

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas



El liderazgo y su aplicación integrada, en la gestión de clientes, en empresas formales, del municipio de Fray Bartolomé de las Casas, departamento de Alta Verapaz, Guatemala, Centroamérica
(Artículo científico-Trabajo de graduación)

Prisma Gabriela Santos Díaz

Fray Bartolomé de las Casas, Alta Verapaz, octubre 2019

El liderazgo y su aplicación integrada, en la gestión de clientes, en empresas formales, del municipio de Fray Bartolomé de las Casas, departamento de Alta Verapaz, Guatemala, Centroamérica
(Artículo científico-Trabajo de graduación)

Prisma Gabriela Santos Díaz

Licda Mariana Ventura Estrada Archila (**Asesora**)

M.Sc. Edna de Juárez (**Revisora**)

Fray Bartolomé de las Casas, Alta Verapaz, octubre 2019

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

Licda. Alejandra Santamaría Leonez

Coordinadora

Guatemala, abril de 2019

Señores

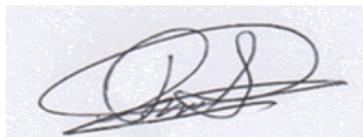
Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy autora del Artículo científico titulado, **“El liderazgo y su aplicación integrada, en la gestión de clientes, en empresas formales, del municipio de Fray Bartolomé de las Casas, departamento de Alta Verapaz, Guatemala, Centroamérica”** y confirmo que respeté los derechos de autor de fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad como autora de contenido de este Artículo científico y para efectos legales soy el único responsable de su contenido.

Atentamente,



Prisma Gabriela Santos Díaz
Licenciatura en Administración de Empresas
Carné No.: 201404473

REF.: C.C.E.E.L.ADM. -PD.009-2019
SEDE FRAY BARTOLOMÉ DE LAS CASAS

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 14 DE OCTUBRE DEL 2019
ORDEN DE IMPRESIÓN

Tutor: Lcda. Mariana Ventura Estrada Archila
Revisora: M.Sc. Edna de Juárez
Carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Tesis titulada: "El Liderazgo y su aplicación integrada, en la gestión de clientes, en empresas formales, del municipio de Fray Bartolomé de las Casas, departamento de Alta Verapaz, Guatemala, Centroamérica."

Presentada por: Prisma Gabriela Santos Díaz

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

En el grado de: Licenciada

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz
Decano
Facultad de Ciencias Económicas



Guatemala, 21 de marzo de 2019

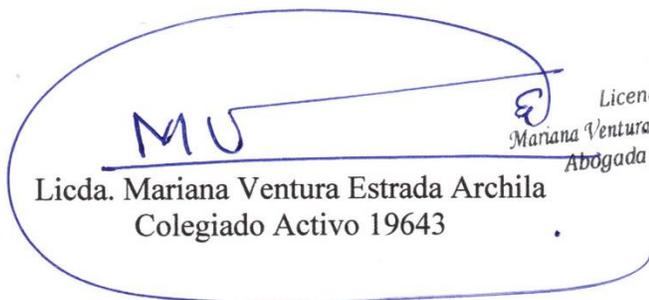
Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente

Estimados señores:

En relación a la Asesoría del Artículo Científico titulado **“El liderazgo y su aplicación integrada, en la gestión de clientes, en empresas formales, del municipio de Fray Bartolomé de las Casas, departamento de Alta Verapaz, Guatemala, Centroamérica,** realizado por Prisma Gabriela Santos Díaz, carné 201404473, estudiante de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la Asesoría del mismo, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.


Licenciada
Mariana Ventura Estrada Archila
Abogada y Notaria
Licda. Mariana Ventura Estrada Archila
Colegiado Activo 19643

Guatemala, 19 de mayo de 2019

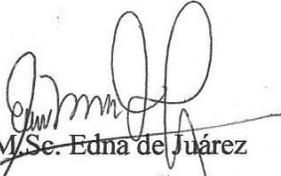
Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente

Estimados señores:

En relación al trabajo de artículo científico titulado **“El liderazgo y su aplicación integrada, en la gestión de clientes, en empresas formales, del municipio de Fray Bartolomé de las Casas, departamento de Alta Verapaz, Guatemala, Centroamérica”** realizado por Prisma Gabriela Santos Díaz, carné No. 201404473, estudiante de la Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a revisión del mismo, haciendo constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes,


M.Sc. Edna de Juárez
Colegiado No. 5,803

Contenido

	Página
Abstract	i
Introducción	ii
1. Metodología	8
1.1. Planteamiento del problema	8
1.2. Pregunta de investigación	8
1.3. Objetivos de la investigación	9
1.3.1. Objetivo general	9
1.3.2. Objetivos específicos	9
1.4. Definición del tipo de investigación	9
1.4.1. Investigación descriptiva	9
1.5. Sujeto de investigación	10
1.6. Alcance de la investigación	10
1.6.1. Temporal	10
1.6.2. Geográfico	10
1.7. Definición de la muestra	11
1.7.1. Empleo muestra finita o infinita	11
1.8. Definir instrumentos de investigación	12
1.9. Recolección de datos	12
1.10. Procesamiento y análisis de datos	12
2. Resultados	13
2.1. Presentación de resultados	13

3. Discusión	36
3.1. Extrapolación	36
3.2. Hallazgos y análisis general	41
3.3. Conclusiones	42
Referencias	43
4.1. Bibliográficas	43
4.2. Digitales	43
4.3. Legislación	43
4.4. Revistas	43
Anexos	44

Abstract

En tiempos tan competitivos el liderazgo ha sido indispensable en las empresas, los constantes cambios que han surgido en la actualidad para que una organización pueda crecer y desarrollarse en el entorno donde interactúan, empresas formales han tenido que reforzar su gestión de calidad para poder superar los obstáculos que se han presentado por dicho fenómeno, la competencia ha ido evolucionando volviéndose vital atender a los estándares de calidad que se exigen. U de los aspectos claves para competir exitosamente en un entorno cada vez más global, ha sido la capacidad de las empresas para aprender y adaptarse a las nuevas tendencias de los mercados. Así mismo han tenido que adquirir conocimientos y experiencias esenciales relacionadas a procesos, la innovación y también a los descubrimientos que han presentado los mercados actuales y de qué manera influyen en los clientes.

Palabras Claves: liderazgo, gestión, clientes, empresas formales.

Introducción

La investigación, concerniente a la aplicación del liderazgo en la gestión integrada de clientes en empresas formales se realiza en el municipio de Fray Bartolomé de las Casas, departamento de Alta Verapaz, El objetivo de la investigación es determinar la forma cómo el liderazgo gerencial contribuye a mejorar los resultados de la gestión integrada.

En el primer capítulo se detalla la metodología a utilizar donde está el planteamiento del problema, los objetivos de la investigación. Participan en esta investigación, los gerentes y colaboradores de las empresas formales, los clientes sobre la satisfacción al cliente para conocer qué tanto influye el liderazgo en la empresa en la gestión de cliente. El presente tiene como propósito identificar el tipo de liderazgo y este contribuye a aumentar la satisfacción de los clientes.

En el segundo capítulo contiene los resultados de la investigación donde se aplica una encuesta sobre el liderazgo dentro de las empresas formales y otra relacionada a la satisfacción al cliente.

En el tercer capítulo se detalla el análisis de la información se determina la discusión de resultados y los hallazgos encontrados de igual manera las diferentes teorías sobre el liderazgo se consideran del libro “el líder razonante crea más”, porque los líderes se distinguen por la capacidad de inspirar en otros energía, pasión y entusiasmo.

Capítulo 1

Metodología

1.1. Planteamiento del problema

El liderazgo y su aplicación integrada, en la gestión de clientes, en empresas formales, de Fray Bartolomé de las Casas, Alta Verapaz.

En el municipio Fray Bartolomé de las Casas A.V. cuenta con varias empresas formales, en el cual el liderazgo en el medio es transcendental integrarlo en las empresas formales ya que por ello se atrae a clientes y se tiene mayor fluidez en la comunicación tanto colaboradores como gerentes. Por esta razón la investigación tratará de encontrar qué estilo de liderazgo manejan las empresas en el municipio y que tan sustancial es la gestión integrada de clientes.

El estudio se centrará en el liderazgo en las empresas y en la satisfacción al cliente, ya que los problemas que suceden en las empresas pueden ser por el mal servicio y atención al cliente, como también la comunicación que hay entre los colaboradores y gerentes y la desmotivación del personal pueden ser alguno de los factores negativos que pueden tener las empresas y que en el futuro pueden provocarle serias dificultades.

Al momento de plantear, se pretende llegar a cabo del porqué de la situación, en este contexto se procura que la investigación indague qué estilos de liderazgo manejan las empresas por cómo aplican en la gestión integrada de clientes por como es el servicio que brindan a los clientes en las empresas, ya que en el medio hay empresas que pierden clientes por el mal servicio que ofrecen, Por lo tanto la investigación se hará de en relación a cada uno de los factores negativos y positivos que tiene el liderazgo en las empresas y así mismo mejorar los resultados de la gestión integrada de clientes, correlacionando con el nivel del liderazgo de los gerentes de las empresas.

1.2 Pregunta de investigación

¿Cómo contribuye el liderazgo y su aplicación integrada en la gestión de clientes en empresas formales en el municipio de Fray Bartolomé de las Casas, departamento de Alta Verapaz?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

- Analizar cómo contribuye el liderazgo y su aplicación integrada, en la gestión de clientes, en empresas formales en el municipio de Fray Bartolomé de las Casas, departamento de Alta Verapaz.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar El liderazgo y su aplicación integrada, en la gestión de clientes, en empresas formales en el municipio de Fray Bartolomé de las Casas, departamento de Alta Verapaz
- Mostrar cómo influye el liderazgo gerencial para la atención de los clientes, en las empresas formales en el municipio de Fray Bartolomé de las Casas, departamento de Alta Verapaz
- Identificar las características de liderazgo de los gerentes que contribuyen a la mejora de los resultados de la gestión integrada de los clientes en empresa formales en el municipio de Fray Bartolomé de las Casas, departamento de Alta Verapaz

1.4 Definición del tipo de investigación

1.4.1 Investigación descriptiva

A continuación, se explica la metodología a seguir para alcanzar los objetivos de la investigación. Como método, se utilizó el enfoque cualitativo porque se enfoca en un estudio donde se pretende describir los estilos del liderazgo que contribuyen a aumentar la satisfacción de los clientes, contó con información extraída de las empresas del municipio y así se logra mayor veracidad de la información.

La investigación es descriptiva porque se recabó información en la cual se tiene conocimiento de lo que es el liderazgo y que característica debe tener un líder en el entorno empresarial y que influencia tiene con los colaboradores y clientes, de qué manera es aplicable en las organizaciones, al mismo tiempo como contribuye a la gestión de clientes y para ello se hizo un estudio donde se plantean preguntas que den a conocer respuestas que ayuden a determinar la problemática de la investigación, dando resultados que apoye para la toma de decisiones.

1.5 Sujeto de investigación

Los sujetos de estudio en esta investigación fueron, administradores de las empresas ya que ellos son piezas importantes en la organización pues son los que dirigen a los colaboradores para el desempeño de la organización, siendo necesario conocer su nivel de conocimiento sobre el liderazgo y la satisfacción al cliente.

Los colaboradores ya que sin ellos las empresas no tendrían personal para realizar las diferentes actividades, de igual manera son importantes para brindar un producto o servicio de calidad, es necesario conocer su nivel de conocimiento sobre el liderazgo y en la gestión de cliente.

Los clientes, son parte fundamental en la empresa ya que lo primordial es brindar el mejor servicio y para ello se debe de conocer la opinión del cliente sobre el nivel de satisfacción y si llena las expectativas de los productos o servicios que presta la empresa.

1.6 Alcance de la investigación

1.6.1 Temporal

El estudio tuvo una duración de cinco meses, iniciando el 27 de octubre del 2018 al 13 de abril del 2019 de acuerdo con el cronograma de actividades.

1.6.2 Geográfico

La investigación se realizó en las empresas formales del casco urbano de Fray Bartolomé de las Casas, en donde se seleccionaron algunos barrios para hacer el estudio entre ellas están Barrio el Centro, Barrio la Pedrera, la Calle Principal, Barrio Magisterio, Barrio Morazán, y Barrio el Mercado que pertenecen a la microrregión área urbana del municipio de Fray Bartolomé de las Casas, Alta Verapaz. Está localizado al norte del departamento de Alta Verapaz. Tiene una superficie de 1,229.06 km².

1.7 Definición de la muestra

1.7.1 Empleo muestra finita o infinita

La población para este estudio es de 9,851, está por rango de edad de 18 años a 65 años, estos datos se utilizarán para la investigación, el estudio va dirigido a los administradores, colaboradores y clientes de las empresas formales. Para la determinación de la población se tomaron datos Instituto Nacional de Estadística (INE)

Elementos empleados:

N= universo estimado

n= muestra buscada

p= probabilidad de éxito

q= probabilidad de fracaso

e= error muestral

Fórmula:

$Z^2 p q N$

$e^2 (N-1) + z^2 p q$

Nivel de confianza= 95%

N= 9,851

n= muestra buscada

z= 1.96

p= 0.5

q= 0.5

e= 0.08

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 9,851}{0.82 * (9,851-1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 9,851}{0.0064 (9,850) + 0.9604}$$

$$n = \frac{9460.9004}{64.0004}$$

$$n = 147.8256$$

$$n = 148$$

La población para investigar está integrada por 148 individuos, cantidad que se distribuye dentro de los sujetos de investigación.

1.8 Definir instrumentos de investigación

Para la recolección de la información se recurre a la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento un cuestionario el cual tiene la finalidad de encontrar respuesta a la pregunta planteada de ¿cómo contribuye el liderazgo y su aplicación integrada en la gestión de clientes en empresas formales? Donde cada cuestionario constará de 15 preguntas en relación al liderazgo que existe en las empresas formales en el municipio y la segunda encuesta consta de 10 preguntas respecto a la satisfacción al cliente, se analizarán ambas. Habrá preguntas cerradas y abiertas para que se puedan expresar sobre lo que piensan.

1.9 Recolección de datos

Para la recolección de la información se requiere a la técnica de la encuesta, los datos suelen adquirirse mediante el uso de procedimiento generalizados, esto con el fin, de que cada individuo encuestado responda cada pregunta concreta plasmada en el cuestionario, así evitar opiniones que tienden a confundir al momento y pudieran influir en el resultado del estudio o investigación.

Para la recolección de la información, los cuestionarios fueron presenciales se solicitó autorización a los propietarios de las empresas para poder pasar las encuestas y a los clientes de las diferentes empresas.

1.10 Procesamiento y análisis de datos

En el análisis de datos, se detallan las distintas operaciones a las sometidos los datos o respuestas recabadas como se clasifica, se registra, se tabula en cuanto al análisis se definirá las técnicas estadísticas, que se empleará para interpretar lo que se revelan en los datos recolectados.

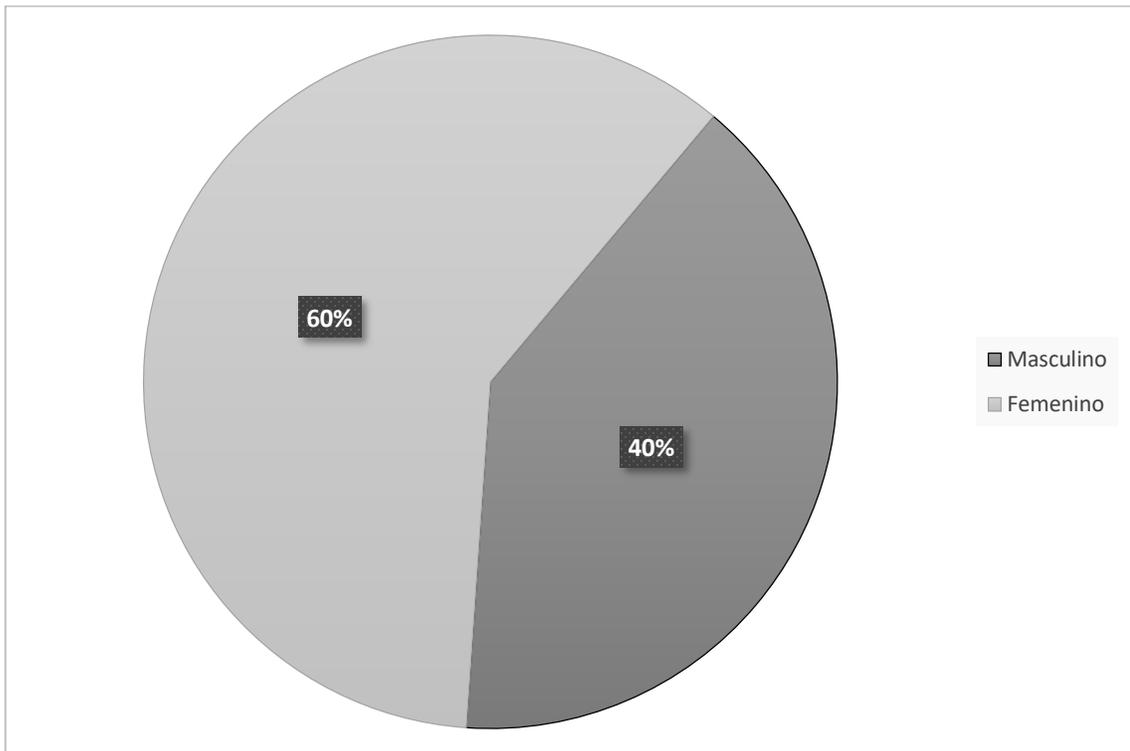
Los programas que se utilizará para trabajar el análisis de datos será el programa de Word y Excel para el procesamiento de datos y la presentación de tablas, gráficos y análisis estadísticos.

Capítulo 2

Resultados

2.1 Presentación de resultados

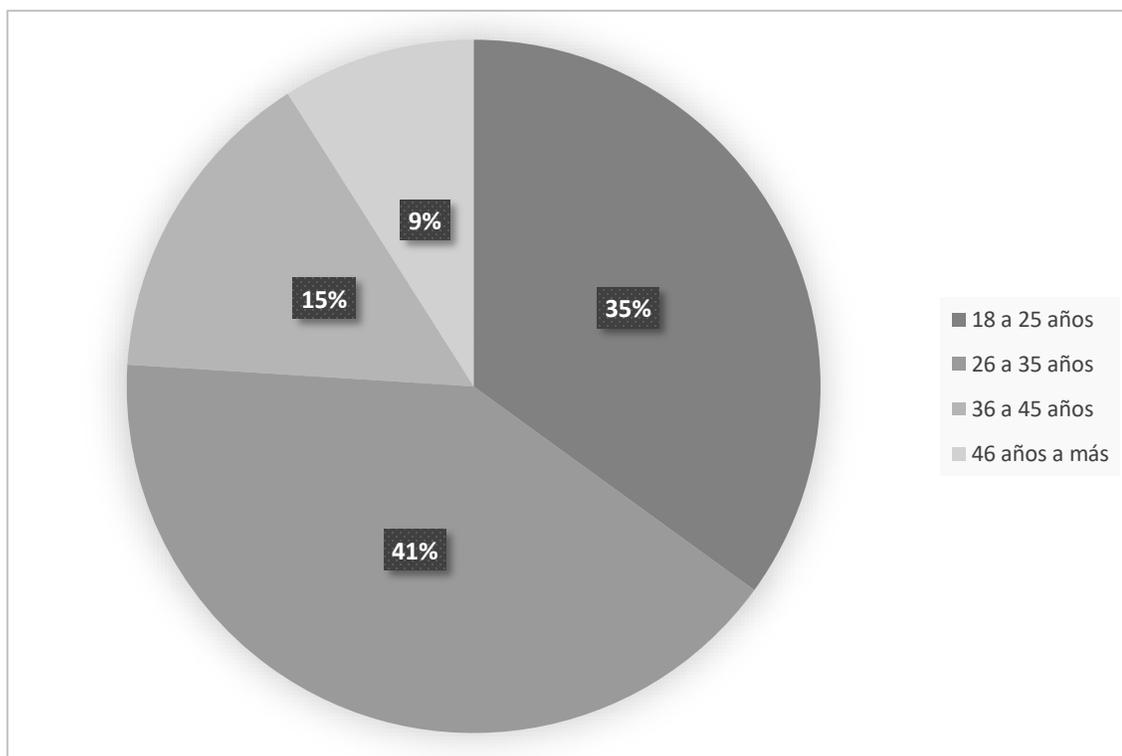
Gráfica 01
Por Género



Fuente: elaboración propia, enero 2019

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indica el 60% son de sexo Masculino y el 40% son del sexo Femenino.

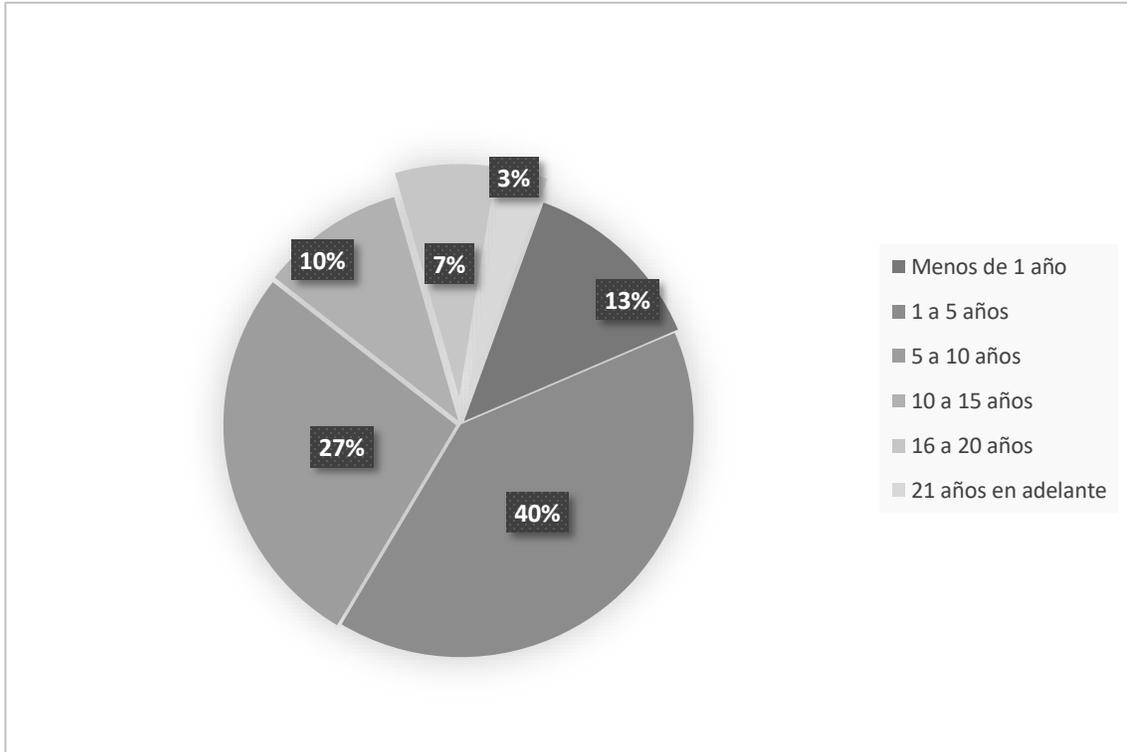
Gráfica 02
Según la edad



Fuente: elaboración propia, enero 2019

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indica que el 41% tienen de 18 a 25 años de edad, seguido por un 35% con 26 a 35 años, un 15% con 36 a 45 años, un 9% con 46 a más de edad.

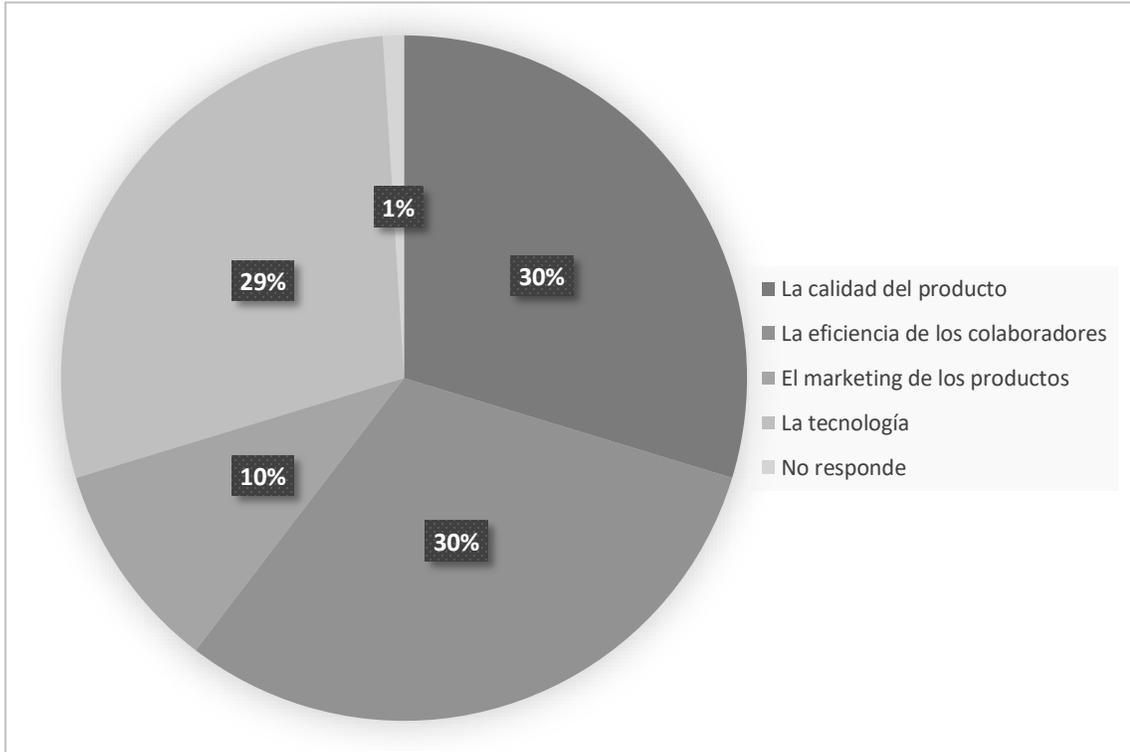
Gráfica 03
Tiempo de laborar en la empresa



Fuente: elaboración propia, enero 2019

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indican que el 13% tienen menos de 1 año laborando en la empresa, el 40% de 1 a 5 años de labor, el 27% de 5 a 10 años laborando, un 10% de 10 a 25 años laborando, un 7% de 16 a 20 años, el 3% tiene 21 años en adelante laborando en la empresa.

Gráfica 04
¿Qué factor ayuda el éxito de empresa?

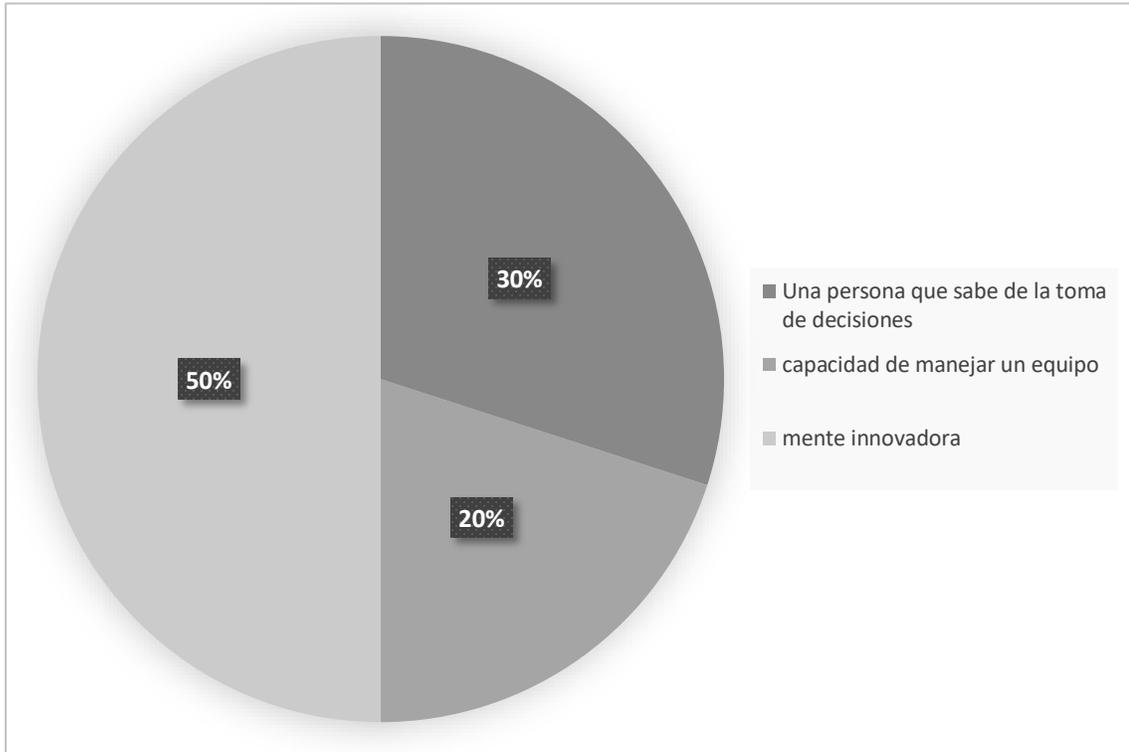


Fuente: elaboración propia, enero 2019

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indican que el 30% es por la calidad del producto, un 30% que es por la eficiencia de los colaboradores, un 10% el marketing de los productos y el 29% considera que la tecnología, el 1% no responde.

Gráfica 05

¿Qué significa el liderazgo para usted?

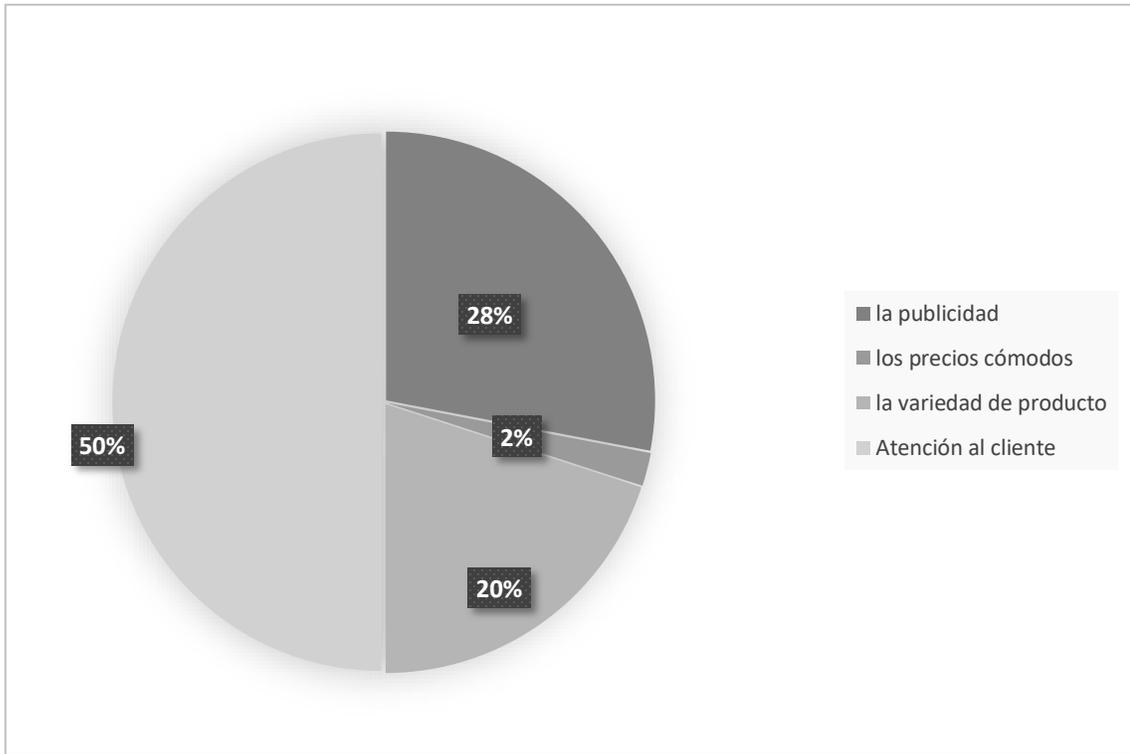


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indican que el 30% considera que es una persona que sabe de la toma de decisiones, un 20% considera que es la capacidad de manejar un equipo de trabajo y el 50% considera que es una mente innovadora.

Gráfica 06

¿Cuál es la estrategia que se utiliza en su empresa?

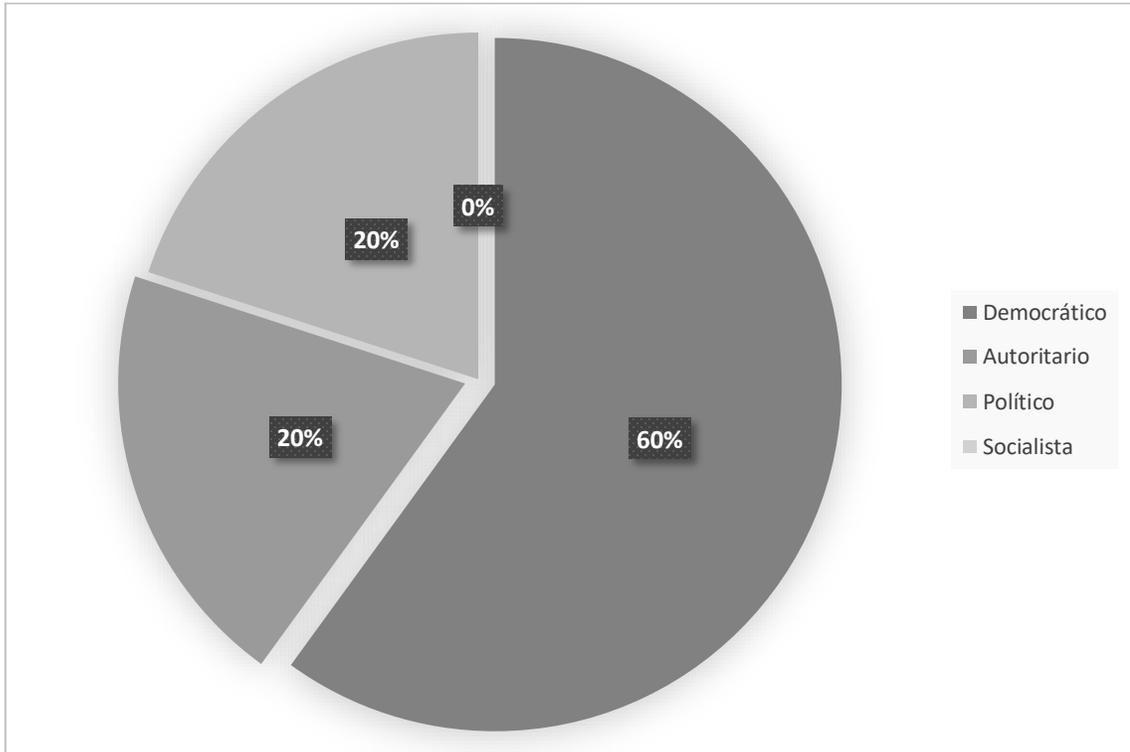


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indican que el 28% es por la publicidad, un 2% por los precios cómodos, un 20% por la variedad de los productos, y por último 50% la atención al cliente.

Gráfica 07

¿Cuál es el perfil que debe manejar un líder?

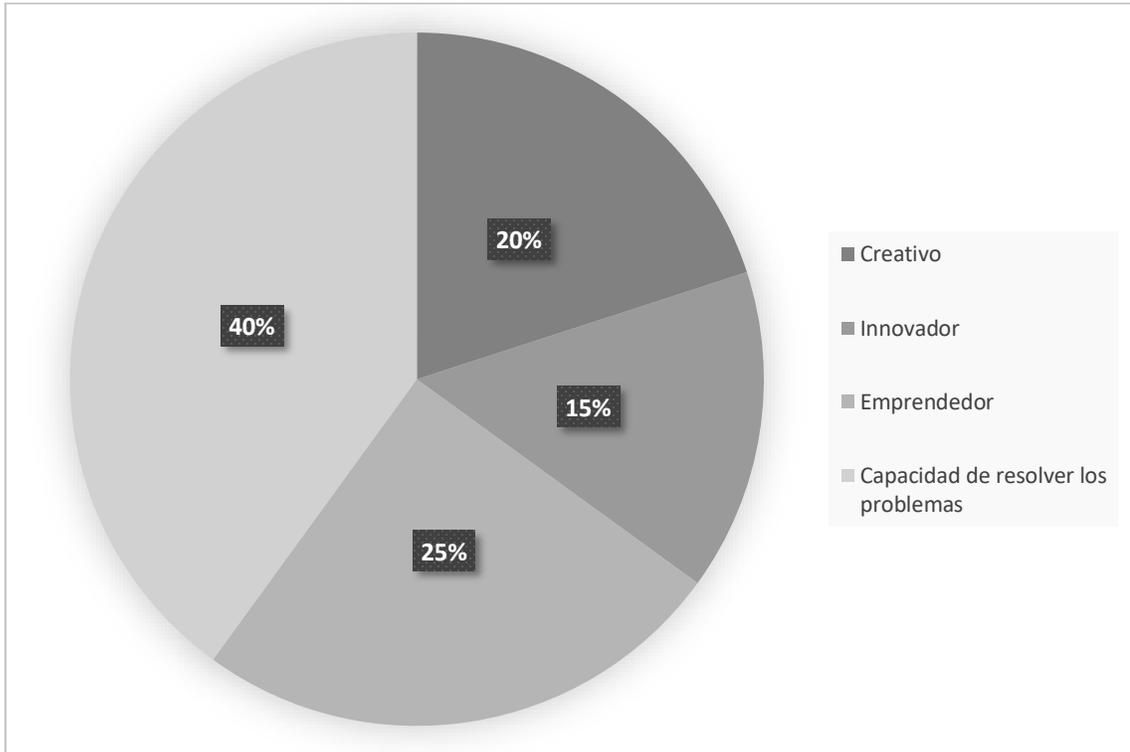


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indican que el 60% considera que el perfil del líder es democrático, el 20% considera que es autoritario, el 20% considera que es político, y por último en 0% el socialista.

Gráfica 08

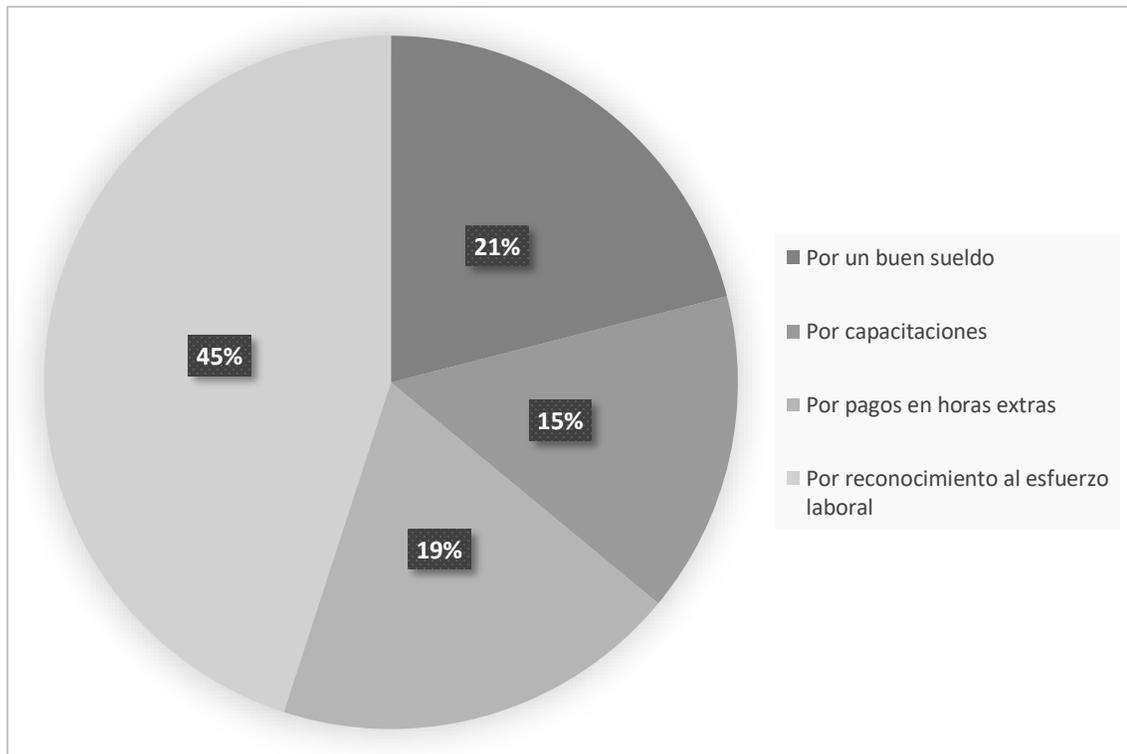
Según usted ¿cuál sería la cualidad de un líder?



Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indican que el 20% considera que la cualidad de un líder creativo, el 15% considera que es innovador, el 25% consideran que es emprendedor, por último, el 40% considera que es la capacidad de resolver los problemas.

Gráfica 09
¿Cómo incentiva a los colaboradores?

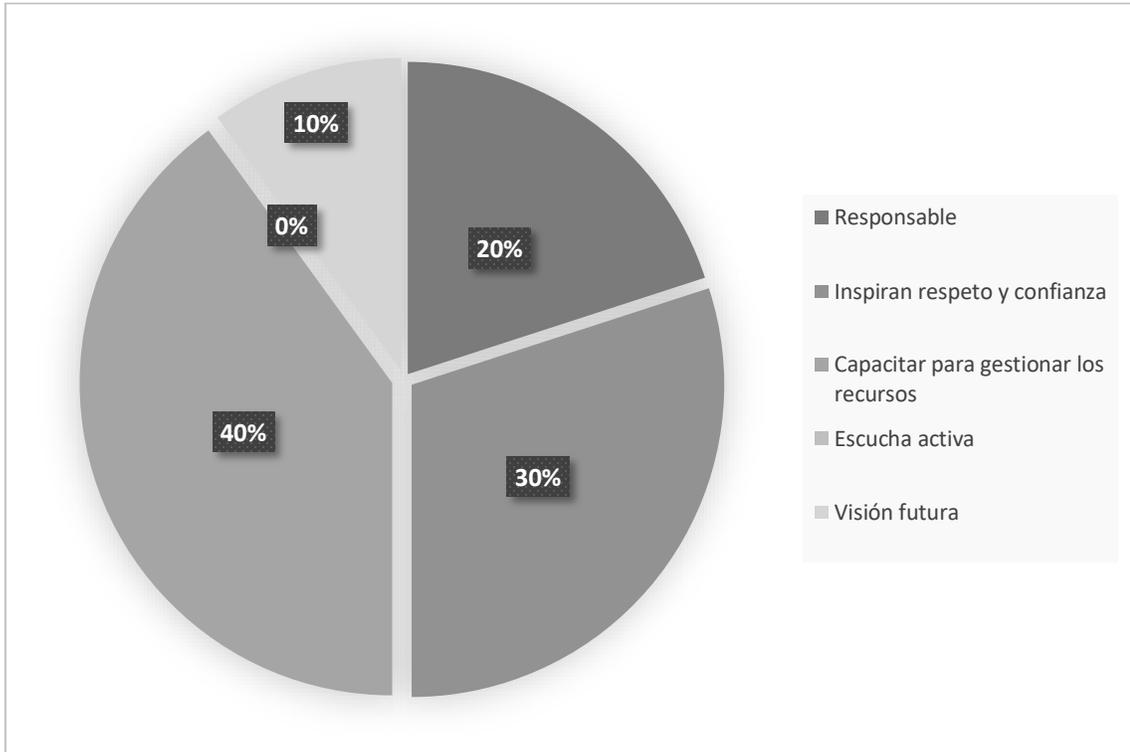


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indican que el 21% responde que es por un buen sueldo, el 15% por capacitaciones, el 19% por pago de horas extras, el 45% responde que es por el reconocimiento al esfuerzo laboral.

Gráfica 10

¿Qué características considera que posee su jefe inmediato?

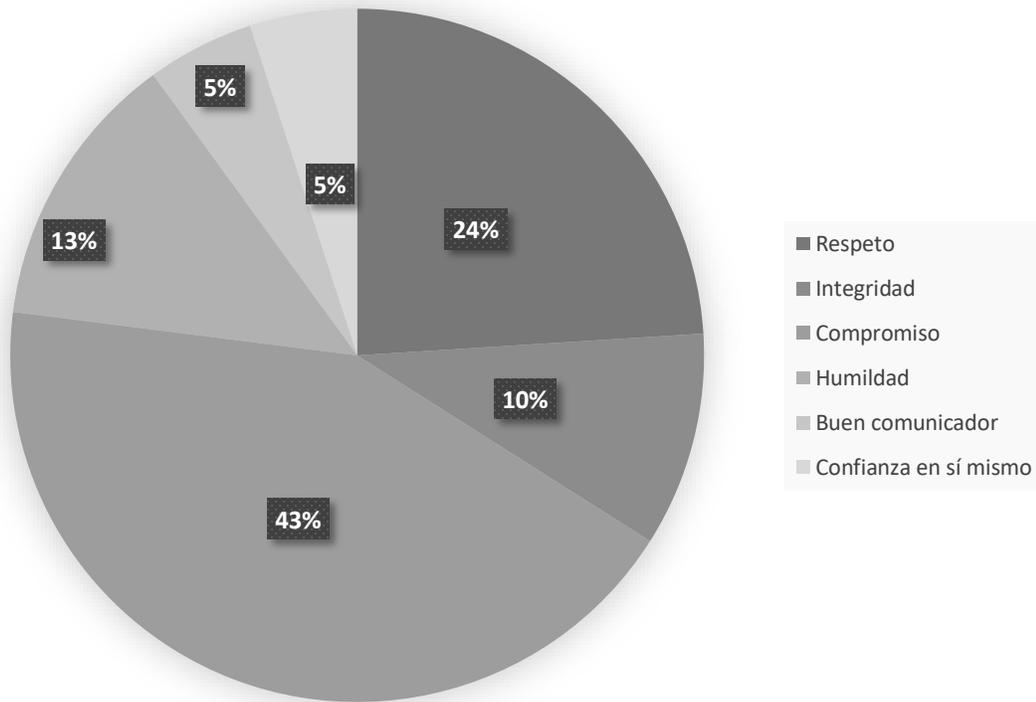


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indican que el 20% consideran que es responsable, el 30% consideran que inspira respeto y confianza, el 40% consideran que es la capacidad de gestionar los recursos, el 10% consideran que es la visión futura.

Gráfica 11

¿Qué valores considera que posee su jefe inmediato?

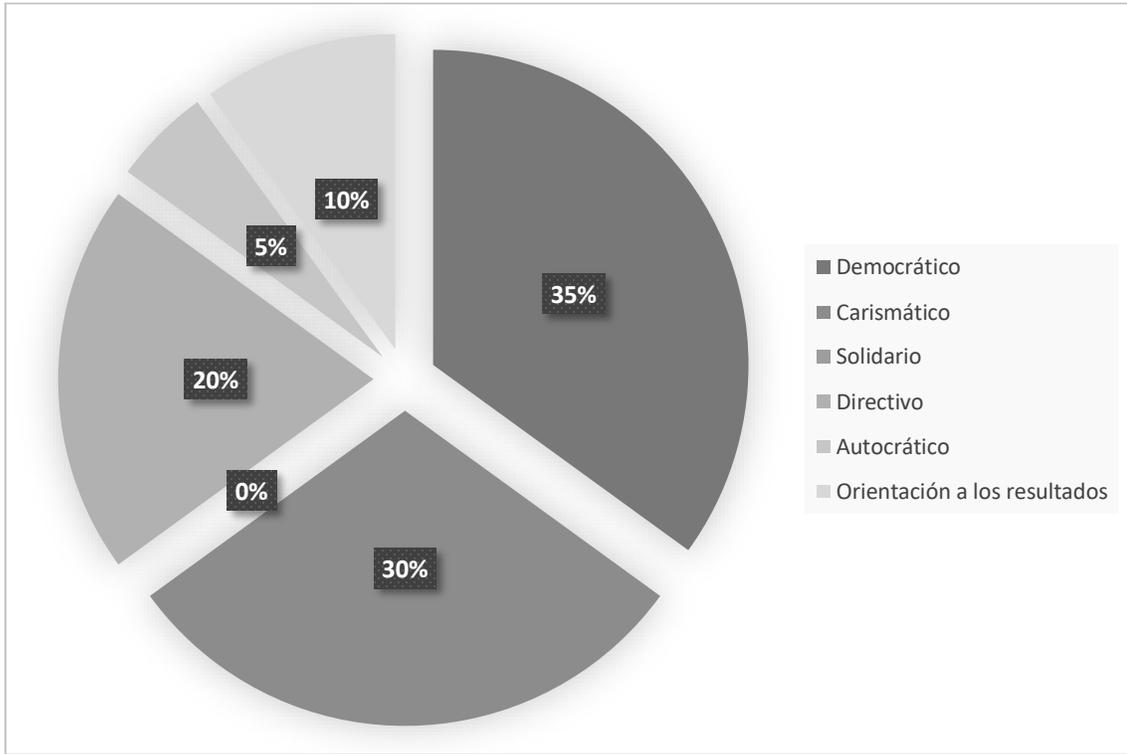


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indican que el 24% considera que el respeto, el 10% consideran que es la integridad, el 43% considera que es el compromiso, el 13% consideran que es la humildad, el 5% considera que es el buen comunicador, el 5% considera que es la confianza en sí mismo.

Gráfica 12

¿Qué estilo de liderazgo posee su jefe inmediato?

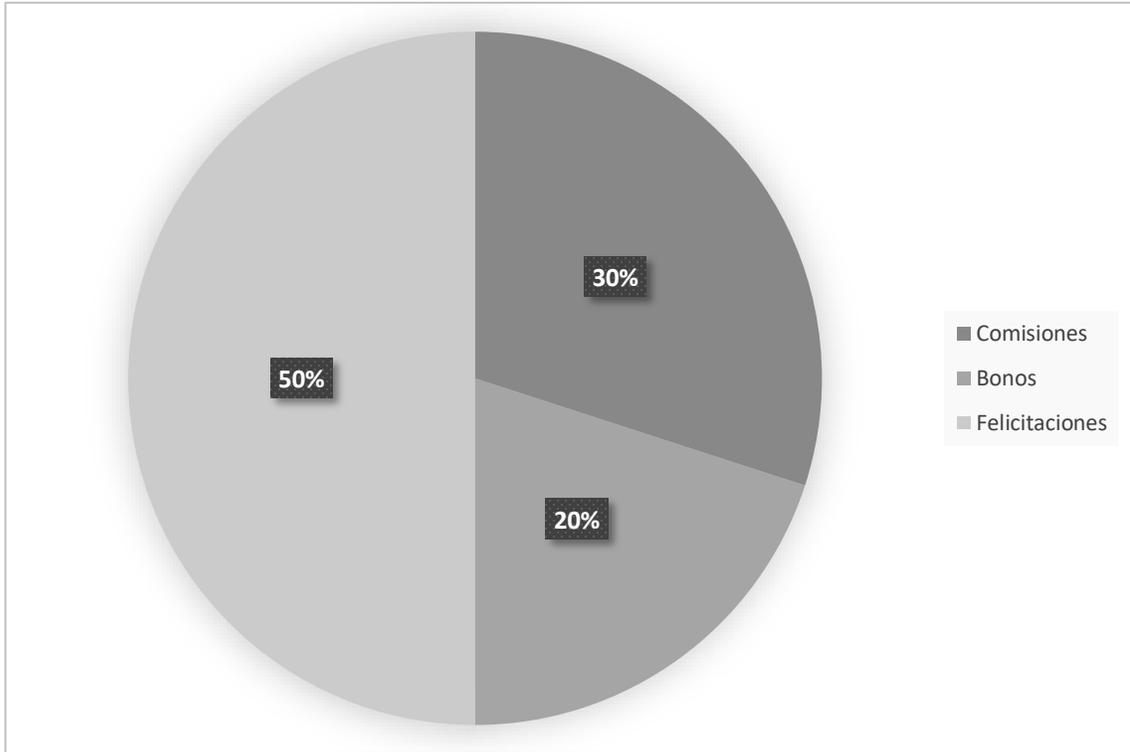


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indican que el 35% considera que el estilo del líder es democrático, el 30% consideran que es carismático, el 0% consideran que es solidario, el 20% consideran que es el Directivo, el 5% consideran que es el Autocrático, el 10% consideran que es el de orientación a los resultados.

Gráfica 13

¿Qué motivación recibe por parte de su jefe inmediato?

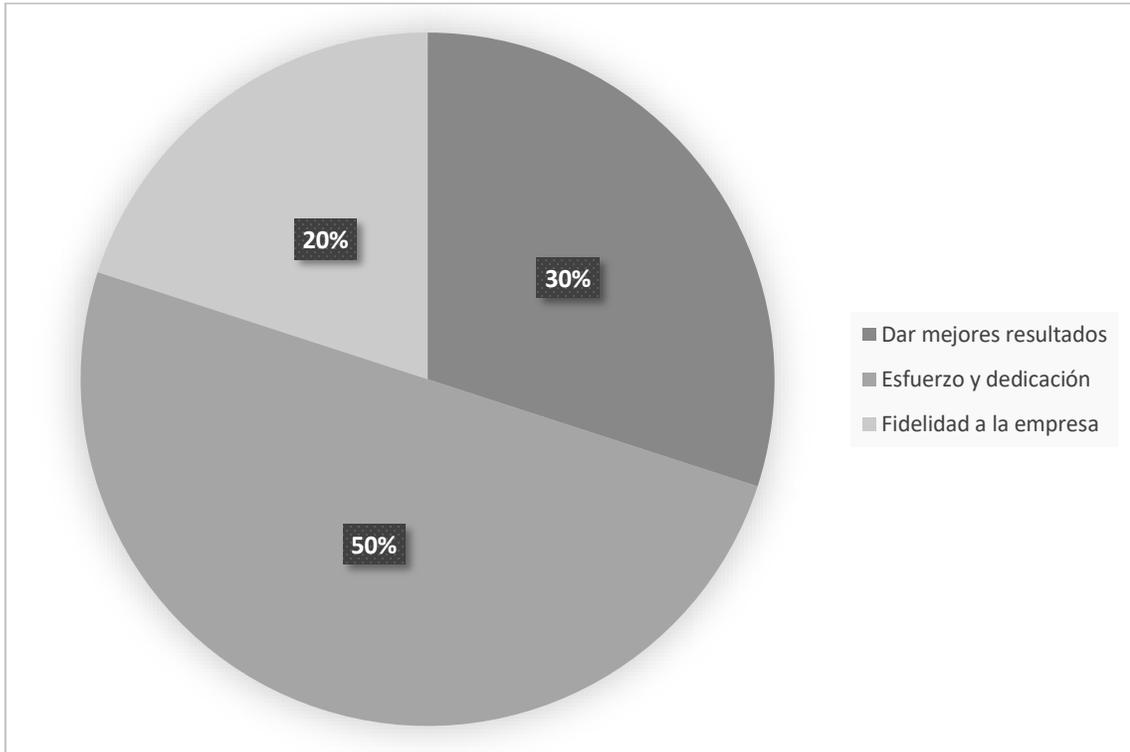


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indican que el 30% responden que los motivan con comisiones, el 20% los motivan con bonos, y el 50% los motivan con felicitaciones.

Gráfica 14

¿De qué manera se compromete con la empresa?

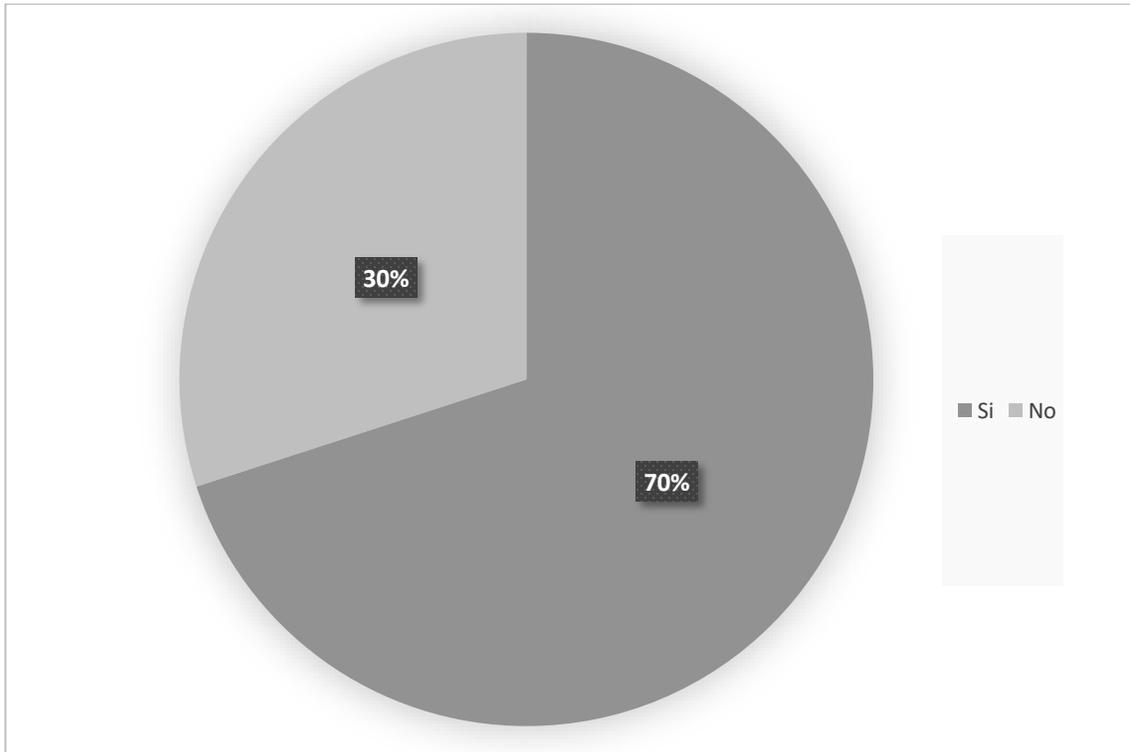


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indican que el 30% responden en dar mejores resultados, el 50% responden en esfuerzo y dedicación al trabajo que desempeñan, el 20% responden que es a la fidelidad a la empresa.

Gráfica 15

¿Considera que el cliente es prioridad en la empresa?

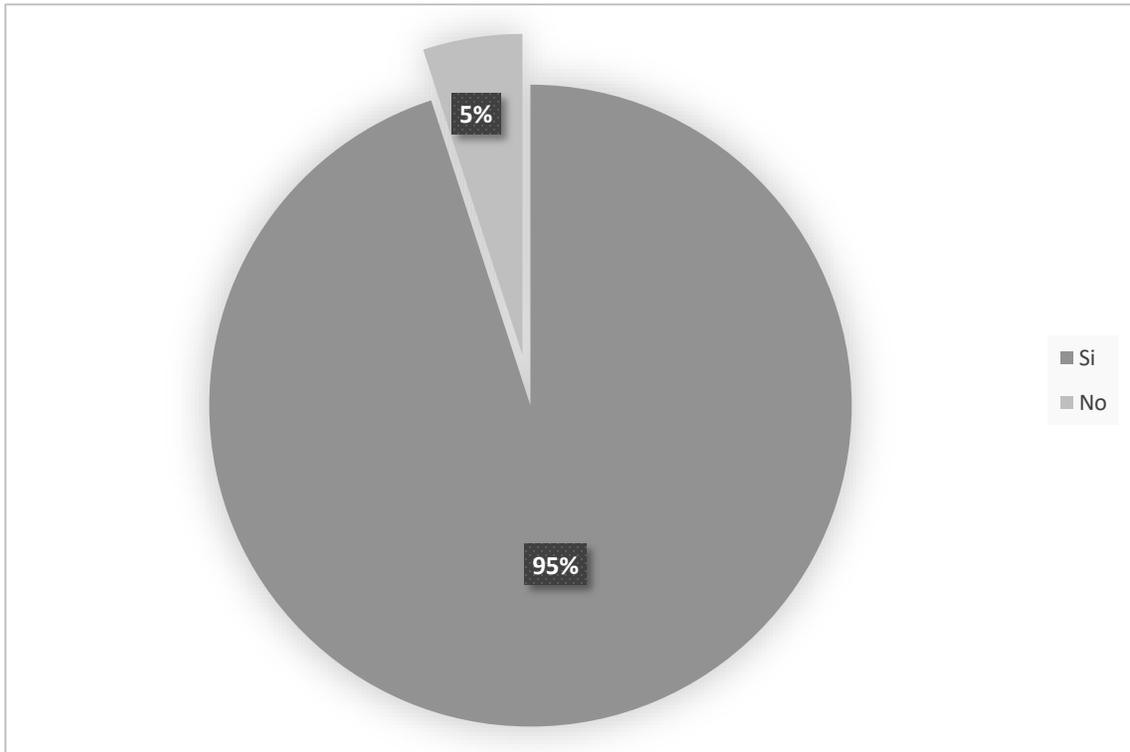


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indican que el 70% consideran que el cliente es prioridad en la empresa ya que ellos son el motivo que la empresa exista en el medio y por ello generan ingresos, el 30% consideran que no porque se le debe dar prioridad a los colaboradores de la empresa ya que por medio de ellos venden los productos.

Gráfica 16

¿Considera que el liderazgo influye en la ejecución de las actividades en la empresa?

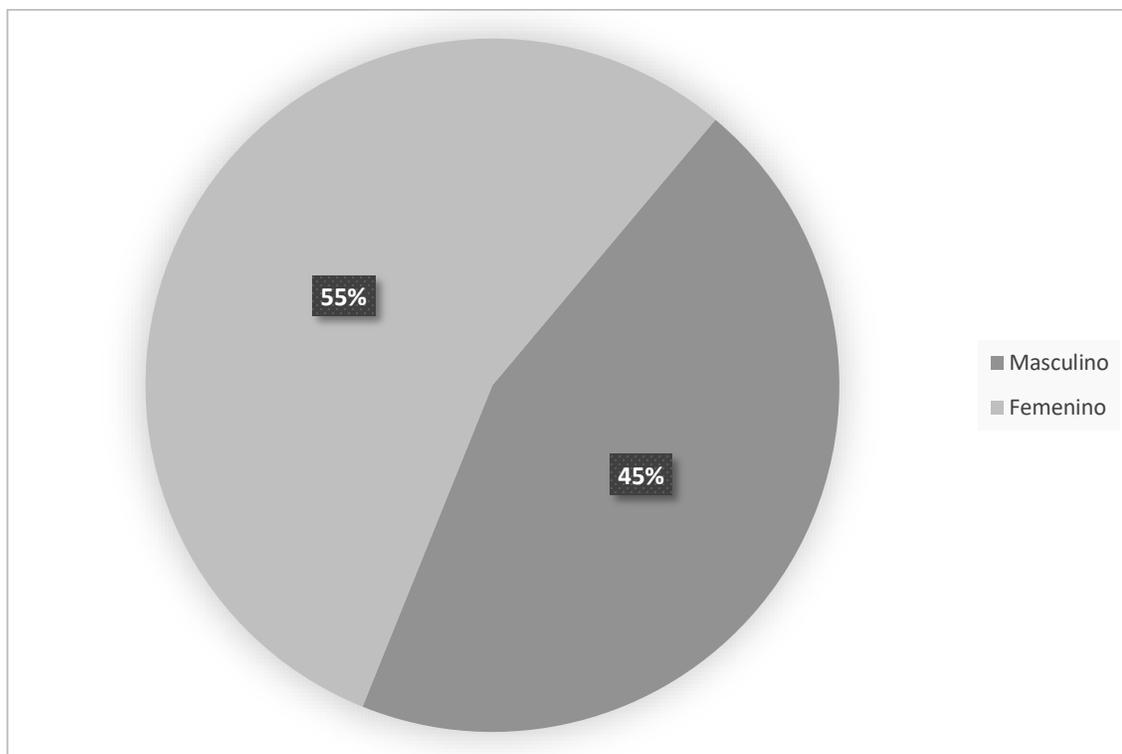


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indican que el 95% consideran que, sí influye ya que es fundamental el liderazgo en las empresas para obtener éxitos y mejores resultados, el 5% considera que no, que solo se basa en el desempeño laboral de cada uno de los trabajadores.

Resultados del cuestionario de satisfacción al cliente:

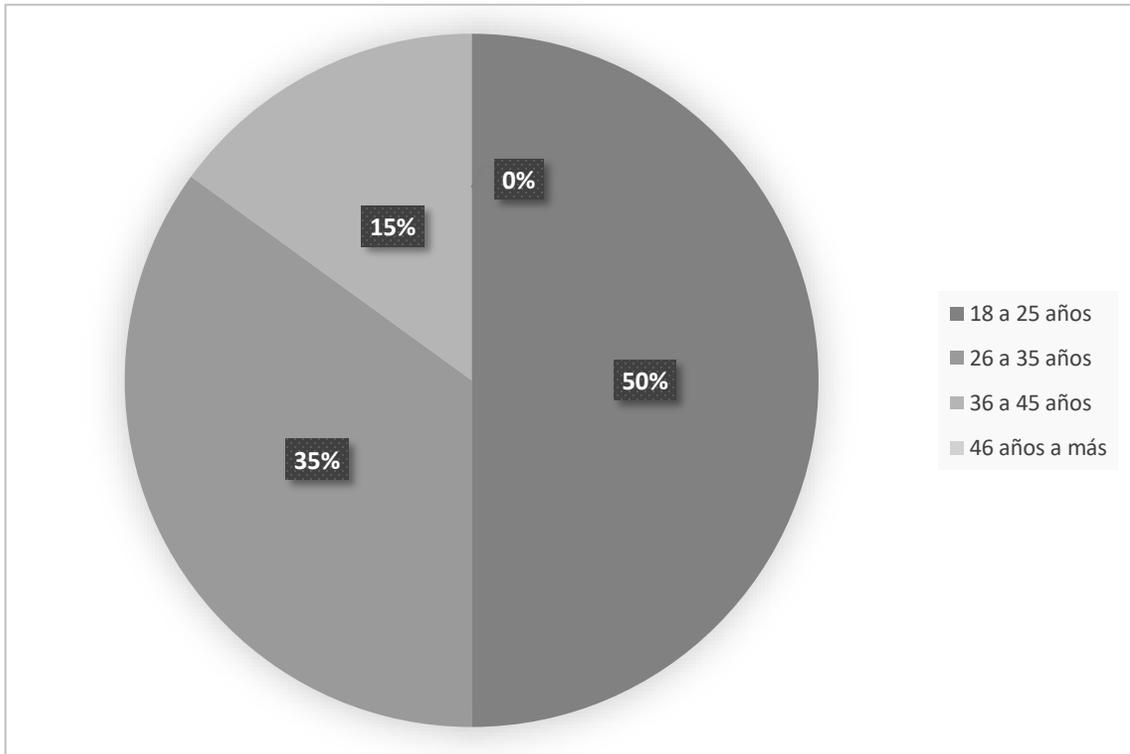
Gráfica 01
Por género



Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indica el 45% son de sexo Masculino y el 55% son del sexo Femenino.

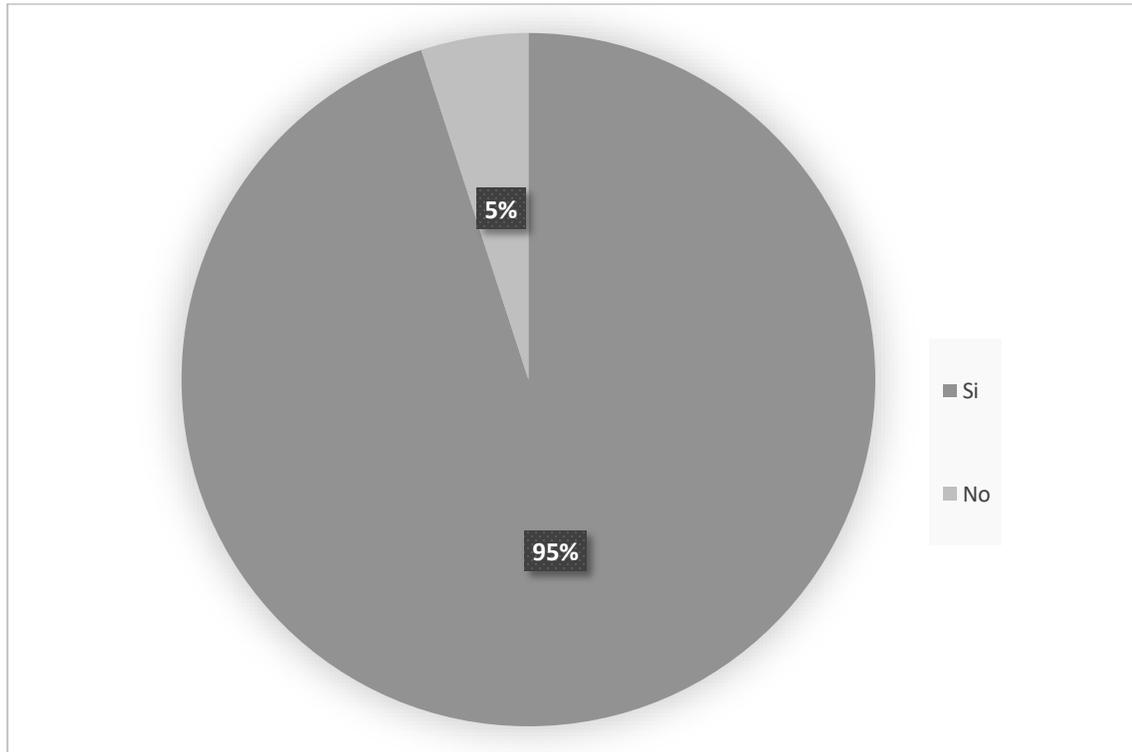
Gráfica 02
Según la edad



Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indica que el 50% tienen de 18 a 25 años de edad, seguido por un 35% con 26 a 35 años, un 15% con 36 a 45 años, un 0% con 46 años o más.

Gráfica 03
¿sabe que es una empresa formal?

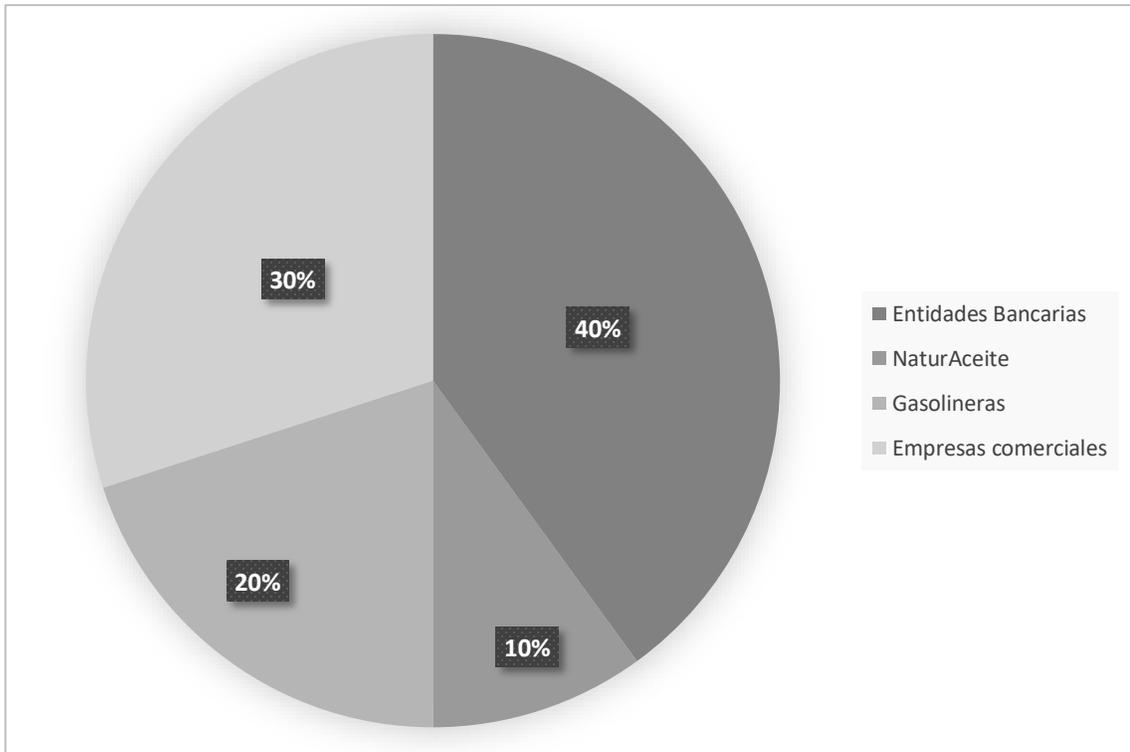


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indica que el 95 % conoce que es una empresa formal, y el otro 5% desconoce que es una empresa formal.

Gráfica 04

¿Conoce algunas empresas formales en el área de Fray Bartolomé de las Casas, Alta Verapaz?

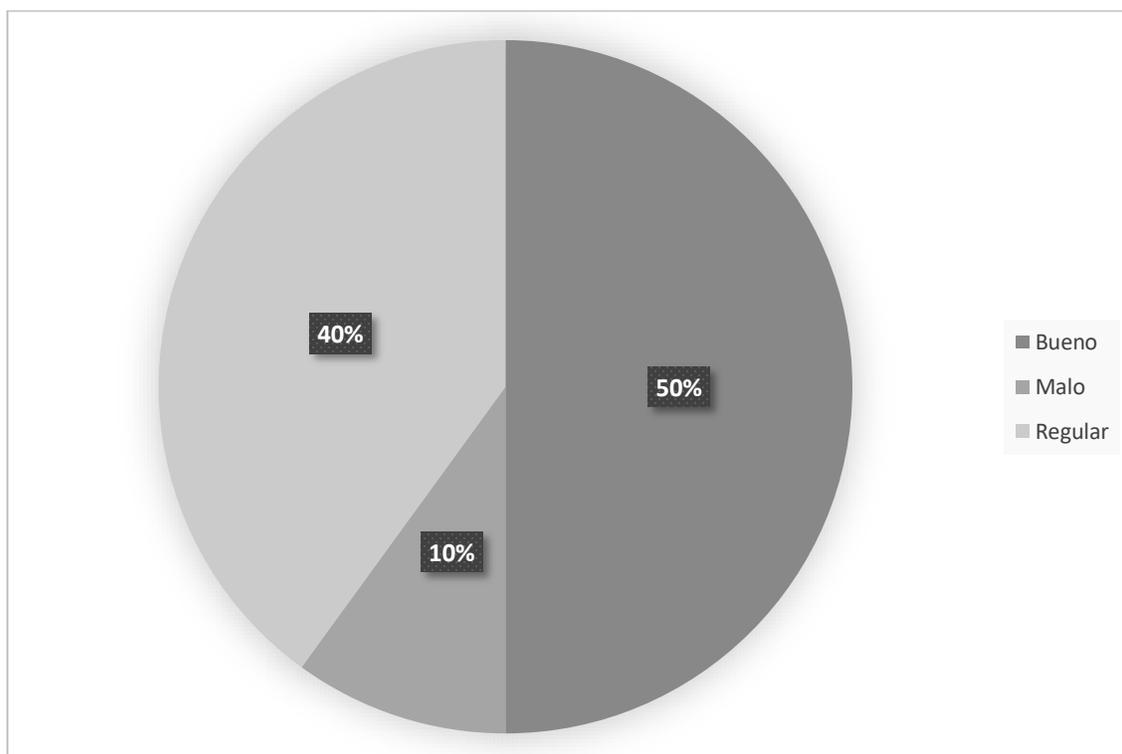


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indica que el 40 % mencionaron que una empresa formal son las entidades bancarias, 10% menciona a la empresa de NaturAceites, 20% menciona, que son las gasolineras, 30% mencionan que son las empresas comerciales, todas las mencionadas anteriormente las personas consideran que son empresas formales porque están legalmente inscritas en la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT).

Gráfica 05

¿Qué le ha parecido el servicio al cliente?

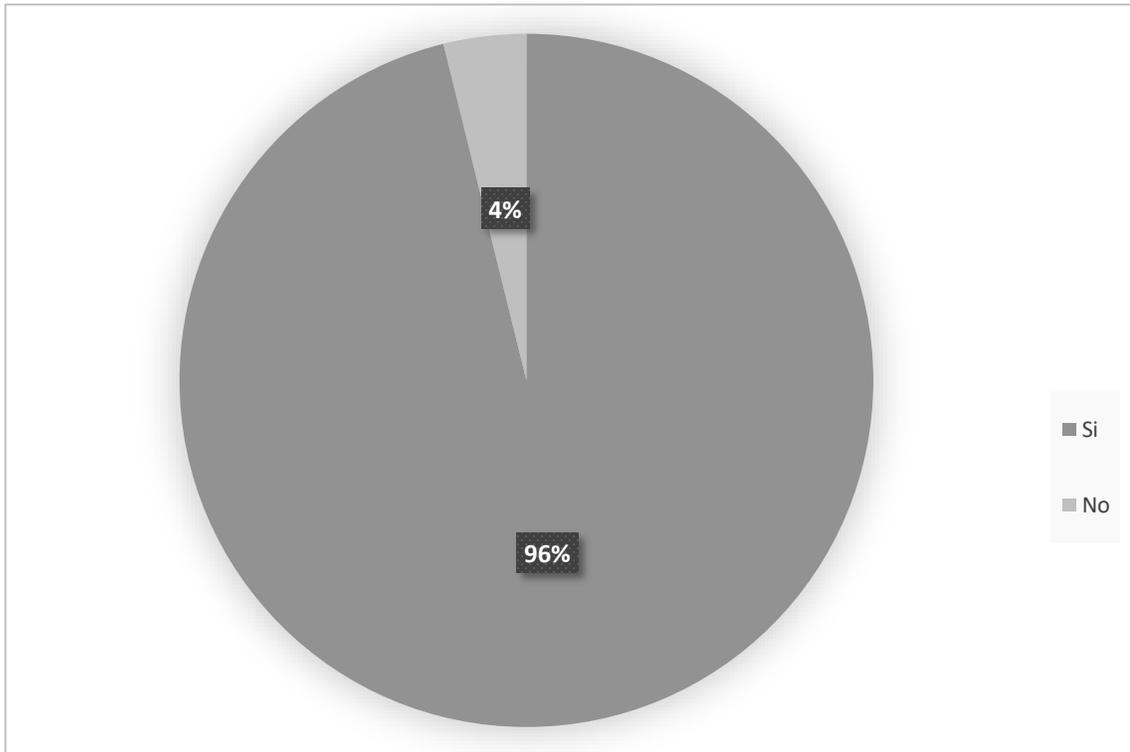


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indica que el 50 % les ha parecido Bueno el servicio al cliente, 10% les ha parecido malo, 40% le ha parecido regular.

Gráfica 06

¿Considera que las empresas formales de Fray Bartolomé de las Casas cumplen con lo establecido con la ley?

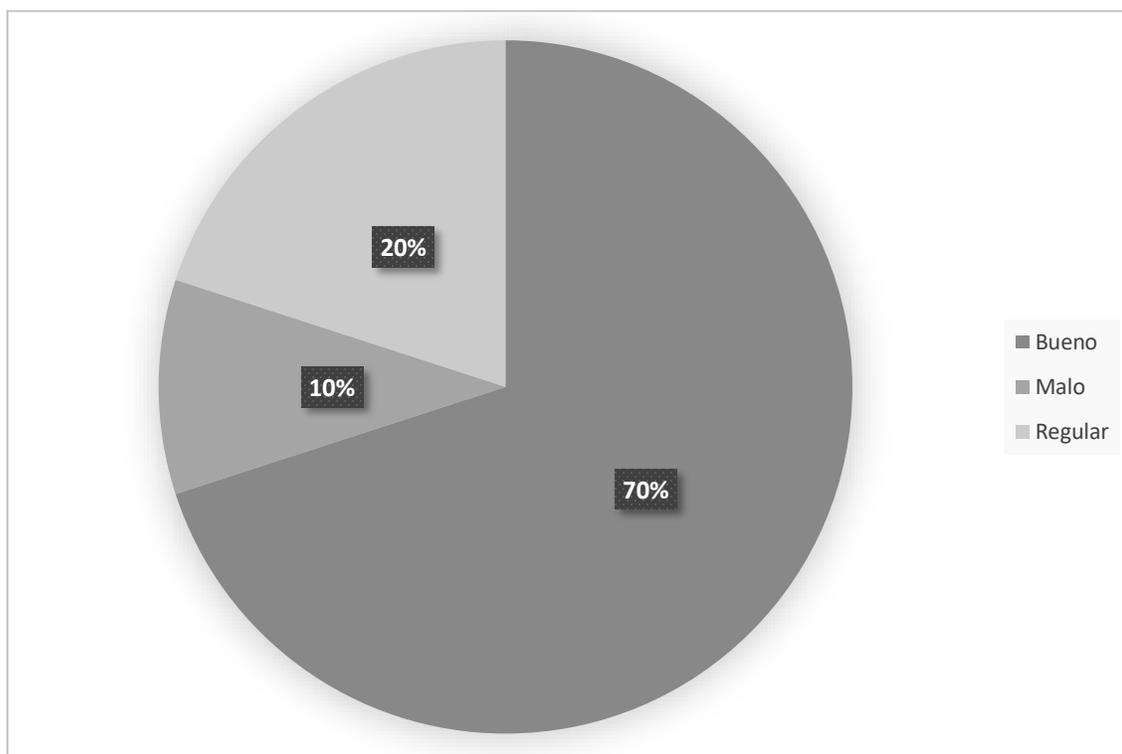


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indica que el 96% considera que, si están establecidas porque legalmente escritas en la SAT, ya que, si no, no estuvieran en el medio porque la SAT hace auditorías constantemente, el 4% considera que no, siempre hay empresas que hacen evasión de impuesto y ahí no estarían acatando lo que establece la ley.

Gráfica 07

¿Cómo considera su experiencia en la empresa al adquirir un producto o servicio?

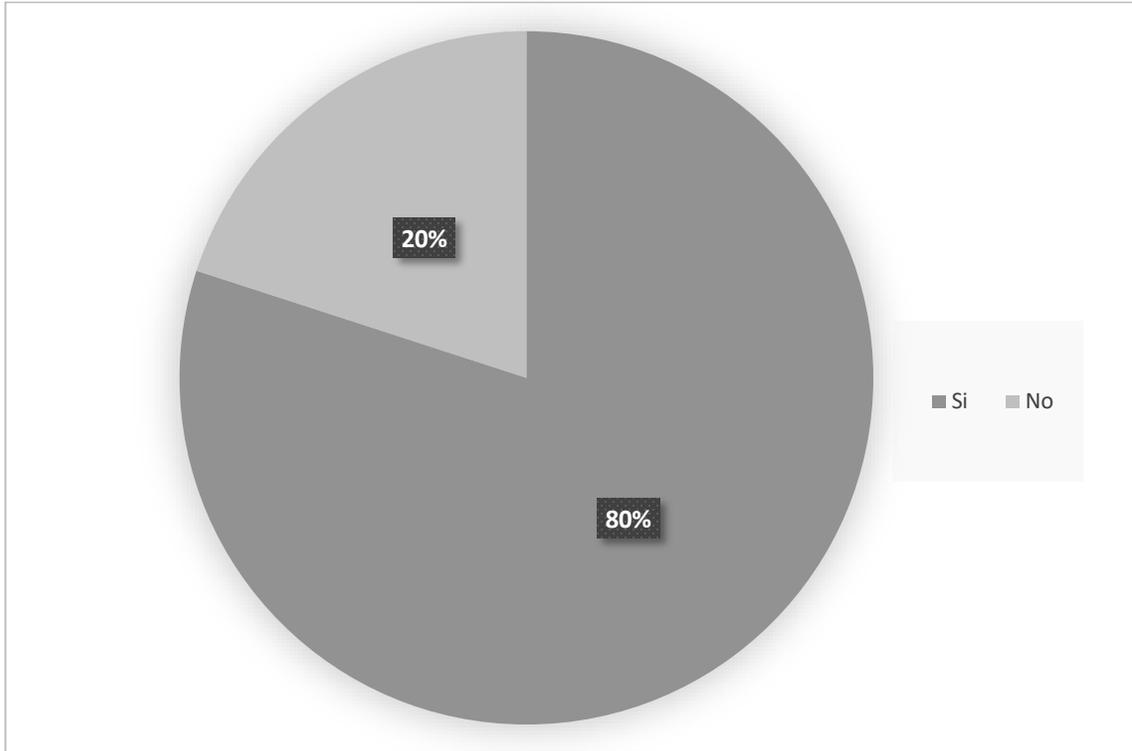


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indica que el 70% considera que la experiencia ha sido buena, el 10% considera que ha sido malo, el 20% considera que ha sido regular.

Grafica 08

¿Volvería adquirir un producto o servicio?

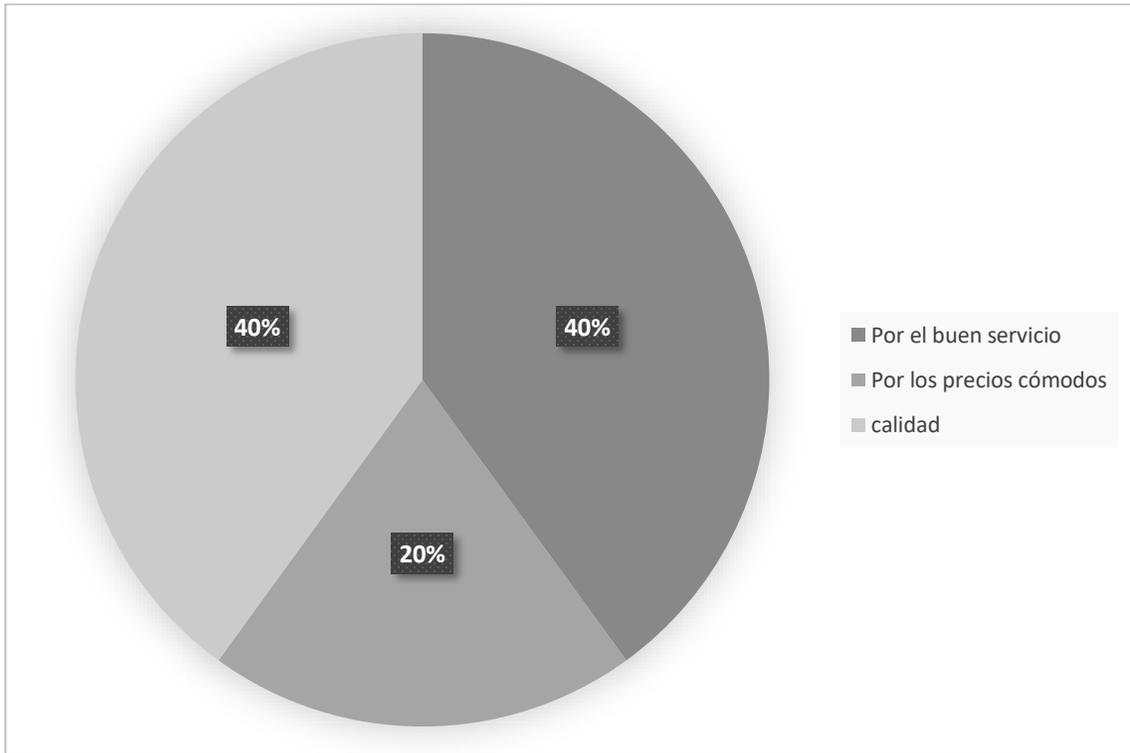


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indica que el 80% considera que, sí volvería adquirir el producto o servicio, el 20% considera que no lo volvería a adquirir.

Gráfica 09

¿En qué se centra al momento de visitar alguna empresa?

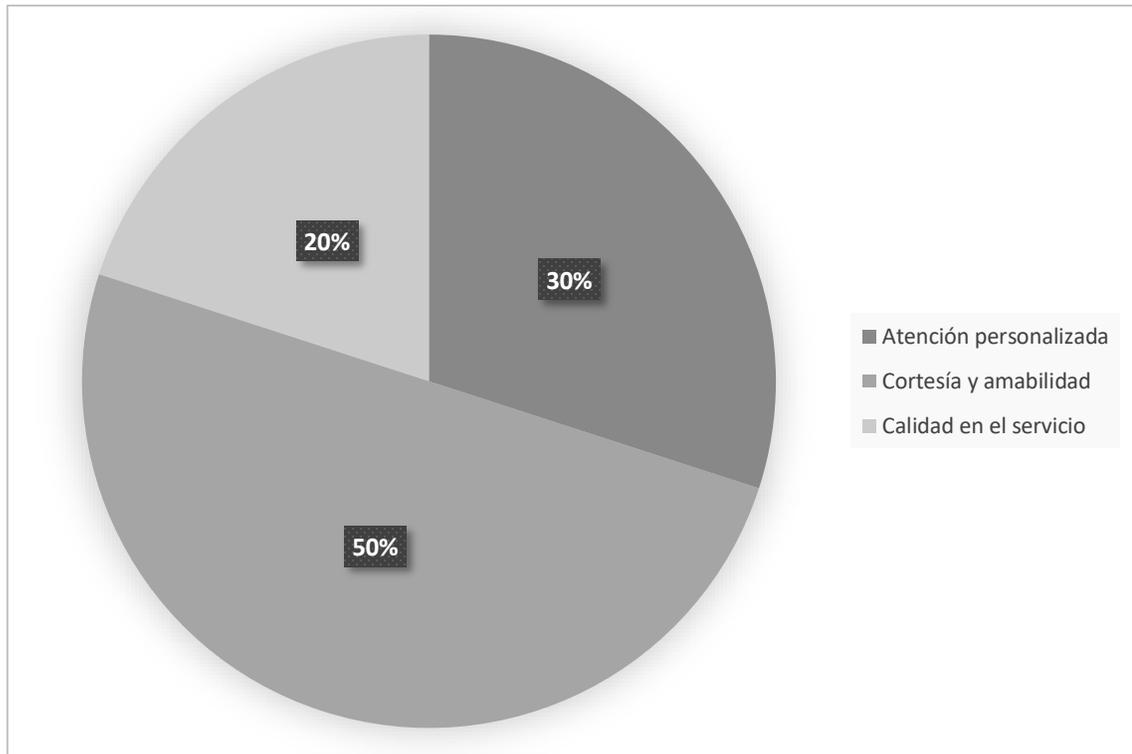


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indica que el 40% se centra por el buen servicio que se le brinda, 20% se centra por los precios cómodos, 40% se centra por calidad del producto o servicio.

Gráfica 10

¿Cuál de estas mejoras considera conveniente en cuanto al servicio al cliente?

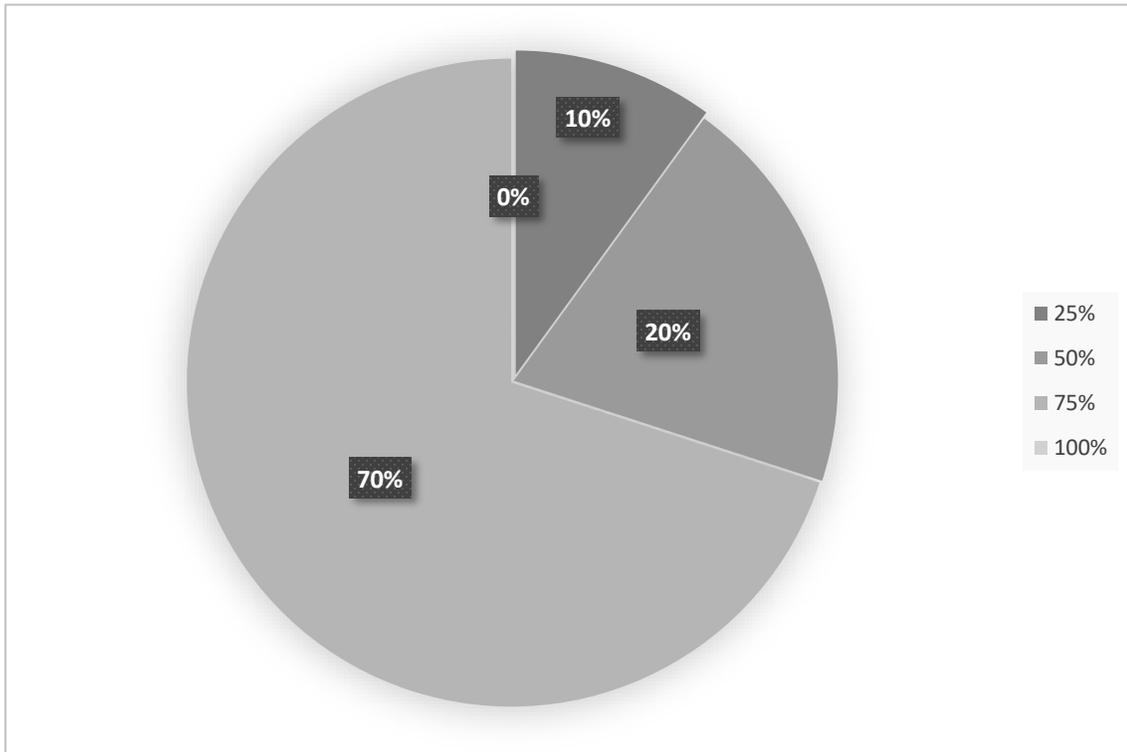


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indica que el 30% considera que mejore la atención personalizada, el 50% considera que mejore la cortesía y amabilidad de los trabajadores, 20% considera que mejore la calidad en el servicio.

Gráfica 11

¿Cuál es su nivel de satisfacción al comprar un producto o servicio en la empresa?

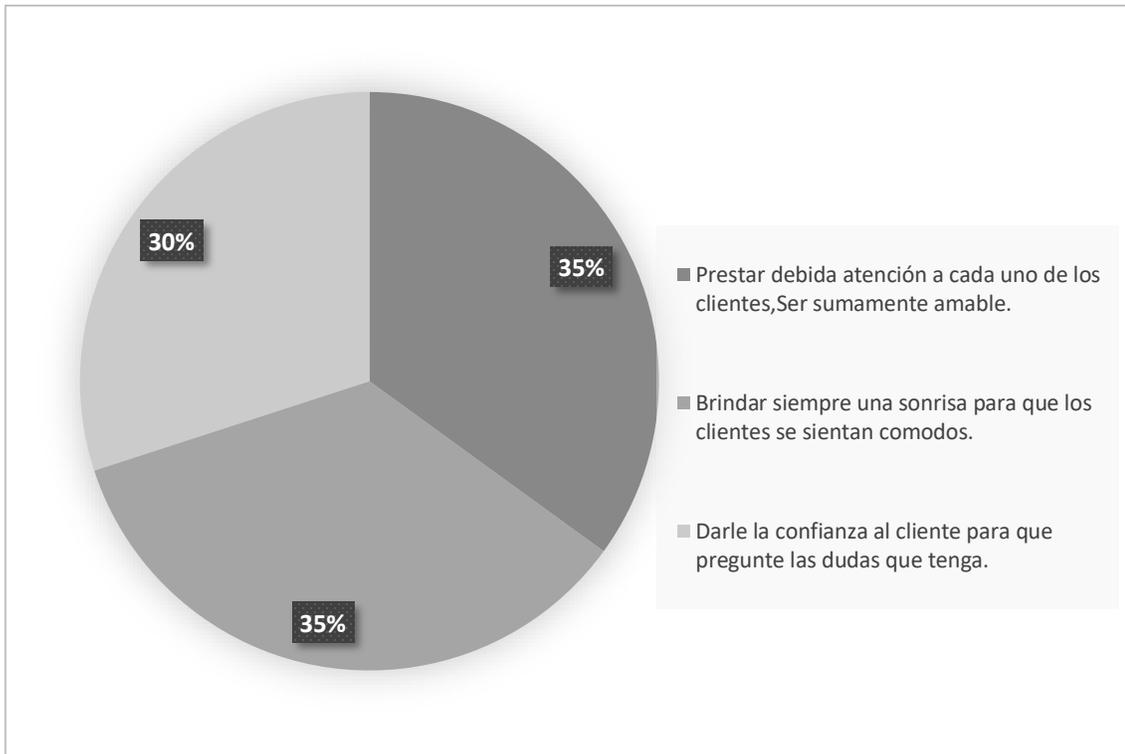


Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indica que el 30% considera que su nivel de satisfacción es el 25%, el 50% considera que su nivel de satisfacción es del 50%, el 70% considera que el nivel de satisfacción es de 75%, nadie opino que su nivel de satisfacción es el 100%.

Gráfica 12

¿Qué sugerencias le daría a la empresa en cuanto a la atención al cliente?



Fuente: elaboración propia, enero 2019.

Interpretación: los datos obtenidos de las 148 personas encuestadas, que constituye el 100% de las personas abordadas, indica que el 35 % sugiere que al cliente se le debe prestar la debida atención ser sumamente amable para que se sienta bien, así volverán a adquirir el producto, 35% sugiere que siempre debe de atender con una sonrisa para que los clientes se sienta cómodos en la empresa, 30% sugieren que se le debe de dar la confianza al cliente para que pueda expresar sus dudas o inquietudes.

Capítulo 3

Discusión y conclusiones

3.1 Extrapolación

En este apartado se destaca el análisis de campo, se extrae la información de las encuestas realizadas a cada uno de los colaboradores, gerentes y clientes de las empresas formales, se analiza cada uno de los resultados obtenidos; en la gráfica uno se describe el género, es muy importante conocer esta parte para tener datos de la población por género y en el municipio predomina el género masculino. En la segunda gráfica se destaca el rango de edad de cada uno de los colaboradores de las distintas empresas formales en la gráfica se observa que la mayor parte están en la edad de los 26 años 35 años, la tercera gráfica indica el tiempo que llevan laborando en la empresa y el que más predomina son los menores de cinco años con el 41% de la población y el que sigue es el de 5 años a 10 años con el 35%, la gráfica señala que la mayoría de las personas no tiene mucho tiempo laborando en las empresas. Desde ahí se parte para iniciar de qué manera influye el liderazgo en las empresas formales, las primeras gráficas dan a conocer o tener más información de las personas que laboran en las entidades.

Contrato individual de trabajo, sea cual fuere su denominación, es el vínculo económico-jurídico mediante el que una persona (trabajador), queda obligada a presentar a otra (patrono), sus servicios personales o a ejecutarle una obra, personalmente, bajo la dependencia continuada y dirección inmediata o delegada de esta última, a cambio de una retribución de cualquier clase o forma. (Guatemala, Código de Trabajo de la República de, 2008, pág. 27)

En el código trabajo establece que toda persona mayor de 18 años tiene derecho a un trabajo no importando el género, toda empresa se debe de regir con lo que la ley establece, es por eso que se hizo al principio las preguntas sobre el género y la edad y cuánto tiempo labora.

La cuarta gráfica indica cuáles son los factores que ayuda a que la empresa tenga éxito en el medio, los colaboradores y gerentes opinaron que lo primero era la calidad del producto y otro aspecto que resalta es la eficiencia de los colaboradores, sin el apoyo de ellos no se podría brindar un servicio y atención de calidad a los clientes, se considera que para tener éxito deben de esforzarse y dar un lo mejor de ellos para obtener buenos resultados, en efecto lo primordial para la empresa es satisfacer las necesidades de los clientes

“Hay cinco elementos esenciales para el éxito empresarial el primero es tener un producto de calidad, segundo elección del momento oportuno, tercero capital adecuado, cuarto recurso humano y quinto administración eficaz”. (Rusell, 2011, pág. 61)

Estos elementos son base para el camino del éxito empresarial porque están ligados entre sí ya que si no tiene el primero no podría conseguir los demás. Se analiza las dos partes, lo que dice el autor con lo que opinaron los encuestados va enlazado, de cuál es la herramienta esencial para una empresa exitosa consideran que es tener un líder activo y eficiente para que todo ello funcione. La quinta gráfica refleja que opinan sobre el liderazgo y el 50% opina que es una mente innovadora que los guíe y forme y que haga constantes cambio para poder estar a la vanguardia de las necesidades que surjan tanto en los clientes, como en los objetivos de la organización y el 30% opina que el liderazgo es que una persona sabe de la toma decisiones lo considera así ya que el líder es la persona encargada de guiar a un grupo de personas con un fin, el cuál es alcanzar los objetivos de la empresa. Los líderes tienden a tener perfiles entre ellos, el que más se practica en las empresas es el democrático es el que le da participación a los demás y él toma las decisiones. La cualidad de un líder es la capacidad de resolver problemas e innovador, son piezas importantes para manejar a un grupo de trabajadores, son los encargados de que todo marche bien dentro de la organización.

“La actitud es sin lugar a dudas su gran fortaleza. Ninguna pregunta es demasiado pequeña o demasiado tonta para ser respondida. Enfrentan las adversidades con una actitud inquebrantable. Para decirlo francamente, son personajes inspiradores”. (Gómez, 2019)

en este apartado menciona sobre la actitud que debe tener el líder en la organización, debe tener carácter para manejar y guiar al grupo.

Se considera importante qué estrategias son las que la empresa utiliza para atraer a los clientes, la primordial es la atención al cliente, si un cliente está satisfecho él se comunicará con los demás clientes, se da el marketing de boca a boca, el cliente como el servicio estuvo bien, él puede hasta llegar a ser cliente potencial de la empresa.

“El marketing de atracción o inbound marketing, se podría definir entonces como el conjunto de tácticas no masivas, enfocadas en generar atención, atraer, convertir y fidelizar a un público objetivo.” (Maram, 2014).

Es el que las empresas utilizan para atraer a los clientes dando los mejores servicios de atención para que los clientes se vuelvan fieles, dando publicidad a los productos o servicios.

Algunas preguntas fueron enfocadas para los gerentes, qué es lo que opinan los colaboradores de los gerentes, qué característica posee el líder, inspira respeto y confianza en sí mismo, también tiene la capacidad de gestionar recursos estos son algunas de las características que posee los líderes en las empresas formales en el municipio. En el ámbito empresarial hay un sin fin de características que debe de poseer el líder, porque todos los líderes tienen diferente manera de dirigir. Cada líder posee valores distintos, entre los cuales se pueden mencionar: el compromiso que tenga con los colaboradores y la empresa, el respeto, la integridad, la humildad, buen comunicador.

La relación entre liderazgo y gerencia y la evolución que estos conceptos han tenido por el constante clima de competencia internacional e incertidumbre a los que se enfrentan la industria y el comercio, han llevado a las empresas a redefinir su visión, misión, objetivos, estructura, procesos y producción sobre la base de que tanto el liderazgo como la gerencia tienen un terreno común que es necesario considerar para tomar decisiones adecuadas en situaciones determinadas. (Ramírez, 2012, pág. 92)

En este apartado indica que el liderazgo y la gerencia son parte fundamental para la dirección de la empresa, teniendo claros los términos pueden alcanzar resultados positivos para la empresa.

El estilo predominante de liderazgo es el Democrático, el cual se caracteriza por la escucha activa, se compromete con la empresa y los colaboradores para la ejecución de las actividades, delega tareas, no rechaza a las personas, respeta las previsiones, enfrenta dificultades, promueve los resultados en conjunto sabe trabajar en equipo, la humildad, influencia positiva y compromiso el cual está estrechamente relacionado con la orientación al logro. Al conservar este estilo de liderazgo los gerentes manifiestan a su vez altas cualidades de liderazgo participativo lo que permite evidenciar una buena relación entre gerente y jefe a su cargo, debido a la confianza que existe en el gerente al delegar responsabilidades en sus colaboradores y tomar en cuenta sus opiniones en la toma de decisiones. Se evidencia que las dos expresiones anteriores de liderazgo limitan entonces que manifiesta el estilos autocrático, debido al compromiso e identificación que existe de los colaboradores no solo hacia su jefe sino hacia sus objetivos dentro de la corporación, dando más importancia a esta motivación que un salario en sí, dejando entonces atrás el antiguo paradigma de la empresa tradicional, donde los colaboradores eran solamente motivados por una paga considerando que solo era utilizados como fuerza operativa donde sus ideas y opiniones estaban fuera de contexto en el quehacer diario de sus responsabilidades. Se observa que el paradigma del líder autocrático es reemplazado en las empresas por un líder que es innovar y que da gran importancia al ser humano, entendiendo que el hacer es consecuencia del ser.

Las emociones son la clave de la motivación, y ser sensible a ellas es una tarea esencial del líder.

Los auténticos líderes no se distinguen por su talento innato o su dominio técnico, sino por su capacidad de inspirar en otros energía, pasión y entusiasmo. Y estos sentimientos se extienden rápidamente en los equipos de trabajo, estimulando a los demás. Una parte fundamental del liderazgo efectivo es saber controlar y usar adecuadamente las propias emociones, y potenciar sentimientos positivos en los equipos, es decir, crear resonancia. Sin tener en cuenta las

emociones, no puede obtenerse lo mejor de las personas y conseguir que las organizaciones prosperen. (Goleman, Boyatzis, & Mckee, 2017, pág. 102)

La mayoría de los colaboradores y gerentes consideran que el cliente es pieza fundamental en la existencia de la empresa, la última gráfica indica la manera que influye el liderazgo en la gestión de cliente, los colaboradores respondieron que sí, el gerente les da la inducción de qué forma se debe atraer y servir al cliente, el liderazgo influye en todas las áreas de la empresa ya que la persona encargada es el que posee los conocimientos para conducir al grupo de colaboradores si está enfocado en las metas de la empresa, el servicio y la gestión de cliente será exitosa, si influye de gran manera para alcanzar los objetivos de la empresa.

Esta investigación se realizó para conocer cómo las empresas atraen a los clientes, se hace un estudio sobre la satisfacción del cliente, en las primeras gráficas están los datos generales las cuales son el género, edad, en la siguiente pregunta se refiere si los clientes conocen qué es una empresa formal en la cual respondieron, que son las que están legalmente inscritas en el registro mercantil y Superintendencia de Administración Tributaria (S.A.T) , que tiene como fin el cual es satisfacer las necesidades del cliente,

(Piqueras, 2017) afirma;

Cuando un cliente compra nuestros productos, tenemos que adivinar qué es lo que está buscando, qué necesidad quiere satisfacer. Cuando diseñamos un producto o servicio, tenemos que pensar también en qué necesidad está satisfaciendo, para así también elaborar los mensajes de marca, la forma de comunicar con el cliente para llegar a él/ella. en el apartado comenta que se debe de enfocar en la pirámide de Abraham Maslow sobre las necesidades del ser humano.

(Acuña, 2015) afirma;

Toda persona necesita satisfacer necesidades humanas y en la pirámide de Maslow se clasifican como la fisiológica en el mundo comercial se piensa como satisfacer las necesidades básicas del

cliente, por eso al momento de lanzar un producto se debe conocer la opinión en el mercado si se cubre con la necesidad o no, lo que también ve el cliente si el producto es de calidad y si llama la atención de los clientes. La seguridad y estabilidad, cuando un cliente adquiere un servicio o producto quiere tener la certeza y la sensación seguridad y para ello existe la atención al cliente. La pertenencia las empresas lo que hacen para que los clientes sean clientes potenciales, los incluyen a grupos, cuando se les da, tarjetas de fidelización de la empresa, se siente que pertenecen. La necesidad de reconocimiento, los clientes compran productos de marcas para que sean reconocidos por lo que compran se sienta en la necesidad de hacerlo, los clientes se enamoran de determinadas marcas y se enganchan en ella, las defienden y se siente que los representan y por último autorrealización cuando los clientes están a la vanguardia de lo que está en el mercado, buscando actualizarse y sentirse autorrealizados en las compras de productos.

Los clientes consideran que las empresas formales en el municipio sí cubren las necesidades, al momento de adquirir un producto ellos se enfocan en la calidad de los productos y servicios, siendo fundamental, ya que prefieren pagar por un buen producto que pagar por uno de mala calidad, lo que deben de hacer las empresas en el municipio de Fray Bartolomé de las casas, departamento de Alta Verapaz, es la atención personalizada para que los clientes sigan adquiriendo sus productos, se conviertan en clientes potenciales y que las empresas conforme el tiempo andén innovando los servicios que prestan como también los productos.

3.2 Hallazgos y análisis general

En la investigación sobre el liderazgo en las empresas formales y como se aplica la gestión de clientes, en el estudio se determinó que la mayoría de empresas en el municipio de Fray Bartolomé de las Casas, de departamento de Alta Verapaz poseen los gerentes distintos estilos de liderazgo eso depende de cómo ellos gestionan, para atraer más clientes, cada empresa tiene su ideología de

cómo atraer clientes, hay distintas estrategias, una de las cuales es el estilo de liderazgo que maneja, eso dependerá de los objetivos trazados en la empresa, y asimismo se reflejan en los resultados. En el análisis de resultados se observa que los colaboradores de las empresas son motivados por medio de felicitaciones, esto ayuda que la autoestima de cada uno de ellos este bien, porque un desempeño de excelencia del colaborador se puede lograr a través de la motivación, la misma que es generada por un ambiente agradable y este a su vez forjado por una buena práctica de liderazgo. Los resultados en la gestión de clientes se determinan que si se tiene una buena práctica del liderazgo y motivación hacia a los colaboradores, esto juega un papel muy importante, porque son ellos los que se comunican con clientes cara a cara y perciben las necesidades y deseos de los consumidores, tiene que tener claros los objetivos de la empresas, en el estudio se da a conocer que tan comprometidos están los colaboradores con la empresa y se determinó que ellos se enfocan, en dar mejores resultados, esfuerzo y dedicación, así cumplir con las metas de empresa.

3.3 Conclusiones

- 4 Se identificó en la investigación que el liderazgo que posee cada gerente, el que más se maneja es el democrático es el que les da participación a los colaboradores, también escucha activa, se compromete con la empresa y los colaboradores para la ejecución de las actividades, delega tareas, no rechaza a las personas, respeta las previsiones, enfrenta dificultades, promueve los resultados en conjunto, sabe trabajar en equipo, la humildad. El liderazgo que también practican algunos gerentes es el autocrático en el que toma decisiones, no sabe tratar a los subordinados, estos dos fueron los estilos de liderazgo que se observaron en el estudio, se puede decir que son los que más predominan en el municipio de Fray Bartolomé de las Casas, departamento de Alta Verapaz.
- 5 De acuerdo a la investigación queda claro que el liderazgo en toda empresa es importante para alcanzar los objetivos, motivando al personal, promoviendo la comunicación, la responsabilidad, alcanzando metas y obteniendo resultados satisfactorios, de esta manera influye el liderazgo en las empresas formales.

- 6 Durante la investigación se evidenció las siguientes características que posee el líder como: responsable, inspira respeto y confianza en sí mismo, escucha activa, capacidad de gestionar los recursos, comunicación, tiene conocimientos amplios de las áreas que tiene a su cargo, se compromete con el cumplimiento de las metas y reconoce el valor de los colaboradores.

- 7 En la investigación se determinó que el liderazgo es parte fundamental para el éxito y contribuye de gran manera para los procesos de gestión al cliente, porque la persona que está a cargo de la empresa debe liderar y crear las estrategias tanto para los clientes como para los colaboradores. En la investigación se observó cuáles son las estrategias que utilizan los gerentes en el mercado, entre ellas están: el cliente es pieza fundamental en la empresa, los gerentes son los encargados de dirigir y controlar las funciones del grupo de colaboradores, asimismo tiene claro que el cliente es primordial en la empresa, los colaboradores son pieza clave para el funcionamiento de la empresa, se crea una visión para el cliente, que conozca cuán importante es, y en cada servicio se evalúa las necesidades, se tomará la percepción de los servicios que se brindan y determinar cuáles son las necesidades del cliente, los colaboradores deben de estar en constantes capacitaciones el trabajo que desempeñan para brindar un buen servicio.

Referencias

4.1 Bibliográficas

1. Goleman, d., Boyatzis, R., & Mckee, a. (2017). *El líder resonante crea más*. España: Debolsillo.
2. Rusell, p. (2011). *Como ser un gerente proactivo*. Guatemala: L.E.E.R.
3. Acuña, B. (5 de Noviembre de 2015). **Abraham Maslow y la psicología transpersonal**: https://prezi.com/8pc_lxvo19eq/abraham-maslow-y-la-psicologia-transpersonal/

4.2 Digitales

4. Gómez, A. (1 de marzo 2019). *Como convertirte en un lider inspirador 5 consejos prácticos*. Emprendices. Recuperado de: <https://www.emprendices.co/como-convertirte-en-un-lider-inspirador-5-consejos-practicos/>
5. Maram, L. (01.03.2019). *Marketing de atracción*. Recuperado de: <https://www.luismaram.com/que-es-el-marketing-de-atraccion-3-ejemplos/>
6. Piqueras, C. (05.03.2019). *Marketing y Ventas*. Recuperado de: <https://www.cesarpiqueras.com/las-necesidades-de-los-consumidores/>

4.3 Legislación

7. Congreso de la Republica. Código de Trabajo de la República de Guatemala. (2008). *Decreto 1441*, Edición rubricada y concordada con las normas internacionales del trabajo, 226. (O. A. Mejía, Ed.) 01 de Diciembre 2008. Guatemala:

4.4 Revistas

8. Ramírez, M. (1 de Enero de 2012). *Estilo de liderazgo y enfoques gerenciales. Una aproximación teórica-metodológica para el análisis de la dirección organizacional*. *Revista Ciencias Sociales*, 98.

Anexos

Anexo 1



Universidad Panamericana
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas
Sede Fray Bartolomé de las Casas, A.V.

El presente cuestionario pretende recabar información para el desarrollo del Artículo Científico de la estudiante Prisma Gabriela Santos Díaz de la carrera Licenciatura en Administración de Empresas sobre el liderazgo y la aplicación integrada en la gestión de clientes de las empresas formales, en el municipio de Fray Bartolomé de las Casas, departamento de Alta Verapaz Guatemala.

Instrucciones: Marque con una X la respuesta que mejor indique cuál es su opinión con respecto a las

Datos generales

1	Género:	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
	Edad:	18 a 25 años	<input type="checkbox"/>	46 años a más	<input type="checkbox"/>
		26 a 35 años	<input type="checkbox"/>		
		36 a 45 años	<input type="checkbox"/>		
2	Tiempo de laborar en la empresa	Me de un año	<input type="checkbox"/>	10 a 15 años	<input type="checkbox"/>
		1 a 4 años	<input type="checkbox"/>	16 a 20 años	<input type="checkbox"/>
		5a 10 años	<input type="checkbox"/>	21 o más años	<input type="checkbox"/>

interrogantes:

3 ¿Qué factor ayuda el éxito de empresa?

<input type="checkbox"/>	La calidad del producto
<input type="checkbox"/>	La eficiencia de los colaboradores
<input type="checkbox"/>	El marketing del producto
<input type="checkbox"/>	La tecnología

4 ¿Qué significa el liderazgo para usted?

<input type="checkbox"/>	Una persona que sabe de la toma de decisiones
<input type="checkbox"/>	capacidad de manejar un equipo

mente innovadora

5 ¿Cuál es la estrategia que se utiliza en su empresa?

- la publicidad
- los precios cómodos
- la variedad de producto
- Atención al cliente

6 ¿Cuál es el perfil que debe manejar un líder?

- Democrático
- Autoritario
- Político
- Socialista

Según usted ¿cuál sería la cualidad de un líder?

7

- Creativo
- Innovador
- Emprendedor
- Capacidad de resolver problemas

8 ¿Cómo incentiva a los colaboradores?

- Por un buen sueldo
- Por capacitaciones
- Por pagos en horas extras
- Por reconocimientos al esfuerzo laboral

9 ¿Qué características considera que posee su jefe inmediato?

- Responsable
- Inspira respeto y confianza
- Capacidad para gestionar los recursos
- Escucha activa
- Visión futura

10 ¿Qué valores considera que posee su jefe inmediato?

- Respeto
- Integridad
- Compromiso

Humildad

Buen comunicador

Confianza en sí mismo

11 ¿Qué estilo de liderazgo posee su jefe inmediato?

Democrático

Carismático

Solidario

Directivo

Autocrático

Orientado a los Resultados

12 ¿Qué motivación recibe por parte de su jefe inmediato?

Comisiones

Bo

Felicitaciones

13 ¿De qué manera se compromete con la empresa?

Dar mejores resultados

Esfuerzo y dedicación

fidelidad a la empresa

14 ¿Considera que el cliente es prioridad en la empresa?

Si

No

¿Por qué?

15 ¿Considera que el liderazgo influye en la ejecución de las actividades en la empresa?

Si

No

¿Por qué?

Anexo 2



Universidad Panamericana
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas
Sede Fray Bartolomé de las Casas, A.V.

El presente cuestionario pretende recabar información para el desarrollo del Artículo Científico de la estudiante Prisma Gabriela Santos Díaz de la carrera Licenciatura en Administración de Empresas sobre el liderazgo y la aplicación integrada en la gestión de clientes de las empresas formales, en el municipio de Fray Bartolomé de las Casas, departamento de Alta Verapaz Guatemala.

1 Datos generales

Género:	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
Edad:	18 a 25 años	<input type="checkbox"/>	46 años a más	<input type="checkbox"/>
	26 a 35 años	<input type="checkbox"/>		
	36 a 45 años	<input type="checkbox"/>		

Instrucciones: Marque con una X la respuesta que mejor indique cuál es su opinión con respecto a las interrogantes:

2 ¿Sabe que es una empresa formal?

<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No
--------------------------	----	--------------------------	----

3 ¿Conoce algunas empresas formales en el área de Fray Bartolomé de las Casas, Alta Verapaz?

Mencione: _____

4 ¿Qué le ha parecido el servicio al cliente?

<input type="checkbox"/>	Bueno
<input type="checkbox"/>	Malo
<input type="checkbox"/>	Regular

5 ¿Considera que las empresas formales de Fray Bartolomé de las Casas, cumplen con lo establecido en la ley?

Si
 No

Explique: _____

6 ¿Cómo considera su experiencia en la empresa al adquirir un producto o servicio?

Bueno Malo Regular

7 ¿Volvería adquirir un producto o servicio?

Si No

8 ¿En qué se centra al momento de visitar alguna empresa?

Por el buen servicio
 Por los precios cómodos
 Calidad

9 ¿Cuál de estas mejoras considera conveniente en cuanto al servicio al cliente?

Atención personalizada
 Cortesía y amabilidad
 Calidad en el servicio

10 ¿Cuál es su nivel de satisfacción al comprar un producto o servicio en la empresa?

25% 50% 75% 100%

11 ¿Qué sugerencias le daría a la empresa en cuanto a la atención al cliente?

Explique: _____
