantidad de recursos que cuenta la empresa para su crecimiento

Pregunta N^a 11: ¿Te sientes motivado al realizar tus labores?

Tabla 15: Nivel de Motivación al realizar las labores

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy Motivado	2	10.0
Motivado	15	75.0
Indiferente	2	10.0
Poco Motivado	1	5.0
Nada Motivado	0	0.0
Total	20	100.0

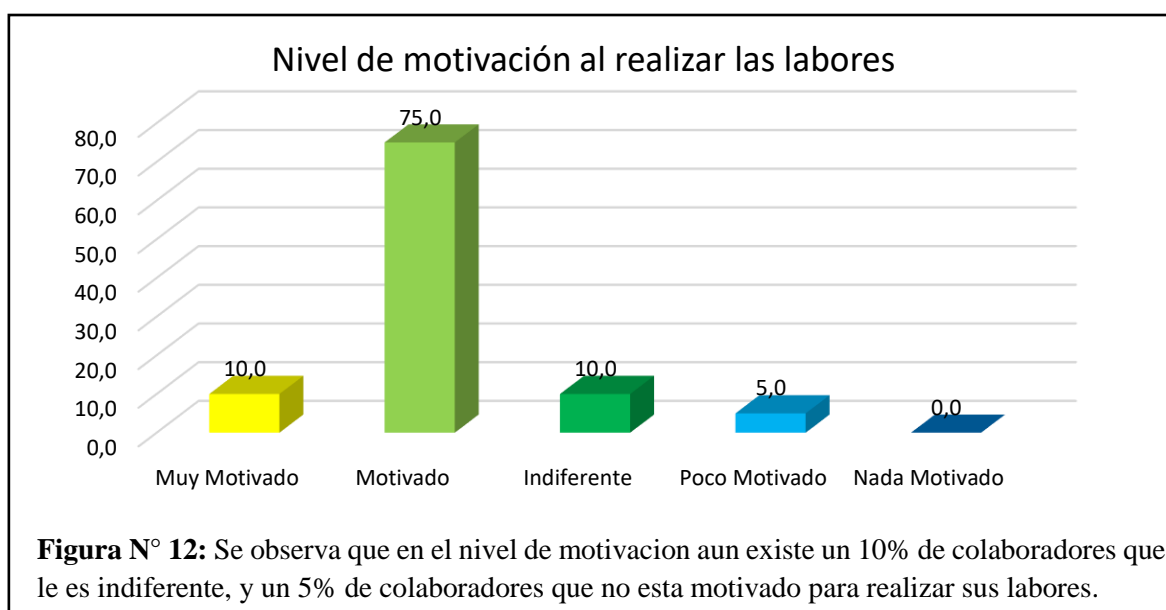


Figura N^o 12 : Nivel de motivación al realizar las labores

Pregunta N^a 12: ¿La empresa los motiva al personal en el cumplimiento de sus labores?

Tabla 16: Nivel de Motivación al personal en cumplimiento de sus labores

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy motivado	1	5.0
Motivado	15	75.0
Indiferente	4	20.0
Poco Motivado	0	0.0
Nada Motivado	0	0.0
Total	20	100.0

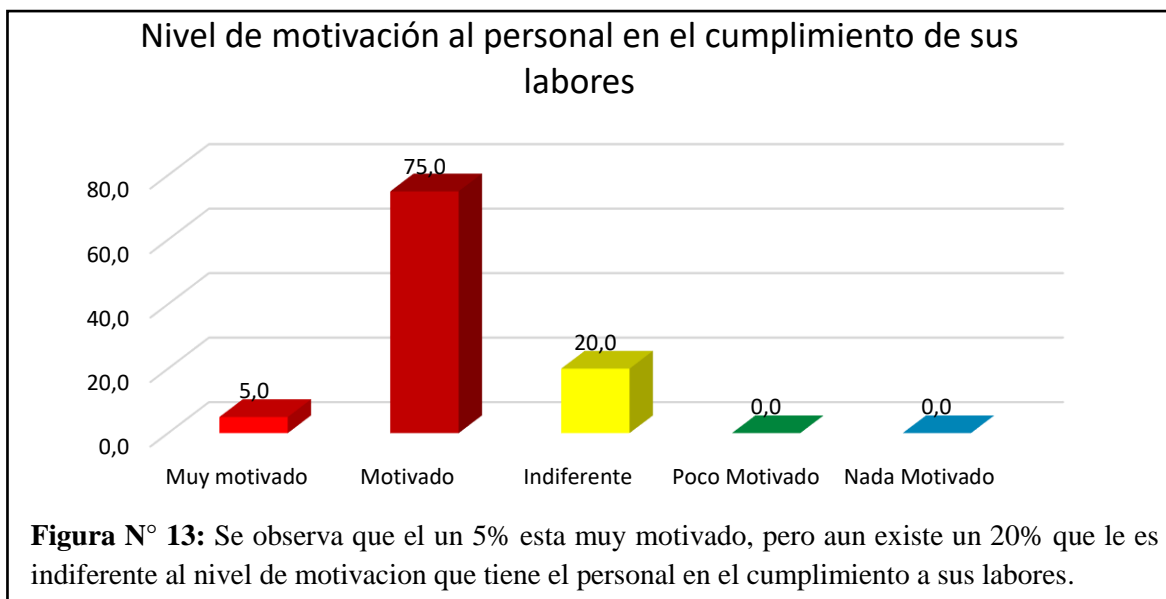


Figura N° 13: Nivel de motivación al personal en el cumplimiento de sus labores

Pregunta Nª 13: ¿Realizas más acciones que las asignadas por la empresa?

Tabla 17: Nivel de acciones adicionales a las asignadas en la empresa.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0.0
De acuerdo	9	45.0
Indiferente	7	35.0
Desacuerdo	4	20.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

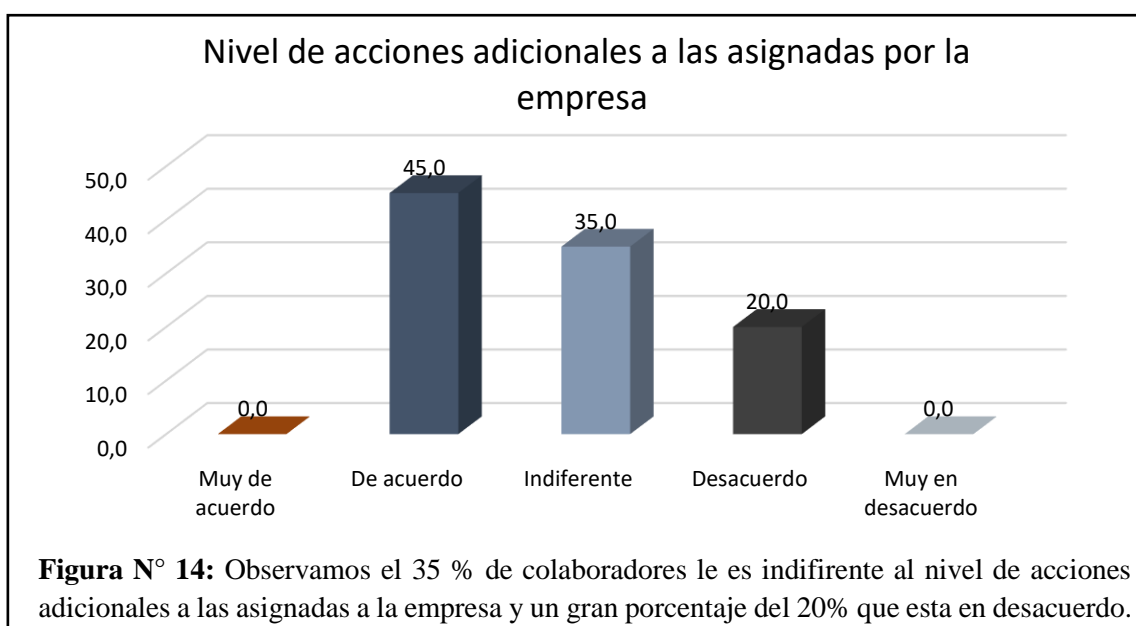


Figura N° 14 : Nivel de acciones adicionales a las asignadas por la empresa

Pregunta N° 14: ¿Aportas nuevas ideas en beneficio de la empresa?

Tabla 18 Nivel de Aportes de nuevas ideas para beneficio de la empresa.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	5.0
De acuerdo	9	45.0
Indiferente	7	35.0
Desacuerdo	3	15.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

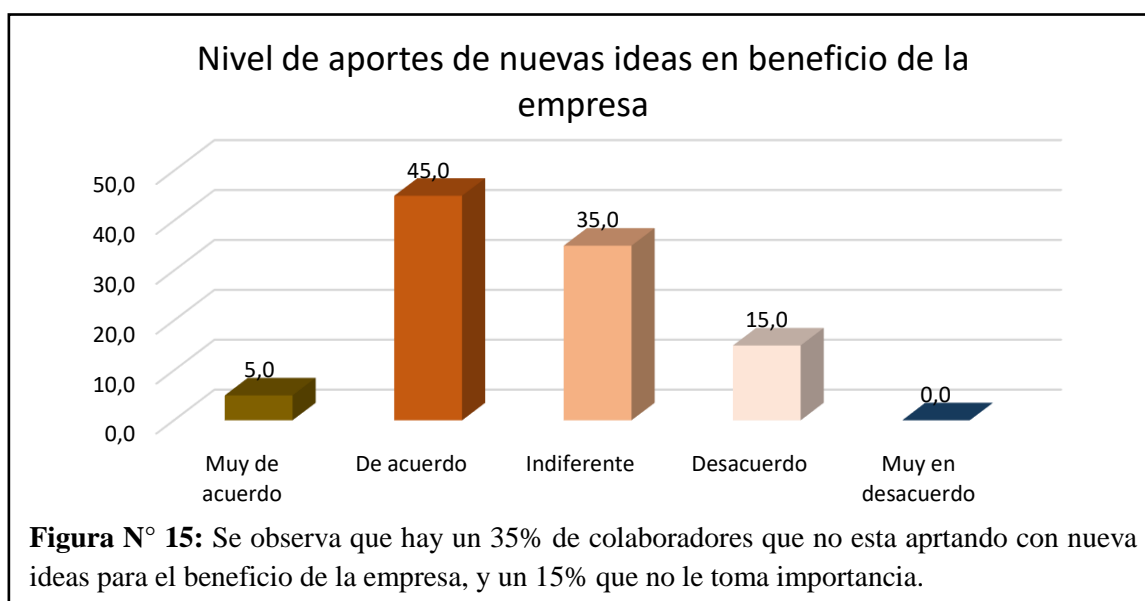


Figura N° 15 : Nivel de aportes de nuevas ideas en beneficio de la empresa

Pregunta N° 15: ¿Reciben capacitaciones por parte de la empresa?

Tabla 19: Nivel de capacitaciones por parte de la empresa.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0.0
De acuerdo	14	70.0
Indiferente	5	25.0
Desacuerdo	1	5.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

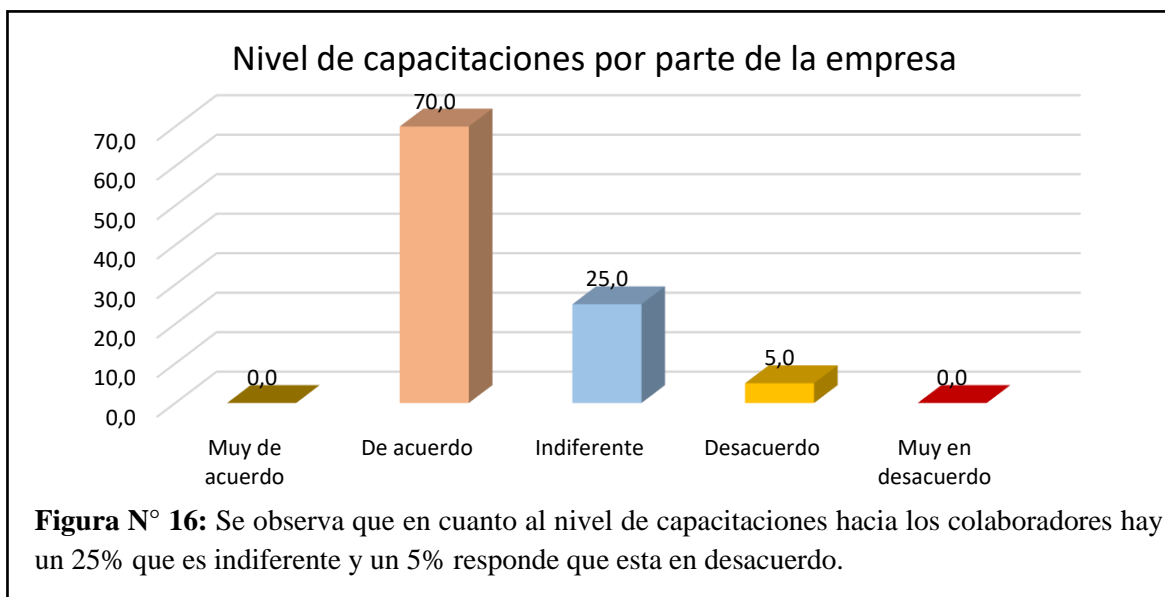


Figura N° 16 : Nivel de capacitaciones por parte de la empresa

Pregunta N° 16: ¿Son fundamentales las capacitaciones que brinda la empresa?

Tabla 20: Nivel de importancia de las capacitaciones que brinda la empresa.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	2	10.0
De acuerdo	16	80.0
Indiferente	2	10.0
Desacuerdo	0	0.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

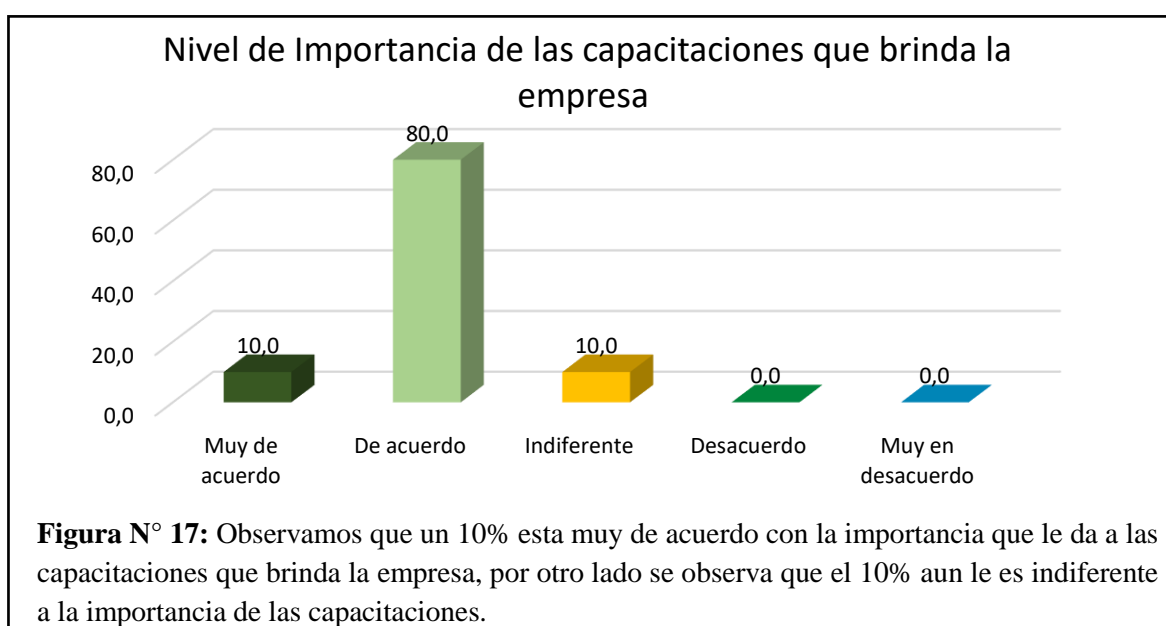


Figura N° 17 : Nivel de Importancia de las capacitaciones que brinda la empresa

Pregunta N^a 17: ¿Te sientes atendido ante un problema en la empresa?

Tabla 21: Nivel de Atención ante un problema en la empresa.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	3	15.0
De acuerdo	14	70.0
Indiferente	3	15.0
Desacuerdo	0	0.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

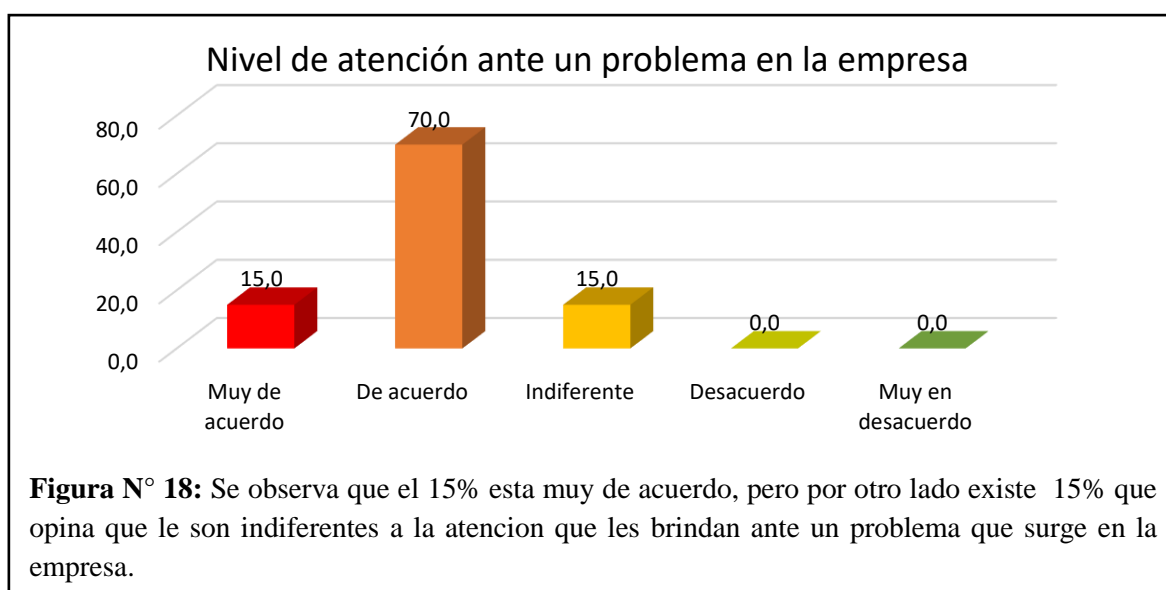


Figura N^o 18 : Nivel de atención ante un problema en la empresa

Pregunta N^a 18: ¿Te sientes a gusto en tu lugar de trabajo?

Tabla 22: Nivel de Comodidad en el lugar de trabajo

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy Satisfecho	1	5.0
Satisfecho	15	75.0
Indiferente	3	15.0
Poco Satisfecho	1	5.0
Nada Satisfecho	0	0.0
Total	20	100.0

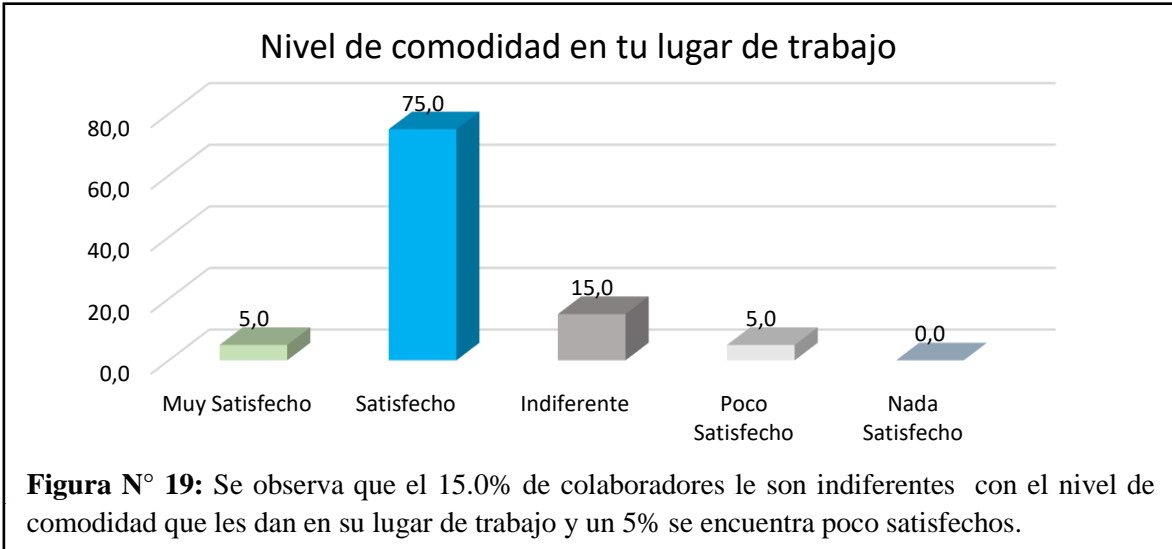


Figura N° 19 : Nivel de comodidad en tu lugar de trabajo

Pregunta Nª 19: ¿Puedes dirigirte a tu superior de manera directa y cordial?

Tabla 23: Nivel de Comunicación con el superior.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	6	30.0
De acuerdo	12	60.0
Indiferente	2	10.0
Desacuerdo	0	0.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

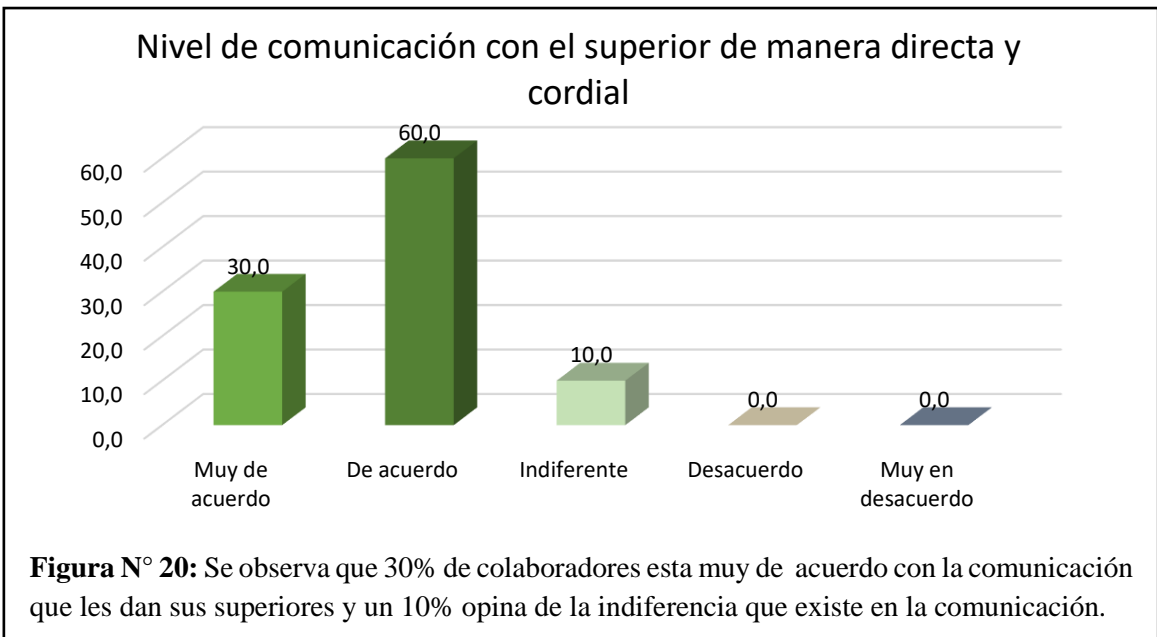


Figura N° 20 : Nivel de comunicación con el superior de manera directa y cordial

Pregunta N^o 20: ¿Comunicas a tu jefe de las cosas que estas en desacuerdo?

Tabla 24: Nivel de Comunicación con el jefe de las cosas que están en desacuerdo.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0.0
De acuerdo	11	55.0
Indiferente	4	20.0
Desacuerdo	4	20.0
Muy en desacuerdo	1	5.0
Total	20	100.0

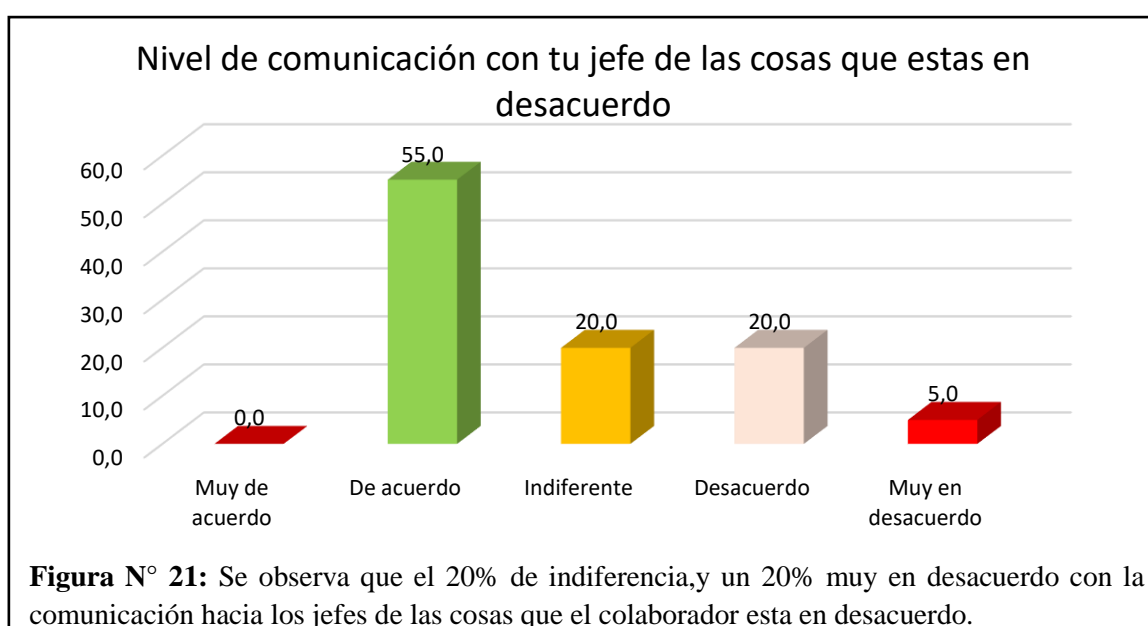


Figura N^o 21 : Nivel de comunicación con tu jefe de las cosas que estas en desacuerdo

Pregunta N^o 21: ¿Cumples con tus objetivos individuales planteados?

Tabla 25: Nivel de Cumplimiento de objetivos individuales planteados.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	2	10.0
De acuerdo	16	80.0
Indiferente	1	5.0
Desacuerdo	1	5.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

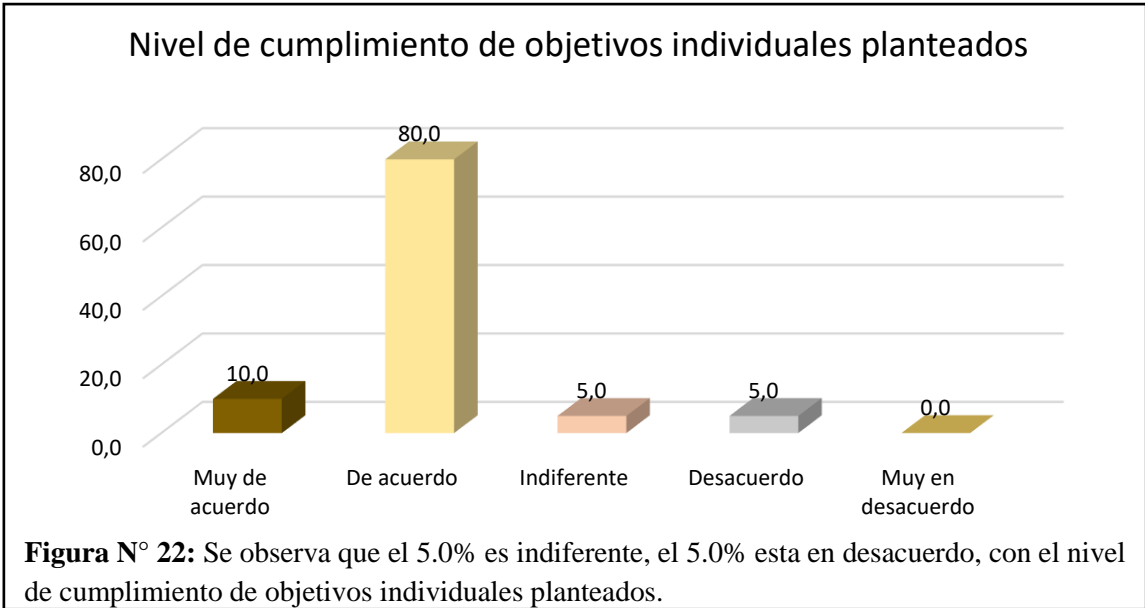


Figura N° 22 : Nivel de cumplimiento de objetivos individuales planteados

Pregunta Nª 22: ¿Existen objetivos logrados por parte del personal?

Tabla 26: Nivel de objetivos logrados por parte del personal.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0.0
De acuerdo	13	65.0
Indiferente	6	30.0
Desacuerdo	1	5.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

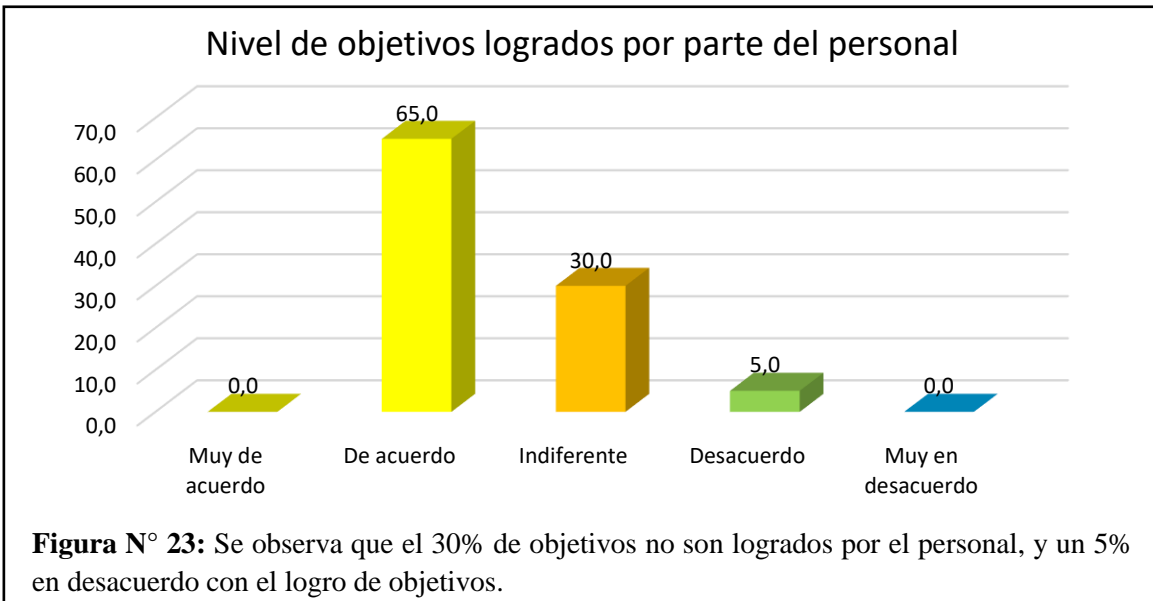


Figura N° 23 : Nivel de objetivos logrados por parte del personal

Pregunta N° 23: ¿El personal conoce y acepta los objetivos asignados del área donde labora?

Tabla 27: Nivel de Conocimiento y aceptación de los objetivos asignados.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0.0
De acuerdo	17	85.0
Indiferente	3	15.0
Desacuerdo	0	0.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

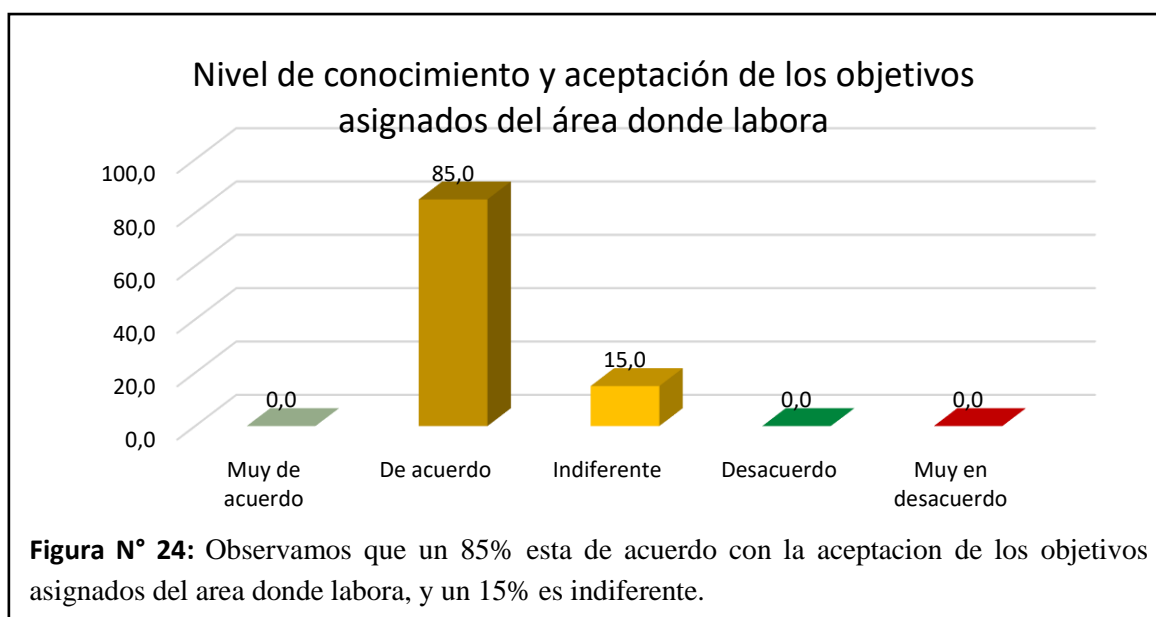


Figura N° 24 : Nivel de conocimiento y aceptación de los objetivos asignados del área donde labora

Pregunta N° 24: ¿Sientes que el gerente está identificado con la empresa?

Tabla 28: Nivel de Identificación del gerente con la empresa.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	8	40.0
De acuerdo	11	55.0
Indiferente	1	5.0
Desacuerdo	0	0.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

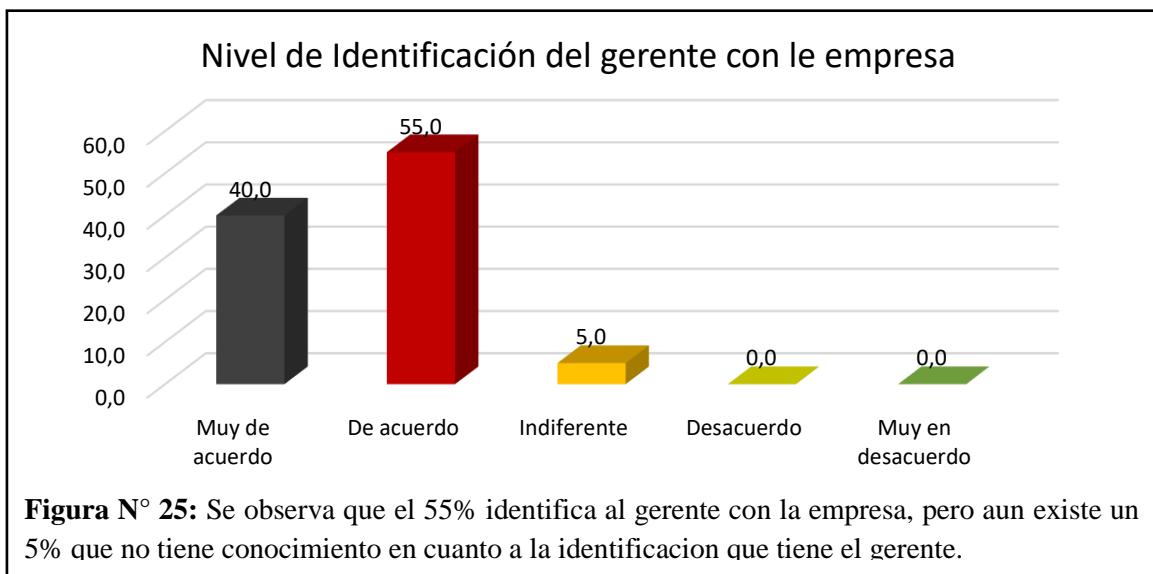


Figura N° 25 : Nivel de Identificación del gerente con le empresa

Pregunta N° 25: ¿El gerente en algunas ocasiones toma en cuenta sus ideas que aportan para la empresa?

Tabla 29: Nivel de Aceptación de ideas que aportan para la empresa.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	5	25.0
De acuerdo	12	60.0
Indiferente	3	15.0
Desacuerdo	0	0.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

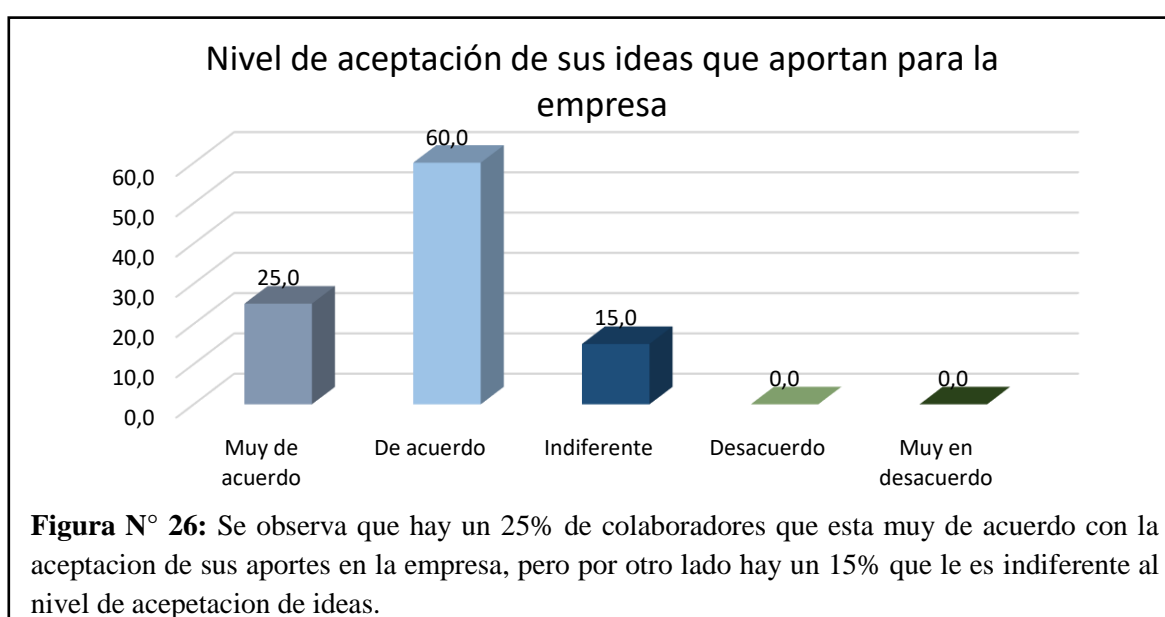


Figura N° 26 : Nivel de aceptación de sus ideas que aportan para la empresa

Pregunta N° 26: ¿Existe una comunicación fluida con los proveedores?

Tabla 30: Nivel de Comunicación fluida con los proveedores.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	5.0
De acuerdo	12	60.0
Indiferente	4	20.0
Desacuerdo	3	15.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

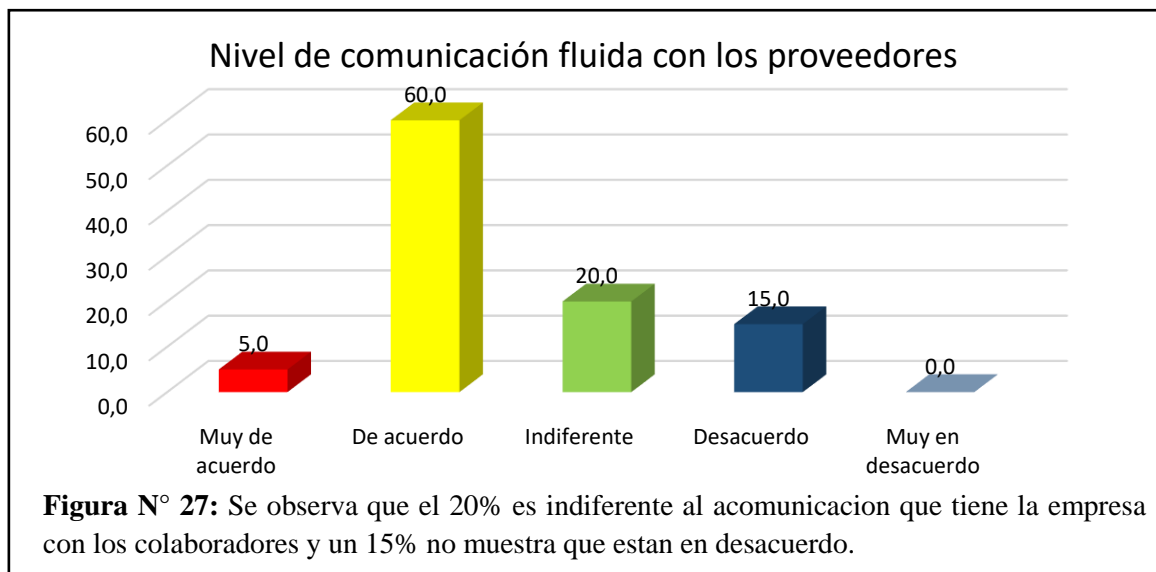


Figura N° 27 : Nivel de comunicación fluida con los proveedores

Pregunta N° 27: ¿Los proveedores complacen las necesidades de la empresa?

Tabla 31: Nivel que complacen los proveedores a las necesidades de la empresa.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0.0
De acuerdo	11	55.0
Indiferente	6	30.0
Desacuerdo	1	5.0
Muy en desacuerdo	2	10.0
Total	20	100.0

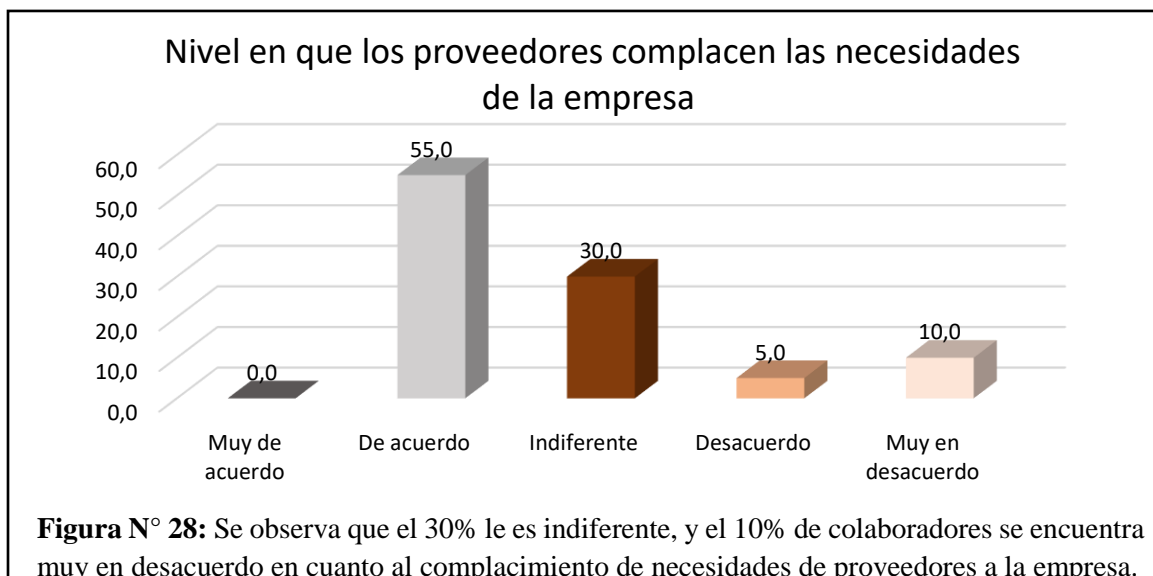


Figura N° 28 : Nivel en que los proveedores complacen las necesidades de la empresa

Pregunta N° 28: ¿La empresa compite de forma adecuada en el mercado?

Tabla 32: Nivel de competencia de la empresa de forma adecuada en el mercado.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0.0
De acuerdo	10	50.0
Indiferente	7	35.0
Desacuerdo	3	15.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

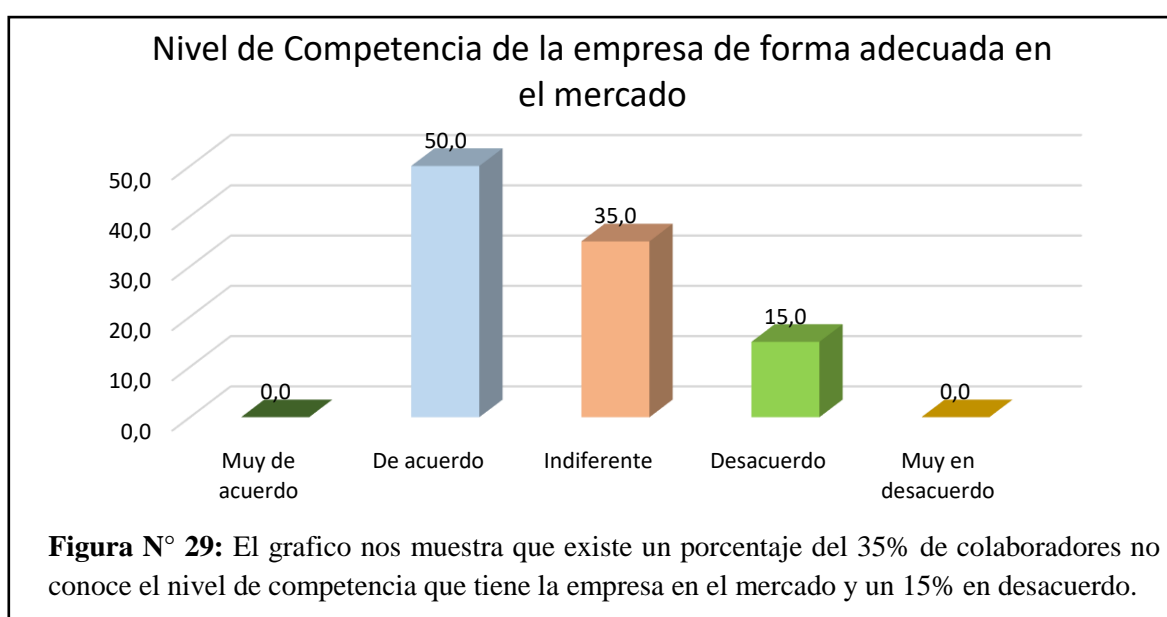


Figura N° 29 : Nivel de Competencia de la empresa de forma adecuada en el mercado

Pregunta N° 29: ¿Qué nivel tan competitivo tiene la empresa?

Tabla 33: Nivel de competitividad que tiene la empresa.

Índice	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0.0
De acuerdo	11	55.0
Indiferente	8	40.0
Desacuerdo	1	5.0
Muy en desacuerdo	0	0.0
Total	20	100.0

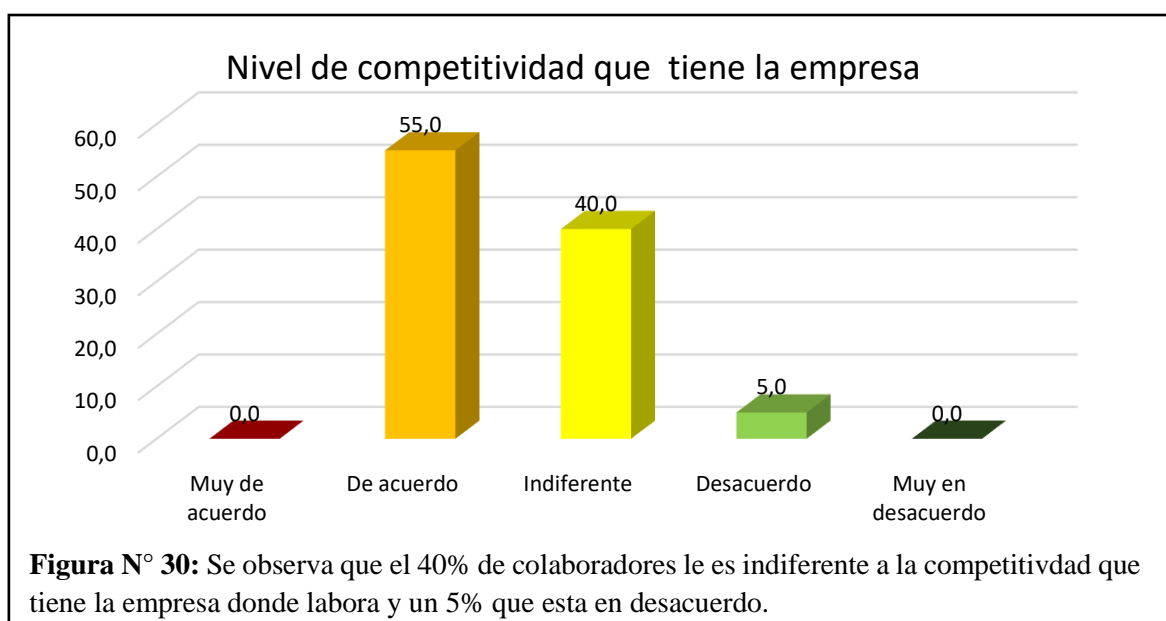


Figura N° 30 : Nivel de competitividad que tiene la empresa

3.2. Discusión de Resultados.

Diagnosticar la Gestión Empresarial la Librería “ALFA” en la Ciudad de Chiclayo.

Para la dimensión **Planificación**, se han analizado los resultados de las Tablas 07, Tabla 08 y Tabla 09, de donde se ha determinado que un 30%, en promedio, de los colaboradores de la empresa, no se encuentran conformes con la definición de la visión y misión de la organización, así mismo demuestran poco interés en la definición y cumplimientos de los objetivos en la organización, ni mucho menos tienen interés en aportar para lograr los objetivos planteados. Esto debido a la falta de un Plan Estratégico que permita la evaluación y control de los objetivos organizacionales, además se debe tomar en cuenta el compromiso,

eficiencia e integración del capital humano que pertenece a la empresa. Esto es corroborado por Castillo Torres, Vela Meléndez, Llonto Caicedo y Oliva Mera en su investigación “Modelo de gestión estratégica con enfoque de innovación para la mejora de la competitividad empresarial”, donde manifiesta en sus conclusiones que después de revisar los diversos enfoques y modelos teóricos, se determina que un modelo de gestión estratégica, es el proceso por el cual una empresa u organización determina su dirección a largo plazo, siendo las estrategias competitivas la mezcla única de valor que conlleva a un posicionamiento estratégico y sustentable.

Para la dimensión **Organización** se ha tomado en cuenta los resultados de la encuesta expresados en las Tablas N° 12, Tabla N° 13 y Tabla N° 14, donde se determina que en promedio un 25% de los colaboradores no utilizan los ambientes asignados a sus labores de manera adecuada, así mismo los recursos que utilizan para sus tareas no son los suficientes o los adecuados. Esto debido a la ineficiencia en los procesos, la inadecuada utilización de sus recursos humanos, materiales, económicos y tecnológicos que afectan a la toma de decisiones de la empresa, ya que no se cuenta con una adecuada estructura de procesos, que les permita evaluar el cumplimiento objetivos organizacionales que encaminen la marcha de la empresa. Esto es corroborado por Jam Franco Verona Guerrero en su investigación titulada “Diseño de un modelo de gestión de procesos utilizando herramientas BPM para mejorar la eficiencia del proceso de recaudación en la IEP ADEU deportivo SAC, Chiclayo – 2014.”, donde manifiesta en las conclusiones que un adecuado diseño modular de los procesos da una gran flexibilidad para modificarlos en tiempo de ejecución, con la posibilidad de realizar una mejora continua de los mismos.

Para la dimensión de **Personal**, se han analizado los resultados de la Tabla N° 17 y la Tabla N° 18, donde refleja que, en promedio, un 18% de los colaboradores no se sienten motivados en la realización de las funciones asignadas en su área, además gran parte de ellos no realizan ningún tipo de función adicional así esta sea en mejora de la situación comercial de la organización. Esto debido a la falta de formación, el empoderamiento o capacidad de decisión y las conductas extra-rol de los empleados son factores que deben favorecer una mayor percepción de justicia por parte de los clientes. Esto es corroborado por Chanthaly S.

Phabmixay, su tesis titulada “Gestión empresarial del sistema de reclamaciones y quejas bajo los enfoques mecanicista y orgánico. Antecedentes y resultados”, donde manifiesta en las conclusiones que se recomienda a las empresas que den prioridad a la formación de los empleados en materia de gestión de quejas y que fomenten e impulsen las conductas extra-rol, así mismo, si se busca un resultado óptimo, es esencial contar con un personal formado y motivado, ya que esta característica del equipo humano propicia una mayor comprensión y aceptación y por ende una aplicación más efectiva de las normas de comportamiento establecidas por la empresa.

Para la dimensión de **Dirección**, se han tomado los resultados mostrados en la Tabla N° 23 y la Tabla N° 24, donde se define que en promedio un 18% indica que existe muy poca comunicación entre los colaboradores y los directivos de la organización para expresar problemas que se presentan en su labor diaria por lo tanto no existe una comunicación horizontal que permite una fluidez de información. Esto debido a que los directivos de la organización poseen pobres conocimientos administrativos los cuales trabajan en base a su experiencia y el poco o nulo compromiso de alguno de ellos. Al no existir un buen manejo de los procesos administrativo, no se cumple con un correcto desempeño de una buena Gestión Administrativa. Eso es corroborado por Silvia Elena Flores Orozco en su investigación titulada “Proceso administrativo y gestión empresarial en COPROABAS Jinotega 2010- 2013”, donde manifiesta en sus conclusiones que la organización se ve limitada por los pobres conocimientos administrativos de los órganos directivos que trabajan en base a su experiencia y el poco compromiso de alguno de ellos, esto provoca que no cumplan con el desempeño de una buena Gestión Administrativa, manifestado por los colaboradores, a través de encuesta, donde se determina que no existe un sistema motivacional para el personal, de manera que este pueda ejercer de manera eficiente su labor

Para la dimensión de **Control**, se han analizado los resultados plasmados en la Tabla N° 28, Tabla N° 29 y Tabla N° 30, donde se encontró que para el 18.3% de los colaboradores no existe interés por el conocimiento y logro de los objetivos determinados en cada una de las áreas donde los colaboradores están desempeñando su función a la falta de un manual de procedimientos para los

procesos que se realizan en cada una de las áreas, que no permite al colaborador tener un conocimiento real de su capacidad; y responsabilidad de su puesto, producto de ello se refleja una de las debilidades de mayor realce dentro la organización que es el bajo nivel de eficiencia en la ejecución de sus actividades. Esto es corroborado por Linda Lizeth Campaña Castellano en su investigación titulada “La gestión empresarial y la toma de decisiones en la cooperativa de Ahorro y crédito unidad y progreso del Cantón Sigchos”, donde pone de manifiesto que la inexistencia de un manual de procedimientos para los procesos, no permite al colaborador tener un conocimiento real de su capacidad; y responsabilidad de su puesto, producto de ello se refleja un bajo nivel de eficiencia en la ejecución de sus actividades

Para la dimisión de **Representatividad**, se han tomado los resultados encontrados en la Tabla N° 31, Tabla N° 32 y Tabla N° 33, en la que podemos determinar que el 38.3% de los colaboradores indican que sus ideas no son tomadas en cuenta por los directivos de la empresa, así mismo se indica que los proveedores no poseen una efectiva comunicación con la organización por lo que no satisfacen las necesidades de la misma. Esto debido a la ausencia de procesos administrativos que logren integrarse y de esta manera mejorar la gestión administrativa, mediante el diseño de procesos adecuados, innovadores y participativos en atención a los nuevos desafíos, mediante técnicas, herramientas y tecnologías de la información y comunicación, disponibles en la actualidad. Esto es corroborado por Janet Carolina Urrutia Urrutía, en su investigación “Gestión empresarial y los procesos en el área administrativa de la unidad educativa González Suárez Ambato”, quien indica en sus conclusiones que los procesos administrativos que ejecutados, deben ser revisados continuamente a través de los lineamientos emitidos para la autoevaluación institucional, que permiten recopilar, analizar y valorar cómo se desarrollan, de tal manera que permita conocer la realidad interna de la institución Estos procesos se ejecutan en forma secuencial, lógica y continua para cumplir con leyes y reglamentos externos e internos.

Determinar los puntos críticos que provocan una deficiente Gestión Empresarial de la Librería “ALFA” en la Ciudad de Chiclayo.

Para la dimensión **Planificación**, se han analizado los resultados encontrados en la Tabla N^o9 y en la Tabla N^o10, en donde se determina que el punto altamente crítico que implica a esta dimensión, es la falta de conocimiento de los objetivos y más aún el de cumplimiento de los mismos. Esto debido a una falta de políticas que ayuden a establecer los objetivos de manera concreta y correcta y transmitirlos de manera eficiente a cada uno de los colaboradores con la finalidad de que todos persigan el mismo fin dentro de la organización.

Para la dimensión **Organización**, se han analizado los resultados encontrados en la Tabla N^o19 y en la Tabla N^o20, en donde se han determinado que los puntos críticos para la dimensión de organización, es el hecho de que existen colaboradores de la empresa, no aportan ideas novedosas, para el crecimiento de la organización, ni realizan tareas adicionales que permitan un aumento en su productividad dentro del área donde se desenvuelven laboralmente. Esto se debe a un desinterés del área administrativa en realizar estrategias de motivación o incentivos a los colaboradores que permitan incrementar sus aportes a la empresa.

Para la dimensión **Personal**, se han analizado los resultados encontrados en la Tabla N^o 17 y Tabla N^o 18, en las cuales se ha determinado que los puntos más resaltantes con respecto a esta dimensión es el hecho de la falta de motivación que la empresa imparte a sus colaboradores en la realización de sus tareas o labores en la empresa. Esto es debido a la falta de políticas de incentivos para con los colaboradores que permita potenciar sus habilidades.

Para la dimensión **Dirección**, se han analizado los resultados tomados en la Tabla N^o23 y Tabla N^o24, aquí se ha determinado que el punto más crítico que afecta a esta dimensión es el nivel de insatisfacción que tienen los colaboradores con respecto a la atención que reciben por parte de los directivos de la organización, teniendo como resultado que estos no puedan expresar sus problemas de manera tranquila y sentirse escuchados. Esto se debe a la falta de políticas o estrategias que le permitan establecer niveles de comunicación entre las diferentes áreas que permitan una fluidez de la información y solucionar los problemas de manera rápida.

Para la dimensión **Control**, se han analizado los resultados obtenidos de la Tabla N° 27 y la Tabla N° 28, en las cuales se han determinado que el punto crítico para esta dimensión es en el hecho de que no existe un control de los logros de objetivos por parte de los colaboradores, es decir no existen objetivos claros en cada una de las áreas de la empresa. Esto debido a que los directivos no han elaborado ningún plan de definición y seguimiento de objetivos de los colaboradores en cada área.

Para la dimensión **Representatividad**, se han tomado en cuenta los resultados obtenidos en la Tabla N° 32 y Tabla N° 33 y Tabla N° 34, en las cuales se determinan que el punto crítico de esta dimensión es la falta de comunicación con los proveedores, así como la satisfacción de la empresa con respecto al abastecimiento de los productos por parte de ellos. Esto es debido a la falta de instrumentos que le permiten tener un control de sus productos, así como de estrategias de abastecimiento eficientes que le permitan tener los productos adecuados para atender a sus clientes.

Diseñar los aspectos que deben tener las Herramientas Tecnológicas para la eficiente gestión empresarial de la Librería “ALFA” de la Ciudad de Chiclayo.

Para la dimensión **ERP (Enterprise Resource Planning)**, se ha determinado que este tipo de herramienta tecnológica, permitirá mejorar los la comunicación y el tránsito de la información será más fluida entre las diferentes áreas que se encuentran involucradas en la Librería, con lo cual las directivas que se dan en la organización tales como la visión, misión, objetivos estratégicos, serán transmitidas de manera eficiente.

Para la dimensión **CRM (Customer Relationship Management)**, se ha determinado que la ejecución de esta herramienta tecnológica, permitirá establecer estrategias de captación de clientes, determinar las necesidades y elaborar programas que permitan la satisfacción del mercado, con lo cual se incrementarán sustancialmente la comercialización de los productos de la empresa.

Para la dimensión **Herramientas de BI - Business Intelligence**, se ha determinado que la implementación de esta herramienta tecnológica permitirá a la organización, recolectar la información precisa de las diferentes áreas involucradas

de la empresa y con ello realizar la toma de decisiones de la mejor manera en beneficio de la Librería, esto debido a que estas herramientas brindan elementos que permiten una apropiada información para la toma de decisiones

Para la dimensión **Tecnología BPM - Business Process Management – Gestión de Procesos de Negocio**, se ha determinado que la implementación de esta herramienta tecnológica, permitirá a las diferentes áreas de la empresa, redefinir los procesos más complejos de la organización, con lo que se reducirán tiempos muertos en cada uno de ellos, provocando y significativa reducción de los tiempos usados y como consecuencia realizar tareas de manera rápida y efectiva.

Para la dimensión **Gestión de la Cadena de Suministro (SCM)**, se ha determinado que con la implementación de esta herramienta tecnológica, se podrán establecer mejores políticas de comunicación con los proveedores de tal manera que estos puedan abastecer de forma efectiva los productos necesarios para la satisfacción de los clientes, así mismo se permitirá establecer mecanismos que permita que se distribuya de forma correcta los productos a los clientes, con lo cual la cadena completa de suministro y distribución estaría completa.

3.3. Aporte Científico.

HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE LA LIBRERÍA ALFA DE LA CIUDAD DE CHICLAYO

3.3.1. Presentación de la Empresa.

Librería ALFA es una empresa creada en enero del año 2014, ubicada en la ciudad de Chiclayo dedicada a la compra venta de útiles escolares, se inició con un capital de S/. 5,000.00 soles tanto para acondicionamiento del local comercial y adquisición de mercadería, sin un plan de negocio, sin estrategias ni objetivos, ni estudio de mercado, fue una idea de negocio por necesidad, pero conforme van pasaron los años, los encargados de la librería fueron descubriendo que existían clientes con muchas necesidades que no eran cubiertas, entonces, la organización, se enfocó en satisfacer dichas necesidades. Se proyectó que para el año 2019 la empresa duplicaría el capital invertido en un 100%, teniéndose como monto neto S/. 10.000.00 soles, sin embargo sin la gestión correcta para dicha fecha se

presentó un déficit del 15% del capital invertido, manteniéndose a flote la compañía debido a la mercadería en stock destinada a la venta en campaña escolar.

A raíz de dicha situación para el año 2019 y debido al ya posicionamiento, fidelización y exigencias de los clientes es que la librería Alfa tomo un nuevo enfoque respecto a su gestión empresarial, centrándose más en cubrir necesidades insatisfechas de los clientes habituales, lanzando los mejores precios del mercado, ofertas y variedades de productos y marcas y calidad de atención. Así como también se capacito al personal destinados a la administración quienes poco a poco se enfocaron en hacer un estudio de mercado y planificación de objetivos que ayuden con claridad a llegar a la meta de la empresa, a partir del segundo año, las ventas aumentaron en un 10% a comparación del primero, y a partir del tercer año se empezó con una campaña distinta, ante la necesidad de los clientes que no estaban en el entorno pero si a nivel local obteniéndose un aumento de las ventas en un 10% adicional al año anterior. Conociendo que los clientes hacían largas colas para realizar sus compras de listas escolares con los precios por las nubes, y padres que no tienen tiempo para realizarlas, la empresa se enfocó en brindar el servicio de Delivery. Este servicio, permite llevar la lista escolar al domicilio de los clientes, con los productos que desea, sin costo adicional. En paralelo al servicio, se empezó a promocionar los productos por medio de las redes sociales tales como Facebook y WhatsApp, donde este medio nos permitió tener una gran demanda, por encima de lo esperado debido que era un servicio que facilitaba a los clientes a tener mayor facilidad para obtener sus productos. Es así que librería ALFA, cada año se ha proyectado crecer con un flujo contantes del 10% adicional al ingreso neto del año anterior, y así poder competir en el mercado local, pero ahora con objetivos fijos, estrategias y preparación que ayudará en el posicionamiento del negocio. La empresa tiene su misión y visión clara para poder así llegar a su objetivo.

Misión

Somos una Librería que cubre las necesidades de nuestros clientes, logrando sobrepasar las exigencias de ellos, con productos de alta demanda y un servicio de calidad que marquen la diferencia en el mercado, fidelizando así a nuestros clientes.

Visión

Consolidarse en el mercado como una de las mejores Librerías de la ciudad, demostrando con profesionalismo, que estamos preparados para atender a nuestros clientes con productos de calidad y un excelente servicio.

3.3.2. Fundamentación de la Propuesta

Para la elaboración de la propuesta se ha tomado la teoría de Herramientas Tecnológicas según Zapata Cortes, Arango Serna, & Adarme (2010), quienes propone para la propuesta las siguientes dimensiones “ERP (Enterprise Resource Planning), CRM (Customer Relationship Management), Herramientas de BI - Business Intelligence, Tecnología BPM - Business Process Management - Gestión de Procesos de Negocio y Gestión de la Cadena de Suministro (SCM)”. (p. 95).

3.3.3. Objetivo de la Propuesta

Mejorar la Gestión Empresarial de la Librería “ALFA”

3.3.4. Análisis Fortalezas y Debilidades y de las Oportunidades y Amenazas

3.3.4.1. Fortalezas

Comunicación efectiva y constante con los clientes para conocer sus requerimientos.

Da seguimiento a sus clientes.

Cuenta con personal capacitado como para adecuarse a los avances tecnológicos.

Mantiene información constante de los precios que se mantienen en el mercado.

Cuenta con local propio.

Ubicado en una zona con alta demanda.

Cuenta con el abastecimiento de productos por parte de los proveedores más grandes a nivel nacional como son Tai Loy y Continental.

Atención de ventas de listas escolares a Delivery.

Se adaptan a las exigencias de los clientes.

Estudia constantemente la necesidad de los clientes

Tiende a ampliar la variedad de productos según necesidades.

3.3.4.2. Debilidades

No cuenta con un espacio adecuado para llevar un mejor control en el almacén.

Falta de orden de productos por categorías.

Falta de variedad de productos.

Falta de Capital para invertir en nuevos productos.

Falta de Control de Inventario de los productos.

Falta de control de ingresos y egresos.

Falta de publicidad y estrategias de marketing.

Falta de comunicación con sus proveedores.

Falta de conocimiento de idea de negocios.

Deficiencia en conocimiento de gestión empresarial.

Colaboradores insatisfechos.

Atención no rápida en algunas ocasiones

Falta de ordenamiento de productos en almacén.

Necesidades de los clientes aun no cubiertos.

Clima organizacional no adecuado.

Clientes insatisfechos.

Objetivos que no están claros aún.

Incumplimiento de objetivos por parte del personal.

No existe una meta de ventas diarias.

Falta de sugerencias por parte de los clientes.

3.3.4.3. Oportunidades

Presencia de Centros Educativos de Inicial, Primaria y Secundaria cerca al negocio.

Incremento en el uso de la tecnología por parte de los clientes que permiten una mejor comunicación.

Mejores programas por parte del gobierno que permiten el crecimiento de las pequeñas empresas.

La mala actitud y falta de preparación por parte de la competencia.

Ferias escolares por parte de los proveedores que permiten acceder a productos con precios bajos.

Que existan deficiencias empresariales por parte de la competencia.

Crecimiento de población en la zona.

Reducción de impuesto para el microempresario.

Capacitaciones a los dueños de negocios por parte del gobierno.

3.3.4.4. Amenazas

Aperturas de nuevos locales en la zona del mismo rubro.

Inestabilidad de la situación económica en el país que puedan afectar a las Pymes.

Fenómenos naturales en época escolar, lo cual puede afectar en las ventas de la empresa.

Inseguridad ciudadana en la ciudad hace que estemos más expuesto al peligro.

Tienda cerca al negocio que expende productos del mismo rubro con muchos años en la zona.

Productos que cambian constantemente de modelos y diseños que provocan que algunos queden desfasados.

El alza de precios por parte del gobierno haga tener complicaciones en la empresa.

3.3.5. Matriz FODA (Objetivos específicos).

<p style="text-align: center;"><u>EXTERNO</u></p> <p><u>INTERNO</u></p>	<p><u>OPORTUNIDADES</u></p> <p>O1: Deficiencias empresariales y mala atención a los clientes por parte de la competencia.</p> <p>O2: Presencia de Centros Educativos e incremento de tecnologías donde los clientes tengan mayor facilidad de información.</p> <p>O3: Ferias escolares por parte de los proveedores que permiten acceder a productos con precios bajos.</p> <p>O4: Mejores programas por parte del gobierno que permiten el crecimiento de las pequeñas empresas</p>	<p><u>AMENAZAS</u></p> <p>A1: Alza de precios, e inestabilidad de la situación económica en el país que puedan afectar a las Pymes.</p> <p>A2: Aperturas de nuevos locales en la zona del mismo rubro.</p> <p>A3: Tienda cerca al negocio y productos que cambian constantemente de modelos y diseños.</p> <p>A4: Inseguridad ciudadana y fenómenos naturales que puedan afectar al negocio.</p>
<p><u>FORTALEZAS</u></p> <p>F1: Se adaptan a las exigencias de los clientes brindando una atención de listas a Delivery.</p> <p>F2: Cuenta con local propio y está ubicado en una zona con alta demanda</p> <p>F3: Cuenta con el abastecimiento de productos por parte de los proveedores más grandes a nivel nacional lo cual tiende a ampliar la variedad de productos.</p> <p>F4: Da seguimiento a sus clientes</p>	<p><u>OBJETIVOS ESTRATEGICOS</u></p> <p>F1O1: Elaborar un Plan de publicidad a los clientes de los productos y servicios.</p> <p>F2O2: Elaborar un plan de visitas a los Centros Educativos para ofrecer los productos y servicios.</p> <p>F3O3: Elaborar un cronograma vistas a las Ferias de Distribuidores para aprovechar las ofertas.</p>	<p><u>OBJETIVOS ESTRATEGICOS</u></p> <p>F3A3: Realizar un plan de abastecimiento que permita contar con productos novedosas.</p> <p>F2A4: Realizar un plan de implementación de medidas de seguridad en el local.</p>
<p><u>DEBILIDADES</u></p> <p>D1: Objetivos que no están claros aun, sin tener metas de ventas diarias.</p> <p>D2: Falta de control de ingresos, egresos e inventario.</p> <p>D3: Falta de conocimiento de idea de negocios y de mejor publicidad y marketing.</p> <p>D4: Falta de Capital propio para invertir en nuevos productos.</p>	<p>D4O4: Solicitar asesoría a entidades del estado para elaborar un plan de crecimiento sostenible.</p> <p>D3O2: Elaborar un plan de capacitación para los colaboradores con respecto a la promoción de productos a las Centro Educativos.</p>	<p>D2A3: Elaborar un plan de abastecimiento para permitir contar con stock suficiente para satisfacer a los clientes.</p> <p>D1A1: Elaborar un programa de metas y objetivos para mejorar el capital y controlar el alza de los precios.</p>

3.3.6. Desarrollo del PLAN.

Dimensión: Sistema ERP (Enterprise Resource Planning)

OBJETIVO	META	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
D1A1: Elaborar un programa de metas y objetivos para mejorar el capital y controlar el alza de los precios.	Tener claro los objetivos de la organización e involucrar a todos los colaboradores.	Definir claramente las metas de la empresa. Definir claramente los objetivos de la Empresa. Capacitar a los colaboradores sobre los Objetivos y Metas	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los puntos críticos de los puntos de ventas. • Realizar reuniones con la administración para definir las metas por áreas. • Realizar un informe sobre las metas de ventas en las diferentes áreas. • Establecer los valores de incrementos de ventas por área • Realizar reuniones para definir los objetivos de la empresa. • Realizar el informe sobre la definición de los objetivos de la empresa. • Elaborar un documento para dar a conocer los objetivos. • Identificar a los colaboradores que serán los encargados de dar seguimientos de objetivos y metas. • Realizar reuniones que permitan difundir los objetivos y de las metas definidas. 	Administradora	Julio-Agosto	Costo: ERP enfocado a pequeña y mediana empresa, PYME. Desde S/.90.00 /mes Fuente: https://www.defontana.com/pe .
F2A4: Realizar un plan de implementación de medidas de seguridad en el local.	Contar con mecanismos de seguridad que permitan proteger a la empresa.	Realizar un análisis de riesgo de seguridad en la empresa. Realizar el contrato con una empresa proveedora de Seguridad. Realizar capacitación en los mecanismo de seguridad en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un análisis de los ambientes con mayor índice de riesgo de seguridad. • Realizar un informe sobre los ambientes inseguros. • Convocar a las empresas de seguridad. • Seleccionar a la empresa que brindará el servicio de seguridad a la empresa. • Establecer los lineamientos de seguridad requeridos. • Realizar el contrato para el servicio de seguridad. • Implementar un manual para indicar los mecanismos de seguridad. • Implementar el cronograma de capacitaciones para los colaboradores. • Realizar inspecciones en las áreas de seguridad implementadas. 	Administradora	Julio-Agosto	

Dimension: CRM (Customer Relationship Management)

OBJETIVO	META	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
F1O1: Elaborar un Plan de publicidad a los clientes de los productos y servicios.	Incrementar la cantidad de clientes que acuden a la empresa.	Identificar a los clientes potenciales de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar quienes son los clientes potenciales. • Identificar las necesidades de los clientes potenciales. • Realizar un análisis que permita cubrir las necesidades de los clientes potenciales. 	Jefe de Comercialización.	Julio-Agosto	Costo: CRM para pequeñas empresas: S/58.00 /mes. Fuente: https://www.pipedrive.com/es
		Elaborar flyers para dar a conocer los productos	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar volanteo para dar a conocer a los clientes de la existencia de los productos. • Cerciorase que los flyers lleguen debidamente a los clientes. • Los flyers deben contener información clara de los productos y servicios que brinda la empresa. 	Jefe de Comercialización.		
		Establecer las zonas donde se repartirán los flyers	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar zonas con más demanda para repartir los flyers. • Realizar un plano de distribución de publicidad. 	Jefe de Comercialización.		
D3O2: Elaborar un plan de capacitación para los colaboradores con respecto a la promoción de productos a las Centros Educativos.	Contar con colaboradores capacitados en atención a las necesidades en los Centros Educativos.	Identificar a los colaboradores con mayor capacidad de convencimiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Indicar a los colaboradores las pautas necesarias para el poder de convencimiento. • Identificar a los colaboradores con facilidad de palabra. • Realizar reuniones con los colaboradores seleccionados. 	Jefe de Comercialización.	Julio-Agosto	
		Realizar las capacitaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Estructurar las capacitaciones para que sean 100% eficientes. • Realizar capacitaciones a los colaboradores. 	Jefe de Comercialización.		
		Identificar a los contactos en los Centros Educativos	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los Centros Educativos cerca a la Empresa. • Identificar a los contactos directos en los centros educativos. • Realizar reuniones con los personas encargadas en los Centros Educativos • Identificar que necesidades sin cubrir tienen los centros educativos. • Realizar un Informe de las necesidades de los Centros Educativos. 	Jefe de Comercialización.		

Dimensión: Herramientas de BI - Business Intelligence

OBJETIVO	META	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
F202: Elaborar un plan de visitas a los Centros Educativos para ofrecer los productos y servicios.	Establecer alianzas estratégicas con los Centros Educativos para ofrecer los productos.	Convenios con los centros educativos.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un informe de los Centros Educativos de la Zona Establecer los lineamientos para los Centros Educativos claros y concisos. Revisar los convenios para que permitan cubrir necesidades de los centros educativos. 	Jefe de Comercialización.	Julio-Agosto	Costo: BI para empresas: S/.660.00 /costo único. Fuente: http://powerbi.pe/product/powerbi-virtual/
		Acuerdo con los centros educativos sobre los productos más requeridos.	<ul style="list-style-type: none"> Identificar que productos son los más consumidos en el centro educativo. Realizar un informe de la frecuencia de distribución de los productos. Establecer el medio usado para la obtención de productos. 	Jefe de Comercialización.		
		Ofrecer los mejores precios del mercado.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un estudio de mercado sobre los precios de la competencia. Estructurar políticas de descuento a los Centros Educativos por volumen de ventas. Estructurar políticas de beneficios a los Centros Educativos por las Compras realizadas. 	Jefe de Comercialización.		

Dimensión: Tecnología BPM - Business Process Management – Gestión de Procesos de Negocio

OBJETIVO	META	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
D4O4: Solicitar asesoría a entidades del estado para elaborar un plan de crecimiento sostenible	Capacitar a los directivos para lograr el crecimiento de la empresa.	Capacitar a los Directivos para realiza sus funciones de manera efectiva en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Realizara un análisis de las debilidades de los Directivos de la Empresa. • Identificar a los Directivos estén preparados para hacer crecer a la empresa. • Realizar un informe sobre las necesidades de capacitaciones para los directivos. • Identificar a las Entidades Estatales que permitan repotenciar a los Directivos. • Realizar un plan de Evaluaciones que permitan conocer la situación de los Directivos. • Estructurar con la Entidades Estatales un cronograma de capacitaciones a los directivos. 	Administradora.	Julio-Agosto	Costo: BMP para empresas: S/.70.00 /mes Fuente: https://www.auraportal.com/es/plataforma-digital-bpm/

Dimensión: Gestión de la Cadena de Suministro (SCM)

OBJETIVO	META	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
D2A3: Elaborar un plan de abastecimiento para permitir contar con stock suficiente para satisfacer a los clientes.	Mantener un stock suficiente en la empresa y evitar el desabastecimiento.	Realizar inventarios para poder evitar escasez de productos.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un informe de los productos que maneja la empresa. Establecer un cronograma para la realización de inventarios en la empresa. Realizar un informe de los productos con mayor rotación y productos que estén fuera de circulación. Establecer responsables de supervisar los inventarios de los productos. Establecer las funciones de los responsables del área de almacén y abastecimiento. Establecer políticas para mantener el orden y supervisión del almacén de la empresa. 	Jefe de Abastecimiento	Julio - Agosto	Costo: SCM para empresas: S/.250.00 /Costo Único. Fuente: https://camaranacion.al.org.pe/producto/supply-chain-management
		Mantener un stock mínimo para realizar la nueva compra.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un análisis de los proveedores según las necesidades de abastecimiento de la empresa. Realizar un estudio sobre los precios de los productos de acuerdo a cada proveedor. Establecer un plan para establecer las cantidades mínimas para el stock de los productos. Establecer cronogramas de compras para los productos con mayor rotación en la empresa. 	Jefe de Abastecimiento		
F3O3: Elaborar un cronograma vistas a las Ferias de Distribuidores para aprovechar las ofertas.	Contar con productos a precios accesibles para los clientes.	Contar con productos novedosos para tener mayor demanda.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un análisis de los productos nuevos en el mercado. Realizara un análisis de la forma de exhibir los productos en la empresa. Establecer mecanismos que permita Exhibir los mejores modelos para atraer al cliente. 	Jefe de Abastecimiento	Julio- Agosto	
		Establecer ofertas con precios accesibles para los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> Establecer programas de ofertas de productos a los clientes con mayor frecuencia. Crear elementos publicitarios para ofertas de los diferentes productos. Elaborar un informe de productos con poca rotación y colocarlos en las ofertas. 	Jefe de Abastecimiento		
		Mantener variedad y calidad de productos.	<ul style="list-style-type: none"> Crear un listado de productos y sus variantes. Elaborar el plan de control de calidad de productos. Crear mecanismos para remover productos desfasados. 	Jefe de Abastecimiento		

3.3.7. Costo de Implementación de los Equipos de Tecnológicos y Software

Equipos Tecnológicos	
Descripción	Costo
<ul style="list-style-type: none"> HP ProDesk 400 G3 (T6K25L) Intel® Core™ i3-6100 con Intel HD Graphics 530 (3,7 GHz, 3 MB de caché, 2 núcleos) Sexta generación Memoria RAM 4 GB DDR4-2400 DIMM. Disco Duro 1 TB SATA de 7200 rpm 	S/. 2,600.00
<ul style="list-style-type: none"> Lector de Códigos de Barras MARCA 3NSTAR MODELO SC050 	S/. 350.38
<ul style="list-style-type: none"> Impresora Epson TM-T20II para recibos de puntos de venta 	S/. 819.00
Software y Capacitaciones	
Descripción	Costo
<ul style="list-style-type: none"> Sistema Informático para el control Compras y Ventas de la Librería ALFA 	S/. 4,000.00
<ul style="list-style-type: none"> Implementación de las Herramientas Tecnológicas 	S/. 1,128.00
<ul style="list-style-type: none"> Capacitaciones para uso de Software y Herramientas Tecnológicas (Incluye asesorías 6 meses). 	S/. 1,500.00
Total	S/. 10,319.00

Comparativo de Ventas entre años	
Descripción	Costo
<ul style="list-style-type: none"> Total de Ventas Anuales 2018 	S/. 374,600.00
<ul style="list-style-type: none"> Total de Ventas Anuales 2019 	S/. 412,060.00

Con la implementación de las herramientas tecnológicas y equipos necesarios para su desarrollo, en el año 2019 existe un incremento en las ventas anuales de un 10% con respecto al año 2018.

Resumen de Gastos e Ingresos	
Descripción Gastos	Costo
<ul style="list-style-type: none"> Inversión en Mercadería 	S/. 172,000.00
<ul style="list-style-type: none"> Implementación de Herramientas Tecnológicas y Sistema Informático 	S/. 10,319.00
<ul style="list-style-type: none"> Pago de Servicios y Personal 	S/. 208,300.00
Descripción Gastos	Costo
Total de Ventas Anuales 2019	S/. 412,060.00
Saldo a favor anual	S/. 21,441.00

Se puede determinar, mediante el resultado del cuadro, que la implementación de la propuesta permite el incremento de las ventas y las ganancias de la empresa.

3.3.8. Diagrama de Gantt con las actividades de la propuesta.

Nº	Actividades	Meses						
		Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre
1	Definir claramente las metas de la empresa.	■						
2	Definir claramente los objetivos de la Empresa.	■	■					
3	Capacitar a los colaboradores sobre los Objetivos y Metas		■	■				
4	Realizar un análisis de riesgo de seguridad en la empresa.			■	■			
5	Realizar el contrato con una empresa proveedora de Seguridad.			■	■			
6	Realizar capacitación en los mecanismos de seguridad en la empresa				■	■		
7	Identificar a los clientes potenciales de la empresa	■	■					
8	Elaborar flyers para dar a conocer los productos		■	■				
9	Establecer las zonas donde se repartirán los flyers				■			
10	Identificar a los colaboradores con mayor capacidad de convencimiento.					■		
11	Realizar las capacitaciones					■		
12	Identificar a los contactos en los Centro Educativos					■	■	
13	Convenios con los centros educativos.						■	
14	Acuerdo con los centros educativos sobre los productos más requeridos.						■	■
15	Ofrecer los mejores precios del mercado.						■	■
16	Capacitar a los Directivos para realiza sus funciones de manera efectiva en la empresa.							■
17	Realizar inventarios para poder evitar escasez de productos.				■	■		
18	Mantener un stock mínimo para realizar la nueva compra.				■	■		
19	Contar con productos novedosos para tener mayor demanda.					■	■	
20	Establecer ofertas con precios accesibles para los clientes.						■	■
21	Mantener variedad y calidad de productos.						■	■

CAPÍTULO IV:
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

La Gestión Empresarial en la Librería “ALFA”, se lleva a cabo en forma parcial y de manera deficiente, no existe una clara planificación de los objetivos de la organización y metas debidamente establecidas en cada una de las áreas que permitan la correcta evolución y posicionamiento de la empresa en el mercado. La falta de capacidad de los directivos y colaboradores de la organización para reorganizar y reestructurar el comportamiento organizacional, hace que la empresa se encuentre en un estado de desorden total, provocando que los procesos sean tediosos y generando reducción de las ventas en un 5% anual con respecto al año anterior, esta situación provoca que no exista una representatividad en el mercado por parte de la dirigencia, los colaboradores que manifiestan no sentirse identificados con la administración y su accionar en sus funciones, lo que está provocando una insatisfacción general en la organización. Como menciona Henry Fayol, padre de la Administración Moderna, los procedimientos administrativos son instrumentos que permiten la correcta dirección de toda empresa, ya que brindan un análisis y su respectiva solución de varios problemas propios de las organizaciones.

Del análisis de los resultados de la Gestión Empresarial en la Librería, se han determinado puntos críticos en las áreas de mayor influencia en la empresa, indicando que para un 30% de los colaboradores, en promedio, la administración de la empresa no está debidamente preparada para tomar las mejores decisiones en la Librería, no existen políticas de atención al cliente para su fidelización, ni mecanismo que permitan realizar búsquedas de nuevos nichos de potenciales clientes, En la encuesta aplicada los colaboradores de la organización, se puede determinar que para un 25% de ellos no existen buenas practica de comunicación para con los proveedores, así como, no existen políticas de abastecimiento que le permitan mantener un stock de productos, que satisfagan las necesidades de los clientes. Por otro lado, los resultados de la encuesta, determinan que un 35%, en promedio, indican que no existe una estructura de gestión que permita determinar los objetivos, estrategias y metas institucionales, por lo tanto, la empresa no cuenta con un camino definitivo, con lo cual, no lograra consolidarse en el mercado, ni

mucho menos tener un crecimiento sostenido, pues si bien en los últimos años se ha venido aplicando parcialmente el uso de las Herramientas Tecnológicas: ERP (Enterprise Resource Planning), CRM (Customer Relationship Management), Herramientas de BI - Business Intelligence, Tecnología BPM - Business Process Management – Gestión de Procesos de Negocio, Gestión de la Cadena de Suministro (SCM), que han permitido tener una mejoría del 10% de ingresos anuales, la aplicación de estas herramientas tecnológicas y un correcto control en la gestión empresarial permitirá duplicar dichas cifras.

El uso de las Herramientas Tecnológicas: ERP (Enterprise Resource Planning), CRM (Customer Relationship Management), Herramientas de BI - Business Intelligence, Tecnología BPM - Business Process Management – Gestión de Procesos de Negocio, Gestión de la Cadena de Suministro (SCM), permitirá a la Librería “ALFA”, establecer los mecanismos adecuados, en cada una de las áreas de la organización, con el fin de mejorar los procedimientos que determinan el crecimiento de la empresa. Estas herramientas, afectarán de manera directa, sobre los puntos críticos y con mayor índice de errores de gestión. Las Herramientas Tecnológicas, permitirá a la organización, definir claramente sus objetivos y metas, tanto a nivel direccional, como en las áreas de procesos transaccionales, así mismo permitirá realizar estrategias que ayuden a los colaboradores a corregir las deficiencias presentadas en sus áreas y de esta forma contribuir al logro del crecimiento sostenible de la empresa. Como lo manifiesta Raúl Hernández, licenciado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Deusto, y experto en consultoría de organización, estrategia y Recursos Humanos, las Herramientas Tecnológicas han llegado a las empresas, hace algunas décadas, para convertirse en elementos indispensables para alcanzar el triunfo en los negocios. Lo digital antes era a elección, pero ya no. En la actualidad es un elemento inherente en el que cualquier empresa, sin importar a lo que se dedique, tiene que interactuar.

4.2. Recomendaciones

La Administración de la Librería ALFA, debe direccionar los recursos fundamentales con la finalidad de que, en el menor tiempo posible, se realice la implementación de las Herramientas Tecnológicas en la empresa que le permitan mejorar la situación de la Gestión Empresarial y de esta manera evitar que la organización se encuentre en una desventaja competitiva y no pueda desarrollarse comercialmente en el mercado.

Implementar Herramientas Tecnológicas, que permitan elaborar estrategias de atención personalizada para cada tipo de cliente, satisfaciendo cada una de sus necesidades, de tal manera que reconozcan a la Librería como una empresa de calidad, y esto conlleve a establecer un vínculo de fidelización, que ayude que nuestra marca tenga un posicionamiento en el mercado.

Implementar Herramientas que permitan a la organización, establecer las políticas de metas y objetivos y socializarlas con cada uno de los colaboradores de la organización, de tal manera que se sientan parte de ello y por lo tanto contribuir directa o indirectamente en el logro de los mismos.

Establecer estrategias de abastecimiento, que faculten a través del uso de herramientas, gestionar de manera apropiada los productos de mayor rotación, así como de aquellos que aparecen en el mercado, con el fin de mantener atendidas las necesidades y exigencias de los clientes y de esta manera poder ser una de las mejores empresas en el rubro, de manera consolidada y perenne.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Actualidad_Empresarial. (2018). *Boletín Empresarial*. Obtenido de <http://aempresarial.com/web/informativo.php?id=11049>
- Alfaro Alvarez, K. (2012). *ÉTICA Y PSICOLOGÍA*. Mexico: RED TERCER MILENIO S.C.
- Alvarez Pianto, J. K. (2017). *La gestión empresarial de las Mypes y su relación con la competitividad*. Lima: Universidad César Vallejo.
- Anónimo. (2018). *Herramientas Tecnológicas*. Obtenido de <https://herramientastecnologicas.co/>
- Ari Vilca , M. M. (2017). *Gestión empresarial y competitividad en las micro y pequeñas empresas del Mercado Internacional San José Base I de la ciudad de Juliaca 2017*. Juliaca: Universidad Peruana Unión.
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*. Caracas: Editorial Episteme.
- Balcells Junyent, J. (1994). *La Investigación social : introducción a los métodos y las técnicas*. Barcelona: Escuela Superior de Relaciones Públicas.
- Barreto Bardales, I. R. (2015). *Desempeño Docente y Desarrollo de las Capacidades en Gestión Empresarial y Marketing en Estudiantes de la Escuela Superior Tecnológica – Sencico*. Lima.
- Barrios Gil, D. A. (2015). *Gestión Empresarial en las Pequeñas Empresas que prestan los Servicios para Fiestas en los Municipios de Colomba Costa Cuca y Coatepeque*. Quetzaltenango: Universidad Rafael Landívar.
- Blacutt Mendoza, M. (2013). *El Desarrollo Local Complementario*.
- Campaña Castellano, L. L. (2015). *La Gestión Empresarial y la toma de Decisiones en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Unidad y Progreso del Cantón Sigchos*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- CanalComstor. (19 de 04 de 2017). *¿CUÁLES SON LAS MÉTRICAS ESENCIALES PARA EL DEPARTAMENTO DE TI?* Obtenido de <https://blogmexico.comstor.com/cuales-son-las-metricas-esenciales-para-el-departamento-de-ti>
- Cano, J. L. (2007). *Business Intelligence: Competir con Información*. Banesto.
- Castañeda Muñoz, J. S., & Gonzales Mino, K. S. (2016). *Plan de Mejora para Reducir los Costos en la Gestión de Mantenimiento de la Empresa Transportes Chiclayo S.A. Chiclayo*. Pimentel: Universidad Señor de Sipán.
- Castillo Torres, K. S. (2016). *Formulación de un Modelo de Gestión Estratégica con Enfoque de Innovación para la Mejora de la Competitividad de la Empresa Kaluz 2016 - 2020*. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

- Castro , J. (2018). *Importancia de la tecnología en las empresas en crecimiento*. Obtenido de Importancia de la tecnología en las empresas en crecimiento: <https://blog.corponet.com.mx/importancia-de-la-tecnologia-en-las-empresas-en-crecimiento>
- Castro Tarrillo, M. N. (2016). *Modelo de Gestión de Calidad para Mejorar la Satisfacción de los Clientes de la Empresa Corporación Lozada E.I.R.L. Chiclayo 2016*. Chiclayo: Univesidad César Vallejo.
- Chonlong, J. (20 de julio de 2014). Desarrollo de un Modelo de Gestión Estratégico para Laboratorios Ambientales a Nivel Nacional: Casa Práctico: Empresa Grupo Consultor Chemeng Cia. Ltda. aplicado en el Departamento Administrativo. Quito, Ecuador: Escuela Politécnica Nacional.
- COMISIÓN GALLEGA DE BIOÉTICA. (2013). *Intimidad y confidencialidad: obligación legal y compromiso ético*. Santiago de Compostela.
- Correa Espinal, A., Gomez Montoya, R., & Cano Arenas, J. (2010). *GESTIÓN DE ALMACENES Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC)*. Estudios Gerencial.
- Definicion. (2018). *Definición de Gestión Empresarial*. Obtenido de <https://definicion.mx/gestion-empresarial/>
- Definición_ABC. (2018). *Definición de Gestión Empresarial*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/gestion-empresarial.php>
- Diario El Comercio . (30 de 01 de 2017). *Así está la competencia en el mercado de útiles escolares*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/competencia-mercado-utiles-escolares-161776>
- Diario El Cronista. (Febrero de 2018). *Útiles escolares, un segmento que aun deja muchas interrogantes*. Obtenido de <https://www.cronista.com/especiales/Utiles-escolares-un-segmento-que-aun-deja-interrogantes-20180223-0020.html>
- Diario_El_Pais. (02 de 2014). *América Latina, capital humano, productividad y competitividad*. Obtenido de https://elpais.com/economia/2014/02/04/actualidad/1391508351_607373.html
- Diario_El_País. (02 de 2014). *América Latina, capital humano, productividad y competitividad*. Obtenido de https://elpais.com/economia/2014/02/04/actualidad/1391508351_607373.html
- Equipo Multidisciplinario de Trabajo Decente. (2014). *Educacion Obrera para el Trabajo Decente*. Buenos Aires: Organización Internacional del Trabajo.
- Espinoza Ureta, D., & Salinas Mayor, M. L. (2016). *Eficiencia en la Gestión Empresarial de las Asociaciones de Mujeres Productoras de Cuy, Provincia de Jauja, periodo 2014 – 2015*. Huancayo: Universidad Nacional del Centro del Perú.

- Figuerola, A. M. (19 de enero de 2015). Propuesta de un Modelo de Gestión Estratégica orientada a aumentar la Productividad Zelada Fisher Constructores. Asunción, Paraguay: Univerisdad Nacional de Asunción.
- Finazzi, P. A. (2017). *Introducción a los sistemas ERP, despliegue y configuración de OpenERP*. I.E.S. Gonzalo Nazareno.
- Flores Orozco, S. E. (2015). *Proceso Administrativo y Gestion Empresarial en Coproabas, Jinotega*. Managua: Universidad Nacional Autonoma de Nicaragua.
- Gallego Alzate, J. B. (2005). *Fundamentos de la Gestion Tecnologica e Innovacion* . Revista Tecno Logicas.
- García Palacios, E. M., González Galbarte, J. C., López Cerezo, J. A., Luján, J. L., Gordillo, M. M., Osorio, C., & Valdés, C. (2001). *Ciencia, Tecnología y Sociedad: una aproximación conceptual*. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).
- Garimella, K., Lees, M., & Williams, B. (2008). *Introducción a BMP*. Wiley Publishing.
- Gay, A., & Ferreras, M. A. (2002). *La Educación Tecnológica Aportes para su implementación*. CONCITEC.
- Gonzales Fernandez, F. (2004). *Auditoria del Mantenimiento e Indicadores de Gestión*. España : FC Editorial.
- Guerrero, H., & Vélez, W. (30 de octubre de 2013). *Propuesta de un Modelo de Gestión Estratégica de Indicadores para la Mediana Empresa de Guayaquil, Caso: Omaconsa S.A*. Obtenido de Universidad Politécnica Salesiana:
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5406/1/UPS-GT000506.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernandez y Rodriguez, S., & Pulido Martinez, A. (2011). *Fundamentos de la Gestión Empresarial*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Huergo, J. (2016). *Los Procesos de Gestion*.
- Jiménez Paneque , R. (1998). *Metodología de la Investigación Elementos Básicos para la Investigación Clínica*. La Habana: Editorial de Ciencias Médicas del Centro Nacional de información de Ciencias Médicas.
- Lasso, S. (9 de Agosto de 2016). *Originalidad | Qué es, definición, concepto y frases*. Obtenido de <https://www.aboutspanol.com/originalidad-que-es-definicion-concepto-y-frases-180101>
- LORINO, P. (1993). *EL CONTROL DE GESTIÓN ESTRATÉGICO*. Marcombo.
- Martínez Álvarez, N., & Abreu, J. L. (2018). *Ética Ambiental: Una Revisión Inicial*. Mexico.

- Méndez Álvarez, C. E. (2013). *Metodología Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con Énfasis en Ciencias Empresariales*. México: LIMUSA.
- Nestor Asillo, J. D. (2015). *Gestión Empresarial y su Influencia en el Desarrollo Económico de las Mypes del Sector Servicios, Rubro Imprentas en la Ciudad De Tacna, Año 2013*. Tacna: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.
- Noreña, A. L., Alcaraz-Moreno, N., Rojas, J. G., & Rebolledo-Malpica, D. (2012). *Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa*. AQUICHAN.
- Pacheco Laura, R. (2013). *Análisis de la Responsabilidad Social en la Gestión Empresarial de EMAPA Cañete S.A.* Chimbote: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Pérez , D., & Pérez de Ubago, I. (2006). *La Fidelización de los Clientes. Técnicas CRM. Las nuevas aplicaciones del Marketing Moderno*. MBA.
- Pérez Porto , J., & Merino, M. (2013). *Definiciones.de*. Obtenido de Definiciones.de: <https://definicion.de/herramienta/>
- Piura, U. U. (25 de 03 de 2018). *Las mipymes oportunidades y problemas: a un año del desborde del río Piura*. Obtenido de <http://udep.edu.pe/hoy/2018/las-mipymes-oportunidades-y-problemas-a-un-ano-del-desborde-del-rio-piura/>
- Quallenberg Menkes, I. (2012). LA DIFERENCIA ENTRE TECNOLOGÍA Y CIENCIA. *Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 231-255.
- QUISPE APAZA, L. S. (2013). *“La Gestión Empresarial y el Impacto en el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, gestionado a través del Convenio Binacional ALBA-TCP, entre el Estado Plurinacional de Bolivia y la República Bolivariana de Venezuela, en las gestiones 2006-2012*. La Paz: Universidad Mayor de San Andrés.
- Ratcliffe , J., & González del Valle , A. (2000). *El rigor en la investigación de la salud: hacia un desarrollo conceptual*. Sonora.
- Redman, D. A. (2003). *La Teoría de la Ciencia de Karl Popper: Auge y Caída de la Ingeniería Social*. Universidad de Tubinga.
- Renart Cava, L. G. (2004). *CRM: Tres Estrategias de Éxito*. IESE.
- Ritchie, G. (2009). *Métricas de la Gestión de los Servicios de TI: Cómo Empezar*. Scotland: Serio Limited.
- Roque Bonilla, J. A. (2016). *Estrategias de Gestión Administrativa en mejora de la Atención al Cliente en la Mype Comercial “San Martín” – Chiclayo*. Pimentel: Universidad Señor de Sipán.
- Rotonda, G., Maiztegui, G., Scabuzo, J., Vieytes, A., Gerbaldo, J., Ortega, E., & Brizuela, M. (2007). *Gestión Capacitación de Organizaciones Base*. Argentina: INCLUIR Asociación Civil.

- RPP-Noticias. (12 de Febrero de 2018). *Chiclayo: baja demanda en la compra de útiles escolares*. Obtenido de <https://rpp.pe/peru/lambayeque/chiclayo-baja-demanda-en-la-compra-de-utiles-escolares-noticia-1104665>
- Rubio Domínguez , P. (2008). *Introducción a la Gestión Empresarial*. Madrid: Instituto Europeo de Gestión Empresarial .
- Rubio Domínguez , P. (2015). *Introducción a la Gestión Empresarial*. Instituto Europeo de Gestion Empresarial.
- Ruiz Dorantes, E. J. (2008). Tecnología y negocio una relación de éxito. *Revista Sistemas*, 63-69.
- S.Phabmixay, C. (2015). *Gestión Empresarial del Sistema de Reclamaciones y quejas bajo los enfoques Mecanicista y Orgánico. Antecedentes y Resultados*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Sabino, C. (1992). *El Proceso de Investigacion*. Bogotá: Ed. Panamericana.
- Tamayo y Tamayo, M. (1997). *El Proceso de la Investigación científica*. Mexico: Editorial Limusa S.A.
- Urrutia Urrutia, J. C. (2014). *Gestión Empresarial y los Procesos en el Área Administrativa de la Unidad Educativa González Suárez Ambato*. Ambato: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Verona Guerrero, J. (2016). *Diseño de un modelo de gestion de procesos utilizando herramientas BPM para mejorar la eficiencia del proceso de recaudación en la iep adeu deportivo sac, Chiclayo – 2014*. Pimentel.
- Vicuña Miñano, L. (2012). *La Sociedad y la Empresa sus Principales Aspectos Diferenciadores*.
- Vilcarromero Ruiz , R. (2018). *La Gestión en la Producción*. Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.
- Williams, B. (2006). *Verdad y Veracidad: una Aproximación Genealógica*. Barcelona: Tusquets Editores.
- Winkler, K., Schnurer, K., & Heinz, M. (2004). *Instrumentos para la Gestión del Conocimiento. Estrategias individuales*. inWent.
- Zapata Cortes, J. A., Arango Serna, M. D., & Adarme, W. (2010). Herramientas tecnológicas al servicio de la gestión empresarial. *Revista Avances en Sistemas e Informática*, 88-101.

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento – Encuesta

Encuesta N° 0001-CH-ALFA

Lugar: Librería “ALFA”

Fecha: .../.../...

Indicaciones: Lea detenidamente las preguntas y responda con objetividad. Se mantendrá estricta confidencialidad de sus datos y la veracidad de los mismos. Las respuestas no serán manipuladas ni alteradas.

1. ¿Conoces la visión, misión, de tu empresa?
a) Muy de acuerdo c) Indiferente e) Muy en desacuerdo
b) De acuerdo d) Desacuerdo

2. ¿Estás de acuerdo con la visión y misión de la empresa?
a) Muy de acuerdo c) Indiferente e) Muy en desacuerdo
b) De acuerdo d) Desacuerdo

3. ¿Conoces los objetivos de tu empresa para este año?
a) Muy de acuerdo c) Indiferente e) Muy en desacuerdo
b) De acuerdo d) Desacuerdo

4. ¿Conoces en qué estado se encuentra el cumplimiento de estos objetivos?
a) Muy de acuerdo c) Indiferente e) Muy en desacuerdo
b) De acuerdo d) Desacuerdo

5. ¿Con que frecuencia aportas ideas para lograr los objetivos?
a) Muy Frecuentemente c) Ocasionalmente e) Nunca
b) Frecuentemente d) Raramente

6. ¿Tienes claro tus responsabilidades en la empresa?
a) Muy de acuerdo c) Indiferente e) Muy en desacuerdo
b) De acuerdo d) Desacuerdo

7. ¿Cumples con tus responsabilidades que te asigna la empresa?
a) Muy de acuerdo c) Indiferente e) Muy en desacuerdo
b) De acuerdo d) Desacuerdo

8. ¿Todos los ambientes están siendo utilizados de manera correcta?
a) Muy de acuerdo c) Indiferente e) Muy en desacuerdo
b) De acuerdo d) Desacuerdo

9. ¿Usas todos los recursos dentro del ambiente donde laboras?
a) Muy de acuerdo c) Indiferente e) Muy en desacuerdo
b) De acuerdo d) Desacuerdo

10. ¿Son suficientes los recursos que cuenta la empresa para su crecimiento?
- a) Muy de acuerdo c) Indiferente e) Muy en desacuerdo
b) De acuerdo d) Desacuerdo
11. ¿Te sientes motivado al realizar tus labores?
- a) Muy Motivado c) Indiferente e) Nada motivado
b) Motivado d) Poco motivado
12. ¿La empresa los motiva al personal en el cumplimiento de sus labores?
- a) Muy Motivado c) Indiferente e) Nada Motivado
b) Motivado d) Poco Motivado
13. ¿Realizas más acciones que las asignadas por la empresa?
- a) Muy de acuerdo c) Indiferente e) Muy en desacuerdo
b) De acuerdo d) Desacuerdo
14. ¿Aportas nuevas ideas en beneficio de la empresa?
- a) Muy de acuerdo c) Indiferente e) Muy en desacuerdo
b) De acuerdo d) Desacuerdo
15. ¿Reciben capacitaciones por parte de la empresa?
- a) Muy de acuerdo c) Indiferente e) Muy en desacuerdo
b) De acuerdo d) Desacuerdo
16. ¿Son fundamentales las capacitaciones que brinda la empresa?
- a) Muy de acuerdo c) Indiferente e) Muy en desacuerdo
b) De acuerdo d) Desacuerdo
17. ¿Te sientes atendido ante un problema en la empresa?
- a) Muy de acuerdo c) Indiferente e) Muy en desacuerdo
b) De acuerdo d) Desacuerdo
18. ¿Te sientes a gusto en tu lugar de trabajo?
- a) Muy Satisfecho c) Indiferente e) Nada Satisfecho
b) Satisfecho d) Poco satisfecho
19. ¿Puedes dirigirte a tu superior de manera directa y cordial?
- a) Muy de acuerdo c) Indiferente e) Muy en desacuerdo
b) De acuerdo d) Desacuerdo

20. ¿Comunicas a tu jefe de las cosas que estas en desacuerdo?
- | | | |
|-------------------|----------------|----------------------|
| a) Muy de acuerdo | c) Indiferente | e) Muy en desacuerdo |
| b) De acuerdo | d) Desacuerdo | |
21. ¿Cumples con tus objetivos individuales planteados?
- | | | |
|-------------------|----------------|----------------------|
| a) Muy de acuerdo | c) Indiferente | e) Muy en desacuerdo |
| b) De acuerdo | d) Desacuerdo | |
22. ¿Existen objetivos logrados por parte del personal?
- | | | |
|-------------------|----------------|----------------------|
| a) Muy de acuerdo | c) Indiferente | e) Muy en desacuerdo |
| b) De acuerdo | d) Desacuerdo | |
23. ¿El personal conoce y acepta los objetivos asignados del área donde labora?
- | | | |
|-------------------|----------------|----------------------|
| a) Muy de acuerdo | c) Indiferente | e) Muy en desacuerdo |
| b) De acuerdo | d) Desacuerdo | |
24. ¿Sientes que el gerente está identificado con la empresa?
- | | | |
|-------------------|----------------|----------------------|
| a) Muy de acuerdo | c) Indiferente | e) Muy en desacuerdo |
| b) De acuerdo | d) Desacuerdo | |
25. ¿El gerente en algunas ocasiones toma en cuenta sus ideas que aportan para la empresa?
- | | | |
|-------------------|----------------|----------------------|
| a) Muy de acuerdo | c) Indiferente | e) Muy en desacuerdo |
| b) De acuerdo | d) Desacuerdo | |
26. ¿Existe una comunicación fluida con los proveedores?
- | | | |
|-------------------|----------------|----------------------|
| a) Muy de acuerdo | c) Indiferente | e) Muy en desacuerdo |
| b) De acuerdo | d) Desacuerdo | |
27. ¿Los proveedores complacen las necesidades de la empresa?
- | | | |
|-------------------|----------------|----------------------|
| a) Muy de acuerdo | c) Indiferente | e) Muy en desacuerdo |
| b) De acuerdo | d) Desacuerdo | |
28. ¿La empresa compite de forma adecuada en el mercado?
- | | | |
|-------------------|----------------|----------------------|
| a) Muy de acuerdo | c) Indiferente | e) Muy en desacuerdo |
| b) De acuerdo | d) Desacuerdo | |
29. ¿Qué nivel tan competitivo tiene la empresa?
- | | | |
|-------------------|----------------|----------------------|
| a) Muy de acuerdo | c) Indiferente | e) Muy en desacuerdo |
| b) De acuerdo | d) Desacuerdo | |

Anexo 2: Formatos de validación de instrumentos.

Anexo 2: Formatos de validación de instrumentos.

CARTILLA DE VALIDACION DE LOS INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	<i>Lisbeth Melissa Gallegos Josa</i>
PROFESION	<i>Administradora.</i>
TITULO Y GRADO ACADEMICO	<i>Licenciada en Administración</i>
ESPECIALIDAD	
INSTITUCION EN DONDE LABORA	<i>Transportaciones Takmirs SAC.</i>
CARGO	<i>Gerente General.</i>

TITULO DE LA INVESTIGACION

Herramientas Tecnológicas para mejorar la Gestión Empresarial de la Librería ALFA de la ciudad de Chiclayo - 2019.

NOMBRE DEL TESISTA	Haidee Alcarazo Jaimes
INSTRUMENTO EVALUADO	Encuesta
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Medir el Nivel de efectividad de la Gestión Empresarial y el nivel de uso de las Herramientas Tecnológicas.

INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO

EVALUE CADA UNO DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO RELACIONANDOLOS CON LOS INDICADORES Y DIMENSIONES DE LAS VARIABLES

- Adjuntar el instrumento y el cuadro de Operacionalización de variables

INSTRUMENTO DE EVALUACION CUANTITATIVA

Por favor marque con una equis (X) la opción que considera debe aplicarse en cada ítem y realice de ser necesarias, sus observaciones

Ítem	Dejar	Modificar	Eliminar	Observaciones
1. ¿Conoces la visión, misión, de tu empresa?	X			
2. ¿Estás de acuerdo con la visión y misión de la empresa?	X			
3. ¿Conoces los objetivos de tu empresa para este año?	X			
4. ¿Conoces en qué estado se encuentra el cumplimiento de estos objetivos?	X			
5. ¿Con que frecuencia aportas ideas para lograr los objetivos?	X			
6. ¿Tienes claro tus responsabilidades en la empresa?	X			
7. ¿Cumples con tus responsabilidades que te asigna la empresa?	X			
8. ¿Todos los ambientes están siendo utilizados de manera correcta?	X			
9. ¿Usas todos los recursos dentro del ambiente donde laboras?	X			
10. ¿Son suficientes los recursos que cuenta la empresa para su crecimiento?	X			
11. ¿Te sientes motivado al realizar tus labores?	X			
12. ¿La empresa los motiva al personal en el cumplimiento de sus labores?	X			
13. ¿Realizas más acciones que las asignadas por la empresa?	X			
14. ¿Aportas nuevas ideas en beneficio de la empresa?	X			
15. ¿Reciben capacitaciones por parte de la empresa?	X			
16. ¿Son fundamentales las capacitaciones que brinda la empresa?	X			
17. ¿Te sientes atendido ante un problema en la empresa?	X			
18. ¿Te sientes a gusto en tu lugar de trabajo?	X			
19. ¿Puedes dirigirte a tu superior de manera directa y cordial?	X			

20. ¿Comunicas a tu jefe de las cosas que estas en desacuerdo?	X			
21. ¿Cumples con tus objetivos individuales planteados?	X			
22. ¿Existen objetivos logrados por parte del personal?	X			
23. ¿El personal conoce y acepta los objetivos asignados del área donde labora?	X			
24. ¿Sientes que el gerente está identificado con la empresa?	X			
25. ¿El gerente en algunas ocasiones toma en cuenta sus ideas que aportan para la empresa?	X			
26. ¿Existe una comunicación fluida con los proveedores?	X			
27. ¿Los proveedores complacen las necesidades de la empresa?	X			
28. ¿La empresa compite de forma adecuada en el mercado?	X			
29. ¿Qué nivel tan competitivo tiene la empresa?	X			

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION

CRITERIOS	APRECIACION CALITATIVA por rubros			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	X			
Calidad de redacción de los Items		X		
Pertinencia de las variables con los indicadores	X			
Relevancia del contenido		X		
Factibilidad de aplicación		X		

Apreciación Cualitativa general del instrumento

** Si son dos instrumentos, seguir el mismo proceso.

Observaciones:

 IMPORTADORA JAKMIRS S.A.C.
[Handwritten signature]
Marta Estrella Sosa
GERENTE GENERAL

Firma/Sello del experto

Anexo 2: Formatos de validación de instrumentos.

CARTILLA DE VALIDACION DE LOS INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	Jorge Luis Gutierrez Sanchez
PROFESION	Licenciado Administración Empresas
TITULO Y GRADO ACADEMICO	Lic. Administración / Mg. Ciencias Económicas
ESPECIALIDAD	Administración Negocios - MBA
INSTITUCION EN DONDE LABORA	SENATI
CARGO	Concejero Nacional

TITULO DE LA INVESTIGACION

Herramientas Tecnológicas para mejorar la Gestión Empresarial de la Librería ALFA de la ciudad de Chiclayo - 2019.

NOMBRE DEL TESISTA	Haidee Alcarazo Jaimes
INSTRUMENTO EVALUADO	Encuesta
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Medir el Nivel de efectividad de la Gestión Empresarial y el nivel de uso de las Herramientas Tecnológicas.

INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO

EVALUE CADA UNO DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO RELACIONANDOS CON LOS INDICADORES Y DIMENSIONES DE LAS VARIABLES

- Adjuntar el instrumento y el cuadro de Operacionalización de variables

INSTRUMENTO DE EVALUACION CUANTITATIVA

Por favor marque con una equis (X) la opción que considera debe aplicarse en cada ítem y realice de ser necesarias, sus observaciones

Ítem	Dejar	Modificar	Eliminar	Observaciones
1. ¿Conoces la visión, misión, de tu empresa?	X			
2. ¿Estás de acuerdo con la visión y misión de la empresa?	X			
3. ¿Conoces los objetivos de tu empresa para este año?	X			
4. ¿Conoces en qué estado se encuentra el cumplimiento de estos objetivos?	X			
5. ¿Con que frecuencia aportas ideas para lograr los objetivos?	X			
6. ¿Tienes claro tus responsabilidades en la empresa?	X			
7. ¿Cumples con tus responsabilidades que te asigna la empresa?	X			
8. ¿Todos los ambientes están siendo utilizados de manera correcta?	X			
9. ¿Usas todos los recursos dentro del ambiente donde laboras?	X			
10. ¿Son suficientes los recursos que cuenta la empresa para su crecimiento?	X			
11. ¿Te sientes motivado al realizar tus labores?	X			
12. ¿La empresa los motiva al personal en el cumplimiento de sus labores?	X			
13. ¿Realizas más acciones que las asignadas por la empresa?	X			
14. ¿Aportas nuevas ideas en beneficio de la empresa?	X			
15. ¿Reciben capacitaciones por parte de la empresa?	X			
16. ¿Son fundamentales las capacitaciones que brinda la empresa?	X			
17. ¿Te sientes atendido ante un problema en la empresa?	X			
18. ¿Te sientes a gusto en tu lugar de trabajo?	X			
19. ¿Puedes dirigirte a tu superior de manera directa y cordial?	X			

20. ¿Comunicas a tu jefe de las cosas que estas en desacuerdo?	X			
21. ¿Cumples con tus objetivos individuales planteados?	X			
22. ¿Existen objetivos logrados por parte del personal?	X			
23. ¿El personal conoce y acepta los objetivos asignados del área donde labora?	X			
24. ¿Sientes que el gerente está identificado con la empresa?	X			
25. ¿El gerente en algunas ocasiones toma en cuenta sus ideas que aportan para la empresa?	X			
26. ¿Existe una comunicación fluida con los proveedores?	X			
27. ¿Los proveedores complacen las necesidades de la empresa?	X			
28. ¿La empresa compite de forma adecuada en el mercado?	X			
29. ¿Qué nivel tan competitivo tiene la empresa?	X			

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION

CRITERIOS	APRECIACION CALITATIVA por rubros			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	X			
Calidad de redacción de los Items		X		
Pertinencia de las variables con los indicadores		X		
Relevancia del contenido		X		
Factibilidad de aplicación	X			

Apreciación Cualitativa general del instrumento

** Si son dos instrumentos, seguir el mismo proceso.

Observaciones:

Mr. Jorge Luis Gutiérrez Sandoz



.....
CND 06077

Firma/Sello del experto

~~Investigación~~: Herramientas Tecnológicas
Para Mejorar la gestión empresarial de la
Librería ALFA de Ciudad de México - 2018.

Anexo 2: Formatos de validación de instrumentos.

CARTILLA DE VALIDACION DE LOS INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	Rafael Olaya León
PROFESION	Lic. en Adm.
TITULO Y GRADO ACADEMICO	Maestría en Adm. de Negocios
ESPECIALIDAD	Negocios
INSTITUCION EN DONDE LABORA	USS
CARGO	Docente Tiempo Parcial

TITULO DE LA INVESTIGACION

Herramientas Tecnológicas para mejorar la Gestión Empresarial de la Librería ALFA de la ciudad de Chiclayo - 2019.

NOMBRE DEL TESISTA	Haidee Alcarazo Jaimes
INSTRUMENTO EVALUADO	Encuesta
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Medir el Nivel de efectividad de la Gestión Empresarial y el nivel de uso de las Herramientas Tecnológicas.

INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO

EVALUE CADA UNO DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO RELACIONANDOLOS CON LOS INDICADORES Y DIMENSIONES DE LAS VARIABLES

- Adjuntar el instrumento y el cuadro de Operacionalización de variables

INSTRUMENTO DE EVALUACION CUANTITATIVA

Por favor marque con una equis (X) la opción que considera debe aplicarse en cada ítem y realice de ser necesarias, sus observaciones

Ítem	Dejar	Modificar	Eliminar	Observaciones
1. ¿Conoces la visión, misión, de tu empresa?	/			
2. ¿Estás de acuerdo con la visión y misión de la empresa?	/			
3. ¿Conoces los objetivos de tu empresa para este año?	/			
4. ¿Conoces en qué estado se encuentra el cumplimiento de estos objetivos?	/			
5. ¿Con que frecuencia aportas ideas para lograr los objetivos?	/			
6. ¿Tienes claro tus responsabilidades en la empresa?	/			
7. ¿Cumples con tus responsabilidades que te asigna la empresa?	/			
8. ¿Todos los ambientes están siendo utilizados de manera correcta?	/			
9. ¿Usas todos los recursos dentro del ambiente donde laboras?	/			
10. ¿Son suficientes los recursos que cuenta la empresa para su crecimiento?	/			
11. ¿Te sientes motivado al realizar tus labores?	/			
12. ¿La empresa los motiva al personal en el cumplimiento de sus labores?	/			
13. ¿Realizas más acciones que las asignadas por la empresa?	/			
14. ¿Aportas nuevas ideas en beneficio de la empresa?	/			
15. ¿Reciben capacitaciones por parte de la empresa?	/			
16. ¿Son fundamentales las capacitaciones que brinda la empresa?	/			
17. ¿Te sientes atendido ante un problema en la empresa?	/			
18. ¿Te sientes a gusto en tu lugar de trabajo?	/			
19. ¿Puedes dirigirte a tu superior de manera directa y cordial?	/			

20. ¿Comunicas a tu jefe de las cosas que estas en desacuerdo?	/			
21. ¿Cumples con tus objetivos individuales planteados?	/			
22. ¿Existen objetivos logrados por parte del personal?	/			
23. ¿El personal conoce y acepta los objetivos asignados del área donde labora?	/			
24. ¿Sientes que el gerente está identificado con la empresa?	/			
25. ¿El gerente en algunas ocasiones toma en cuenta sus ideas que aportan para la empresa?	/			
26. ¿Existe una comunicación fluida con los proveedores?	/			
27. ¿Los proveedores complacen las necesidades de la empresa?	/			
28. ¿La empresa compite de forma adecuada en el mercado?	/			
29. ¿Qué nivel tan competitivo tiene la empresa?	/			

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION

CRITERIOS	APRECIACION CALITATIVA por rubros			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	/			
Calidad de redacción de los Items	/			
Pertinencia de las variables con los indicadores	/			
Relevancia del contenido	/			
Factibilidad de aplicación	/			

Apreciación Cualitativa general del instrumento

.....

** Si son dos instrumentos, seguir el mismo proceso.

Observaciones:



C/18552

Firma/Sello del experto

Rafael Angel Olaya León

Anexo 3. Matriz de Consistencia.

Problema	Antecedentes	Objetivo	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Técnicas / instrumento	Tipo y diseño de investigación	Población /muestra conclusiones
	<u>Nivel internacional</u>	<u>Objetivo general</u>		V. Dependiente			<u>Tipo de investigación</u>	
	Campaña (2015) en su investigación titulada “La gestión empresarial y la toma de decisiones en la cooperativa de Ahorro y crédito unidad y progreso del Cantón Sigchos”	Proponer Herramientas Tecnológicas adecuadas, que permitan realizar una eficiente Gestión Empresarial de la Librería “ALFA” en la Ciudad de Chiclayo.	Si se aplican las Herramientas Tecnológicas, propuestas, entonces se mejorará la Gestión Empresarial de la Librería “ALFA” de la Ciudad de Chiclayo – 2019.	Gestión Empresarial. (Rubio Domínguez , Introducción a la Gestión Empresarial, 2008)	Planificación. Organización. Personal Dirección Control Representatividad	Análisis documentario/ registros de la empresa Encuesta /Cuestionario aplicado a los directivos de la empresa	Descriptiva: Realiza un análisis profundo de los documentos y procesos administrativos de la Librería “ALFA”, así mismo busca procesos de almacenamiento, atención al cliente, soporte tecnológico, entre otros, los puntos críticos que están perjudicando y hacen que la gestión de la misma este pasando por una situación crítica.	Población: 6 trabajadores
¿De qué manera el uso de Herramientas Tecnológicas permitirá mejorar la Gestión Empresarial de la Librería “ALFA” de la Ciudad de Chiclayo?	<u>Nivel nacional</u>	<u>Objetivos específicos</u>		V. Independiente			<u>Diseño de investigación</u>	
	Álvarez (2017), su investigación titulada “La gestión empresarial de las MyPES y su relación con la competitividad de ventas en el emporio de gamarra, La Victoria, 2017”	Diagnosticar la Gestión Empresarial la Librería “ALFA” en la Ciudad de Chiclayo. Determinar los puntos críticos que provocan una deficiente Gestión Empresarial de la Librería “ALFA” en la Ciudad de Chiclayo.		Herramientas Tecnológicas. (Zapata Cortes, Arango Serna, & Adarme, 2010)	Sistema ERP (Enterprise Resource Planning), CRM (Customer Relationship Management) Herramientas de BI - Business Intelligence, Tecnología BPM - Business Process Management – Gestión de Procesos de Negocio, Gestión de la Cadena de Suministro (SCM)	Entrevista / Cuestionario aplicado a los directivos de la empresa	No experimental transversal: Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.	Muestra: 6 trabajadores Conclusiones
	<u>Nivel Local</u>							
	Roque (2016), en su investigación titulada “Estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la MYPE comercial “San Martín” – Chiclayo”.	Diseñar los aspectos que deben tener las Herramientas Tecnológicas para la eficiente gestión empresarial de la Librería “ALFA” de la Ciudad de Chiclayo.						

Anexo 4: Carta de Autorización de la Empresa



“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LA IMPUNIDAD”

Chiclayo 03 de abril del 2019

CARTA N° 010-2019-LIBRERÍA ALFA

Señora:

DRA: CARMEN ELVIRA ROSAS PRADO
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN

Presente.-

La empresa **LIBRERÍA “ALFA”**, tiene el agrado de saludarla cordialmente y manifestarle lo siguiente:

Que la Srta. **Haidee Alcarazo Jaimes**, identificada con **DNI 45839862** y alumna del décimo ciclo de la **Escuela Académica Profesional de Administración** de su casa de estudios, queda **Autorizada**, para desarrollar el **Trabajo de Investigación** en las áreas de Marketing y Ventas de la mencionada empresa desde el 08 de Abril, hasta el 28 de Junio del presente año.

Sin otro particular y agradeciéndole la atención a la presente, nos despedimos de ustedes.

Atentamente

Ing. Javier E. Iparraguirre Sánchez.
Supervisor del Comercialización.
Librería ALFA.

Teléf. 951070286 | 956372253

 <https://www.facebook.com/LibreriaAlfa.Chiclayo>

Anexo 5: Autorización para la Publicación de Artículo Científico.



FORMATO Nº T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES) (LICENCIA DE USO)

Pimentel, 07 de Abril del 2021

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente.-

El suscrito: HAIDEE ALCARAZO JAIMES con DNI 45839862

En mí calidad de autor, exclusivo de la investigación titulada:
HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA MEJORAR LA
GESTIÓN EMPRESARIAL DE LA LIBRERÍA ALFA
DE LA CIUDAD DE CHICLAYO - 2019

presentado y aprobado en el año 2021 como requisito para optar el título de LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN de la Facultad de CIENCIAS EMPRESARIALES, Programa Académico de ADMINISTRACIÓN, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo Nº 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
<u>ALCARAZO JAIMES HAIDEE</u>	<u>45839862</u>	<u>HAIDEE</u>

Anexo 6: Declaración Jurada.

DECLARACIÓN JURADA

DATOS DEL AUTOR:

Autor

Autores

ALCARAZO JAIMES HAIDEE

Apellidos y nombres

45839862

DNI N°

2151812120

Código N°

VIRTUAL

Modalidad de estudio

Apellidos y nombres

DNI N°

Código N°

Modalidad de estudio

ADMINISTRACIÓN

Escuela académico profesional

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Facultad de la Universidad Señor de Sipán.

Ciclo NOVENO

DATOS DE LA INVESTIGACIÓN:

Proyecto de investigación

Informe de investigación

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor o autores del proyecto e informe de investigación titulado:

HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA MEJORAR LA
GESTIÓN EMPRESARIAL DE LA LIBRERÍA
ALFA DE LA CIUDAD DE CHICLAYO - 2019

La misma que presento para optar el grado de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN.

2.- Que el proyecto y/o informe de investigación citado, ha cumplido con la rigurosidad científica que la universidad exige y que por lo tanto no atentan contra los derechos de autor normados por ley.

3.- Que no he cometido plagio, total o parcial, tampoco otras formas de fraude, piratería o falsificación en la elaboración del proyecto y/o informe de tesis.

4.- Que el título de la investigación y los datos presentados en los resultados son auténticos y originales, no han sido publicados ni presentados anteriormente para optar algún grado académico previo al título profesional.

Me someto a la aplicación de normatividad y procedimientos vigentes por parte de la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN y ante terceros, en caso se determinara la comisión de algún delito en contra de los derechos de autor.

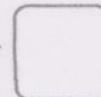
Haidée Alcarazo James

Nombre y Apellidos

DNI N°
45839862



Nombre y Apellidos
DNI N°



Anexo 7: Resolución de Proyecto



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES RESOLUCIÓN N° 1621- FACEM-USS-2018

Chiclayo, 14 de diciembre del 2018.

VISTO:

El oficio N° 1001-2018/FACEM-DA-USS, de fecha 14 de diciembre del 2018, en donde la Directora de la EAP de Administración, solicita la aprobación de los proyectos de tesis de los estudiantes del IX ciclo del semestre académico 2018-II, y,

CONSIDERANDO:

Que, la investigación constituye una función esencial y obligatoria de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USS; ya que a través de la producción del conocimiento se desarrollan propuestas de solución a las necesidades de la sociedad, con especial énfasis en la realidad nacional.

Que, el trabajo de investigación: tesis, es un estudio que debe denotar rigurosidad metodológica, originalidad, relevancia social, utilidad teórica y/o práctica en el ámbito empresarial.

Que, según el artículo 20° del Reglamento de Grados y Títulos Específico de la FACEM, una vez aprobado el título del trabajo de investigación: Tesis, por parte del comité de investigación de la escuela profesional; éste será registrado en el catálogo virtual de trabajos de investigación de la Facultad, a cargo del coordinadora de investigación de la escuela profesional de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Estado a lo expuesto y en el uso de las atribuciones conferidas,

SE RESUELVE

ARTÍCULO ÚNICO: APROBAR los Proyecto de Tesis de los estudiantes del IX ciclo del semestre académico 2018-II, de la EAP de Administración, modalidad distancia, a cargo del docente Mg. MIGUEL ANGEL REYNERIO BOCANEGRA GARCIA, de acuerdo al cuadro adjunto.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.



USS UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN SAC
Dra. Carmen Elvira
Directora
Facultad de Ciencias Empresariales



Facultad de Ciencias Empresariales
Chiclayo, Perú

ADMISIÓN E INFORMES
074 801500 - 014 411111
CAMPUS USS
Km. 5, Carretera a Pimental
Chiclayo, Perú

Cc. Escuela, Archivo

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 1621- FACEM-USS-2018

N°	Apellidos y nombres	Título de Investigación	Líneas de Investigación
1	ALCARAZO JAIMES, HAIDEE	HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA MEJORAR LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE LA LIBRERÍA ALFA DE LA CIUDAD DE CHICLAYO - AÑO 2019	Gestión y competitividad
2	ALTAMIRANO OJEDA, RAQUEL	RELACIÓN ENTRE EL CLIMA LABORAL Y LA PRODUCTIVIDAD DE LOS COLABORADORES DE MI BANCO AGENCIA CHICLAYO MATRIZ - 2019	Talento humano y comportamiento organizacional
3	ANGULO SANCHEZ, GLADYS BEATRIZ	IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS DE ATENCIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL BANCO DE LA NACIÓN, AGENCIA SAN BORJA - LIMA, 2019	Marketing
4	ARTEAGA RENGIFO, SANDRA GISSELA	PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO PARA LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES EN EL COLEGIO SAN AGUSTIN DE INGENIERÍA - LIMA - 2019	Marketing
5	BURGA QUENEMA, MARCO ANTONIO	PREVALENCIA DE HABILIDADES GERENCIALES EN MUJERES EMPRENDEDORAS CON NEGOCIOS CONSOLIDADOS ESTANCADOS, PARA SU DESARROLLO EN EL SECTOR SERVICIOS DEL DISTRITO DE CHICLAYO - 2019	Emprendedurismo y Planes de negocios
6	BUSTAMANTE TARRILLO, JORGE	RELACIÓN ENTRE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL Y EL RENDIMIENTO DE LOS VENEDORES DE LA EMPRESA AMÉRICA MÓVIL PERÚ SAC - 2019	Gestión y competitividad
7	CABRERA SILVA, SILVIA MARIELA	PREVALENCIA DE FACTORES QUE DETERMINAN LA INFORMALIDAD EMPRESARIAL EN EL SECTOR TRANSPORTE DEL ÁREA URBANA DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, AÑO 2019	Emprendedurismo y Planes de negocios
8	COAQUIRA VEGA, FERNANDO	CLIMA LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA MOTIVACIÓN DE LOS TRABAJADORES DEL ÁREA DE OPERADORES DE LA EMPRESA GRÚAS ETAC PERÚ, LIMA - 2019	Talento humano y comportamiento organizacional

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CALLE 1000 1000
ETI 5, TORRESCASTA 1100000
Chiclayo, Perú

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 1621- FACEM-USS-2018

N°	Apellidos y nombres	Título de investigación	Líneas de investigación
9	CUBAS PEREZ, DUVERLI	GESTIÓN DE TALENTO HUMANO PARA MEJORAR EL RENDIMIENTO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL BANCO FALABELLA - CHICLAYO, AÑO 2018	Talento humano y comportamiento organizacional
10	FARROÑAN MONTALVO, ANY URSULA	PLAN DE MARKETING ESTRATEGICO PARA LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES DE LA NUEVA EMPRESA AUTOMATIZADA DE ARTEFACTOS ELECTRICOS, CONECTA RETAIL - CHICLAYO, 2018	Marketing
11	LOPEZ SEPULVEDA, CONNIE	ESTRATEGIAS EMPRESARIALES PARA EL DESARROLLO INSTITUCIONAL DE COLEGIOS PERUANOS, GRUPO INNOVA, DE LA CIUDAD DE LIMA, AÑO 2018	Gestión y competitividad
12	MONTEZA FUENTES, JUAN CARLOS	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO, PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL DEL ÁREA DEL NUEVO CÓDIGO PROCESAL PENAL, DEL PODER JUDICIAL - CHICLAYO, 2018	Talento humano y comportamiento organizacional
13	OBANDO PORTILLA, GUILLERMO EDGARDO	GESTION DE ALMACENES PARA MEJORAR EL PROCESO DE ENTREGA DE MATERIALES EN LA EMPRESA MINERA LA ARENA S.A., HUAMACHUCO - AÑO 2018	Logística y Operaciones
14	UBILLUS AGURTO, JIMMY PERCY	MODELO DE EVALUACION DE DESEMPEÑO 360 ° COMO HERRAMIENTA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL AREA DE PROMOCION Y MARKETING DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN - CHICLAYO 2018	Marketing
15	VARGAS BELLOTA, GRAZZIA VIVIANA	GESTIÓN DE CONFLICTOS PARA EL MEJORAMIENTO DEL CLIMA LABORAL DE LA EMPRESA INDUSTRIAS DEL ENVASE S.A, CALLAO - 2018	Talento humano y comportamiento organizacional
16	VÁSQUEZ CARHUATANTA, DAVID	APLICACIÓN DEL NUEVO MARCO LEGAL, EN LA GESTION ADMINISTRATIVA PARA MEJORAR LA ATENCION A LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CHICLAYO, - LAMBAYEQUE, 2018	Gestión competitividad
17	ZAPATA BRUNO, MILAGROS DEL ROSARI	MARKETING RELACIONAL Y SU RELACION CON LA FIDELIZACION DEL CLIENTE DE FINANCIERA CREDISCOTIA DE LA CIUDAD DE LIMA - AÑO 2018	Marketing

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CALLE 1000 USS
Km. 5, Carretera a Pimentón
Chiclayo, Perú

Anexo 8: Fotos de Realización del Trabajo de Investigación



Exhibición de productos a la vista del cliente.



Se han realizado anotaciones de las operaciones de la Librería



Anotaciones de los puntos críticos en la Librería



Entrevistas a Clientes, con respecto al servicio brindado por la Librería

Anexo 9: Reporte de TURNITIN.

HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA MEJORAR LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE LA LIBRERÍA ALFA DE LA CIUDAD DE CHICLAYO - 2019.

INFORME DE ORIGINALIDAD

23 INDICE DE SIMILITUD% **23** FUENTES DE INTERNET% **10%** TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
1 PUBLICACIONES%

FUENTES PRIMARIAS

1 repositorio.uss.edu.pe	Fuente de Internet	3%
2 repositorio.ucv.edu.pe	Fuente de Internet	2%
3 Submitted to Universidad Cesar Vallejo	Trabajo del estudiante	1%
4 uvadoc.uva.es	Fuente de Internet	1%
5 repositorio.unprg.edu.pe	Fuente de Internet	1%
6 repo.uta.edu.ec	Fuente de Internet	1%
7 repositorio.pucesa.edu.ec	Fuente de Internet	1%

Anexo 10: Acta de Originalidad



ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Abraham José García Yovera, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de Administración y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 1621-FACEM-USS-2018, presentado por la Bachiller, Haidée Alcarazo Jaimes, con su tesis Titulada **HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA MEJORAR LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE LA LIBRERÍA ALFA DE LA CIUDAD DE CHICLAYO - 2019**.

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 23% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de directorio N° 221-2019/IPD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimental, 28 de julio de 2021.

Dr. Abraham José García Yovera
DNI N° 80270538

Escuela Académico Profesional de Administración.