

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE
FACULTAD, CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRACIÓN
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL
CLIENTE DE LAS MYPES DEL SECTOR TRANSPORTE
DE CARGA, DISTRITO DE CALLERÍA, AÑO 2018**

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

AUTOR:

Bach. LUIS ALBERTO TORRES GONZÁLES

ASESOR:

MBA. CRYSBER MOISÉS VALDIVIEZO SARAVIA

PUCALLPA – PERÚ

2018

I.-TÍTULO:

**“LA GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS
MYPES DE TRANSPORTE DE CARGA DEL DISTRITO DE CALLERÍA,
AÑO 2018”**

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. Sergio Ortíz García

Secretario

Mgtr. José Luis Meza Salinas

Miembro

Dr. Geider Grandez García

Presidente

Mba. Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

Asesor

DEDICATORIA

A Dios, por la luz que ilumina y
guía paso a paso de mi vida
gracias a su eminente influencia
en mí ser.

AGRADECIMIENTO

A mi familia, y a todos los que de alguna manera aportaron a que se haga realidad el objetivo de lograr mi carrera profesional con gran éxito.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, es de tipo no experimental – transversal - descriptivo, se realizó con el propósito de determinar la influencia de la gestión bajo el enfoque de atención al cliente de las mypes de transporte de carga, distrito de Callería, año 2018. El universo estuvo constituido por 79 empresas, la muestra es de 20 empresas. Para la obtención de datos, se aplicó el instrumento de encuestas con un cuestionario de preguntas; el análisis y procesamientos de datos se realizaron en el programa Excel, con la elaboración de tablas y gráficos simples y porcentuales para obtener las siguientes conclusiones: Cuando se terminó de recopilar la información sobre las empresas de transporte de carga, universo estuvo constituido por 79 empresas, la muestra es de 20 empresas. Según lo demostrado en el campo, se concluye que el enfoque de atención al cliente ayudará a fortalecer el servicio que brindan las empresas, ya que hoy en día el cliente es la razón de ser. Así lograr equilibrios que sean capaces de cumplir los objetivos de gran demanda toda empresa trata de conseguir en estos tiempos de grandes exigencias.

Palabra clave: Gestión bajo el enfoque de atención al cliente de las Empresas de Transporte de carga.

ABSTRACT

The present research work, of a non - experimental - transversal - descriptive type, was carried out for the purpose of determining the influence of the management under the customer service approach of the cargo transportation mypes, district of Callería, 2018. The universe was constituted by 79 companies; the sample is of 20 companies. To obtain data, the survey instrument was applied with a questionnaire of questions; the analysis and processing of data were carried out in the Excel program, with the preparation of tables and simple and percentage graphs to obtain the following conclusions: When the information on the cargo transport companies was completed, we realized that by initiative own people undertake the difficult business challenge. Without leaving aside that there are other possible ways of doing business, such as: by inheritance and society. As demonstrated in the field, it is concluded that the focus of customer service will help to strengthen the service provided by companies, since today the customer is the reason for being. Thus, achieve balances that are able to meet the high demand objectives that every company tries to achieve in these of times great demands.

Keyword: Management under the customer service approach of Cargo Transport Companies.

INDICE GENERAL

| | |
|--|-----|
| I.-TÍTULO:..... | ii |
| FIRMA DE JURADO Y ASESOR | iii |
| DEDICATORIA..... | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| RESUMEN..... | vi |
| ABSTRACT | vii |
| CAPITULO I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN..... | 2 |
| 1.1.1 Planteamiento del problema | 2 |
| 1.1.2 Caracterización del Problema..... | 2 |
| 1.1.3 Enunciado del problema | 3 |
| 1.2 Objetivos de la investigación | 3 |
| 1.2.1 Objetivo general | 4 |
| 1.3. Justificación de la investigación..... | 4 |
| 1.3.1 Justificación Teórica..... | 5 |
| 1.3.2 Justificación Metodológica..... | 5 |
| 1.3.3 Justificación Práctica..... | 6 |
| CAPITULO II. REVISIÓN DE LA LITERATURA | 7 |

| | |
|--|----|
| 2.1 Antecedentes | 7 |
| 2.1.1. Antecedente Internacional | 7 |
| 2.1.2. Antecedente nacional..... | 8 |
| 2.1.3. Antecedente regional | 11 |
| 2.2. Bases teóricas de la investigación | 12 |
| 2.3. Marco conceptual | 14 |
| 2.4. Características de la atención al cliente:..... | 15 |
| 2.4.1. Servicio:..... | 16 |
| 2.4.2. La calidad en los servicios en el enfoque en la gestión de atención al cliente | 17 |
| 2.4.3. Sistema de Gestión de la Calidad en el enfoque a la atención al cliente..... | 17 |
| CAPITULO III. HIPÓTESIS | 18 |
| 3.1. Hipótesis Generales | 18 |
| 3.2. Hipótesis Específicas..... | 18 |
| CAPITULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... | 19 |
| 4.1. Diseño de la investigación..... | 19 |
| 4.2. 1. Población | 20 |
| 4.2.2. Muestra | 20 |
| 4.3. Definición y Operacionalización de Variables e indicadores..... | 22 |

| | |
|--|-----------|
| 4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 23 |
| 4.5. Plan de análisis | 23 |
| 4.6. Matriz de Consistencia..... | 24 |
| 4.7. Principios éticos | 25 |
| CAPITULO V. RESULTADOS | 26 |
| 5.1. Resultados | 26 |
| 5.2 Análisis de resultados..... | 46 |
| CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 48 |
| 6.1. Conclusiones | 48 |
| 6.2. Recomendaciones | 49 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 57 |
| ANEXOS..... | 59 |
| 1: Presupuesto..... | 60 |
| 2: Cronograma..... | 61 |
| 3: Instrumentos de recolección de datos..... | 62 |
| I. Datos generales: | 62 |
| II. Características de las mypes | 63 |
| III. Gestión de calidad y atención al cliente | 65 |

Índice de Tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1 ¿Por qué emprendiste este negocio? | 26 |
| Tabla 2 ¿Cuántos años está dedicado a este rubro? | 27 |
| Tabla 3 ¿Su negocio cumple con que las horas estipuladas de recolección y entrega de carga y mudanza? | 28 |
| Tabla 4 ¿Cumple con la entrega a tiempo pactado?..... | 29 |
| Tabla 5 ¿La mercancía y/o producto llegan en buen estado?..... | 30 |
| Tabla 6 ¿Su personal da una imagen de honestidad y confianza? | 31 |
| Tabla 7¿El servicio ha solucionado satisfactoriamente las necesidades de sus clientes? | 32 |
| Tabla 8 ¿Las condiciones de servicio es seguro y de calidad? | 33 |
| Tabla 9 ¿De qué manera se hace usted responsable en caso de pérdida o deterioro de las mercancías?..... | 34 |
| Tabla 10 ¿Cuenta su negocio con algún tipo de seguro contra robos o pérdida de las mercancías? | 35 |
| Tabla 11 De no contar con seguro ¿quisiera adquirirlo?..... | 36 |
| Tabla 12 ¿Cuenta con un local propio?..... | 37 |
| Tabla 13 ¿Su negocio se encuentra ubicado en un lugar estratégico? | 38 |
| Tabla 14 ¿Usted cree que el estado apoya a los negocios de transporte? | 39 |
| Tabla 15 ¿Con que frecuencia sus clientes solicitan su servicio?..... | 40 |
| Tabla 16 ¿Conoce usted, que es gestión bajo el enfoque al cliente?..... | 41 |

| | |
|--|----|
| Tabla 17 ¿Le gustaría aplicar la gestión bajo el enfoque al cliente para mejorar tu negocio? | 42 |
| Tabla 18 ¿Le gustaría contar con un profesional en la gestión bajo el enfoque al cliente? | 43 |
| Tabla 19 ¿De qué manera ha afectado la globalización en su negocio? | 44 |
| Tabla 20 ¿Ha tomado medidas respecto a la globalización?..... | 45 |
| Tabla 21 Presupuesto | 60 |
| Tabla 22 Cronograma..... | 61 |

Índice de Gráficos

| | |
|---|----|
| Gráfico 1 ¿Por qué emprendiste este negocio? | 26 |
| Gráfico 2 ¿Cuántos años está dedicado a este rubro? | 27 |
| Gráfico 3 ¿Su negocio cumple con que las horas estipuladas de recolección y entrega de carga y mudanza? | 28 |
| Gráfico 4 ¿Cumple con la entrega a tiempo pactado?..... | 29 |
| Gráfico 5 ¿La mercancía y/o producto llegan en buen estado? | 30 |
| Gráfico 6 ¿Su personal da una imagen de honestidad y confianza? | 31 |
| Gráfico 7 ¿El servicio ha solucionado satisfactoriamente las necesidades de sus clientes?..... | 32 |
| Gráfico 8 ¿Las condiciones de servicio es seguro y de calidad? | 33 |
| Gráfico 9 ¿De qué manera se hace usted responsable en caso de pérdida o deterioro de las mercancías?..... | 34 |
| Gráfico 10 ¿Cuenta su negocio con algún tipo de seguro contra robos o pérdida de las mercancías? | 35 |
| Gráfico 11 De no contar con seguro ¿quisiera adquirirlo? | 36 |
| Gráfico 12 ¿Cuenta con un local propio?..... | 37 |
| Gráfico 13 ¿Su negocio se encuentra ubicado en un lugar estratégico? | 38 |
| Gráfico 14 ¿Usted cree que el estado apoya a los negocios de transporte? | 39 |
| Gráfico 15 ¿Con que frecuencia sus clientes solicitan su servicio?..... | 40 |
| Gráfico 16 ¿Conoce usted, que es gestión bajo el enfoque al cliente? | 41 |

| | |
|--|----|
| Gráfico 17 ¿Le gustaría aplicar la gestión bajo el enfoque al cliente para mejorar tu negocio? | 42 |
| Gráfico 18 ¿Le gustaría contar con un profesional en la gestión bajo el enfoque al cliente? | 43 |
| Gráfico 19 ¿De qué manera ha afectado la globalización en su negocio? | 44 |
| Gráfico 20 ¿Ha tomado medidas respecto a la globalización? | 45 |

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

En qué medida ayuda a conocer la gestión en el enfoque de atención al cliente mypes de transporte de carga, Distrito de Callería año 2018.

Las mypes presentan hoy en día grandes avances, así como uso de tecnologías, comunicación, responsabilidad social, aspectos políticos, económicos y culturales. Esto con lleva a un nivel de alta competitividad ya que esto contribuye a la gran exigencia del mercado distrital, regional como nacional. 79 empresas de transporte de carga existen en nuestro distrito, estas son las más importantes dentro de nuestro distrito, Los servicios de transportes tienen diferentes modos, zonas y servicios dependiendo de la finalidad que tenga en transporte dentro de ellos. También intervienen el usuario, el transportista y la sociedad en conjunto. Debido a la gran demanda en el transporte ha sido necesario crear leyes sobre la circulación en todos los medios de transporte (tierra, agua y aire). La preparación de ellas y su mantenimiento, cumplimiento y renovación está a cargo del estado.

Mediante este estudio del enfoque de atención al cliente se busca un adecuado equilibrio entre transportista y cliente, con el objetivo de fortalecer las técnicas, estrategias, información, tecnologías y sobre todo una perfecta comunicación con asesoramientos profesional que estén de acuerdo a lo que busca la empresa, para satisfacer a su cliente en este difícil tiempo de grandes retos y esto lleva a mantenerse en constante investigación. Por todo ello esta investigación pretende convertirse en un instrumento de consulta para los próximos estudiantes de Universidad Católica los Ángeles de Chimbote o el que desee conocer.

1.1 PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1 Planteamiento del problema

En qué medida ayuda a conocer la gestión en el enfoque de atención al cliente en las mypes de transporte de carga distrito de Callería, año 2018. Como lograr una ejecución de un problema que no es ajeno a la realidad de las mypes, las empresas de transporte de carga deben hacer frente a la problemática existente ya que afectara directamente su desarrollo como empresa.

1.1.2 Caracterización del Problema

Sí las empresas de transporte de carga del distrito de Callería, serian conscientes de que con el enfoque de atención al cliente es una ventaja competitiva que de alguna manera asegura la permanencia en el mercado y mejora las utilidades, se puede lograr que todos conviertan el enfoque de atención al cliente como un estilo de vida. Si adicional a esto, se toma en cuenta que fundamentalmente la única diferencia que aprecian el cliente, en muchos productos y servicios hoy en día, es básicamente la que marca la diferencia de su servicio, nos con lleva a analizar la importancia que la misma posee ya que es genera ventajas competitivas en cualquier empresa de transporte de carga y en muchas ocasiones podría incluso llegar hacer primordial en la empresa, sobre todo si se habla de economías de servicio donde toda la empresa ofrecen como productos y servicios iguales.

La importancia de implementar un sistema de gestion en el enfoque de atención al cliente, sirve para desarrollar en la organización un conjunto de actividades, procesos y procedimientos encaminados a lograr que las características presentes tanto en el producto como en el servicio cumplan con los requisitos exigidos por los clientes, logrando y aumentando el porcentaje de ventas planificadas en las empresas de transporte de carga .

La gestión en el enfoque de atención al cliente, así como final de un producto o servicio tal como se suministra a un cliente, se deriva o depende totalmente de la “calidad interna” con la que se generó. Esto significa que la calidad se construye a través de todos los procesos y pasos que intervienen en la prestación de servicios. Cuando se cumpla las metas de una organización esta garantiza la calidad de un buen producto o servicio. De una buena gestión al cliente, se debe asegurar el trabajo y el compromiso del personal para lograr la calidad interna y externa. El servicio es muy valioso para las empresas que están presionadas en buscar resultados económicos para así ser frente a la competencia.

1.1.3 Enunciado del problema

¿Cuál es la influencia de la gestión en el enfoque de atención al cliente de las mYPES de transporte de carga del Distrito de Calleria año 2018?

1.2 Objetivos de la investigación

Los objetivos de la investigación son los logros que se quieren alcanzar a través del trabajo en la empresa de transporte de carga. Es decir que se plantean las metas del trabajo antes de comenzar esto permite orientar la investigación del trabajo, pero también medir los resultados obtenidos en la gestión en el enfoque de atención al cliente. Los objetivos se redactan comenzando con infinitivos como definir, distinguir, registrar, identificar, etc.

Los objetivos se redactarán teniendo en cuenta el tipo de conocimiento que se quiere lograr: tipo no experimental – transversal – descriptivo etc.

1.2.1 Objetivo general

Según el análisis la influencia de la gestión en el enfoque de atención al cliente de las mypes de transporte de carga del Distrito de Callería, año 2018. Buscaremos mejorar y a la vez contribuir a un mejor desarrollo.

1.2.2 Objetivos específicos

Determinar las características de una gestión en el enfoque de atención cliente de transporte de carga. Distrito de Callería año 2018.

Obtener los beneficios que se logra con la aplicación de una gestión en el enfoque de atención al cliente de las mypes de transporte de carga del distrito de Callería año 2018.

Medir los resultados obtenidos en la gestión en el enfoque de atención al cliente.

1.3. Justificación de la investigación

Este estudio se justifica porque nos permitirá conocer el nivel de mejora de la calidad del enfoque de atención al cliente, del sector transporte de carga del distrito de Callería en el ámbito de estudio, año 2018.

Permitirá determinar que las mypes del sector transporte de carga usen documentos normativos, políticas, estrategias, acciones, metas, objetivos, evaluaciones y todo lo necesario para aplicar una gestión al cliente en base de la planeación, organización, dirección, coordinación y control en sus actividades y recursos, orientándolos a la eficiencia, efectividad, y, por tanto, la competitividad. Todo ello, va a con llevar a lo siguiente:

Va permitir que los gerentes vean el impacto que genera al aplicar la gestión en el enfoque de atención al cliente en sus empresas para lograr la respectiva competitividad en los mercados.

Asimismo, este trabajo servirá para futuras investigaciones, sobre la aplicación de una gestión en el enfoque de atención al cliente en las mypes en general.

Así también podrá ser utilizado por ser importante como modelo de calidad en el enfoque de atención al cliente para el desarrollo de las mypes del sector transporte de carga.

Esta investigación nos permitirá obtener los aspectos reales de la Gestión en el enfoque de atención al cliente que se aplican en las mypes del sector transporte de carga, Puesto que, los hallazgos de la presente investigación se presentan en un contexto que las mypes son las protagonistas de la actual economía del país y es de tal importancia un adecuado fortalecimiento del enfoque de atención al cliente para el crecimiento y desarrollo de las mismas.

Con alternativas que sea capaces de subsistir en el tiempo mediante cambios adaptables y confiables.

1.3.1 Justificación Teórica

El motivo principal de esta investigación se fundamenta en la necesidad de conocer cuál es el modelo de enfoque de atención al cliente, las ideas principales que en ellos priman y que practican los administradores de las mypes del distrito de Callería, año 2018; a fin que nos permita establecer la idea central que tienen para conducir sus empresas. También es necesario establecer estrategias actuales que sean capaces de impactar el mercado, como eficiente para su pleno desarrollo de las empresas de transporte de carga del distrito de Callería.

1.3.2 Justificación Metodológica

Actualmente las mypes presentan problemas de poca competitividad en el mercado, falta de interés de conocer a su competencia directa por parte de los

colaboradores, así como de los encargados de las mismas y la falta de tener objetivos claros que determinen el rumbo de las pequeñas empresas de transporte de carga, que permita mejorar la competitividad el enfoque de atención al cliente al implantarlo se logrará y obtendrá resultados favorables como deseado por la empresa.

1.3.3 Justificación Práctica

Asimismo, consideramos útil investigar el problema formulado para entender mejor, la practicidad de las técnicas mencionadas en el estudio y la posibilidad de ser adecuadas conforme las diversas necesidades que las mypes afrontan en el mercado. Consideramos que el aporte fundamental que se espera alcanzar con este estudio, radica en el hecho de hacer comprender como una gestión enfocada en atención al cliente se obtendrá un alto grado de porcentaje favorable y garantía de éxito empresarial.

CAPITULO II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1. Antecedente Internacional

❖ Stoner (1996) En su libro “teoría de la calidad” Aporta que la calidad:

En el lugar de trabajo va más allá de crear un producto de calidad superior a la medida y de buen precio, ahora se refiere a lograr productos y servicios cada vez más competitivos, esto entraña hacer las cosas bien desde la primera vez en lugar de cometer errores y después corregirlos

Desde la antigüedad, el hombre siempre ha buscado satisfacer sus necesidades mediante lo que estos producían. Al pasar el tiempo, la forma de obtener los productos de cambio porque tenían que desplazarse a grandes distancias. Luego, esto fue reemplazado con la aparición de centros de abastecimientos, por ejemplo, los mercados, ya que en estos había más variedad de productos. Más adelante, los agricultores mejoraron sus productos debido a la alta competitividad que existió en los mercados, tanta era la competencia que la calidad del producto ya no era suficiente, es por ellos que surge un nuevo enfoque en la venta del producto, que en la actualidad recibe el nombre de gestión con el enfoque de atención al cliente. Hoy en día, existen poderosas herramientas que nos permite llegar de una manera más eficiente hacia nuestros clientes, de modo que permite fidelizarlos, como alianzas si fuera necesaria mediante esto obtener resultados que sean capaces de lograr objetivos reales trazados por la empresa.

2.1.2. Antecedente nacional

- ❖ **Wong. E. (1942).** Reseña histórica y sus aportes a la calidad de servicio en el Perú.

Es muy probable que, en 1942, cuando Erasmo Wong abrió su pequeña bodega en Miraflores, nadie se imaginaba que con ella nacería la cadena de supermercados más grande del país.

Es muy probable que ni siquiera él lo imaginara. ¿Cuál es la fórmula para pasar de una bodega a una compañía que vale más de US\$500 millones? Las crónicas que repasan la historia de Erasmo destacan una costumbre que comercialmente resultó ser exitosa: innovar, ir contra la corriente, contra lo que la mayoría creyó que era la estrategia correcta para crecer. Así, cuando todos se concentraron en los reducir los costos, Wong se concentró en el cliente y personalizó la atención cuando la tendencia apuntaba al autoservicio. Y cuando la recomendación fue reducir el tamaño de las tiendas, él las amplió. Su éxito tuvo la suficiente resonancia internacional como para que el grupo chileno Cencosud comprara la compañía, pero esa ya es otra historia. En el Perú desde tiempos remotos sea tratado de implantar al principio como algo formal sin embargo fue algo temporal sin mucha importancia ya que se requería presupuesto adicional en las inversiones el cual afectaba a las mypes en general.

Pero al pasar el tiempo y la actualidad es una obligación necesaria como fundamental y primordial de las mypes, hoy forman parte de los objetivos específicos y generales ya que el enfoque de atención al cliente da frutos económicos favorables a la inversión llevando al éxito a las mypes.

❖ **Serna. G. (2006).** Libro Conceptos básicos. En Servicio al cliente.

El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes.

De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa.

Todas las empresas que manejan el concepto de servicio al cliente tienen las siguientes características:

- a) Conocen a profundidad a sus clientes, tienen, de ellos, bases de datos Confiables y manejan sus perfiles que contribuye a una buena dirección lo que buscamos como empresa.
- b) Realizan investigaciones constantes, permanentes y sistemáticas sobre el cliente, Sus necesidades y sus niveles de satisfacción.
- c) Tienen una estrategia, un sistema dirigido especialmente al cliente.
- d) Hacen seguimiento permanentemente de los niveles de satisfacción y así conocer el grado deseado por el cliente.
- e) Toman acciones muy estratégicas como reales de mejoramiento frente a las condiciones, necesidades y expectativas de sus clientes, expresadas en los índices de satisfacción.
- f) Participan sistemáticamente a sus clientes internos sobre los niveles de Satisfacción de los clientes externos para cumplir correctamente.

La forma de medición que utilizan las empresas para cuantificar la calidad de servicio que ofrecen a sus clientes. Una de las normas más usadas en la actualidad es la norma iso 9001 elaborada por la organización internacional para la estandarización.

La cual, mediante una serie de procedimientos estandarizados evalúa el nivel de satisfacción de cualquier empresa.

Los requisitos de la Norma con relación a la satisfacción al cliente abren las puertas a la realización de todo tipo de acciones, Pide literalmente lo siguiente: Como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión para la calidad, la organización debe realizar el seguimiento constante de la información relativa a la percepción del cliente para el cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización. Deben determinar los métodos para obtener y utilizar la información. Y se debe observar que no se habla de “calcular”, sino de “realizar el seguimiento constante”, Son en dos etapas:

1ª Etapa: obtener información

2ª Etapa: utilizar la información

Y estos son los métodos para realizar el seguimiento de la satisfacción al cliente, se debe determinar QUÉ, CÓMO, QUIÉN y CUÁNDO se obtiene y se utiliza la información.

NOTA 1.-Las quejas de los clientes son un indicador habitual de una baja satisfacción al cliente, pero la ausencia de las mismas no implica necesariamente una elevada satisfacción al cliente.

NOTA 2.-Incluso cuando los requisitos al cliente se han acordado con el mismo y éstos han sido cumplidos. Esto no asegura necesariamente una elevada satisfacción al cliente.

❖ **Gómez. E. (2009)** Obra” Barreras contra el buen servicio.” Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave). (1ra. Ed.) Argentina: El Cid Editor.

Las principales barreras que están en contra de un buen servicio son las siguientes:

Cuando las políticas de la compañía no han sido diseñadas pensando al cliente, sino en la propia conveniencia y en los entes de control.

Cuando no existe una estrategia clara de servicio y no existe coordinación en todo el proceso de servicio.

Cuando las personas que tienen el poder de tomar decisiones están muy lejos al cliente.

Alta prioridad en las rebajas de costos

Personal indiferente, sin motivación, sin autoridad ni empoderamiento.

No se escucha la voz del consumidor

La gente de primera línea no tiene autoridad para solucionar los problemas

2.1.3. Antecedente regional

- ❖ **Vivanco. P. (1060).** “Gran enciclopedia de la Región “Autor: Luis Vivanco Pimentel Editorial(es): Bruño.

Aporte a nuestra región en su libro reserva de nuestro país, Ucayali como toda la Amazonía Peruana, constituye un poderoso incentivo para la imaginación y el estudio de mercado. Con su naturaleza de bosques, ríos y lagos sus fuertes tempestades físicas y sociales, maravillosa luna de misteriosas luces y sombras, por eso, y mucho más, este libro contiene lo que consideramos la gran reserva de nuestro país:

La identidad regional, base fundamental de la indispensable Identidad Nacional. (1060)La gestión bajo el enfoque de atención al cliente en nuestra región de Ucayali como antecedente destacaron dos grandes empresarios: En 1960 Funda Exportadora Perú el primero el señor Luis Valdez Villacorta, empresario de éxito ya que para trasladar su producto utilizó un medio de transporte de carga por ser un gran emprendedor contaba con transporte propio; utilizó herramientas administrativas enfocadas al desarrollo

económico de nuestra región para ello se valió de su don empírico y a un buen equipo de trabajo. El segundo la empresa Representaciones Vargas y sus grupos corporativos quienes iniciaron sus movimientos económicos empresariales en nuestra región utilizando los medios de transporte para el traslado de sus mercaderías.

En la actualidad existen empresas de transporte que son de carga y pasajeros como: León de Huánuco, Turismo Chocano, Expreso Acosta, Transmar, Turismo Central, Trans Amazónicos, TEPSA, Móvil Tours, Alcimar, Estrella Polar, Transportes GM Internacional, Empresa de Transportes Hugamor, Pucallpa Express, Marvisur, Shalom y Leonardo Express.

2.2. Bases teóricas de la investigación

❖ Oña, C. (2008) “Gestión de la Calidad”

“Se llama gestión de la calidad al aspecto de la función general de la empresa que determina y aplica la política de la calidad. La obtención de la calidad deseada requiere el compromiso y la participación de todos los miembros de “Transportes Directo”, la responsabilidad de la gestión recae en la alta dirección de la empresa.”

La implantación de la política de calidad de una empresa requiere un sistema de la calidad, entendiendo como tal el conjunto de estructura, organización, responsabilidades, procesos y recursos que se establecen para llevar a cabo la gestión de la calidad.

- ❖ **Pineda, A. (2013).** Obra “Satisfacción al cliente y la calidad del servicio en la empresa” Perú. Libro sobre las variables empresariales y su relación al enfoque al cliente.

Tiene como objetivo conocer la relación entre la satisfacción al cliente y la calidad del servicio en la empresa y la forma cómo se relaciona con variables, sociales y empresarial. El análisis de los resultados nos lleva a afirmar que la mayoría Tienen una opinión favorable respecto a la calidad al servicio. Así mismo, la mayoría de los sujetos muestran satisfacción respecto al enfoque al cliente de un buen servicio. Por otro lado, la correlación entre la satisfacción al cliente y la calidad de servicio arroja una asociación significativa y positiva. Sobre las variables, sociales, empresarial y su relación con la satisfacción al enfoque al cliente de un buen servicio, existe diferencia significativa, aunque moderada, la intervención de dichas variables no permite inferir diferencias de percepción de los usuarios sobre su satisfacción y calidad de bienes y servicios que ofrecen la empresa, excepto el género.

- ❖ **Escalante, A. y Sigüencia, D. (2014)** “Transporte Terrestre de carga”

El transporte terrestre es la columna vertebral del transporte, todo lo relacionado a la construcción y al mantenimiento del mismo se vuelven de alta prioridad. Una inversión baja o una mala inversión llevarían a una pérdida del capital o gastar el doble en un futuro. Ya que el transporte se encarga de mover la economía del país, las transportadoras son consideradas como un gran recurso. Aun así, el transporte presenta una infinidad de

restricciones, cuando se toman en cuenta la expansión de las ciudades, los cambios demográficos, las condiciones geográficas, los niveles culturales y socioeconómicos de los individuos que contratan y brindan este servicio, que a su vez generan una gran congestión y contaminación de nuestros recursos naturales impulsando la necesidad de construir nuevas vías. Pese a todas estas desventajas, el transporte sigue siendo un motor fundamental de nuestra sociedad actual, principal exponente del progreso y crecimiento económico, que se ha encargado de incluir a las poblaciones rurales más alejadas de difícil acceso con los principales puntos económicos, generando así incrementos en los valores del suelo.

2.3. Marco conceptual

El enfoque en atención al cliente se reconoce que junto a la calidad es un atributo importante en los productos y servicios. Los proveedores están de acuerdo que la calidad es un diferenciador importante entre sus ofertas y las de sus competidores. En las dos décadas pasadas esta brecha se redujo entre productos y servicios que competían. Esto se debió en parte a la tercerización de manufactura en países, y a la internacionalización del comercio y la competencia. Así los países elevaron sus estándares de calidad con el objetivo de poder satisfacer los estándares internacionales en la gestión de la calidad.

La gestión de calidad en el enfoque en la atención al cliente se centra no solo en la calidad de un producto, servicio o la satisfacción de sus clientes, sino en los medios para obtenerla. Por lo tanto, la gestión de calidad utiliza al aseguramiento de la calidad y el control de los procesos para obtener una calidad más consistente del producto y cliente

satisfecho. El enfoque en la atención al cliente de las mypes en el mercado nacional es cada vez mayor.

El servicio de atención al cliente, o simplemente servicio al cliente, es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes.

1. Organización enfocada al cliente: las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deben comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requisitos y esforzarse por exceder sus expectativas.

2. Liderazgo: los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la empresa de transporte de carga.

3. Mejora continua: la mejora continua del desempeño global de las empresas de transporte de carga debe ser un objetivo constante, permanente y oportuno.

4. Enfoque basado en los hechos para la toma de decisiones: las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos existentes y la correcta información. Por el cual influirá, garantizará a una decisión requerida en el momento de su aplicación.

2.4. Características de la atención al cliente:

- ❖ Desatnick (1990). “Obra” Las características más importantes que deben tener la atención al cliente.”

La labor debe ser empresarial con espíritu de servicio eficiente, sin desgano y con cortesía. El empleado debe ser accesible, no permanecer ajeno al público que lo necesita el público se molesta enormemente cuando el empleado que tiene frente a él no habla con claridad y utiliza un vocabulario técnico para explicar las cosas, se debe

procurar adecuar el tiempo de servir no a su propio tiempo, sino al tiempo que dispone el cliente, es decir, tener rapidez.

Es muy recomendable concentrarse en lo que pide el cliente, si hay algo imperfecto, pedir rectificación sin reserva. El cliente agradecerá el que quiera ser amable con él. La empresa debe formular estrategias que le permita alcanzar sus objetivos, ganar dinero y distinguirse de los competidores. La empresa debe gestionar las expectativas de sus clientes, reduciendo en lo posible la diferencia entre la realidad del servicio y las expectativas del cliente.

2.4.1. Servicio:

- ❖ Harovitz (1997). En su enfoque al cliente Define el servicio como "El conjunto de prestaciones que el cliente espera" además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo".
- ❖ Fischer y Navarro (1994). Aporta que los servicios son " Un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios". Las mypes en el mercado nacional es cada vez mayor. Estas empresas pueden gozar de una serie de beneficios.

Las empresas existen solo si obtienen beneficios. Sin beneficios la empresa pierde su capacidad de crecer y desarrollarse, debe competir con otras organizaciones que producen idénticos productos o servicios. Por eso los gestores, tiene que gestionar perfectamente sus

recursos, tanto disponible como obtenibles para lograr objetivos que permitan un óptimo equilibrio entre estos recursos.

2.4.2. La calidad en los servicios en el enfoque en la gestión de atención al cliente

La finalidad de un buen servicio es lograr la plena satisfacción en la atención al cliente la cual será medida de inicio a fin, independientemente de los aspectos materiales, la gestión de compra, operaciones y funcionamiento de los factores que interactúan en el proceso.

Constituye una estructuración compleja como se debe manejar organizacionalmente una empresa si queremos lograr un buen enfoque en la atención al cliente, así como mejorar en la identificación de la empresa por el cliente.

2.4.3. Sistema de Gestión de la Calidad en el enfoque a la atención al cliente

El servicio de atención al cliente, o simplemente servicio al cliente, es el que ofrece una mypes para relacionarse con su cliente.

El Sistema de gestión de la calidad con el enfoque en la atención al cliente, debe estar documentado por procedimientos técnicos y administrativos.

Para que forme parte de nuestra política dentro de nuestras normas empresariales los cuales quedaran plasmados en los documentos.

CAPITULO III. HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis Generales

Existe influencia entre la gestión de calidad de servicio en el enfoque de atención al cliente, en la satisfacción a los clientes de las mypes de transporte de carga en Callería, año 2018.

3.2. Hipótesis Específicas

- Si existe influencia entre la calidad de servicio en la satisfacción al cliente de las 20 empresas de transporte de carga en Callería.
- Al aplicar se lograrán resultados favorables a las mypes de transporte de carga.
- Será importante conocer la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes de transporte de carga de Callería año 2018.

CAPITULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Diseño de la investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizará el diseño:
No experimental – transversal - descriptivo.

No experimental, porque se realizará sin operar premeditadamente las variables, es decir, se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto. Se entiende por investigación no experimental cuando se realiza un estudio sin manipular deliberadamente.

Diseños transversales descriptivos: son aquellos que tienen como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables.

Diseños transversales correlacionales: son aquellos en los cuales las causas y efectos ya ocurrieron en la realidad y el investigador los observa y reporta gestión de calidad, así como los beneficios que se logra con su aplicación.

Descriptivo, porque sólo se describirán las partes más relevantes de las variables en estudio.

M O
 —————→

Donde:

M = muestra conformada por las MYPES encuestadas

O = observación de las variables, Gestión en el enfoque al cliente.

4.2. Población y muestra

4.2. 1. Población

La población estará constituida por todas las MYPES del sector transporte de carga del Distrito de Callería 2018.

Según la oficina sede del Ministerio de Transporte y Comunicaciones del Distrito de Callería existen 79 empresas.

4.2.2. Muestra

La población estuvo integrada por 79 empresas del distrito de Callería
Y la muestra de 20 Mypes determinada por La aplicación de la fórmula muestra para población finita con un margen de error del 5%, un nivel de confianza del 95 % y con un nivel de heterogeneidad del 50%.

Fórmula

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

Valores

$$N=79$$

$$Z = 1.96 \text{ (si la seguridad es de 95\%)}$$

$$P = 0.05 \text{ (proporción esperada 5\%)}$$

$$q = 0.95 \text{ (1 - p 1 - 0.05)}$$

$$d = 0.03$$

(Precisión de 3%)

Hallando “η”:

$$\eta = \frac{79 + 1.96^2 (0.05*0.95)}{0.03^2(79-1) + 1.96^2 + (0.05*0.95)}$$

$$\eta = \frac{79 + 3.8416 (0.0475)}{0.0009 (78) + 3.8416 + 0.0475}$$

$$\eta = \frac{79 + 0.182476}{0.0702 + 3.8416 + 0.0475}$$

$$\eta = \frac{79.182476}{3.9593}$$

$$\eta = 19.99$$

$$\eta = 20$$

3.3. Técnicas

Se encuestaron 20 empresas de Transportes de carga del Distrito de Callería.

Procedimientos

Para la recolección de los datos se realizaron visitas previas a las mypes del Distrito de Callería con el propósito de coordinar con los representantes legales de estas, sobre su disponibilidad para proporcionarnos la información necesaria para la realización de mi trabajo de investigación.

Con respecto a las grandes Empresas de transporte, decidí tomar a las Empresas de transporte de carga del Distrito de Callería, incluso las referentes nacionales con sucursales en el distrito, por la razón de ser las más influyentes en el campo del servicio de transporte de carga, Por el cual están llamados a ser participe al ser el eje principal del servicio, es por ello son considerados como potenciales.

4.3. Definición y Operacionalización de Variables e indicadores

| OBJETIVO ESPECIFICO | VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADOR |
|--|--|---------------------------|---|
| <p>Determinar las características de una gestión en el enfoque al cliente de las Mypes de transporte de carga. Distrito de Callería año 2018.</p> | <p>Dependiente. – gestión de calidad.</p> <p>Independiente. -</p> <p>Gestión bajo el enfoque</p> | <p>Enfoque al cliente</p> | <p>Conocimiento general de las necesidades del cliente.</p> <p>Satisfacción de las necesidades del cliente.</p> |
| <p>Determinar los beneficios que se logra con la aplicación de una gestión en el enfoque al cliente de las Mypes de transporte de carga del Distrito de Callería año 2018.</p> | <p>al cliente.</p> <p>Interviniente</p> <p>Público en general,</p> <p>Callería.</p> | <p>Beneficios</p> | <p>Fidelidad del cliente.</p> <p>Reconocimiento empresarial.</p> <p>Posicionamiento en el mercado.</p> |

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

a.) El tipo de investigación será cuantitativo, puesto que se van a utilizar técnicas de conteo y de medición; pues la Investigación cuantitativa es aquella que utiliza predominantemente información de tipo cuantitativo directo. Dentro de la investigación cuantitativa se pueden observar: Para la obtención de datos, se aplicó el instrumento de encuestas con un cuestionario de preguntas; La encuesta social: es la investigación cuantitativa de mayor uso en el ámbito de las ciencias sociales y consiste en aplicar una serie de técnicas específicas con el objeto de recoger, procesar y analizar características que se dan en personas de un grupo determinado.

b.) El nivel de investigación será descriptivo No hay manipulación de variables, estas se observan y se describen tal como se presentan en su ambiente natural. Su metodología es fundamentalmente descriptiva, aunque puede valerse de algunos elementos cuantitativos y cualitativos.

4.5. Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizó el programa Excel.

4.6. Matriz de Consistencia

| Problema | Objetivo | Hipótesis | Variables | Indicadores |
|--|--|--|---|--|
| <p>¿Cuál es la influencia de la gestión bajo el enfoque al cliente y los beneficios de las Micro y pequeñas empresas de transporte de carga en Callería?</p> | <p>General. -Determinar la gestión bajo el enfoque al cliente en los beneficios de las micro y pequeñas empresas de transporte en Callería.</p> <p>Determinar las características de la gestión bajo el enfoque al cliente de las Mypes.</p> | <p>Existe influencia entre la Calidad de servicio en la Satisfacción al Clientes de la empresa de transporte de carga en Callería.</p> | <p>Dependiente. - transporte de carga.</p> <p>Independiente. - Gestión bajo el enfoque al cliente.</p> <p>Interviniente Público en general, Callería.</p> | <p>Gestión bajo el enfoque al cliente.</p> <p>Brindar un servicio que se ofrecerá en el mercado.</p> <p>Dirigir al grupo humano, el uso eficiente y motivado.</p> <p>Organizar y administrar los recursos físicos.</p> <p>Planificar y evaluar los conocimientos, la solvencia y formalidades de las empresas.</p> |

4.7. Principios éticos

Este trabajo de investigación se elaboró respetando las fuentes de las que se ha tomado la información para el desarrollo del proceso de investigación en cuanto se refiere al contenido, antecedentes y bases teóricas relacionados a la gestión bajo el enfoque al cliente en las mypes de transporte de carga Distrito de Callería.

CAPITULO V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1 *¿Por qué emprendiste este negocio?*

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|-----------------------|------------------|------------|-------|
| Por herencia familiar | I | 5% | 1 |
| Iniciativa propia | IIIIIIIIIIIIIIII | 85% | 17 |
| Por sociedad | II | 10% | 2 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

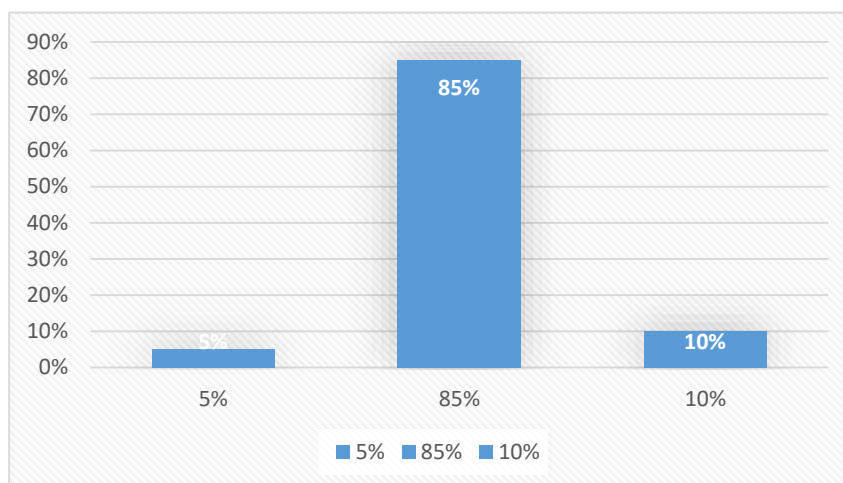


Gráfico 1 ¿Por qué emprendiste este negocio?

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 5% respondieron por herencia familiar, luego el 85% dijo por iniciativa propia y el 10% contestó por sociedad.

Se concluye que el 85% de empresas emprendieron el negocio por iniciativa propia.

Tabla 2 ¿Cuántos años está dedicado a este rubro?

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|------------------|------------|------------|-------|
| De 0 a 5 años | IIIIIIIIII | 65% | 13 |
| De 6 a 10 años | III | 20% | 4 |
| De 11 a más años | III | 15% | 3 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

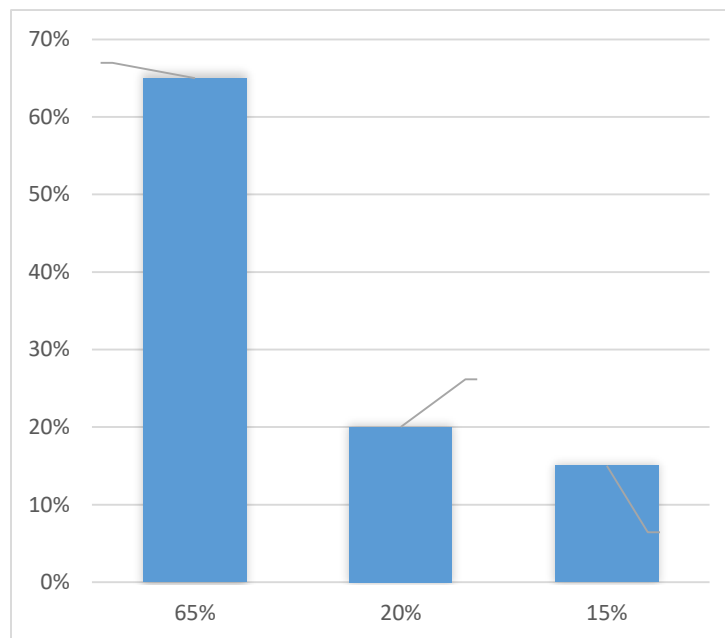


Gráfico 2 ¿Cuántos años está dedicado a este rubro?

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 65% respondieron de 0 a 5 años, seguidamente el 20% de 6 a 10 años y el 15% respondió de 11 a más años.

Se concluye que el 65% de empresas están dedicados al rubro de 0 a 5 años.

Tabla 3 *¿Su negocio cumple con que las horas estipuladas de recolección y entrega de carga y mudanza?*

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|---------|------------|------------|-------|
| Sí | IIIIIIII | 50% | 10 |
| No | III | 20% | 4 |
| A veces | IIIII | 30% | 6 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

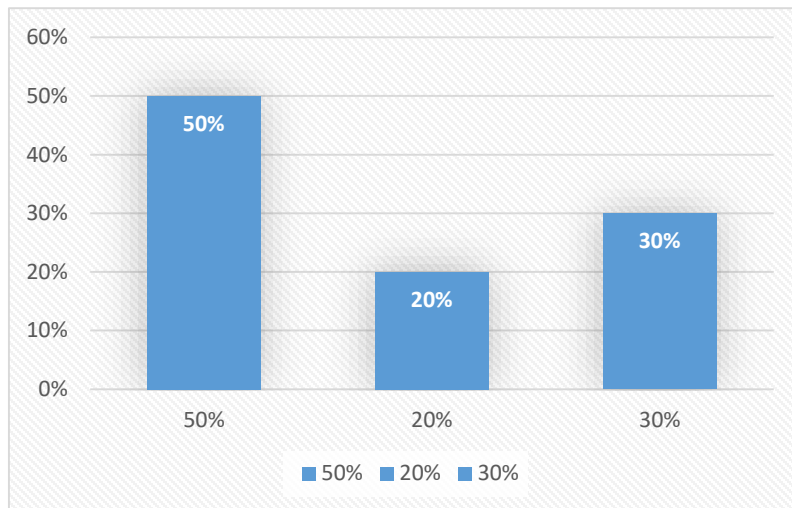


Gráfico 3 *¿Su negocio cumple con que las horas estipuladas de recolección y entrega de carga y mudanza?*

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 50% respondieron sí, luego el 20% no y el 30% dijo a veces.

Se concluye que el 50% de empresas cumplen con las estipuladas de recolección y entrega de carga y mudanza.

Tabla 4 ¿Cumple con la entrega a tiempo pactado?

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|---------|------------|------------|-------|
| Si | IIIIIIII | 50% | 10 |
| No | III | 20% | 4 |
| A veces | IIIII | 30% | 6 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

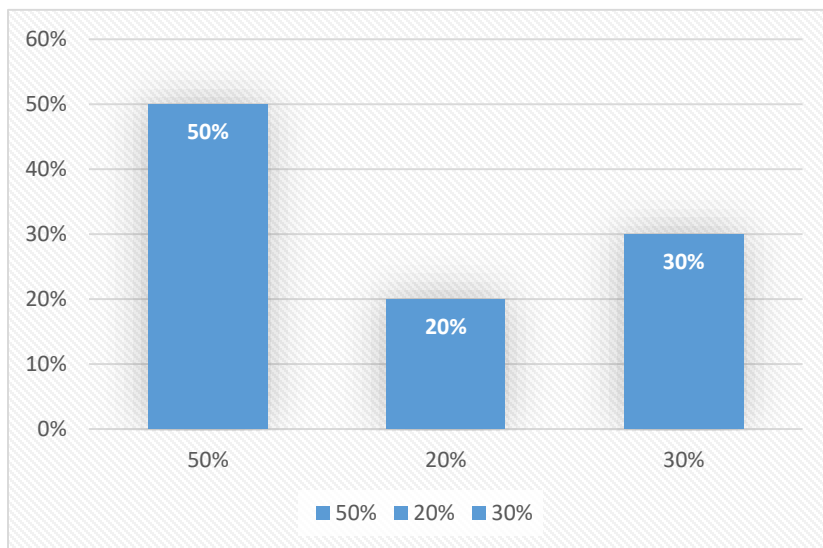


Gráfico 4 ¿Cumple con la entrega a tiempo pactado?

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 50% respondieron sí, el 20% contestó no y el 30% dijo a veces.

Se concluye que el 50% de empresas cumplen con la entrega el mismo día o tiempo pactado.

Tabla 5 ¿La mercancía y/o producto llegan en buen estado?

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|---------|----------------------|------------|-------|
| Sí | IIIIIIIIIIIIIIIIIIII | 75% | 15 |
| No | I | 5% | 1 |
| A veces | III | 20% | 4 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

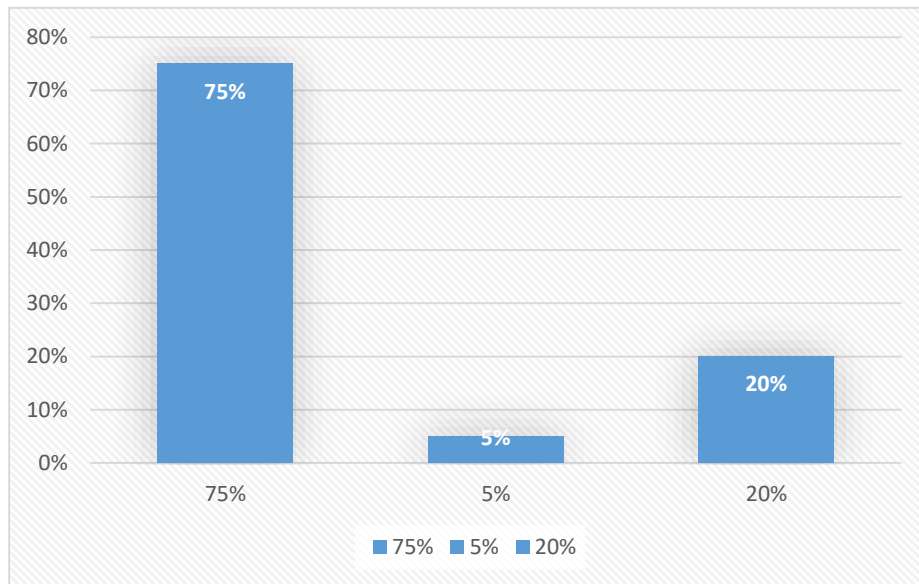


Gráfico 5 ¿La mercancía y/o producto llegan en buen estado?

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 75% respondieron sí, el 5% dijo no y el 20% contesto a veces.

Se concluye que el 75% de empresas dijeron que si los productos llegan en buen estado.

Tabla 6 ¿Su personal da una imagen de honestidad y confianza?

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|---------|----------------------|------------|-------|
| Si | IIIIIIIIIIIIIIIIIIII | 85% | 17 |
| No | I | 5% | 1 |
| A veces | II | 10% | 2 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

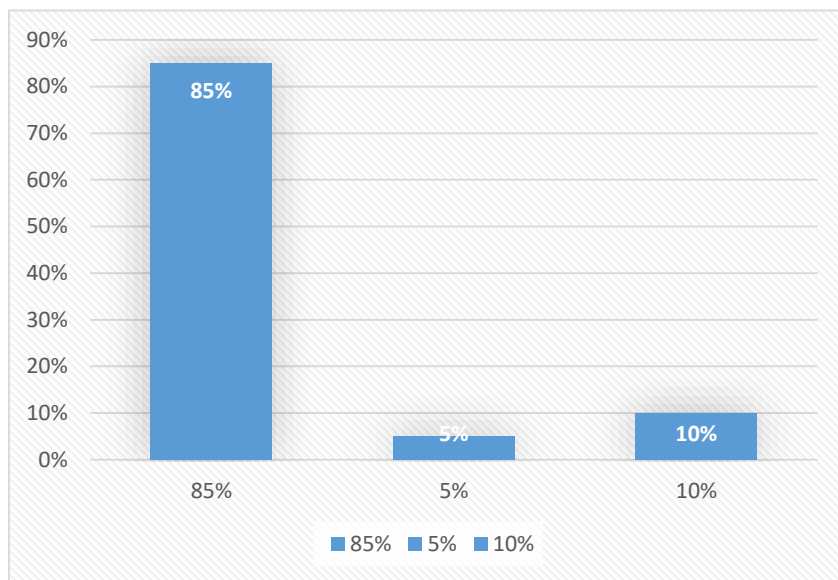


Gráfico 6 ¿Su personal da una imagen de honestidad y confianza?

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 85% respondieron sí, el 5% respondieron no y el 10% dijo a veces.

Se concluye que el 85% de empresas cuentan con un personal de confianza y honestidad.

Tabla 7 ¿El servicio ha solucionado satisfactoriamente las necesidades de sus clientes?

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|-----------------|----------------------|------------|-------|
| Si | IIIIIIIIIIIIIIIIIIII | 80% | 16 |
| No | | 0% | 0 |
| Muy pocas veces | III | 20% | 4 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

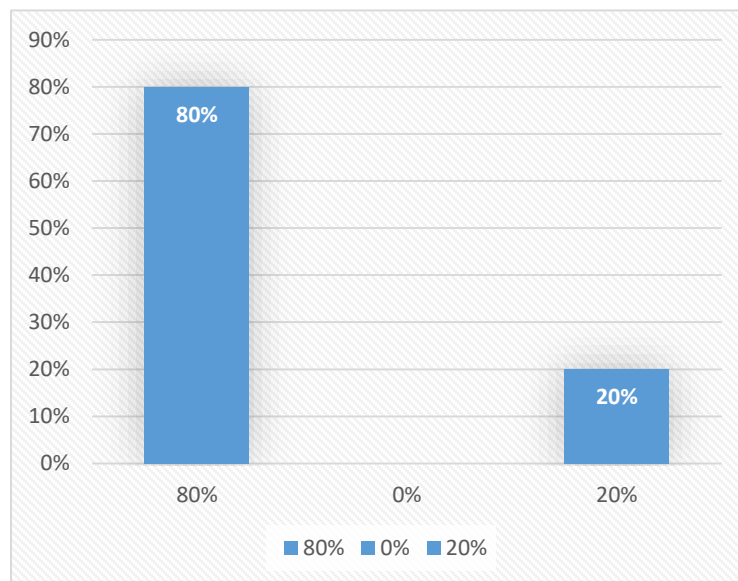


Gráfico 7 ¿El servicio ha solucionado satisfactoriamente las necesidades de sus clientes?

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 80% respondieron sí, el 0% contestó no y el 20% dijo muy pocas veces.

Se concluye que el 80% de empresas con sus servicios han solucionado satisfactoriamente las necesidades de sus clientes.

Tabla 8 *¿Las condiciones de servicio es seguro y de calidad?*

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|-------------|-------------------|-------------------|--------------|
| Siempre | IIIIIIII | 45% | 9 |
| Sí | IIIIIIII | 45% | 9 |
| No | II | 10% | 2 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

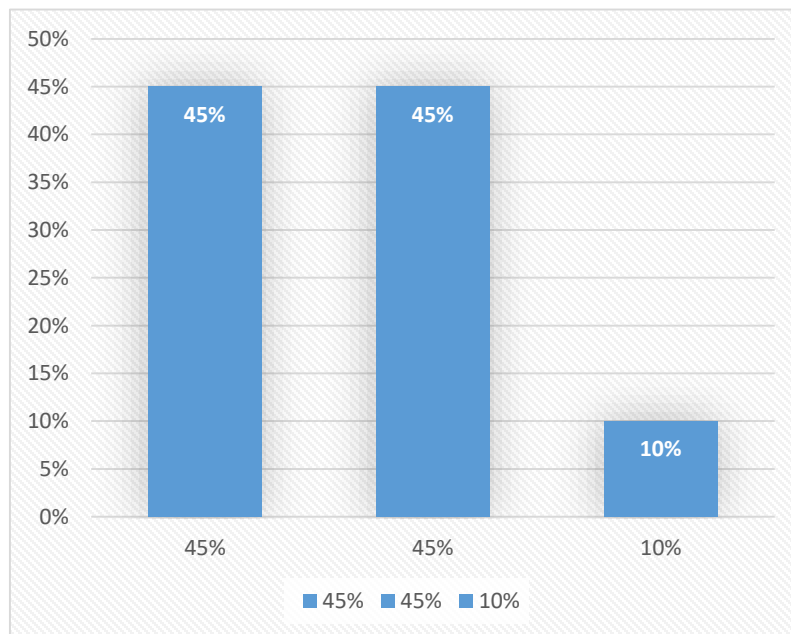


Gráfico 8 *¿Las condiciones de servicio es seguro y de calidad?*

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 45% respondieron siempre, el otro 45% contestó sí y el 10% dijo no. Se concluye que el 45% de empresas brindan condiciones de servicio segura y de calidad. Existiendo igualdad entre siempre y sí.

Tabla 9 *¿De qué manera se hace usted responsable en caso de pérdida o deterioro de las mercancías?*

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|--------------|-------------------|-------------------|--------------|
| De 0% a 20% | IIIIIIIIII | 55% | 11 |
| De 21% a 40% | IIII | 25% | 5 |
| De 41% a 50% | III | 20% | 4 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

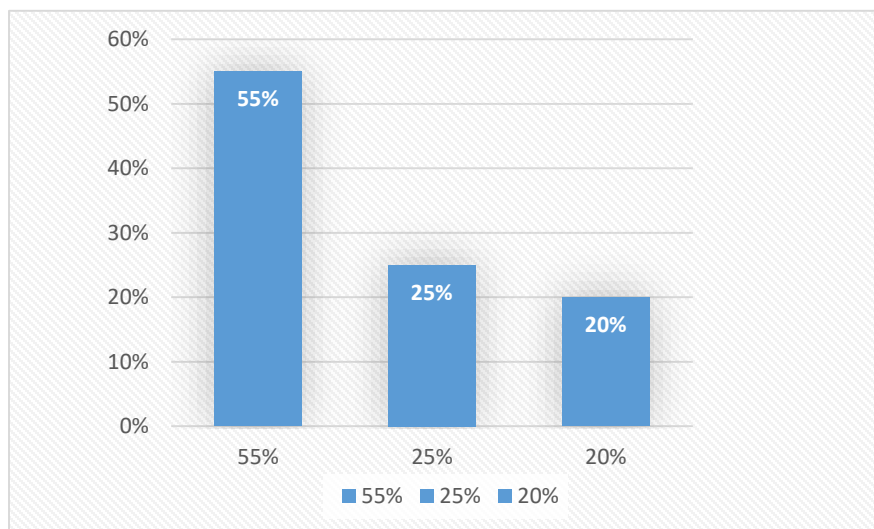


Gráfico 9 *¿De qué manera se hace usted responsable en caso de pérdida o deterioro de las mercancías?*

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 55% respondieron de 0% a 20%, mientras el 25% contestó de 21% a 40% y el 20% dijo de 41% a 50%.

Se concluye que el 55% de empresas se hacen responsables en caso de pérdida o deterioro de la mercadería.

Tabla 10 *¿Cuenta su negocio con algún tipo de seguro contra robos o pérdida de las mercancías?*

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|---------------|------------|------------|-------|
| Si | IIIIIIII | 55% | 11 |
| No | IIII | 30% | 6 |
| Anteriormente | III | 15% | 3 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

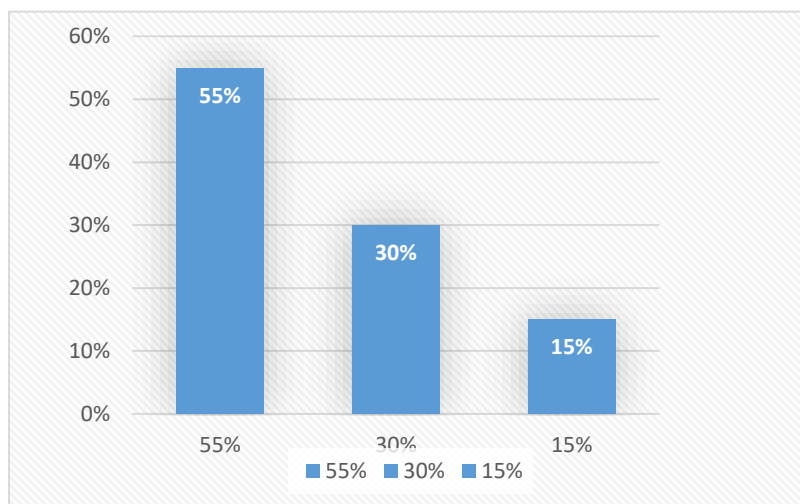


Gráfico 10 *¿Cuenta su negocio con algún tipo de seguro contra robos o pérdida de las mercancías?*

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 55% respondieron sí, luego el 30% dijo no y el 15% contesto anteriormente.

Se concluye que el 55% de empresas cuentan con algún tipo de seguro contra robos o pérdidas de las mercancías.

Tabla 11 De no contar con seguro ¿quisiera adquirirlo?

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|--------------|------------|------------|-------|
| Sí | IIIIIIIIII | 60% | 12 |
| No | II | 10% | 2 |
| Más adelante | IIIII | 30% | 6 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

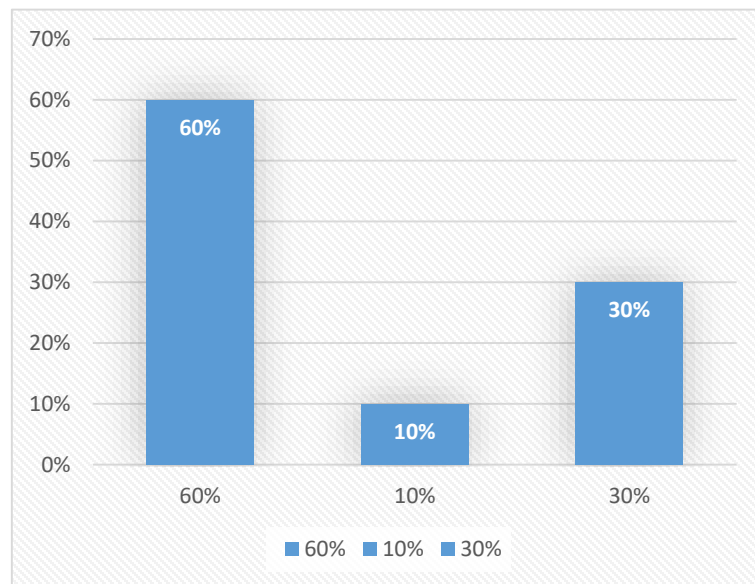


Gráfico 11 De no contar con seguro ¿quisiera adquirirlo?

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 60% respondieron sí, luego el 10% dijo no y el 30% contestó más adelante.

Se concluye que el 60% de empresas quisieran adquirir un seguro.

Tabla 12 ¿Cuenta con un local propio?

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|----------|------------|------------|-------|
| Si | IIIIIIII | 50% | 10 |
| No | III | 20% | 4 |
| Alquiler | IIIII | 30% | 6 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

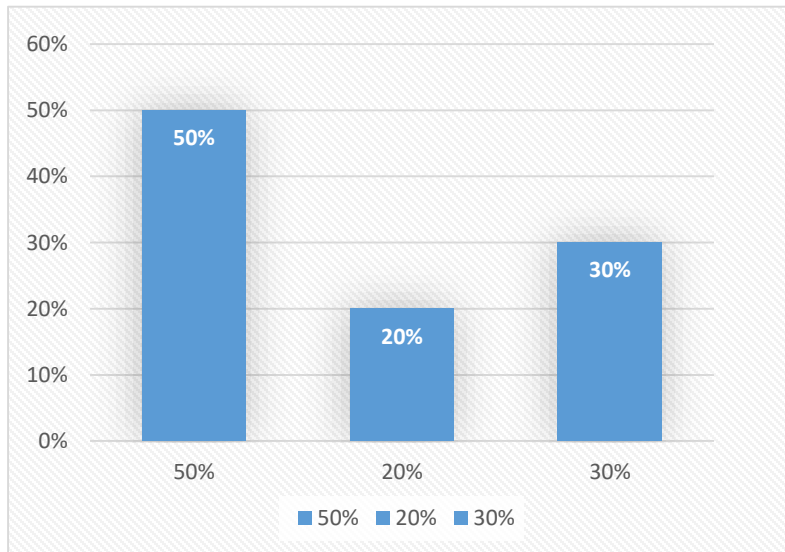


Gráfico 12 ¿Cuenta con un local propio?

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 50% respondieron sí, el 20% contestó no y el 30% dijo alquiler.

Se concluye que el 50% de empresas cuentan con local propio

Tabla 13 *¿Su negocio se encuentra ubicado en un lugar estratégico?*

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|------------|------------|------------|-------|
| Si | IIIIIIIIII | 55% | 11 |
| No | II | 10% | 2 |
| Muy pronto | IIIIII | 35% | 7 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

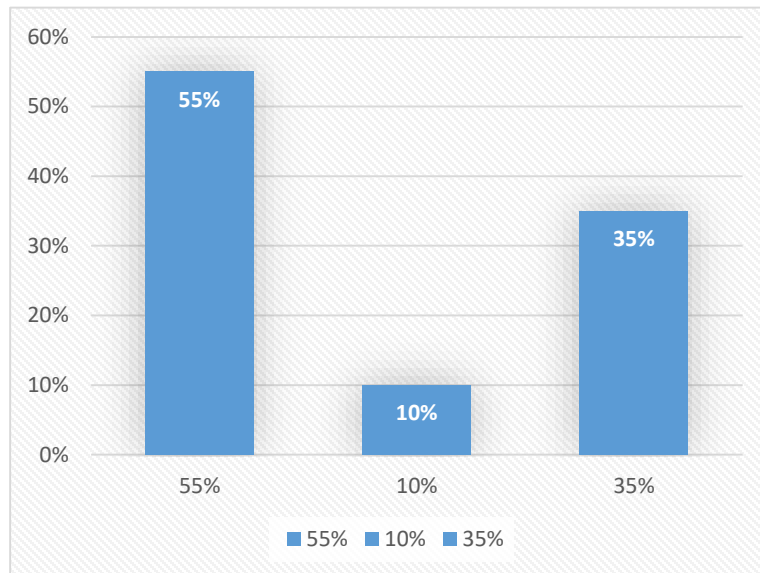


Gráfico 13 ¿Su negocio se encuentra ubicado en un lugar estratégico?

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 55% respondieron sí, luego el 10% dijo no y el 35% contestó muy pronto.

Se concluye que el 55% de empresas están ubicados en lugares estratégicos

Tabla 15 ¿Con que frecuencia sus clientes solicitan su servicio?

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|-------------|------------|------------|-------|
| Interdiario | IIIIIIIIII | 65% | 13 |
| Quincenal | IIII | 25% | 5 |
| Mensual | II | 10% | 2 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

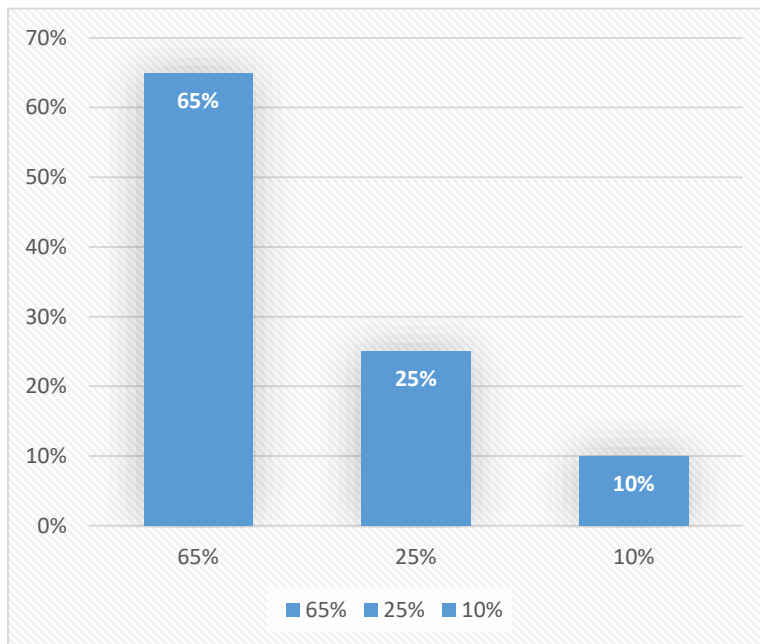


Gráfico 15 ¿Con que frecuencia sus clientes solicitan su servicio?

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 65% respondieron interdiario, seguidamente el 25% contestó quincenal y el 10% dijo mensual.

Se concluye que el 65% de empresas sus clientes solicitan su servicio interdiario.

Tabla 16 *¿Conoce usted, que es gestión bajo el enfoque al cliente?*

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|--------------|------------|------------|-------|
| Si | IIIIIIII | 50% | 10 |
| No | III | 20% | 4 |
| He escuchado | IIIII | 30% | 6 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

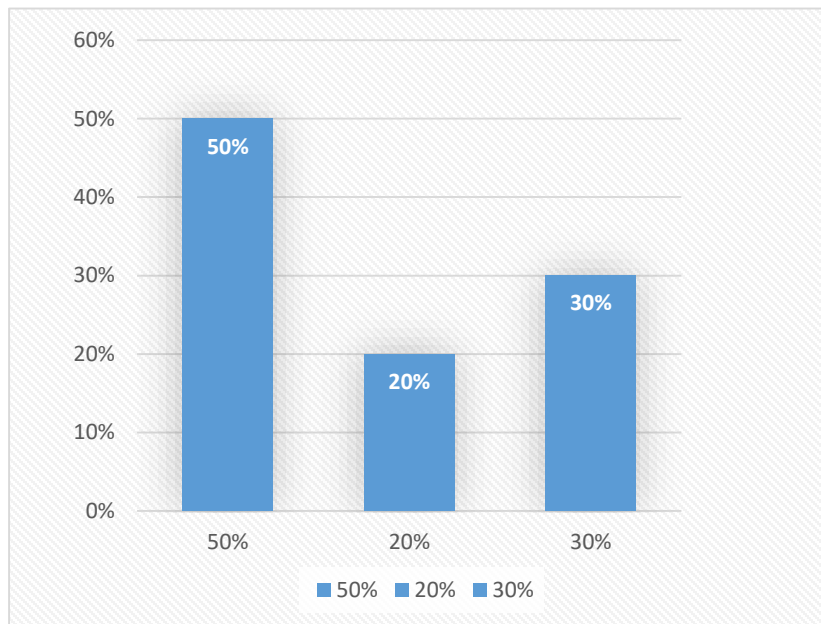


Gráfico 16 *¿Conoce usted, que es gestión bajo el enfoque al cliente?*

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 50% respondieron sí, el 20% contestó no y el 30% dijo he escuchado.

Se concluye que el 50% de empresas conocen que es gestión bajo el enfoque al cliente.

Tabla 17 *¿Le gustaría aplicar la gestión bajo el enfoque al cliente para mejorar tu negocio?*

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|--------------|--------------|------------|-------|
| Si | IIIIIIIIIIII | 70% | 14 |
| No | I | 5% | 1 |
| En el futuro | IIII | 25% | 5 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

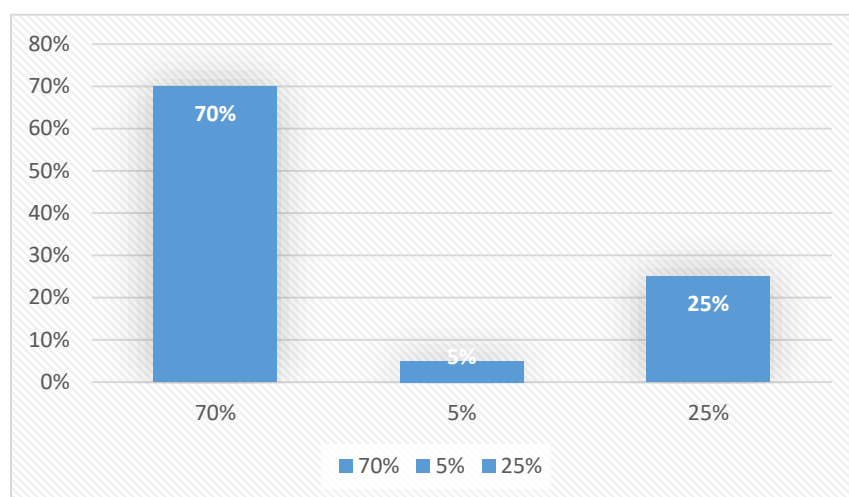


Gráfico 17 *¿Le gustaría aplicar la gestión bajo el enfoque al cliente para mejorar tu negocio?*

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 70% respondieron sí, el 5% dijo no y el 25 % contestó en el futuro.

Se concluye que a 70% de empresas les gustaría aplicar la gestión de calidad en sus negocios.

Tabla 18 *¿Le gustaría contar con un profesional en la gestión bajo el enfoque al cliente?*

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|------------------|------------|------------|-------|
| Si | IIIIIIIIII | 70% | 14 |
| No | | 0% | 0 |
| En algún momento | IIII | 30% | 6 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

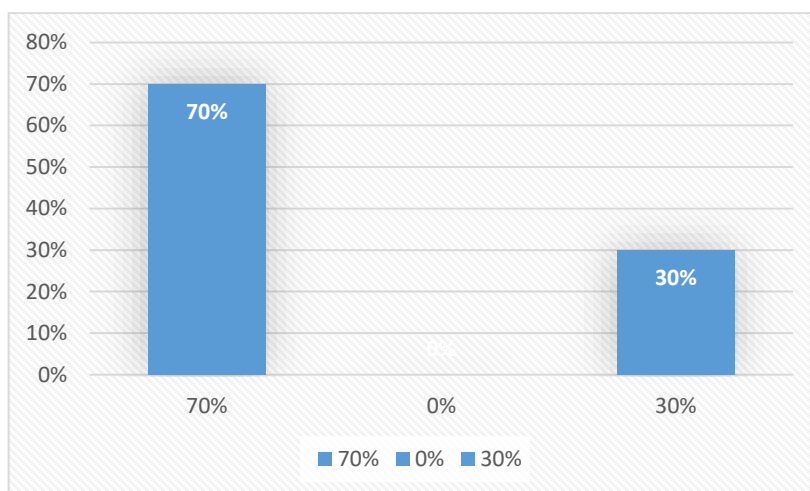


Gráfico 18 *¿Le gustaría contar con un profesional en la gestión bajo el enfoque al cliente?*

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 70% respondieron sí, el 0% no y el 30% contestó en algún momento.

Se concluye que a 70% de empresas le gustaría contar con un profesional de calidad en sus negocios.

Tabla 19 *¿De qué manera ha afectado la globalización en su negocio?*

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|-------------|------------|------------|-------|
| Bien | IIIIII | 30% | 6 |
| Mal | II | 10% | 2 |
| Más o menos | IIIIIIIIII | 60% | 12 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

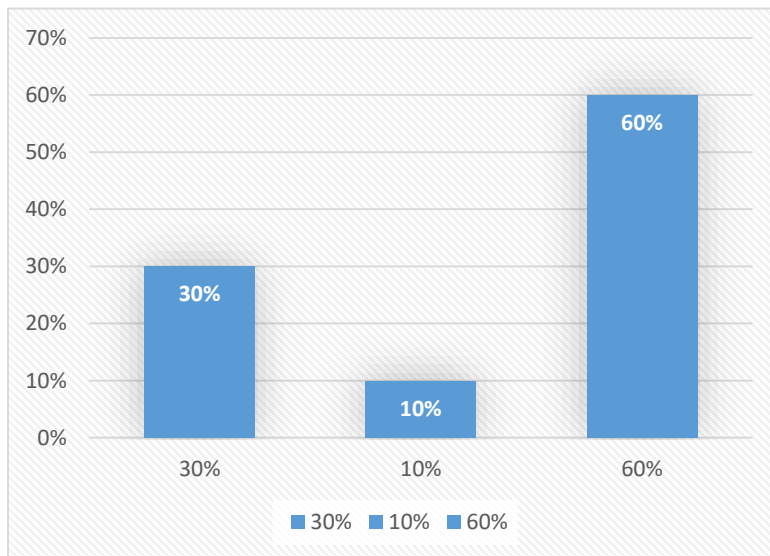


Gráfico 19 *¿De qué manera ha afectado la globalización en su negocio?*

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 30% respondieron bien, el 10% mal y el 60% más o menos.

Se concluye que a 60% empresas, la globalización ha afectado para bien en los negocios.

Tabla 20 ¿Ha tomado medidas respecto a la globalización?

| ITEM | FRECUENCIA | PORCENTAJE | TOTAL |
|---------|------------|------------|-------|
| Ninguna | IIII | 25% | 5 |
| Algunas | IIIIIIIIII | 65% | 13 |
| Muchas | II | 10% | 2 |
| | | 100% | 20 |

Fuente: Elaboración propia

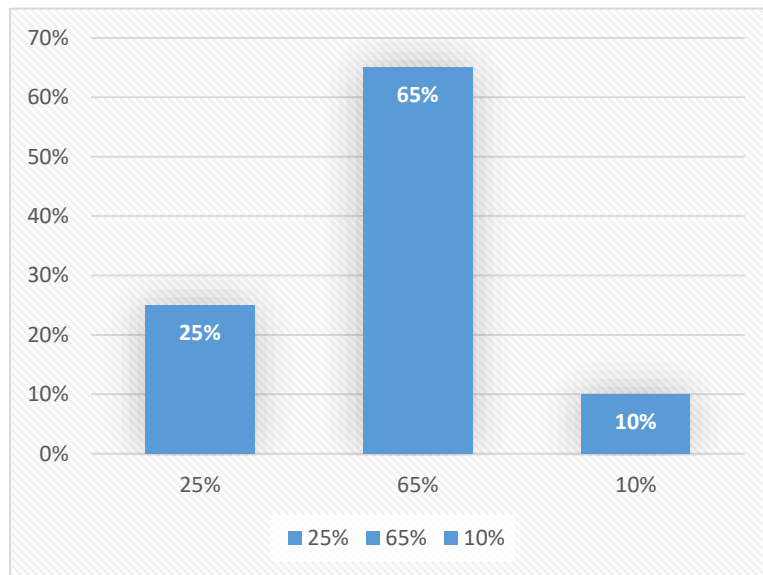


Gráfico 20 ¿Ha tomado medidas respecto a la globalización?

Descripción

Del total de empresas encuestadas; el 25% respondieron ninguna, mientras que el 65% algunas y el 10% contestó muchas.

Se concluye que 65% de empresas han tomado algunas medidas con respecto a la globalización.

5.2 Análisis de resultados

En esta parte de la investigación que tiene como fin principal describir el nivel de mejora de la calidad del enfoque de atención al cliente, del sector transporte de carga del distrito de Callería en el ámbito de estudio, año 2018.

Siendo ya explicada la metodología que se aplicó a la investigación, así como sus resultados, ahora se señala los comentarios y su análisis según los otros estudios realizados sobre este tema.

Características de la gestión bajo el enfoque de atención al cliente

Los resultados del trabajo de investigación (tabla nº7) nos indica que el 80% respondieron sí, que las empresas con sus servicios han solucionado satisfactoriamente las necesidades de sus clientes, respecto a Serna. G. (2006) nos dice que el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes, similar a los que nos dice Desatnick (1990) nos dice la labor debe ser empresarial con espíritu de servicio eficiente, sin desgano y con cortesía. El empleado debe ser accesible, no permanecer ajeno al público que lo necesita el público se molesta enormemente cuando el empleado que tiene frente a él no habla con claridad y utiliza un vocabulario técnico para explicar las cosas, se debe procurar adecuar el tiempo de servir no a su propio tiempo, sino al tiempo que dispone el cliente, es decir, tener rapidez es muy recomendable concentrarse en lo que pide el cliente, si hay algo imperfecto, pedir rectificación sin reserva. El cliente agradecerá el que quiera ser amable con él. La empresa debe formular estrategias que le permita alcanzar sus objetivos, y contrario a ello tenemos

lo que nos dice las demás empresas que el 20% muy pocas veces han solucionado satisfactoriamente las necesidades de sus clientes.

CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Cuando se terminó de recopilar la información sobre las empresas de transporte de carga, nos dimos cuenta que por iniciativa propia las personas emprenden el difícil reto empresarial.

Sin dejar de lado que hay otras formas posibles de hacer empresa, como: por herencia y sociedad.

Podemos señalar que una gran parte cuenta con un local propio, lugar estratégico y con garantías que aseguren la conformidad del servicio, así como un seguro en caso de pérdida y mal estado de la mercadería.

Sin lugar a dudas las empresas cuentan con personas de confianza y respeto al cliente, en el servicio. La prestación es única de carácter profesional y de calidad.

En cuanto al personal podemos señalar que las empresas van de la mano para una mejor comunicación y servicio interno como externo, y así cumplir las exigencias del cliente.

En cuanto a la gestión bajo el enfoque de atención al cliente, las empresas hoy en día lo aplican porque no son ajenos a los cambios, cuentan con un personal especialista en el campo, con el único objetivo de brindar un servicio que este a la altura que el cliente lo desee o solicite. En el tiempo y momento justo requerido.

La gestión bajo el enfoque de atención al cliente ayudara a fortalecer esos desequilibrios existentes en la empresa de transporte de carga en el distrito de Callería y así lograr equilibrios que sean capaces de cumplir los objetivos de gran demanda que toda empresa, que trata de conseguir en estos tiempos de grandes exigencias.

6.2. Recomendaciones

No solo emprender para ser negocio, buscando lucro personal. Sino también en prestar apoyo a la comunidad, fomentar trabajo seguro y de calidad con las personas sin discriminación salarial. Buscando desarrollo como empresa y mejorando el nivel de vida de su comunidad en conjunto.

Al contar con un local estratégico requiere de muchas exigencias en las empresas ante la sociedad. El estado debe y tiene las facultades de apoyar en no ser ajeno a las peticiones requeridas a todas por igual sin privilegio a nadie y ser justo con todos.

Al contar con buen personal, requiere un buen liderazgo que transmita en todo el entorno de la empresa, la confianza y seguridad dentro y fuera. Capacitar al personal en conjunto, para fortalecerlos día a día y ser frente a cualquier cambio en el futuro.

La gestión de calidad es buena, pero al conocerlo e implementarlo no quiere decir que estemos capaces de hacer frente a cualquier situación. Requiere de personalización en conjunta con cada miembro de la empresa por la sencilla razón que la globalización es cambio constante e inteligente. En pocas palabras estar pendiente de estos movimientos en el país y el mundo. Siempre despierto y capaz de contrarrestar los cambios bruscos y exigentes generados por la globalización y las grandes empresas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Gómez, E. (2009). *Obra “Barreras contra el buen servicio.” Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave)*. (1ra. Ed.) Argentina: El Cid Editor.
- Serna, H. (2006). *Libro Conceptos básicos. En Servicio al cliente* (pp.19-27). Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Herrera, J (2017) “*gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, agencias de viaje y tours turísticos, provincia de Satipo, año 2017*” tesis de titulación. Perú: Universidad Los Ángeles de Chimbote. Disponible en la web: <http://repositorio.uladech.edu.pe>.
- Herrera, M (2013) “*gestión*”. Disponible en la web: www.uv.mx/gestion/files/2013/0d1repository.unimilitar.edu.com.
- Ojanama, H (2018) “*gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa – Aguaytia, región Ucayali, año 2018*”. Tesis de titulación. Perú: Universidad Los Ángeles de Chimbote. Disponible en la web: <http://repositorio.uladech.edu.pe>.
- Campus Uladech. Perú. Disponible en la web: <http://campus.uladech.edu.pe/login/index.php>.
- Gestión de Servicio (2015) “El impacto del buen servicio”. Perú. Disponible en la web: <http://gestion.pe/blog/gestiondeservicios>.
- Pineda, A. (2013). *Obra “Satisfacción al cliente y la calidad del servicio en la empresa”* Perú. Libro sobre las variables empresariales y su relación al enfoque al cliente.
- Mimí (2014). Manual de investigaciones de tesis. Disponible en la web:

Desatnick (1990). Obra *“Las características más importantes que deben tener la atención al cliente”*.

Harovitz (1997). En su enfoque al cliente *“Define el servicio como “El conjunto de prestaciones que el cliente espera”*

Stoner (1996) libro *“Teoría de la calidad”* Aporte de la calidad.

Vivanco P. (1060). *“Gran enciclopedia de la Región “*Autor: Luis Vivanco Pimentel
Editorial(es): Bruño.

Erasmus Wong. (1942) *“El cliente personalizado”* la atención cuando la tendencia apuntaba al autoservicio.

Fischer y Navarro (1994). *Aporta que los servicios son “ Un tipo de bien económico”*, constituye lo que denomina el sector terciario,

Oña, C. (2008) *“Levantamiento y Mejoramiento de Procesos Empresa de Transporte Pesado”*. Tesis de grado previa a la obtención del título de ingeniero comercial. Escuela Politécnica del Ejército Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y de Comercio.

Escalante, A. y Sigüencia, D. (2014) *“análisis del sector del servicio de transporte pesado en Guayaquil y la implementación de un sistema logístico.”* Tesis presentada como requisito para optar por el título de ingeniero en gestión empresarial con mención en gestión de mercados internacionales. Disponible en la web:
http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/13422/1/tesis_escalante%26sigüencia.pdf

ANEXOS

1: Presupuesto

En la realización del presente Proyecto de Investigación, se necesitó de un presupuesto que asciende a **S/. 3,722**

Tabla 21 Presupuesto

| Ítem | Concepto | Unidad Medida | Cantidad | V. Unitario S/. | C. Total S/. |
|-------------------|------------------------------------|---------------|------------|-----------------|--------------|
| 1 | Asesoramiento externo | sesiones | 10 | 100 | 1000 |
| 2 | Adquisición de documentos y libros | unid | 3 | 25 | 75 |
| 3 | Adquisición de copias | juegos | 300 | 0.05 | 150 |
| 4 | Internet. | mes | 4 | 50 | 200 |
| 5 | Kit Útiles de oficina | unid | 2 | 20 | 40 |
| 6 | Anillados | unid | 4 | 15 | 60 |
| 7 | Transportes | mes | 4 | 40 | 160 |
| 8 | Consumo de energía | mes | 4 | 12 | 48 |
| 9 | Empastado de tesis | unid | 2 | 42 | 84 |
| 10 | Curso de Titulación | mes | 4 | 450 | 1800 |
| 11 | Gastos diversos | unid | 3 | 35 | 105 |
| Total, S/. | | | | | 3,722 |

2: Cronograma

Tabla 22 Cronograma

| ACTIVIDADES | MESES DEL AÑO 2018 | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--------------------|---|---|---|---------|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|
| | Setiembre | | | | Octubre | | | | Noviembre | | | | Diciembre | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Se recibió asesoramiento del docente para la realización del proyecto de investigación. | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Identificación de las variables. | | X | X | | | | | | | | | | | | | |
| Determinación del sector y rubro a estudiar. | | | X | X | | | | | | | | | | | | |
| Título del proyecto de investigación. | | | X | | | | | | | | | | | | | |
| Búsqueda de información para planteamiento del problema – caracterización. | | | | X | | X | | | | | | | | | | |
| Se determinó el enunciado del problema. | | | | | | | | | X | | | | | | | |
| Se fijó el objetivo general y los respectivos objetivos específicos. | | | | | | | X | | | | | | | | | |
| Se realizó la justificación de la investigación. | | | | | | | | | | | | | | | X | |
| Trabajo de campo realizado. | | | | | X | X | X | X | X | X | X | X | | | | |
| Final del trabajo realizado. | | | | | | | | | | | | | | | | X |

3: Instrumentos de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las mypes para desarrollar el trabajo de investigación denominado “gestión bajo el enfoque de atención al cliente de las mypes del sector transporte de carga, distrito de Callería, año 2018”.

ENCUESTA

La información que usted nos proporcionará será utilizada con fines académicos y de investigación. Se agradece por su valiosa colaboración.

Encuestado:

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

I. Datos generales:

1. **¿Por qué emprendiste este negocio?**

- a) Por herencia familiar
- b) Iniciativa propia
- c) Por sociedad

II. Características de las mypes

2. ¿Cuántos años está dedicado a este rubro?

- a) De 0 a 5 años
- b) De 6 a 10 años
- c) De 11 a más años

3. ¿Su negocio cumple con que las horas estipuladas de recolección y entrega de carga y mudanza?

- a) Sí
- b) No
- c) A veces

4. ¿Cumple con la entrega a tiempo pactado?

- a) Sí
- b) No
- c) A veces

5. ¿La mercancía y/o producto llegan en buen estado?

- a) Sí
- b) No
- c) A veces

6. ¿Su personal da una imagen de honestidad y confianza?

- a) Sí
- b) No
- c) A veces

7. ¿El servicio ha solucionado satisfactoriamente las necesidades de sus clientes?

- a) Sí
- b) No
- c) Muy pocas veces

8. ¿Las condiciones de servicio es segura y de calidad?

- a) Siempre
- b) Sí
- c) No

9. ¿De qué manera se hace usted responsable en caso de pérdida o deterioro de las mercancías?

- a) De 0 % a 20 %
- b) De 21% a 40%
- c) De 41% a 50%

10. ¿Cuenta su negocio con algún tipo de seguro contra robos o pérdida de las mercancías?

- a) sí
- b) no
- c) anteriormente

11. De no contar con seguro ¿quisiera adquirir uno?

- a) Sí
- b) No
- c) Más adelante

12. ¿Cuenta con un local propio?

- a) Sí
- b) No
- c) Alquiler

13. ¿Su negocio se encuentra ubicado en un lugar estratégico?

- a) Sí
- b) No
- c) Muy pronto

14. ¿Usted cree que el estado apoya a los negocios de transporte?

- a) Sí
- b) No
- c) A veces

15. ¿Con que frecuencia sus clientes solicitan su servicio?

- a) Interdiario
- b) Quincenal
- c) Mensual

III. Gestión de calidad y atención al cliente

16. ¿Conoce usted, que es gestión bajo el enfoque de atención al cliente?

- a) Sí
- b) No
- c) He escuchado

17. ¿Le gustaría aplicar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente para mejorar su negocio?

- a) Sí
- b) No
- c) En el futuro

18. ¿Le gustaría contar con un profesional en la gestión bajo el enfoque de atención al cliente?

- a) Sí
- b) No
- c) En algún momento

19. ¿De qué manera ha afectado la globalización en su negocio?

- a) Bien
- b) Mal
- c) Más o menos

20. ¿Ha tomado medidas con respecto a la globalización?

- a) Ninguna
- b) Algunas
- c) Muchas