



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE EN ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE
REPUESTOS Y ACCESORIOS PARA MOTORES
FUERA DE BORDA, DISTRITO DE CALLERIA, AÑO
2017.**

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

AUTOR:

BACH. ADM. PAULO CESAR BRITTO PEREZ

ASESOR:

MBA. CRYSBER MOISES VALDIVIEZO SARAVIA

PUCALLPA – PERÚ

2017

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

.....
Mgr. Sergio Oswaldo Ortiz García
Secretario

.....
Mgr. José Luis Meza Salinas
Miembro

.....
Dr. Geider Grandes García
Presidente

.....
Mba. Crysber Moisés Valdiviezo Saravia
Asesor

AGRADECIMIENTO

A DIOS:

Por ser mi fuente inagotable
de conocimientos y fortalezas
en éste camino que se llama
“Vida”.

A MIS PADRES:

Luis Britto y Julia Pérez por
haberme dado la vida, por el
afecto que me han dado y me
siguen brindando, por su apoyo
permanente e incondicional
desde que decidí hacerme
profesional.

DEDICATORIA

Con cariño a mis padres que día a día se esfuerzan para que yo sea un buen profesional competente y ejemplo de la sociedad.

A mis hermanos y demás personas que me han apoyado y confían en mí para lograr mis objetivos.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo, describir de manera real las principales características de gestión bajo el enfoque en atención al cliente en las Mypes del sector comercio, rubro venta de repuestos y accesorios para motores fuera de borda, distrito de Callería año 2017. Cabe resaltar que la investigación fue descriptiva, para poder llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 5 Mypes las más representativas del rubro, a quienes de manera cordial se les invito a participar de un cuestionario conformado por 20 preguntas, aplicando la técnica de la encuesta. De esta manera se obtuvo los siguientes resultados: De la empresa lo mas resaltante es que el 60% son administradas por los mismos dueños. Sobre la gestión de calidad el 80% de los encuestados conoce poco sobre técnicas de gestión empresarial, para mejorar su gestión de calidad el 100% de los encuestados hacen uso de las tics. Con respecto a la atención al cliente tenemos que el 80% de las Mypes encuestadas si evalúa el nivel de satisfacción de sus clientes según la atención brindada por parte de su personal, el 80% de Mypes encuestadas si actualiza sus estrategias según gustos y preferencias de sus clientes. Por parte de la formalización el 100% de las Mypes son formales y están debidamente registradas en SUNAT. Por ultimo sobre la capacitación la mayoría con el 40% capacita por lo menos 3 veces al año a su personal sobre temas de gestión en la atención al cliente.

Palabras Claves: Gestión, Capacitación y Atención al cliente

ABSTRAC

The objective of the research was to describe the main management characteristics under the focus on customer service in Mypes of the commerce sector, sale of spare parts and accessories for outboard motors, Callería district, 2017. It should be noted that the investigation was descriptive, to be able to carry it out, a population sample of 5 Mypes was chosen, the most representative of the field, to whom we cordially invited them to participate in a questionnaire consisting of 20 questions, applying the technique of the survey. In this way, the following results were obtained: Of the most outstanding company, 60% are managed by the same owners. About quality management 80% of respondents know little about business management techniques, to improve their quality management 100% of respondents make use of tics. Regarding customer service, we have 80% of the Mypes surveyed if they evaluate the level of satisfaction of their clients according to the attention provided by their person, 80% of my respondents if they update their strategies according to their tastes and preferences. Your clients. On the part of the formalization 100% of the Mypes are formal and are duly registered in sunat. Finally, on training, the majority with 40% train their staff at least 3 times a year on management issues in customer service.

Keywords: Management, Training and Customer Service

INDICE DE CONTENIDO

FIRMA DE JURADO Y ASESOR	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
RESUMEN	V
ABSTRAC	VI
INDICE DE CONTENIDO	VII
INDICE DE CUADROS	IX
INDICE DE GRAFICOS	XI
I. INTRODUCCIÓN	13
1.1 Planteamiento del problema:	14
1.1.1 Caracterizacion Del Problema:	14
1.1.2 Enunciado Del Problema:	15
1.2 Objetivo de la investigacion:	15
1.2.1 Objetivo General:	15
1.2.2 ObjetivoEespecifico:	15
1.3 Justificacion de la la investigacion	16
II. REVISIÓN DE LITERATURA	17
2.1 Antecedentes	17
2.1.1 Internacional	17
2.1.2 Nacional	19
2.1.3 Regional	23
2.1.4 Local	23
2.2 Bases teóricas	24
2.3 Marco conceptual	30
III. HIPÓTESIS	41
IV. METODOLOGÍA:	42
4.1 Diseño De La Investigación:	42

4.2 Población y muestra	42
4.3 Definición y operacionalización de variables	44
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	46
4.4.1 Técnicas:	46
4.4.2 Instrumentos:	46
4.5 Plan de análisis	46
4.6 Matriz de consistencia	47
4.7 Principios éticos	48
V. RESULTADOS	49
5.1 Resultados	49
5.2 Análisis de Resultados	69
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	79
RECOMENDACIONES:	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	82
ANEXOS	87

INDICE DE CUADROS

Respecto a los Representantes

Cuadro 01.....	45
Cuadro 02.....	46
Cuadro 03.....	47
Cuadro 04.....	48
Cuadro 05.....	49

Respecto a la empresa

Cuadro 06.....	50
Cuadro 07.....	51
Cuadro 08.....	52

Respecto a la gestión de calidad

Cuadro 09.....	53
Cuadro 10.....	54
Cuadro 11.....	55
Cuadro 12.....	56
Cuadro 13.....	57
Cuadro 14.....	58

Respecto a la atención al cliente

Cuadro 15.....	59
Cuadro 16.....	60

Cuadro 17	61
Cuadro 18	62
Respecto a la formalización	
Cuadro 19	63
Cuadro 20	64

INDICE DE GRÁFICOS

Respecto a los Representantes

Gráfico 01.....	45
Gráfico 02.....	46
Gráfico 03.....	47
Gráfico 04.....	48
Gráfico 05.....	49

Respecto a la empresa

Gráfico 06.....	50
Gráfico 07.....	51
Gráfico 08.....	52

Respecto a la gestión de calidad

Gráfico 09.....	53
Gráfico 10.....	54
Gráfico 11.....	55
Gráfico 12.....	56
Gráfico 13.....	57
Gráfico 14.....	58

Respecto a la atención al cliente

Gráfico 15.....	59
Gráfico 16.....	60

Gráfico 17	61
Gráfico 18	62
Respecto a la formalización	
Gráfico 19	63
Gráfico 20	64

I. INTRODUCCIÓN

En estos últimos años los medios de transportes han evolucionado de manera progresiva, beneficiando incontablemente a muchas personas y Mypes, tanto así que la necesidad de un transporte se a vuelto vital en nuestra vida diaria.

Vale hacer mención que antes que los motores fuera de borda comiencen a funcionar de manera comercial en el distrito de Calleria, el primer medio de transporte a motor fluvialmente fue el motor Peke-Peke que dicho sea de paso hasta la actualidad siguen trabajando y operan con tranquilidad satisfaciendo necesidades de carga fluvial como por ejemplo transporte de frutas como plátano, papaya y distintas clases de verduras.

Este proyecto se fija netamente en la verificación de aplicación de gestión de calidad en atención al cliente para las Mypes dedicadas a la venta de repuestos y accesorios para motores fuera de borda, como también a los alcances e impactos que tendría como consecuencia para estas Mypes en el distrito de Calleria.

Se opta por el rubro de venta de repuestos y accesorios para motores fuera de borda en el distrito de Calleria porque actualmente la posibilidad de viajar de un lugar a otro por vuelos o vía terrestre no es conveniente para muchas personas, por el hecho de que dichos medios de transporte no tienen total acceso a ciertas zonas de la región que solamente puedes llegar fluvialmente como el Distrito de Iparía, Distrito de Bolognesi y Distrito de Sepahua.

Se quiere dar a conocer los beneficios y alcances que traería la aplicación de una buena gestión de calidad enfocada en la atención al cliente para las Mypes dedicadas a la venta de repuestos y accesorios para los motores fuera de borda en el distrito de Calleria.

Al proponer y aplicar la gestión de calidad y atención al cliente para las Mypes dedicadas a la venta de repuestos y accesorios para motores fuera de borda los estándares de calidad en la atención al cliente superan las expectativas esperadas, ya que con una buena atención al cliente se abren muchas puertas de negocios y maximización de sus ventas.

Se emplea técnicas e instrumentos de investigación como encuestas, entrevistas y observación a los microempresarios teniendo en cuenta su formalización de cada Mype, esta información fue validada y procesada estadísticamente con las pruebas del caso.

1.1 Planteamiento del problema:

1.1.1 Caracterización Del Problema:

Actualmente se presencia grandes deficiencias que son considerados problemáticas como en todo nuevo rubro, la informalidad y el desconocimiento de gestión de calidad son una constante en las Mypes.

Para las Mypes dedicadas a la venta de repuestos y accesorios para motores fuera de borda es una problemática seria ya que los representantes legales o dueños de estas mypes apelan al conocimiento y desarrollo empírico de las actividades por parte de ellos y su personal, por lo tanto no se dan cuenta de cómo satisfacer mejor las necesidades del mercado.

Es por eso que en este proyecto se hace énfasis en:

¿Las Mypes dedicadas a la venta de repuesto y accesorios de motores fuera de borda actualmente todas son formales?

¿Los dueños o representantes legales de las Mypes dedicadas a la venta de repuestos y accesorios de motores fuera de borda cuentan y aplican constantemente una buena gestión de calidad para sus clientes?

1.1.2 Enunciado Del Problema:

¿Mejoraran las ventas con una correcta aplicación de gestión de calidad y atención al cliente en las mypes dedicadas a la venta de repuestos y accesorios para motores fuera de borda en el distrito de calleria?

1.2 Objetivo de la investigacion:

1.2.1 Objetivo General:

Este proyecto tiene como objetivo general, demostrar que la correcta aplicación de gestión de calidad y atención al cliente en las Mypes dedicadas a la venta de repuestos y accesorios para motores fuera de borda Maximizaran su productividad en este mercado.

1.2.2 ObjetivoEespecifico:

- Verificar si las Mypes dedicadas a la venta de repuestos y accesorios para motores fuera de borda cuentan actualmente y aplican una gestión de calidad en atención al cliente.

- Verificar si las Mypes dedicadas a la venta de repuestos y accesorios para motores fuera de borda son formales.

1.3 Justificación de la la investigación

La investigación se justifica porque es importante conocer que la gestión de calidad y atención al cliente en las Mypes dedicadas a la venta de repuestos y accesorios para motores fuera de borda en el distrito de calleria es un punto que actualmente está en niveles críticos. Ya que no todos cuentan con el personal capacitado para poder brindar la atención adecuada y soporte necesario al cliente que busca de manera rápida solucionar su problema.

Este proyecto va dirigido a la Mypes dedicadas a la venta de repuestos y accesorios para motores fuera de borda en el distrito de calleria.

El beneficio de este proyecto será para las Mypes dedicadas a la venta de repuestos y accesorios para motores fuera de borda en el distrito de calleria y clientes que siempre están pendientes que sus motores no dejen de trabajar.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Internacional

DEL PEZO, D. (2011). “Diagnóstico Jurídico del Estado Actual de los Pescadores Artesanales, con relación a la sustracción de motores fuera de borda ocurridos en los espacios acuáticos del Puerto Santa Rosa del Cantón Salinas en el Año 2011 ”. El cantón Salinas posee un entorno ideal para la realización de varias actividades productivas entre ellas resaltan el aspecto turístico, artesanal, pesca, el comercio, la mediana y pequeña industria y además los puertos pesqueros de Anconcito y Santa Rosa, actividades de laboratorio de larvas, campos petroleros, salineras, áreas de cultivo, centro comerciales y Bancos.

La Actividad Pesquera en el Puerto de Santa Rosa, la flota pesquera se ha incrementado en los últimos años prevaleciendo los botes de fibra y las pangas la flota pesquera industrial constituyen en mayor número embarcaciones extranjeras.

En lo que tiene que ver a proyecciones poblacionales, y tomando en cuenta la tasa de crecimiento actual de 2.69% anual, para los años 2020 y 2040 tenemos 85.075 y 144.666 habitantes respectivamente, donde los niveles de conurbación llegarían a su tope.

ORTEGA, E. (2014). “Diagnóstico Jurídico del Estado Actual de los Pescadores Artesanales, con relación a la sustracción de motores fuera de borda ocurridos en los espacios acuáticos del Puerto Santa Rosa del Cantón Salinas en el Año 2011”. El Taller Maestranza se encuentra dividido en secciones, entre ellas se citan: Mantenimiento

Mecánico, Mantenimiento Eléctrico, Mantenimiento Electrónico y Mantenimiento de Motores Fuera de Borda, esta última área es en la cual se delimita la presente investigación.

La principal actividad del área en referencia, es reparar los motores fuera de borda de las diferentes embarcaciones que funcionan con este tipo de equipos, perteneciente a los diversos repartos y escuadrones de la Armada del Ecuador, que deben realizar sus labores de manera ágil y oportuna para cumplir con sus faenas de patrullaje y de prestar auxilio a la comunidad.

El problema que se ha observado en la sección de Mantenimiento de Motores Fuera de Borda del Taller Maestranza, se refiere a las frecuentes demoras en la entrega de estos motores a los Repartos que solicitan este servicio, atrasándose también las actividades en estos Repartos Navales.

La causa principal por la cual están ocurriendo estas demoras, se deben a la obsolescencia de algunos activos como es el caso del puente grúa, la falta de recursos tecnológico para facilitar la manipulación y transporte de los motores fuera de borda, durante los trabajos de mantenimiento, tampoco se observan manuales de procedimientos que orienten los procesos del servicio de mantenimiento en el Taller Maestranza.

Las consecuencias de no entregar oportunamente los motores fuera de borda en buen estado a los Repartos Navales correspondientes, pueden ocasionar atrasos en las actividades de las diferentes áreas de la Armada del Ecuador, es decir si el Comando de Guardacostas, no dispone de los motores fuera de borda en óptimas condiciones, no pueden movilizar las lanchas y tampoco podrá realizar los patrullajes en alta mar la Policía

Marítima, menos aún cumplir con la labor comunitaria, afectando con ello a los pescadores de las comunidades locales, que requieren seguridad para ejercer su trabajo, tampoco se podrá servir a las personas delicadas de salud o a las mujeres en estado de gestación, quienes requieren atención inmediata para evitar el agravamiento de su delicado estado de salud.

Por este motivo, será necesario identificar los procesos principales del mantenimiento de motores fuera de borda, a través del mapa y la gestión por procesos, con el fin de evaluar el desarrollo tecnológico de los mismos, caso contrario el Taller Maestranza reducirá su nivel de eficiencia en perjuicio directo de la ciudadanía y de los Repartos Navales correspondientes.

2.1.2 Nacional

HUANAY, F., TABOADA, J. Y VASQUEZ, R. (2015). “Propuesta de mejora en el transporte de Combustibles líquidos vía terrestre y Fluvial a zonas remotas”. La presencia de la logística ha pasado a tener una mayor relevancia al contemplarse como una característica estratégica de supervivencia de las empresas productoras desde la década de los años ochenta, de manera especial en Sudamérica. En el Perú, este interés despertó a principios de los noventa, pero se ha generalizado en la primera década del presente siglo.

“La logística es parte de la cadena de suministro que planea, implementa y controla el eficiente y efectivo flujo de almacenamiento de bienes y servicios, asimismo la

información relacionada desde el punto de origen hasta el punto de consumo con el propósito de satisfacer los requerimientos del cliente”. (Stock y Lambert, 2001: 57).

La logística es importante porque ayuda a crear valor reduciendo los costos y pasando el beneficio de ello a los consumidores, porque permite a las empresas encontrar maneras para diferenciarse de sus competidores, ofreciendo un mejor servicio al cliente y de esta manera penetrar en nuevos mercados o extender el mercado actual para aumentar las ventas y poder lograr el incremento de sus utilidades. Durante la gestión del transporte se presentan dos tareas imperativas, la primera de ellas es la elección del medio o los medios de transporte a utilizar y lo segundo es la programación de los movimientos a emplear.

HUANAY, F., TABOADA, J. Y VASQUEZ, R. (2015).). “Propuesta de mejora en el transporte de Combustibles líquidos vía terrestre y Fluvial a zonas remotas”. La difícil y variada geografía del Perú es la primera condición que se presenta para que el desarrollo del transporte en este país sea de tipo terrestre, aéreo, marítimo o fluvial, es por ello la importancia de mejorar las operaciones de transporte existentes y de descubrir nuevas alternativas para el transporte de combustibles líquidos al interior de nuestro territorio necesarias en el desarrollo de nuevas y variadas opciones de energía, además de la exploración de nuevos recursos los cuales permitirán el crecimiento de nuestra economía.

“En 2015 se comenzarán a ejecutar cerca de US\$1,500 millones de inversiones en infraestructura portuaria, dijo José Gallardo, ministro de Transportes y Comunicaciones. Los terminales de Paíta, el puerto de minerales del Callao, el muelle norte del Callao, y el terminal general San Martín de Pisco destacan como las principales concesiones.

El principal proyecto del sector respecto a la Red Vial Nacional es la pavimentación del 100% de la Carretera Longitudinal de la Sierra, que actualmente tiene un avance del 82%, precisó. Para diciembre de 2015 se espera la entrega de la Red Vial N° 4, que se extiende desde Pativilca a Trujillo.

Anunció, además, que en los próximos meses se darán en concesión los 2,500 kilómetros de hidrovías en la selva peruana. El Programa Nacional de Puentes tiene prevista la construcción de 455 de estas estructuras para este año y 270 para el 2016, señaló”. (Perú 21, 2015)

Las condiciones de navegación en los ríos es variable y estacional, dependiendo de la crecida de los ríos, siendo las mayores restricciones en los períodos de vaciante que corresponden a los meses comprendidos entre Julio y Septiembre, que a su vez significa mayores costos, sea por pérdida de tiempo en navegación, posibles daños a las naves, pérdida de profundidad en los canales de acceso a los puertos, etc.

RUIZ, J. (2015). “Calidad en atención y la satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio y servicios – rubro factorías y venta de partes, piezas, accesorios y repuestos en general, del distrito de chimbote, 2015” Para lograr la satisfacción y retención de los clientes, es necesario que la empresa cuente con políticas o prácticas de atención y servicio a los clientes que sean efectivas. Se trata de conseguir la mayor calidad en la atención al cliente, ofreciendo un producto excelente y la mayor cantidad de servicios complementarios posibles. Además, es necesario desarrollar una forma de pensar y actuar que debe ser compartida por todos los miembros de la

organización con el objetivo de alcanzar relaciones con sus clientes que sean perdurables con comodidad y seguridad.

Los responsables de la dirección de las empresas deben mostrar un compromiso con la atención al cliente, de modo que puedan implicar a todos sus empleados para lograr que las relaciones con los clientes sean comprendidas como una fuente de beneficios y valor añadido para todos. Este valor debe formar parte de la cultura empresarial.

BLAS, C. (2013). “Caracterización de la formalización y financiamiento de las mypes del sector comercio – rubro distribuidoras de repuestos caterpillar en el distrito de chimbote, periodo 2011-2012”. Para todo administrador es importante conocer y tener en cuenta las dificultades que atravesarán al momento de ejercer la carrera, ya que existen muchas complicaciones que afectan el desempeño y desarrollo de una mype. Características que afectan la gestión y desarrollo de una Mypes:

- Concentración de propiedad que les obliga a obtener recursos financieros de terceros.
- Baja participación e influencia en el mercado.
- Bajo nivel de calificación del personal (inexistencia de profesionalización en administración).
- Poca investigación y desarrollo de productos que generen valor añadido.
- Limitación de recursos para inversión en tecnología.
- No poseen adecuados sistemas de información y contabilidad. Decisiones tomadas por los dueños se basan en cuestiones operativas y no estratégicas que aseguren su crecimiento y permanencia

2.1.3 Regional

MORALES, M. (2016). “Gestión de calidad y formalización de las mypes en el sector comercio, rubro venta de repuestos para vehículos menores (motocicletas), en el distrito de san juan bautista, 2016”. Un sistema de gestión de la calidad, pues hace referencia a una estructura operativa de trabajo, basado en documentos normativos e incorporando recursos técnicos y gerenciales, como instrumentos procedimentales para guiar las acciones de la fuerza laboral, de manera práctica y coordinada que asegure la satisfacción de las personas. Según Deming mencionado por, Alonso, M. (2006) “la mejora de los procesos incrementa la universalidad de los productos, reduce la reelaboración y los errores, reduce el malgasto de recursos humanos, así como materiales, lo que produce outputs con menor esfuerzo”. La tendencia de crecimiento físico y virtual, obliga que las empresas sean hoy en día más eficientes sobre todo con los clientes.

2.1.4 Local

CHUQUIPIONDO, A. (2017). “Gestión de calidad y formalización en la mypes ventas de repuestos y accesorios de motos y motokar del distrito de yarinacocha , año 2016” . El sistema de gestión de calidad (SGC) se muestra como una estructura operacional de trabajo, bien documentada e integrada a los procedimientos técnicos y gerenciales, la cual se resume en una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto

de elementos administrativos como recursos, procedimientos, documentos, estructura organizacional y estrategias para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen a los consumidores futuros clientes, con llevando a la planeación, control y mejora de aquellos elementos de la organización que inciden en la satisfacción del cliente y en el logro de los resultados deseados por la empresa. Como gestionar su negocio aplicando estrategias de ventas así obtendrán un crecimiento en ventas y clientes satisfechos. En su negocio demuestre seguridad a sus clientes con los productos que ofrezcan en su negocio.

Los negocios en ventas de repuestos y accesorios en los últimos años se han ido incrementando del distrito de Yarinacocha, ya que la mayoría de la población de Yarinacocha cuenta con un negocio en ventas, algunos en su propia domicilio y otros alquilan un local en ventas de repuesto y accesorio siendo algunos informales, ya que la tecnología ha llegado al Perú las grandes empresas de motocicletas importan sin números y modelos de motocicletas de dos y tres ruedas al Perú – Yarinacocha, esto hace que la necesidad de la población compren una motocicleta sea de dos o tres ruedas para uso de trabajo.

2.2 Bases teóricas

SEGÚN MARTHA ALLES - 2017 “CONSTRUYENDO TALENTO HUMANO”: La medición de las capacidades de las personas debe realizarse en base a herramientas prácticas y, al mismo tiempo, comprensibles para el interesado y sus jefes. ¿Por qué decimos que deben ser comprensibles para el colaborador? Muchas veces él mismo se autoevalúa, y desde ya que, en ese caso, debe hacerlo en base a una herramienta al mismo

tiempo fiable y simple. Y aun cuando esto no ocurra, deberá poder comprender cómo se hizo su evaluación. Los temas en juego son muy importantes, muchas veces depende de ello su futuro y deseará una explicación clara tanto cuando es elegido para ocupar otro puesto como cuando no es seleccionado.

Los directivos y jefes suelen dejar en otras manos la medición de aspectos no técnicos; es decir, miden los conocimientos y experiencia, pero los restantes aspectos, que como vimos son –además– los más relevantes, los dejan a cargo de los especialistas de Recursos Humanos o de psicólogos, y no los evalúan ellos mismos. Esta situación tiene varias implicancias negativas, desde que la decisión queda en una zona oscura (como resultado de la aplicación de un test que no se comprende cabalmente o cualquier otra situación semejante), hasta “no compartir la opinión” (el test dio un determinado resultado pero en mi opinión la persona evaluada es diferente, es un comentario que suele escucharse); esto solo por citar dos circunstancias suma-mente frecuentes. Por lo tanto, es necesario dotar a los directivos y jefes de herramientas que ellos puedan utilizar, como las Fichas de evaluación.

La mayoría de las veces será el jefe directo el que mejor podrá medir las capacidades de sus colaboradores, pero para hacerlo debe estar entrenado y contar con herramientas adecuadas para una medición eficaz.

INTERPRETACION A JOHN TSCHOHL – 2011 “SERVICIO AL CLIENTE - EL ARMA SECRETA DE LA EMPRESA QUE ALCANZA LA EXCELENCIA”: Casi la mayoría de las empresas no comprenden que el servicio y atención al cliente es realmente vender.

El servicio y atención se traduce en “vender” ya que de eso dependerá el retorno de los clientes con mayor frecuencia y miras a comprar en mayores cantidades. Un estudio realizado en American Management Association, las compras realizadas por clientes fidelizados gracias a la atención y niveles de satisfacción recibidos, representan el 65% del total de ventas de la Mypes.

Tschohl manifiesta como principal problema a los directivos o jefes, porque muchos no consideran al área de atención al cliente como fuerza estratégica de marketing para concretar futuras posibles ventas.

También menciona que en la actualidad muchas Mypes demuestran que el servicio y atención al clientes mucho más eficaz que el mismo marketing para promocionar productos o servicios.

Se entiende que el trato directo con los clientes es el mejor marketing que pueda existir para ampliar la cartera de clientes demostrando innovación de productos, capacitación y sobre todo buen servicio.

Tschohl da a a conocer que existen cinco condiciones para lograr el buen servicio al cliente.

- Compromiso de gerencia: la programación periódica de capacitación en atención al cliente para su personal es fundamental. Estar focalizados en el objetivo de fidelizar nuevos y potenciales clientes.

Para cumplir eficientemente con esas programaciones es necesario invertir en profesionales que conozcan sobre el tema con el fin de potenciar y mantener un buen servicio y atención al cliente.

- Mejoras perceptibles de los productos o servicios: Toda mejora que se realice al producto o servicio tiene que ser visible para los clientes para así demostrar que se promocionan productos o servicios innovadores que marcan la diferencia con respecto a la competencia. El secreto estará en mejorar la publicidad para cada producto y darle un vistazo diferente.

- Capacitación: Para Tscholl la empresa debe brindar muchas capacitaciones que sean necesarias a sus empleados con el fin de enseñarles a implementar estrategias innovadoras de servicio.

Menciona que desde 1980 las Mypes ignoran que la influencia de la capacitación tiene un impacto mayor que cualquier programa de marketing.

- Colaboración y apoyo interno: la ayuda y colaboración entre las áreas tienen que ser mutuas. Eso genera confianza y lealtad entre los empleados.

El objetivo general es cumplir de una manera satisfactoria y oportuna con los clientes.

- Compromiso de todos los empleados: Es de vital importancia convencer a los empleados que cada acción que ellos realicen afectara de manera directa a los clientes sea bueno o sea malo. Se hace mención por:

- Estado de animo
- Falta de fundamentos de ventas.

SEGÚN MERCEDES ARAOZ – 2017 “LAS MYPES PODRAN SER CONSTITUIDAS EN 3 DIAS CON LA NUEVA LEY MYPE”: “Esta campaña tiene el lema: ‘No te pongas límites, aprovecha la Ley Mypes y crece tú también’, y con ella queremos que las Mypes apunten a la formalización, acogiéndose a una serie de beneficios” las ventajas de la nueva ley es que las micro y pequeñas empresas (mypes) de todo el país se podrán constituir en 72 horas mediante la plataforma virtual del portal de servicios al ciudadano y empresas, que permite la formalización y constitución de empresas. “La nueva Ley Mypes también permite al Estado reservar el 40% de las compras estatales a favor de las Mypes”

Asimismo, los propietarios, trabajadores y familiares de las microempresas accederán al Sistema Integral de Salud (SIS) familiar aportando sólo el 50% de la afiliación, y el Estado apoyará con la diferencia.

Explicó que en el país las Mypes son el 98.69% del total de empresas y las principales generadoras de empleo, sin embargo, una característica particular es su alto nivel de informalidad que llega a 72.62%.

INTERPRETACION A JOSE NAVAS Y LUIS GUERRAS – 2016
 “FUNDAMENTOS DE DIRECCION ESTRATEGICA DE LA EMPRESA”: El concepto “Dirección Estratégica” como tal surge hace más de cincuenta años. Desde entonces los

conceptos y conocimientos sobre dirección estratégica están en un proceso continuo de globalización.

Por eso navas y guerras concluyen a la dirección estratégica en tres aspectos:

1) En que rubro competir: se le llama estrategia comparativa y define el campo de acción y mercado sobre el que se va a competir.

Se considera:

Funciones, Adquisiciones y Verificación de alianzas estratégicas

2) Estrategia competitiva: La idea más importante en este punto es el de posicionamiento de una Mypes en el mercado, es donde se establece la estrategia de competitividad y se refieren a:

- Costes, Diferenciación a la competencia y Productos innovadores.

Para lograr con éxito el posicionamiento navas y guerras hacen mención de dos características:

- Las condiciones actuales del entorno y rivalidad de las empresas
- Los recursos y capacidades del propio negocio haciendo uso de una matriz DAFO.

3) Ejecución de la estrategia: Todo lo mencionado quedara en nada si no se puede implantar la estrategia. Se tiene que tener en cuenta los sistemas de control y las leyes que el gobierno modifica con respecto a Mypes.

Para lograr el éxito de la Mypes sobre todo está el aprovechamiento de las oportunidades de un buen trato y fidelización a los clientes. La dirección estratégica es un tema complejo puesto que incorpora una amplia variedad de cuestiones a muchos niveles.

Más aún, en el entorno actual caracterizado por los rápidos cambios tecnológicos, la globalización y el surgimiento de competidores procedentes de las economías emergentes, los desafíos estratégicos a los que se enfrentan las empresas y los que toman decisiones clave son cada vez más complejos y urgentes.

2.3 Marco conceptual

Definición de mypes:

El Artículo 4° de la Ley MYPE, establece el concepto de Micro y Pequeña Empresa, a la letra dice:

“Es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (TEXTO UNICO ORDENADO), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (Dec. Leg. N° 1086)”

Es importante resaltar que, la microempresa no necesita constituirse como persona jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley. Las características que debe reunir una MYPE son las siguientes:

CARACTERISTICAS	NUMERO DE TRABAJADORES	NIVELES DE VENTAS ANUALES
MICROEMPRESA	De 1 hasta 10	El monto máximo de 150 UIT
PEQUEÑA EMPRESA	De 1 hasta 100	El monto máximo 1700 UIT

“El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Pequeña Empresa será determinado por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas cada dos años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido período.

Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.”

Por otro lado se consideran como características generales en cuanto al comercio y administración de las MYPES las siguientes:

- Su administración es independiente. Por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños.
- Su área de operación es relativamente pequeña, sobre todo local.
- Tienen escasa especialización en el trabajo. No suelen utilizar técnicas de gestión.
- Emplean aproximadamente entre cinco y diez personas. Dependen en gran medida de la mano de obra familiar.

- Su actividad no es intensiva en capital pero sí en mano de obra. Sin embargo, no cuentan con mucha mano de obra fija o estable.
- Disponen de limitados recursos financieros.
- Tienen un acceso reducido a la tecnología.
- Por lo general no separan las finanzas del hogar y las de los negocios.
- Tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad. (ASPILCUETA, 2017)

MENOS DEL 20% DE MYPES ACCEDEN A CAPACITACIÓN, SEGÚN COFIDE (CORPORACION FINANCIERA DE DESARROLLO).

Más del 80% de las mypes peruanas desarrollan su actividad de modo intuitivo y carecen de los elementos necesarios para ser competitivas en un mercado globalizado como el que enfrenta el país, señala COFIDE.

“El empresario peruano tiene uno de los niveles de emprendimiento más altos en el mundo, pero el acceso a capacitación en el segmento PYME es muy bajo, entre el 15% y 20%. Esto genera una gran brecha porque, actualmente, por lo que el mundo paga más es por productos con un factor de innovación y el peruano promedio de la micro y pequeña empresa no ha llegado a conceptualizar cómo calzar esos elementos dentro de su modelo de negocio”, señala Luis Terrones, gerente de Desarrollo de COFIDE.

Coyuntura para el desarrollo MYPE:

Según el directivo, existen dos factores que van a generar un entorno favorable para el desarrollo de las MYPES, pero es necesario que los empresarios del sector estén preparados para asumir retos ya que de lo contrario desaprovecharán la coyuntura. (HUARUCO - 2014)

TENDENCIAS QUE MARCARAN EL SERVICIO AL CLIENTE EN 2017.

La presión sobre los líderes de atención al cliente aumenta cada vez más. De acuerdo con Asier Bollar, director de marketing de Aspect para Latinoamérica, las expectativas del cliente en 2017 serán más demandantes e inmediatas, por lo que las empresas deben preparar su estrategia de negocio para 2017 dando un papel principal a la innovación centrada en el cliente digital.

Asimismo, la explosión digital, la rapidez para innovar, la movilidad, la exigencia de una experiencia perfecta y la atención en tiempo real determinarán el éxito o fracaso del servicio al cliente de las empresas.

“Siendo estrictos a la verdad, deberíamos eliminar el concepto de ‘servicio al cliente’ y promover el concepto de ‘compromiso con el cliente’, especialmente si consideramos que uno de cada tres clientes cambiarán el próximo año por una mala experiencia de cliente, no por precio, ni cualidades del producto; la experiencia vivida determinará la fidelidad”, explicó Bollar.

El ejecutivo comentó que la velocidad del cambio y el poder disruptivo de muchas novedades digitales romperán el status que de muchas industrias y sus fuentes de ingresos:

“La economía del consumidor digital es un hecho, y también que las empresas deben recrearse con iniciativas digitales para enfrentar los retos”.

Bollar dijo que, para transformar cualquier actividad empresarial al mundo digital, habrá dos prácticas claves: primero, anticipar y monitorear continuamente cambios y sus tendencias; segundo, incorporar la inversión en tecnología.

Según datos de un estudio de Forrester Consulting y Aspect Software, el 73% de los ejecutivos reconoce que la tecnología es imprescindible para poder entregar el nivel de experiencia que demanda el nuevo consumidor. Igualmente, según analistas, los grandes líderes digitales identifican cinco tecnologías digitales transformadoras: la nube, big data y analítica, movilidad, redes sociales y la inteligencia artificial. Al combinarse, estas tecnologías tienen el poder de transformar cómo las empresas interactúan con sus clientes (OSORES - 2017)

INDECOPI LANZA CUARTA EDICIÓN DEL PREMIO ‘PRIMERO, LOS CLIENTES’ CON LA INCLUSIÓN DE UNA NUEVA CATEGORÍA DEDICADA A LAS MYPE

Con la inclusión de una nueva categoría dirigida a las Mype (micro y pequeñas empresas), el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) lanza la cuarta edición del premio ‘Primero, los clientes’, con el que busca identificar, reconocer y promover las prácticas de éxito que realicen los proveedores en beneficio de los consumidores peruanos.

De esta forma, la institución, en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, destaca en esta nueva edición del certamen el aporte de las Mype en el crecimiento económico del país. Además, con esta iniciativa, el Indecopi busca orientar la política de atención de reclamos en las empresas hacia una gestión de calidad, enfocada hacia la satisfacción del consumidor, y que procure resolver las controversias de consumo entre la empresa y sus consumidores de una manera eficiente.

Asimismo, con el desarrollo de este concurso, se busca destacar y premiar la puesta en marcha de las buenas prácticas en prevención y gestión de reclamos, compromiso con la satisfacción de las necesidades de los consumidores, actitud positiva hacia la mejora continua y vocación de liderazgo en el sector empresarial.

Además de la categoría dirigida a las Mype, el premio ‘Primero, los clientes’, contará con tres categorías más, implementadas en ediciones anteriores: Mecanismos de información, Atención de reclamos y Ejecución de garantías.

En el concurso podrán participar las empresas privadas, empresas públicas y gremios empresariales que hayan implementado buenas prácticas en prevención y gestión de reclamos. Estas serán evaluadas por un jurado calificador independiente compuesto por representantes del sector público, sector empresarial, así como entidades internacionales.

Una buena práctica en prevención y gestión de reclamos se caracteriza por su impacto, innovación y réplica, a fin de incentivar en las empresas una mejora en la atención de sus clientes, a través de información oportuna, eficiente solución de controversias y una eficaz ejecución de garantías. (INDECOPI - 2016)

ATENDER NO ES IGUAL QUE ATENDER BIEN:

La mayoría de la gente que trabaja atendiendo personas no está consciente de estas diferencias. Si las conocieran atenderían mejor. Y justo por desconocerlas, muchos clientes reciben mala atención en muchas empresas y organizaciones todo el tiempo.

Por ejemplo, es muy difícil que un cliente se sienta bien atendido por una persona que está escribiendo mensajes de texto en su teléfono celular o interactuando con la computadora, sin quitar nunca los ojos del aparato para establecer contacto visual con el cliente.

Atender no es suficiente. Atender bien se relaciona con la cantidad y calidad de atención verdadera que les das a tus clientes. La mayoría de las personas que logran comprender lo que implica una buena atención alcanzan una gran satisfacción personal por su trabajo y brindan satisfacción a sus clientes. Sentirse útiles ayudando a las personas les proporciona bienestar en todos los sentidos. (JIMENEZ - 2017)

IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGIA EN LAS EMPRESAS EN CRECIMIENTO:

La tecnología ha dejado de ser un lujo o privilegio en todo el mundo, su uso se ha convertido en un elemento fundamental en el ámbito personal y empresarial. En un mundo tan activo y globalizado, las empresas deben ser rápidas y eficientes con todos sus recursos, la tecnología ha llegado para resolver los problemas y eliminar las barreras de las organizaciones a través de sistemas innovadores y que son adaptables a las necesidades de cada una. Lo que antes tomaba semanas e incluso meses, hoy en día es posible terminar en unos pocos minutos y sin mayor esfuerzo ni complicación.

Cuando una empresa toma resistencia a implantar nuevas tecnologías en cada uno de sus procesos aumenta sus probabilidades de estancarse y quedarse atrás, sobre todo aquellas en etapa de crecimiento que aún no se encuentran totalmente estabilizadas o posicionadas en el mercado.

Es por ello que, las empresas en vías de crecimiento deben luchar cada día por ir de la mano con los avances tecnológicos y adaptarse a ellos, con el fin de acelerar sus procesos y por supuesto, mantener competitividad en el mercado. (CASTRO-2016)

TRES ESTRATEGIAS DE FIDELIZACION DE CLIENTES PARA EL 2017

Conservar un cliente es clave para asegurar el crecimiento de un negocio. Según la revista de negocios 'Entrepreneur' conseguir un nuevo cliente es 70% más caro que conservarlo. Es por esto que recomendamos estas 3 estrategias para fidelizar a sus clientes en 2017.

1. Cree expectativas realistas:

La mejor manera de asegurar la satisfacción de un cliente es sentando expectativas realistas del nivel de servicio que usted está en capacidad de ofrecer. Mientras más temprano en la relación lo haga, mejor. En esta línea, la empresa Datto recomienda crear un acuerdo de servicios que contemple aspectos como el tiempo de respuesta de manera extremadamente realista.

“Prometer con modestia y entregar con abundancia” es el lema de esta compañía. Esto significa que es buena idea prometer un tiempo de respuesta máximo de 2 horas cuando usted sabe que máximo le tomará 5 minutos responder. De esa manera estará excediendo

las expectativas de su cliente todo el tiempo sin necesidad de comprometerse a algo que difícilmente pueda cumplir.

2. Cree un mecanismo para anticipar las necesidades

Contar con un servicio de respuesta rápida ante emergencias es clave. Pero implementar un mecanismo que le permita anticiparse a las urgencias y proactivamente solucionarlas antes de que el cliente siquiera las solicite es mucho mejor. De esa manera mantendrá una relación armónica con el cliente y el estrés de las emergencias se reducirá considerablemente.

Algunas maneras de lograr este efecto son los reportes trimestrales y semestrales, la creación de tableros de control, la implementación de métricas clave que se puedan medir en tiempo real, entre otros. Implementar mecanismos que le permita detectar un problema potencial y corregirlo antes de que el cliente levante la alarma cumplirá con este objetivo.

3. Emplee automatización

Las herramientas de automatización permiten que tareas manuales que consumen mucho tiempo se estandaricen y conviertan en procesos repetibles. Las compañías que hacen uso adecuado de la automatización logran minimizar el tiempo de respuesta y mantienen un máximo desempeño para su servicio o producto.

Por lo general los clientes buscan proveedores que aseguren la continuidad de su servicio, sobre todo cuando este es crítico para el negocio. A través del aprovechamiento

de la automatización para facilitar los procesos repetitivos, las empresas pueden cumplir de mejor manera sus compromisos y, por lo tanto, fidelizar con un alto nivel de servicio a sus clientes.

A través de estandarizar procesos, generar expectativas realistas y crear mecanismos que le permitan anticiparse a las necesidades de los clientes, usted podrá asegurar la lealtad de este público, lo que por ende incrementará su tasa de retención. (WEISSON-2017)

UNA ESTRATEGIA DIRIGIDA AL CONSUMIDOR:

No olvidemos que la fidelización no se da desde el comienzo. Es un proceso que involucra conocer al consumidor. Si no lo conocemos no sabremos cuáles serán los adicionales que podemos ofrecerle sin que se sienta presionado u hostigado. Además debemos saber que no todos los clientes se fidelizan. No a todos les interesan las campañas de fidelización.

La principal contribución de la marca digital es que permite tener una mejor relación con los clientes. Si bien el canal digital ayuda en ese sentido, por sí solo no ayuda: debe responder a una estrategia desarrollada en el área de marketing de cualquier empresa.

No podemos pensar que el canal digital servirá solamente para contactarnos, hay que ver cuál será la contribución real del este canal. En algunos casos será retener clientes; en otros casos será el fidelizar a un grupo en específico. Lo importante es que sea parte de una estrategia. De lo contrario no funcionará.

Desde su experiencia, ¿considera usted que las organizaciones involucran cada vez más sus canales digitales dentro de una estrategia orientada al consumidor?

“No podemos pensar que el canal digital servirá solamente para contactarnos, hay que ver cuál será la contribución real del este canal. En algunos casos será retener clientes; en otros casos será el fidelizar a un grupo en específico” (CUERVO-2017)

III. HIPÓTESIS

- ¿Se podrá mejorar los servicios de atención a los clientes dando a conocer sobre los beneficios y la correcta aplicación de la gestión de calidad a los representantes legales o dueños de la Mypes dedicadas a la venta de repuestos y accesorios para motores fuera de borda?
- ¿Para evitar el desconocimiento y maximizar la eficiencia en la atención en el área de ventas será necesario las constantes capacitaciones del personal a cargo?
- ¿La abundancia de repuestos alternativos , más baratos y de menor calidad aminoran la ventas y maximizan incertidumbre en los clientes?

IV. METODOLOGÍA:

4.1 Diseño De La Investigación:

- No experimental: La investigación se realizó sin influencia directa del investigador teniendo en cuenta el desarrollo de las variables en su contexto natural.
- Transversal: Todas las variables fueron medidas en una sola ocasión y se realizaron las comparaciones respectivas.
- Retrospectivo: Para el correcto desarrollo de la investigación fue necesario tener en cuenta los antecedentes sobre dicha problemática.

4.2 Población y muestra

Poblacion: Para la poblacion total tenemos un total de cinco mypes dedicadas a la venta y comercializacion de repuestos y accesorios para motores fuera de borda en el distrito de calleria, teniendo en cuenta que es un rubro muy especifico y no tan explorado hasta el momento solo como referencia se toma las mas representativas.

Muestra: La muestra esta compuesta por el total que son las 5 mypes encuestadas, las cuales son las mas representativas en el ditrito de calleria en la actualidad, tenemos:

- MYPE: Negocios Integrales E.I.R.L.
- MYPE: Repuestos Y Servicios El Ribereño E.I.R.L.
- MYPE: La Casa Del Maderero Import S.R.L.
- MYPE: Don Juanito S.A.C.
- MYPE: Armando Herrera Malpartida (Persona Natural Con Negocio).

4.3 Definición y operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
GESTION DE CALIDAD	ES EL MECANISMO SISTEMICO DE UNA ORGANIZACIÓN PARA LOGRAR LA OPTIMIZACION DE SUS PROCEDIMIENTOS. EL OBJETIVO GENERAL ES ENCAMINAR LA INFORMACION, LA MAQUINARIA, EL PERSONAL Y EL TRABAJO CON EL FIN DE BUSCAR Y MANTENER LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES CON PRODUCTOS O SERVICIOS QUE NECESITEN.	LOGRO	EMPRESARIALES INDIVIDUALES
		CLIMA ORGANIZACIONAL	IMAGEN CALIDAD DE VIDA METAS
		TECNICAS ESTRATEGICAS	MARKETING PLAN ESTRATEGICO MEJORA CONTINUA
		COMPETITIVIDAD	PRECIO CALIDAD ATENCION AL CLIENTE
		MOTIVACION	INICIATIVA LABORAL ECONOMICA

<p>ATENCION AL CLIENTE</p>	<p>SERVICIO QUE DESARROLLAN LAS MYPES U ORGANIZACIONES QUE COMERCIALIZAN PRODUCTOS Y BRINDAN SERVICIOS A SUS CLIENTES. SU OBJETIVO ES SABER EL ESTADO ACTUAL DE LAS NECESIDADES DE SUS CLIENTES DE MANERA DIRECTA YA SEAN RECLAMOS, SUGERENCIAS, INQUIETUDES, INFORMACION SOBRE PRODUCTOS O SERVICIOS, LOS CLIENTES DEBEN CONTAR CON DICHO BENEFICIO.</p>	<p>ATENCION</p>	<p>PERSONALIZADA DISTANCIA</p>
		<p>CALIDAD</p>	<p>RAPIDA EFICIENTE AMABILIDAD</p>
		<p>RENDIMIENTO</p>	<p>POSICIONAMIENTO FIDELIZACION CONSTANTE</p>
		<p>DESEMPEÑO</p>	<p>OBSERVACION CONSTANTE</p>
		<p>PERSONAL</p>	<p>NIVEL DE CONOCIMIENTOS NIVEL DE EXPERIENCIA CARISMA</p>

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1 Técnicas:

- Entrevistas: para la recopilación de información se mantuvo entrevistas personales con los representantes legales y encargados de las Mypes, los cuales brindaron buena cantidad de información que no figuraba en el cuestionario, fue de gran ayuda.
- Encuestas: Conformado por preguntas directas y sencillas de responder dirigidas a los empleados con el fin de obtener información real de la mype.

4.4.2 Instrumentos:

Se estructuró un cuestionario constituido por 20 preguntas cerradas enfocadas al representante legal, a la mype, a la gestión de calidad, atención al cliente y formalización.

4.5 Plan de análisis

- Para el análisis de datos se recurrió a la técnica estadística descriptiva que consiste en describir los hechos y resultados de las tabulaciones del cuestionario tal y como se fueron dando.
- Para el análisis estadístico se hizo uso del programa Microsoft Excel 2010 ya que facilita las tablas y gráficos para las tabulaciones de forma automática.

4.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Universo y Muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>¿Las Mypes dedicadas a la venta de repuesto y accesorios de motores fuera de borda actualmente todas son formales?</p> <p>¿Los dueños o representantes legales de las Mypes dedicadas a la venta de repuestos y accesorios de motores fuera de borda cuentan y aplican constantemente una buena gestión de calidad para sus clientes?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Este proyecto tiene como objetivo general, demostrar que la correcta aplicación de gestión de calidad y atención al cliente en las Mypes dedicadas a la venta de repuestos y accesorios para motores fuera de borda Maximizaran su productividad en este mercado</p> <p>Objetivo Especifico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verificar si las Mypes dedicadas a la venta de repuestos y accesorios para motores fuera de borda cuentan actualmente y aplican una gestión de calidad en atención al cliente. • Verificar si las Mypes dedicadas a la venta de repuestos y accesorios para motores fuera de borda son formales. 	<p>Gestion de calidad</p> <p>Atencion al cliente</p>	<p>Universo: Se obtendrá esta información por parte de la institución encargada correspondiente.</p> <p>Muestra: De la información estadística que se obtenga del universo solo se trabajara con las Mypes que se encuentran ubicadas en el distrito de Calleria.</p>	<p>Tipo de investigacion sera descriptivo</p> <p>Nivel de la investigacion sera cuantitativo</p> <p>El diseño de la investigacion sera</p> <ul style="list-style-type: none"> • No experimental. • Transversal • Retrospectivo 	<p>Tecnica: se utilizara las encuestas</p> <p>Instrumento: Modalidad de preguntas cerradas</p>

4.7 Principios eticos

La presente investigación dirigida a las Micro y Pequeñas empresas, estuvo fundamentada por principios éticos, como la justicia que exige el derecho a un trato de equidad, a la privacidad, anonimato y confidencialidad, porque es la cualidad que posee cierta información la que debe de mantenerse reservada para el conocimiento de una persona o de algunas, pero que no debe ser expuesta en forma masiva , por añadidura se respaldara por el respeto a la persona humana, que en este caso estuvo representado por los representantes legales de las Mypes, también se tomará en cuenta la lealtad, donde se guarda fidelidad y transparencia toda la información proporcionada, tanto en la preparación y seguimiento de la investigación, por último el principio de la solidaridad, ya que el trabajo que se realizó, solo será utilizado para fines académicos.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Sobre el representante:

CUADRO 1 : EDAD

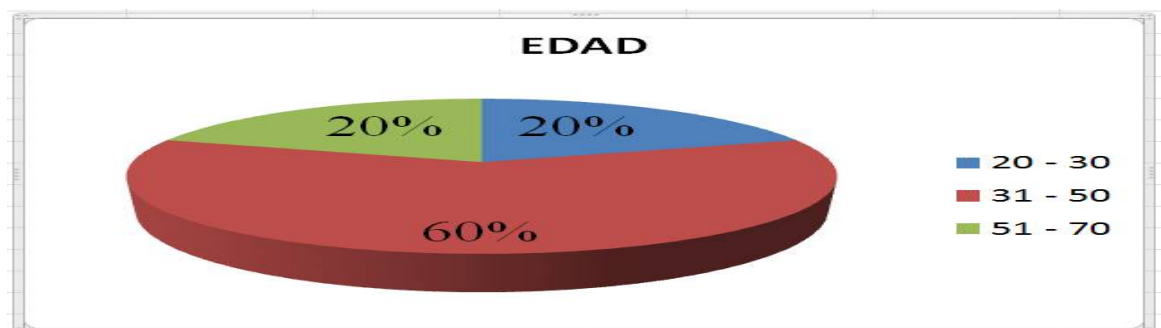
EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20-30	1	20.00%
31-50	3	60.00%
51-MAS	1	20.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario realizado a los representantes de cada mype.

Descripcion:

- **Del cuadro 1:** se puede observa que el mayor indice porcentual esta ubicada en los representates de las Mypes que tienen entre “31 – 50” años de edad, lo cual representa el 60 % del total de mypes encuestadas.
- **Del cuadro 1:** se puede observa que el menor indice porcentual esta ubicada en los representates de las Mypes que tienen entre “20 – 30” y “51 – Mas” años de edad, lo cual representa el 40 % del total de mypes encuestadas.

GRAFICO 1 : EDAD



Fuente: Cuadro 1

CUADRO 2 : SEXO

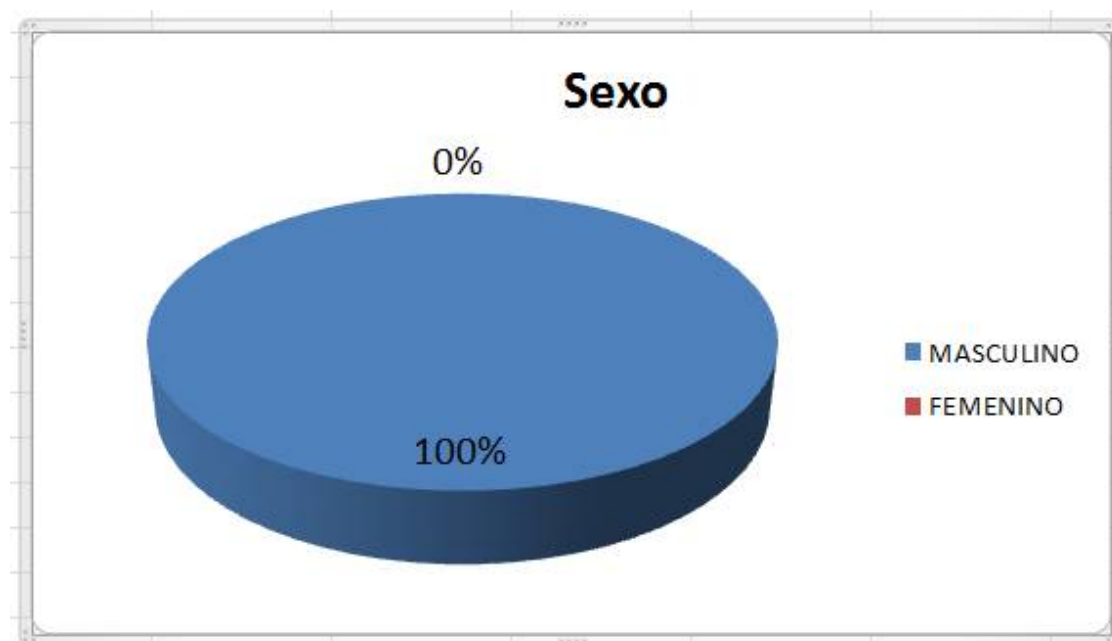
SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	5	100.00%
Femenino	0	0.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario realizado a los representantes de cada mype.

Descripcion:

- **Del cuadro 2:** Se puede observar que el mayor indice porcentual esta ubicada en los representates de las Mypes que son de sexo “masculino”, lo cual representa el 100 % del total de mypes encuestadas.

GRAFICO 2 :SEXO



Fuente: Cuadro

CUADRO 3 : ESTADO CIVIL

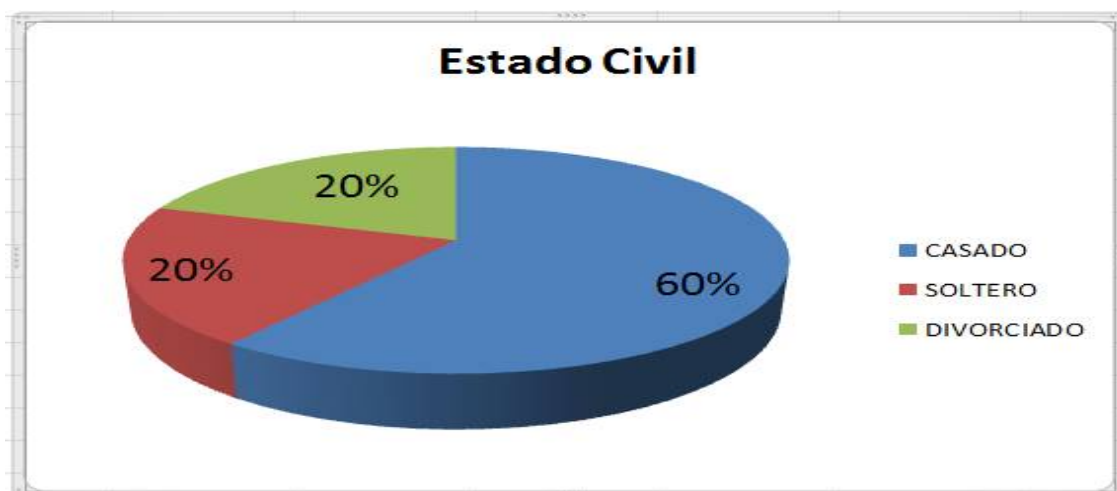
ESTADO CIVIL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CASADO	3	60.00%
SOLTERO	1	20.00%
DIVORCIADO	1	20.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario realizado a los representantes de cada mype.

Descripcion:

- **Del cuadro 3:** Se puede observar que el mayor indice porcentual esta ubicada en los representates de las Mypes que se estan en condicion de “casados”, lo cual representa el 60 % del total de mypes encuestadas.
- **Del cuadro 3:** Se puede observar que los menores indices porcentuales estan ubicadas en los representates de las Mypes que se estan en condiciones de “solteros y divorciados”, lo cual representan el 40 % del total de mypes encuestadas.

GRAFICO 3 : ESTADO CIVIL



Fuente: Cuadro 3

CUADRO 4 : GRADO DE INSTRUCCIÓN

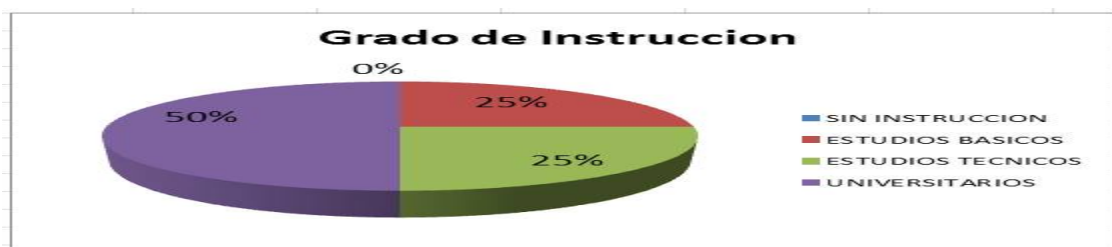
GRADO DE INSTRUCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIN INSTRUCCIÓN	0	0.00%
ESTUDIOS BASICOS	1	20.00%
ESTUDIOS TECNICOS	1	20.00%
UNIVERSITARIOS	2	40.00%
POSGRADO	1	20.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario realizado a los representantes de cada mype.

Descripcion:

- **Del cuadro 4:** Se puede observar que el mayor indice porcentual esta ubicado en los representates de las Mypes que cuentan con preparacion “universitaria”, lo cual representa el 40 % del total de mypes encuestadas.
- **Del cuadro 4:** Se puede observar que los menores indices porcentuales estan ubicados en los representates de las Mypes que cuentan con “estudios basicos”, “estudios tecnicos” y “posgrado”, lo cual representa el 20 % cada uno del total de mypes encuestadas.
- **Del cuadro 4:** Cabe mencionar que no se encontro a personas que esten sin instruccion alguna.

GRAFICO 4 : GRADO DE INSTRUCION



Fuente: Cuadro 4

CUADRO 5 : PROFESION

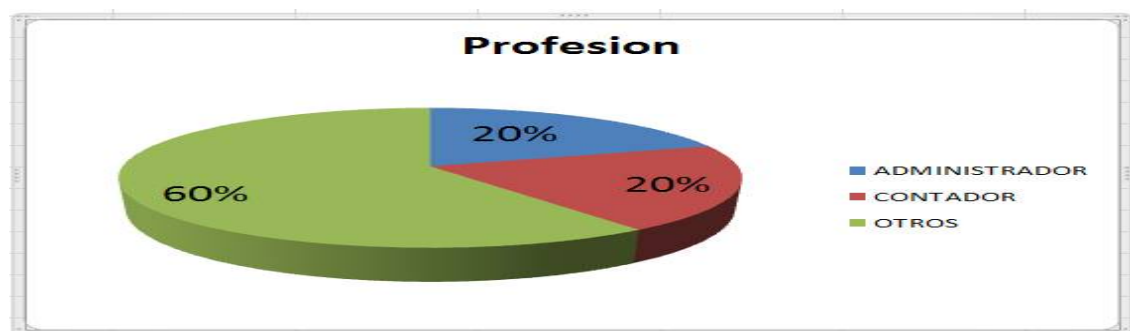
PROFESION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ADMINISTRADOR	1	20.00%
CONTADOR	1	20.00%
OTROS	3	60.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario realizado a los representantes de cada mype.

Descripcion:

- **Del cuadro 5:** Se puede observar que el mayor indice porcentual esta ubicado en los representates de las Mypes que estan en otros ya que no necesariamente son administradores o contadores de profesion, se registra un representante que es ingeniero y otro que es comerciante, lo cual representa el 60 % del total de mypes encuestadas.
- **Del cuadro 5:** Se puede observar que los menores indices porcentuales estan ubicados en los representates de las Mypes que de profesion si son “administradores y contadores”, lo cual representa el 20 % cada uno del total de mypes encuestadas.

GRAFICO 5 : PROFESION



Fuente: Cuadro 5

Sobre la empresa:

CUADRO 6 : CARGO QUE DESEMPEÑA

CARGO QUE DESEMPEÑA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DUEÑO	3	60.00%
ADMINISTRADOR	2	40.00%
REPRESENTANTE LEGAL	0	0.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario realizado a los representantes de cada mype.

Descripcion:

- **Del cuadro 6:** Se puede observar que el mayor índice porcentual está ubicado en los representantes de las Mypes que se identificaron como “dueños”, lo cual representa el 60 % del total de mypes encuestadas.
- **Del cuadro 6:** Se puede observar que los menores índices porcentuales están ubicados en los representantes de las Mypes que son “administradores”, lo cual representa el 40 % del total de mypes encuestadas.

GRAFICO 6 : CARGO QUE DESEMPEÑA



Fuente: Cuadro 6

CUADRO 7 : AÑOS DE PERMANENCIA EN EL RUBRO

AÑOS EN EL RUBRO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 2 AÑOS	0	0.00%
3 - 4 AÑOS	0	0.00%
5 – MAS	5	100.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario realizado a los representantes de cada mype.

Descripcion:

- **Del cuadro 7:** Se puede observar que el total del indice porcentual esta ubicado en los representantes de las Mypes que se identificaron con “5 – mas”, lo cual representa el 100 % del total de mypes encuestadas.

GRAFICO 7 : AÑOS DE PERMANENCIA EN EL RUBRO



Fuente: Cuadro 7

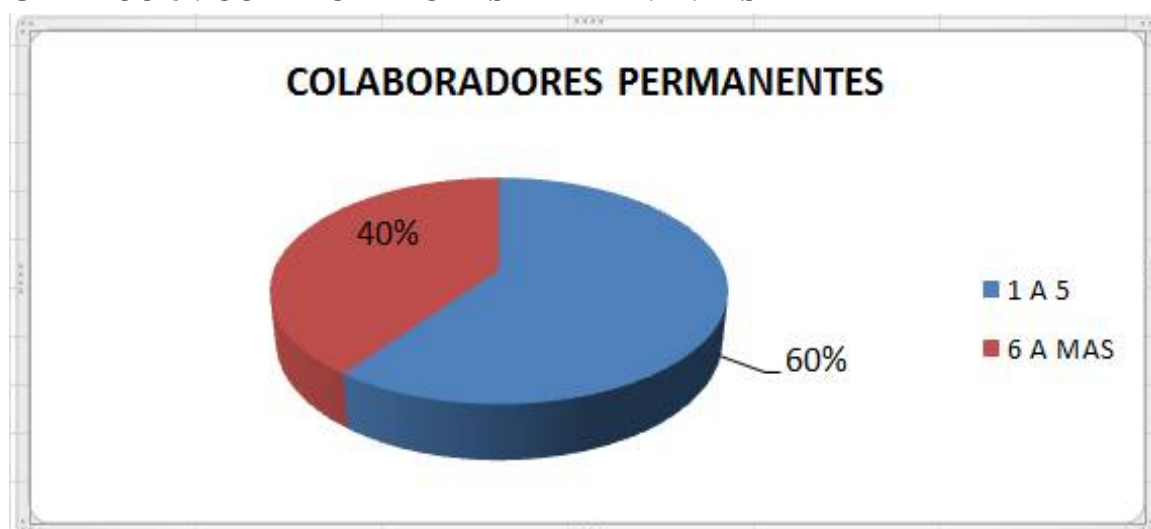
CUADRO 8 : COLABORADORES PERMANENTES

COLABORADORES PERMANENTES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 A 5	3	60.00%
6 A MAS	2	40.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario realizado a los representantes de cada mype.

- **Del cuadro 8:** Se puede observar que el mayor índice porcentual está ubicado en los representantes de las Mypes que se identificaron con “1 A 5”, lo cual representa el 60 % del total de mypes encuestadas
- **Del cuadro 8:** Se puede observar que el menor índice porcentual está ubicado en los representantes de las Mypes que respondieron de “6 – mas”, lo cual representa solo 40 % del total de mypes encuestadas.

GRAFICO 8 : COLABORADORES PERMANENTES



Fuente: Cuadro 8

Sobre la gestión de calidad:

CUADRO 9 : CONOCE TECNICAS DE GESTION EMPRESARIAL.

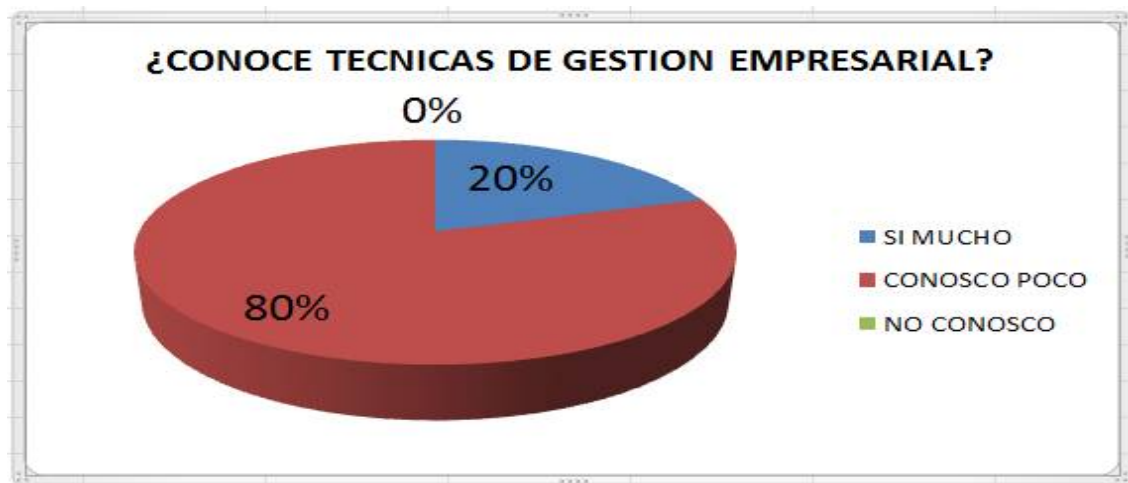
¿CONOCE TECNICAS DE GESTION EMPRESARIAL?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI MUCHO	1	20.00%
CONOSCO POCO	4	80.00%
NO CONOSCO	0	0.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario realizado a los representantes de cada mype.

Descripcion:

- **Del cuadro 9:** Se puede observar que el mayor índice porcentual está ubicado en los representantes de las Mypes que se identificaron con la opción “conosco poco”, lo cual representa el 80 % del total de mypes encuestadas.
- **Del cuadro 9:** Se puede observar que el menor índice porcentual está ubicado en los representantes de las Mypes que respondieron “si mucho”, lo cual representa solo 20 % del total de mypes encuestadas.

GRAFICO 9 : CONOCE TECNICAS DE GESTION EMPRESARIAL



Fuente: Cuadro 9

CUADRO 10 : ¿CUÁLES?

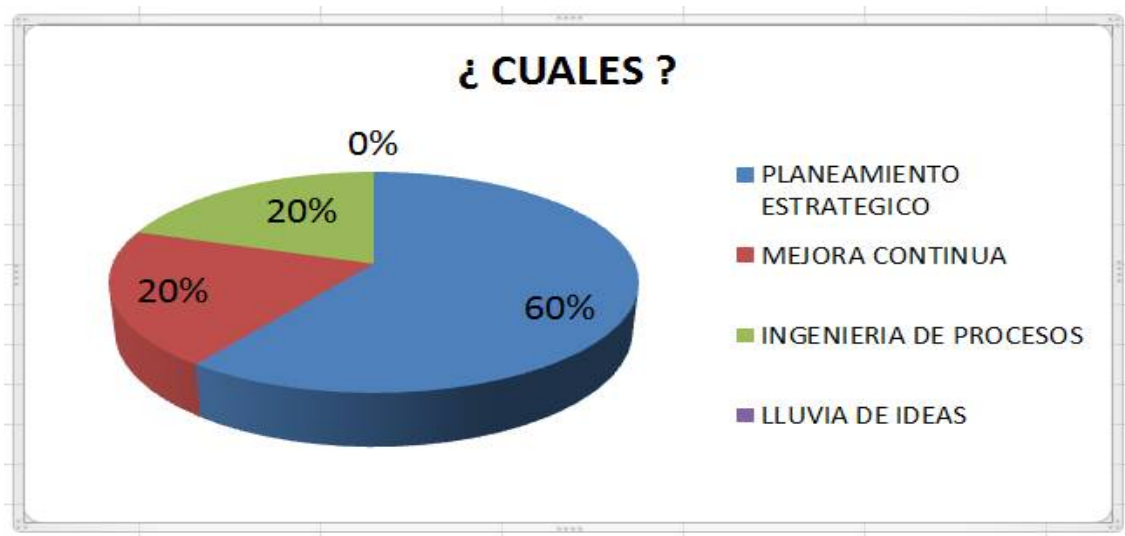
¿CUALES?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	3	60.00%
MEJORA CONTINUA	1	20.00%
INGENIERIA DE PROCESOS	1	20.00%
LLUVIA DE IDEAS	0	0.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario Realizado a los Representantes de cada MyPE.

Descripcion:

- **Del cuadro 10:** Se puede observar que el mayor indice porcentual esta ubicado en los representates de las Mypes que se identificaron con la opcion “planeamiento estrategico”, lo cual representa el 60 % del total de mypes encuestadas.
- **Del cuadro 10:** Se puede observar que el menor indice porcentual esta ubicado en los representantes de las Mypes que respondieron “mejora continua” e “ingenieria de procesos”, lo cual representa solo 20 % cada uno del total de mypes encuestadas

GRAFICO 10 : ¿CUÁLES?



Fuente: Cuadro 10

CUADRO 11 : ¿ COMO SE PRESENTA ANTE SUS COLABORADORES?

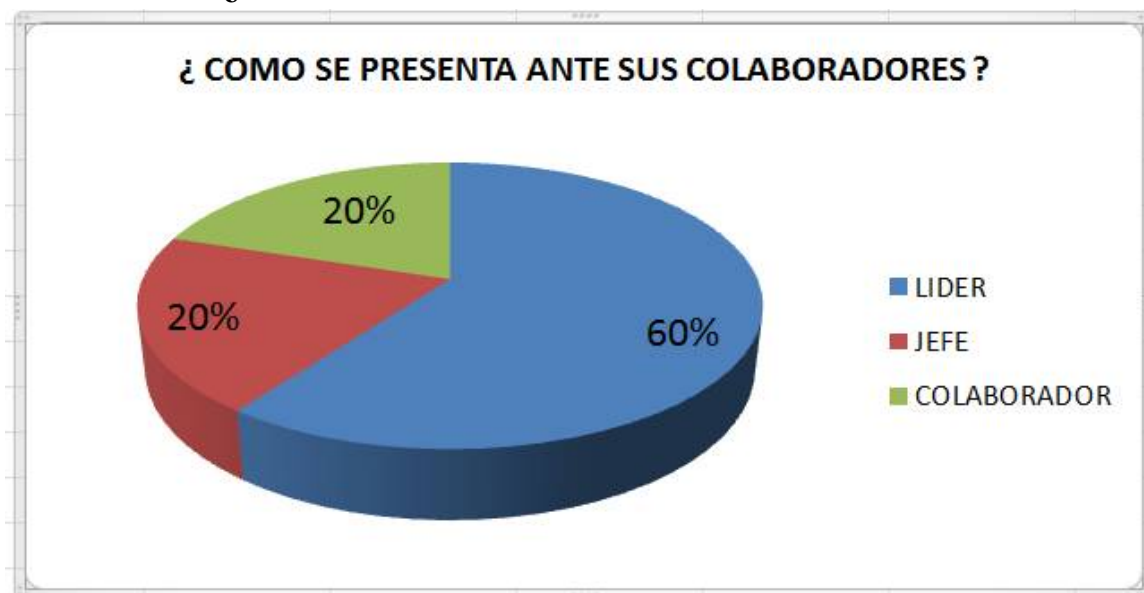
¿COMO SE PRESENTA ANTE SUS COLABORADORES?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LIDER	3	60.00%
JEFE	1	20.00%
COLABORADOR	1	20.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario Realizado a los Representantes de cada MyPE.

Descripcion:

- **Del cuadro 11:** Se puede observar que el mayor indice porcentual esta ubicado en los representates de las Mypes que se identificaron con la opcion “lider”, lo cual representa el 60 % del total de mypes encuestadas.
- **Del cuadro 11:** Se puede observar que el menor indice porcentual esta ubicado en los representantes de las Mypes que respondieron “jefe y “colaborador””, lo cual representa solo 20 % cada uno del total de mypes encuestadas.

GRAFICO 11 : ¿COMO SE PRESENTA ANTE SUS COLABORADORES?



Fuente: Cuadro 11

CUADRO 12 : ¿USA LAS TIC?

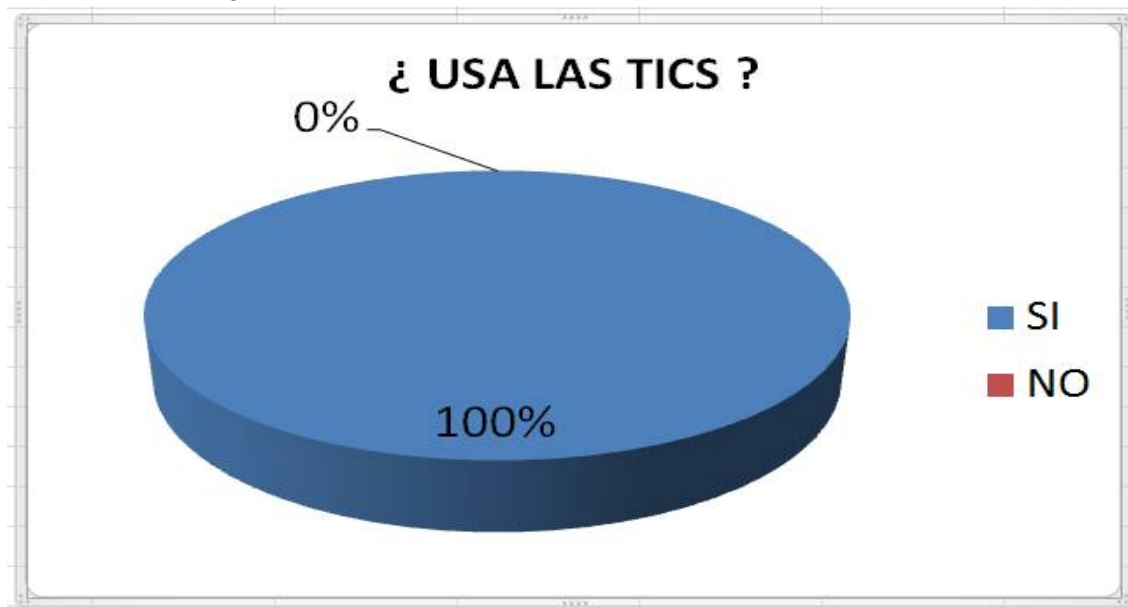
¿USA LAS TICS ?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	100.00%
NO	0	0.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario realizado a los representantes de cada mype.

Descripcion:

- **Del cuadro 12:** Se puede observar que el mayor indice porcentual esta ubicado en los representates de las Mypes que se identificaron con la opcion “si”, lo cual representa el 100 % del total de mypes encuestadas.
- **Del cuadro 12:** Se puede observar que el menor indice porcentual esta ubicado en la opcion “no”, ningun representante se identifico con dicha opcion.

GRAFICO 12 : ¿USA LAS TIC?



Fuente: Cuadro 12

CUADRO 13 : ¿APLICAR GESTION DE CALIDAD, AYUDA A LOGRAR LOS OBEJTIVOS?

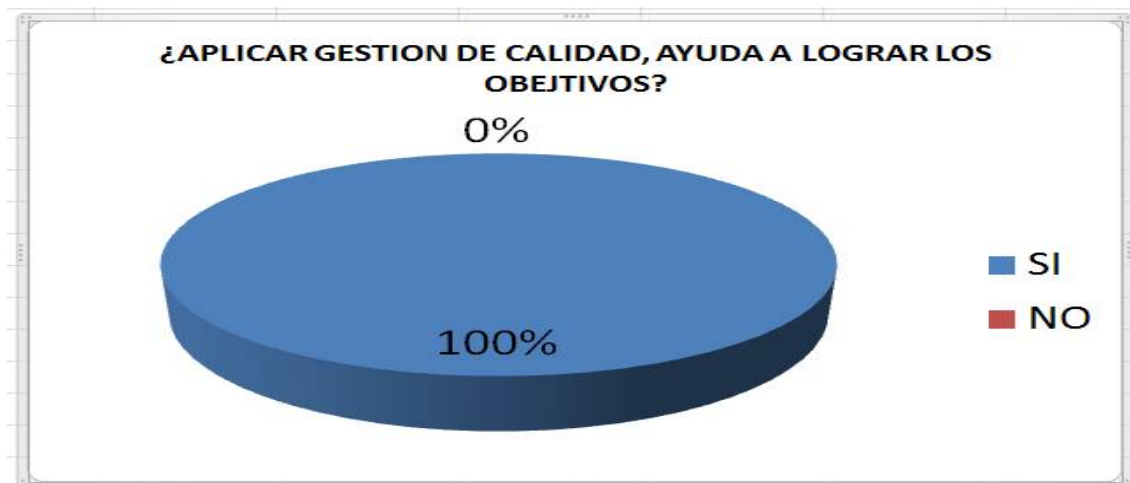
¿APLICAR GESTION DE CALIDAD, AYUDA A LOGRAR LOS OBEJTIVOS?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	100.00%
NO	0	0.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario realizado a los representantes de cada mype.

Descripcion:

- **Del cuadro 13:** Se puede observar que el mayor indice porcentual esta ubicado en los representates de las Mypes que se identificaron con la opcion “si”, lo cual representa el 100 % del total de mypes encuestadas.
- **Del cuadro 13:** Se puede observar que el menor indice porcentual esta ubicado en la opcion “no”, ningun representante se identifico con dicha opcion.

GRAFICO 13 : ¿APLICAR GESTION DE CALIDAD, AYUDA A LOGRAR LOS OBEJTIVOS?



Fuente: Cuadro 13

CUADRO 14 : ¿QUE OBJETIVOS A LOGRADO CON LA GESTION DE CALIDAD?

¿QUE OBJETIVOS A LOGRADO CON LA GESTION DE CALIDAD?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AUMENTO DE VENTAS	2	40.00%
CLIENTES SATISFECHOS	3	60.00%
ABRIR NUEVOS LOCALES	0	0.00%
NINGUNA ANTERIOR	0	0.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario realizado a los representantes de cada mype.

Descripcion:

- **Del cuadro 14:** Se puede observar que el mayor indice porcentual esta ubicado en los representates de las Mypes que se identificaron con la opcion “clientes satisfechos”, lo cual representa el 60 % del total de mypes encuestadas.
- **Del cuadro 14:** Se puede observar que el menor indice porcentual esta ubicado en los representantes de las Mypes que respondieron “aumento de ventas”, lo cual representa solo 40 % cada uno del total de mypes encuestadas.

GRAFICO 14 : ¿QUE OBJETIVOS A LOGRADO CON LA GESTION DE CALIDAD?



Fuente: Cuadro 14

Sobre la atención al cliente:

CUADRO 15 : ¿CUANTAS VECES EN EL PRESENTA AÑO LA MYPE CAPACITO AL PERSONAL PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE?

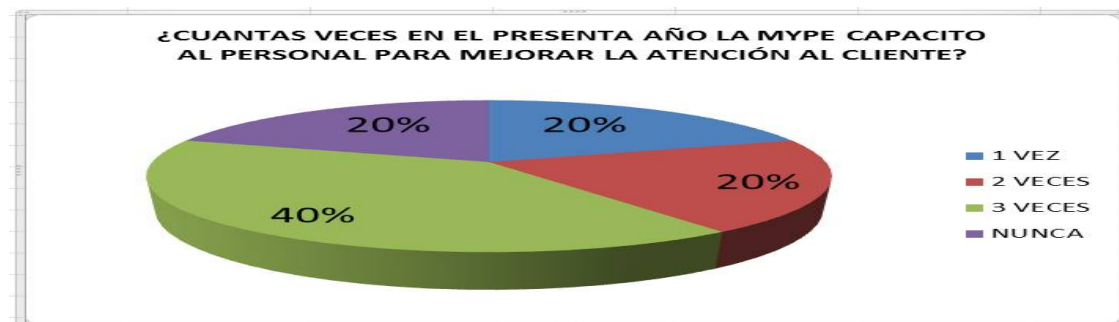
¿CUANTAS VECES EN EL PRESENTA AÑO LA MYPE CAPACITO AL PERSONAL PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 VEZ	1	20.00%
2 VECES	1	20.00%
3 VECES	2	40.00%
NUNCA	1	20.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario realizado a los representantes de cada mype.

Descripcion:

- **Del cuadro 15:** Se puede observar que el mayor indice porcentual esta ubicado en los representates de las Mypes que se identificaron con la opcion “3veces”, lo cual representa el 40 % del total de mypes encuestadas.
- **Del cuadro 15:** Se puede observar que el menor indice porcentual esta ubicado en los representantes de las Mypes que respondieron “1 vez”, “2 veces” y “nunca” lo cual representa solo 20 % cada uno del total de mypes encuestadas

GRAFICO 15 : ¿CUANTAS VECES EN EL PRESENTA AÑO LA MYPE CAPACITO AL PERSONAL PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE?



Fuente: Cuadro 15

CUADRO 16 : ¿EVALUA USTED EL NIVEL DE SATISFACCION DE LOS CLIENTES EN LA ATENCIÓN QUE BRINDA SU PERSONAL?

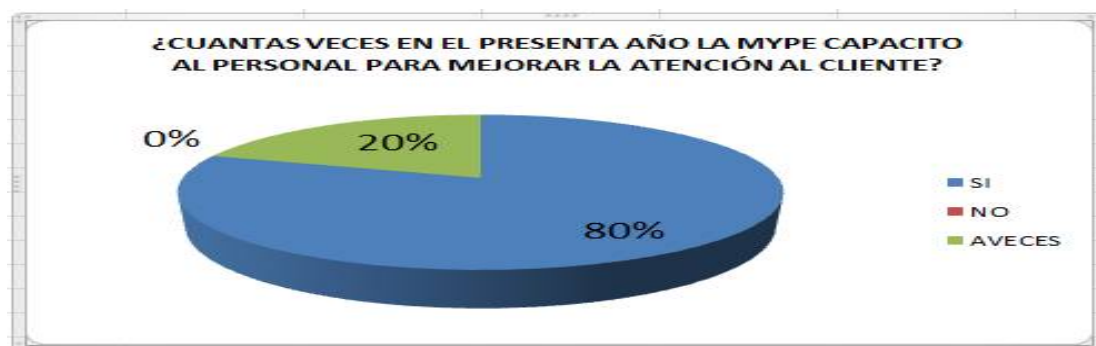
¿EVALUA USTED EL NIVEL DE SATISFACCION DE LOS CLIENTES EN LA ATENCIÓN QUE BRINDA SU PERSONAL?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	80.00%
NO	0	0.00%
AVECES	1	20.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario realizado a los representantes de cada mype.

Descripcion:

- **Del cuadro 16:** Se puede observar que el mayor indice porcentual esta ubicado en los representates de las Mypes que se identificaron con la opcion “si”, lo cual representa el 80 % del total de mypes encuestadas.
- **Del cuadro 16:** Se puede observar que el menor indice porcentual esta ubicado en los representantes de las Mypes que respondieron “a veces” lo cual representa solo 20 % del total de mypes encuestadas.

GRAFICO 16 :¿EVALUA USTED EL NIVEL DE SATISFACCION DE LOS CLIENTES EN LA ATENCIÓN QUE BRINDA SU PERSONAL?



Fuente: Cuadro 16

CUADRO 17 : ¿SU EMPRESA ACTUALIZA LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIOS SEGÚN LOS GUSTOS Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTE?

¿SU EMPRESA ACTUALIZA LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIOS SEGÚN LOS GUSTOS Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTE?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	80.00%
NO	1	20.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario realizado a los representantes de cada mype.

Descripcion:

- **Del cuadro 17:** Se puede observar que el mayor indice porcentual esta ubicado en los representates de las Mypes que se identificaron con la opcion “si”, lo cual representa el 80 % del total de mypes encuestadas.
- **Del cuadro 17:** Se puede observar que el menor indice porcentual esta ubicado en los representantes de las Mypes que respondieron “no” lo cual representa solo 20 % cada uno del total de mypes encuestadas

GRAFICO 17 : ¿SU EMPRESA ACTUALIZA LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIOS SEGÚN LOS GUSTOS Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTE?



Fuente: Cuadro 17

CUADRO 18 : ¿HA IMPLEMENTADO EN SU EMPRESA OFRECER LOS SERVICIOS QUE BRINDA CON AYUDA DE LAS REDES SOCIALES?

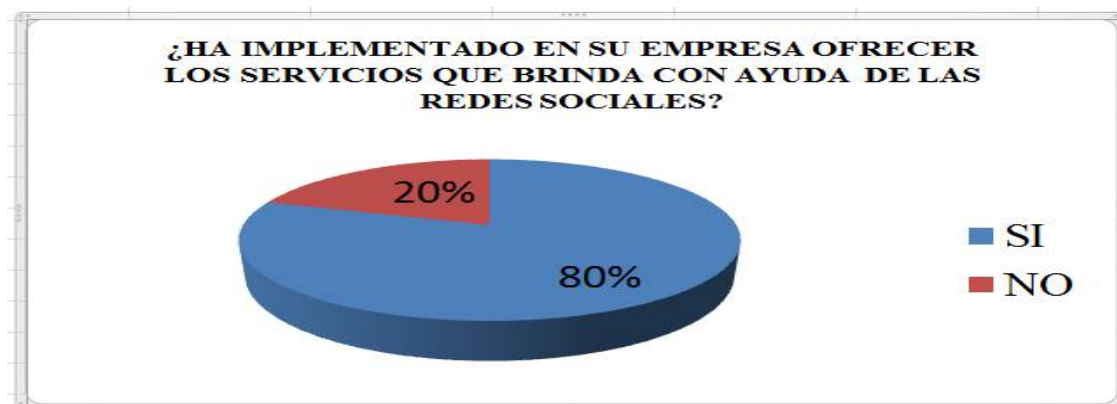
¿HA IMPLEMENTADO EN SU EMPRESA OFRECER LOS SERVICIOS QUE BRINDA CON AYUDA DE LAS REDES SOCIALES?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	80.00%
NO	1	20.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario realizado a los representantes de cada mype.

Descripcion:

- **Del cuadro 18:** Se puede observar que el mayor indice porcentual esta ubicado en los representates de las Mypes que se identificaron con la opcion “si”, lo cual representa el 80 % del total de mypes encuestadas.
- **Del cuadro 18:** Se puede observar que el menor indice porcentual esta ubicado en los representantes de las Mypes que respondieron “no” lo cual representa solo 20 % del total de mypes encuestadas.

GRAFICO 18 : ¿HA IMPLEMENTADO EN SU EMPRESA OFRECER LOS SERVICIOS QUE BRINDA CON AYUDA DE LAS REDES SOCIALES?



Fuente: Cuadro 18

Sobre la formalizacion:

CUADRO 19 : ¿ SU NEGOCIOS ES FORMAL?

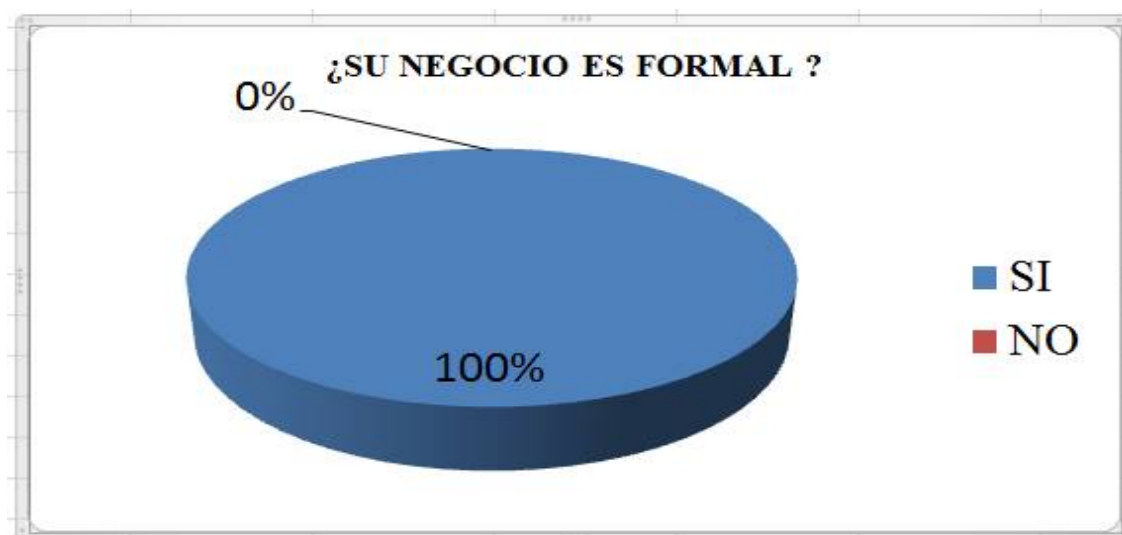
¿SU NEGOCIO ES FORMAL ?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	100.00%
NO	0	0.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario realizado a los representantes de cada mype.

Descripcion:

- **Del cuadro 19:** Se puede observar que el mayor indice porcentual esta ubicado en los representates de las Mypes que se identificaron con la opcion “si”, lo cual representa el 100 % del total de mypes encuestadas.
- **Del cuadro 19:** Se puede observar que ninguna mype respondio no.

GRAFICO 19 : ¿ SU NEGOCIOS ES FORMAL?



Fuente: Cuadro 19

CUADRO 20 : ¿ CONSIDERA QUE LA FORMALIZACION CONTRIBUYE A SU NEGOCIO HACIENDO NOTAR SU PRESENCIA A TRAVEZ DE SUS SERVICIOS?

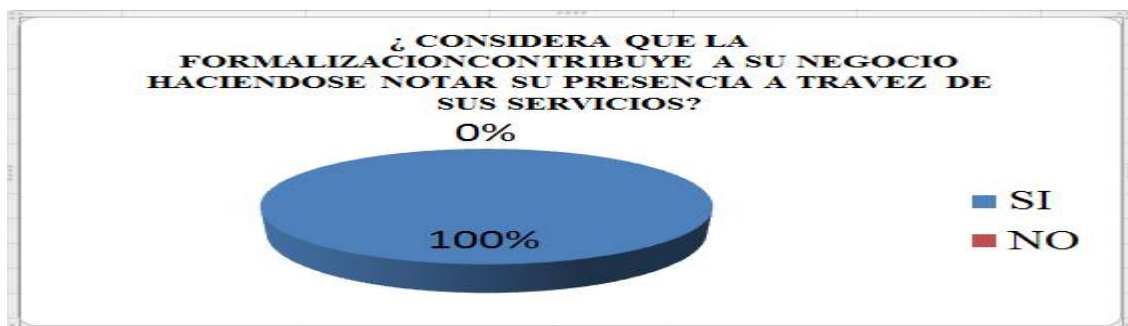
¿ CONSIDERA QUE LA FORMALIZACION CONTRIBUYE A SU NEGOCIO HACIENDOSE NOTAR SU PRESENCIA A TRAVEZ DE SUS SERVICIOS?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	100.00%
NO	0	0.00%
TOTAL	5	100.00%

Fuente: Cuestionario realizado a los representantes de cada mype.

Descripcion:

- **Del cuadro 18:** Se puede observar que el mayor indice porcentual esta ubicado en los representates de las Mypes que se identificaron con la opcion “si”, lo cual representa el 100 % del total de mypes encuestadas.
- **Del cuadro 18:** Se puede observar que ninguna mype respondio no.

GRAFICO 20 : ¿ CONSIDERA QUE LA FORMALIZACION CONTRIBUYE A SU NEGOCIO HACIENDO NOTAR SU PRESENCIA A TRAVEZ DE SUS SERVICIOS?



Fuente: Cuadro 20

5.2 Análisis de Resultados

Sobre el representante:

- Edad del encuestado:

El 60% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para motores fuera de borda en el distrito de Calleria tiene de 31 a 50 años de edad, demuestra que es una mezcla entre juventud y experiencia para aguantar los trajines que trae este tipo de negocio. El otro 40% esta entre los representantes que tienen de 20 a 30 años de edad y de 51 a 70 años de edad que significa todo lo contrario. **(Ver Grafico 01)**

- Sexo del encuestado:

El 100% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para motores fuera de borda en el distrito de Calleria son varones, eso indica que los varones tienen mayor gusto y afinidad por todo lo que tenga que ver con los motores. **(Ver Grafico 02).**

- Estado Civil:

El 60% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para motores fuera de borda en el distrito de Calleria son casados, se deduce que estan conformadas por familias estables y cuentan con mayor apoyo emocional . El otro 40% esta definido por los representantes que son solteros y divorciados. **(Ver Grafico 03)**

- **Grado de Instrucción:**

Aunque no sea por mucho, el 40% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para motores fuera de borda en el distrito de Calleria tienen grado de instrucción universitaria completa, es un indicador potencial ya que se deduce que estos representantes tienen nociones o conocen sobre cómo administrar su negocio a nivel profesional, el 20% tiene estudios básicos, el 20% tiene estudios técnicos y el otro 20% tiene estudios de posgrado. **(Ver Gráfico 04)**

- **Profesión:**

El 60% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para motores fuera de borda en el distrito de Calleria están ubicados en la opción “otros” por lo que se encuentran personas de profesión técnica, comerciante e ingeniero mecánico. En tanto el otro 40% está dividido entre personas que de profesión sí son administradores y contadores. Es fundamental tener conocimientos administrativos sin importar la profesión para surgir como Mype en términos de control y verificación de las acciones **(Ver Gráfico 05)**

Sobre la empresa:

- **Cargo que desempeña:**

El 60% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para motores fuera de borda en el distrito de Calleria son dueños lo cual indica que todavía el

rubro es nuevo por eso esta encaminada por ellos mismos. Donde (Aspilcueta 2017) menciona que *“Su administración es independiente. Por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños”*. Por otro lado el 40% de las mypes encuestadas desempeñan el cargo de administradores debido a las formalidades que exige SUNAT. **(Ver Grafico 06)**

- Años de permanencia en el rubro:

El 100% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para motores fuera de borda en el distrito de Callería afirman que que tienen de 5 años a mas de permanencia en el rubro, lo que indica que estas mypes todabia estan en proceso de formacion y posibilidades de estabilizarse en el mercado, cabe mencionar tambien que de las 5 mypes encuestadas solo 1 esta registrado como persona natural con negocio (Armando Herrera Malpartida). Indica que hay personas emprendedoras sobre el rubro.

(Ver Grafico 07)

- Colaboradores permanentes:

El 60% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para motores fuera de borda en el distrito de Calleria indicaron que tiene de 1 a 5 colaboradores permanentes lo que significa que no muchas personas conocen muy bien el rubro o que solamente es por el bajo sueldo que pagan algunas de estas mypes. (Aspilcueta 2017) menciona que *“Su actividad no es intensiva en capital pero sí en mano de obra. Sin embargo, no cuentan con mucha mano de obra fija o estable”* Por otro lado el 40% de las

mypes restantes tiene de 6 a mas trabajadores permanentes y la razon es que son mas estables economicamente y pagan buenos sueldos.(**Ver Grafico 08**)

Sobre la gestion de calidad:

- ¿Conoce tecnicas de gestion empresarial?

El 80% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para mototres fuera de borda en el distrito de Calleria indicaron que conocen poco sobre tecnicas de gestion de calidad y dicen que es por falta de tiempo para capacitarse ellos mismos. (**Aspilcueta 2017**) dice que *“Tienen escasa especialización en el trabajo. No suelen utilizar técnicas de gestión”*. El otro 20% indico conocer mucho.

- ¿Cuáles?

El 60% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para mototres fuera de borda en el distrito de Calleria indicaron que mayormente conocen tecnicas de planeamiento estrategico. (**Jhon Stcholl 2011**) dice que *“Toda mejora que se realice al producto o servicio tiene que ser visible para los clientes para así demostrar que se promocionan productos o servicios innovadores que marcan la diferencia con respecto a la competencia. El secreto estará en mejorar la publicidad para cada producto y darle un vistazo diferente”*. El otro 40% estan los representantes que indicaron conocer conceptos de mejora continua e ingenieria de procesos. (**Ver Grafico 10**)

- ¿Cómo se presenta ante sus colaboradores?

El 60% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para mototres fuera de borda en el distrito de Calleria indicaron que se presentan como liderez ante sus colaboradores. (OSORES 2017) dice que *“La presión sobre los líderes de atención al cliente aumenta cada vez más. De acuerdo con Asier Bollar, director de marketing de Aspect para Latinoamérica, las expectativas del cliente en 2017 serán más demandantes e inmediatas, por lo que las empresas deben preparar su estrategia de negocio para 2017 dando un papel principal a la innovación centrada en el cliente digital”*. El 20% indica q se presenta como jefe y el otro 20% indicó que se presenta como colaborador. (Ver Grafico 11)

- ¿Usa las Tics?

El 100% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para mototres fuera de borda en el distrito de Calleria indicaron que si hacen uso de las tics. (OSORES 2017) dice que *“La economía del consumidor digital es un hecho, y también que las empresas deben re-crearse con iniciativas digitales para enfrentar los retos”*. (Ver Grafico 12)

- ¿Aplicar gestion de calidad, mejora a lograr los objetivos?

El 100% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para mototres fuera de borda en el distrito de Calleria indicaron que definitivamente la gestion

de calidad si ayuda a lograr los objetivos. (MORALES 2016) dice que *“Un sistema de gestión de la calidad, pues hace referencia a una estructura operativa de trabajo, basado en documentos normativos e incorporando recursos técnicos y gerenciales, como instrumentos procedimentales para guiar las acciones de la fuerza laboral, de manera práctica y coordinada que asegure la satisfacción de las personas”*. (Ver Grafico 13)

- ¿Qué objetivos a logrado aplicando la gestion de calidad?

El 60% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para mototres fuera de borda en el distrito de Calleria indicaron que lograron tener clientes satisfechos. (JIMENEZ 2017) dice que *“Atender no es suficiente. Atender bien se relaciona con la cantidad y calidad de atención verdadera que les das a tus clientes. La mayoría de las personas que logran comprender lo que implica una buena atención alcanzan una gran satisfacción personal por su trabajo y brindan satisfaccion a sus clientes”*. El otro 40 % indicaron que obtuvieron aumento de ventas. Es necesario mencionar que las dos alternativas son de vital importancia en el mundo comercial. (Ver Grafico 14)

Sobre la atención al cliente:

- ¿Cuántas veces en el presente año, el negocio capacitó al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente?

El 40% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para mototres fuera de borda en el distrito de Calleria indicaron que por lo menos 3 veces capacitaron a su personal. **(Jhon Stcholl 2011)** dice que *“La empresa debe brindar muchas capacitaciones que sean necesarias a sus empleados con el fin de enseñarles a implementar estrategias innovadoras de servicio.*

Menciona que desde 1980 las Mypes ignoran que la influencia de la capacitación tiene un impacto mayor que cualquier programa de marketing”. **(Martha Alles 2017)** dice que *“La medición de las capacidades de las personas debe realizarse en base a herramientas prácticas y, al mismo tiempo, comprensibles para el interesado y sus jefes. ¿Por qué decimos que deben ser comprensibles para el colaborador? Muchas veces él mismo se autoevalúa, y desde ya que, en ese caso, debe hacerlo en base a una herramienta al mismo tiempo fiable y simple”.* El 20% de las mypes indico 1 vez al igual que 2 veces y nunca. Cabe mencionar que la capacitacion del personal es funcamental y obligatoria para la buena atencion a los clientes y crecimiento de la mype. **(Ver Grafico 15).**

- ¿Evalua usted el nivel de satisfaccion de los clientes en la atecion que brinda su personal?

El 80% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para mototres fuera de borda en el distrito de Calleria indicaron que si evaluan el nivel de saftisfaccion de los clientes. **(JHON TSCHOLL 2011)** meciona que *“Toda mejora que se realice al producto o servicio tiene que ser visible para los clientes para así demostrar que se promocionan productos o servicios innovadores que marcan la diferencia con respecto*

a la competencia. El secreto estará en mejorar la publicidad para cada producto y darle un vistazo diferente”. El otro 20% respondió a veces. **(Ver Grafico 16).**

- ¿Su empresa actualiza las estrategias de servicios según gusto y preferencia del cliente?

El 80% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para mototres fuera de borda en el distrito de Calleria indicaron que si . **(HUANAY, TABOADA Y VASQUEZ 2015)** mencionan que *“La presencia de la logística ha pasado a tener una mayor relevancia al contemplarse como una característica estratégica de supervivencia de las empresas productoras desde la década de los años ochenta, de manera especial en Sudamérica. En el Perú, este interés despertó a principios de los noventas, pero se ha generalizado en la primera década del presente siglo”*. **(RUIZ 2015)** menciona *“Se trata de conseguir la mayor calidad en la atención al cliente, ofreciendo un producto excelente y la mayor cantidad de servicios complementarios posibles”*. **(CHUQUIPIONDO 2017)** hace mención *“gestionar su negocio aplicando estrategias de ventas así obtendrán un crecimiento en ventas y clientes satisfechos. En su negocio demuestre seguridad a sus clientes con los productos que ofrezcan en su negocio.”* El 20% de encuestados respondió que no, porque hacen referencia que no siempre el cliente tiene la razón. **(Ver Grafico 17).**

- ¿A implementado la idea de ofrecer los servicios que brinda, con la ayuda de las redes sociales?

El 80% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para mototres fuera de borda en el distrito de Calleria indicaron que si ya que es un medio que no tiene costo y si les ayuda a hacer conocido sus negocios. (CASTRO 2016) menciona que *“Las empresas en vías de crecimiento deben luchar cada día por ir de la mano con los avances tecnológicos y adaptarse a ellos, con el fin de acelerar sus procesos y por supuesto, mantener competitividad en el mercado”*. (Ver Grafico 18).

Sobre la formalizacion:

- ¿Su negocio es formal?

El 100% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para mototres fuera de borda en el distrito de Calleria indicaron que sus negocios son formales. (ARAOZ 2017) dice *“ No te pongas límites, aprovecha la Ley Mypes y crece tú también’, y con ella queremos que las Mypes apunten a la formalización, acogándose a una serie de beneficios” las ventajas de la nueva ley es que las micro y pequeñas empresas (mypes) de todo el país se podrán constituir en 72 horas mediante la plataforma virtual del portal de servicios al ciudadano y empresas, que permite la formalización y constitución de empresas”*. (Ver Grafico 19).

- ¿Considera que la formalización contribuye a su negocio, haciendo notar su presencia a través de sus servicios?

El 100% de los encargados de las mypes que venden repuestos y accesorios para mototres fuera de borda en el distrito de Calleria consideran que si, la formalización es parte de la presentación que tiene el negocio con el cliente, por que se da a conocer el nivel de seriedad en los tratos y políticas que maneja el negocio. Se demuestran que puedes ser una empresa solvente y capaz de solucionar las necesidades oportunamente de los clientes. **(Ver Grafico 20).**

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

- Concluyo que todos los dueños de estas mypes dedicadas a la venta de repuestos y accesorios para motores fuera de borda son varones que tienen entre 31 a 50 años de edad y que no necesariamente son administradores o contadores pero si algunos solamente tienen grado de instrucción universitaria.
- Se concluye que definitivamente si es posible mejorar los servicios de atención a los clientes aplicando una buena gestión de calidad, ya que está demostrado que con escasos conocimientos sobre técnicas de gestión empresarial han logrado objetivos como clientes satisfechos y aumento de sus ventas.
- Está demostrado que la capacitación al personal es pieza fundamental para la buena atención al cliente y hacer lograr una correcta gestión de calidad. No olvidar que atender no es igual que atender bien, que un cliente bien atendido siempre regresa y lograr la buena imagen de la empresa.
- Es cierto que la competencia con sus precios más bajos y productos de menor calidad generan incertidumbre en los clientes, pero queda demostrado que con una correcta aplicación del planeamiento estratégico y motivación de parte de los líderes o dueños de la mype se logra minimizar dichos riesgos.

- La formalidad de la mype tambien es importante para lograr objetivos, porque asi se demuestra a los clientes el nivel de seriedad, garantia y calidad de los productos que se ofrece.
- Teniendo en cuenta que es un rubro relativamente nuevo es necesario el uso de las tics y redes sociales para el posicionamiento de la mype en el mercado.

RECOMENDACIONES:

- A los lideres dueños de estas mypes seguir esforzandose mas por obtener mayores conocimientos en tecnicas sobre gestion de calidad y atencion al cliente por el bien y posicionamiento de sus mypes.
- Mantener siempre presentable y ordenado la sala de recepcion de ventas ya que eso habla mucho del tipo de negocio que eres y la comodidad que brindas a tus clientes.
- No descuidar lo fundamental que son las capacitaciones contantes al personal y actualizaciones sobre las nuevas tendencias del mercado. Ya que ayudara a rentabilizar mejor la inversion .
- Como parte de la fuerza de ventas mejorar el uso de las tics y no solo usar las redes sociales como medios para ofertar sus productos. Tenemos como alternativas las

web-site, publicidad radial, Publicidad televisiva, publicidad escrita y afiches publicitarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Del Pezo, D. (2011). Diagnóstico Jurídico del Estado Actual de los Pescadores Artesanales, con relación a la sustracción de motores fuera de borda ocurridos en los espacios acuáticos del Puerto Santa Rosa del Cantón Salinas en el Año 201. Recuperado desde: <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/524/1/Tesis%20Daniel.pdf>
- Ortega, E. (2014). Gestión por procesos de mantenimiento de motores fuera de borda con propuesta de mejoramiento de desarrollo tecnológico en el taller maestranza de la base naval sur de la armada del ecuador. Periodo 2013. Recuperado desde: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6519/1/UPS-GT000570.pdf>
- Huanay, F., Taboada, J. y Vásquez, R. (2015). Propuesta de mejora en el transporte de combustibles líquidos vía terrestre y fluvial a zonas remotas. Repositorio Académico Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Recuperado desde: <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/596561/1/Tesis+Final+-+Mejora+Transporte+de+Combustible.pdf>
- Ruiz, J. (2015). Calidad En Atención Y La Satisfacción Del Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio y servicios – rubro factoría y venta de partes, piezas accesorios, y repuestos en general, del distrito de Chimbote, 2015. Uladech

católica biblioteca virtual. Recuperado desde:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000042518>

- Morales, M. (2016). Gestión de calidad y formalización de las Mypes en el sector comercio, rubro venta de repuestos para vehículos menores (motocicletas), en el distrito de San Juan Bautista, 2016. Uladech católica biblioteca virtual. Recuperado desde: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043532>
- Chuquipiondo, A. (2017). Gestión de calidad y formalización en la Mypes ventas de repuestos y accesorios de motos y motokar del distrito de Yarinacocha, año 2016. Uladech católica biblioteca virtual. Recuperado desde: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000042973>
- Alles, M. (2017). “Construyendo Talento”. Primera edición. Buenos aires. Ediciones granica S.A. 2017. Recuperado desde: <https://jgestiondeltalentohumano.files.wordpress.com/2013/11/construyendo-talento-programas-de-desarrollo-para-el-crecimiento-de-las-personas-y-la-continuidad-de-las-organizaciones-martha-alles.pdf>
- Tschohl, J. (2011). Servicio al cliente. “El arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia”. 8va edición. Recuperado desde:

<http://www.pqs.pe/sites/default/files/2016/10/aprende-mas/libro-servicio-al-cliente-el-arma-secreta.pdf>

- Navas, J. y Guerras, L. (2016). “Fundamentos de dirección estratégico de la empresa”. 2da edición. Editora Thomson Reuters. Recuperado desde: https://www.researchgate.net/publication/306565828_Fundamentos_de_Direccion_Estrategica_de_la_Empresa_2_edicion_2016
- Araoz, M. (2017). “Las Mypes podrán ser constituidas en 3 días con la nueva Ley Mype”. Diario Gestión. Recuperado desde: <http://gestion.pe/noticia/333009/mypes-se-podran-constituir-72-horas-nueva-ley-mype>
- INDECOPI, (2017). “Premio – Primero los Clientes”. Recuperado desde: <https://www.consumidor.gob.pe/documents/51084/126949/CompendioConcursoPrimeroLosClientes/781abb09-3984-4e3f-bf64-ddf4456f0e6c>
- Aspilcueta, J. (2017). “MYPES en el Perú”. Recuperado desde: <http://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml>
- Huaruco, L. (2014). “Menos del 20% de Mypes acceden a capacitación, según Cofide”. Diario Gestión. Recuperado desde: <http://gestion.pe/empresas/menos-20-mypes-acceden-capacitacion-segun-cofide-2111038>

- Osores, M. (2017). “Tendencias que marcarán el servicio al cliente en 2017, según Aspect”. Recuperado desde: <http://searchdatacenter.techtarget.com/es/cronica/Tendencias-que-marcaran-el-servicio-al-cliente-en-2017-segun-Aspect>
- Jimenez, J. (2010). “Arte Supremo – 50 Practicas de Atencion al Cliente”. Recuperado desde: <http://www.libroscograf.com/artesupremo/50practicass.pdf>
- Castro, J. (2016). “Importancia de la tecnología en las empresas en crecimiento”. Recuperado desde: <http://blog.corponet.com.mx/importancia-de-la-tecnologia-en-las-empresas-en-crecimiento>
- Weisson, I. (2017). “3 Estrategias de fidelización de clientes para el 2017”. Recuperado desde: <http://blog.confianza.com.ec/blog/estrategias-fidelizacion-clientes>
- Cuervo, S. (2017). “Una estrategia dirigida al consumidor”. Recuperado desde: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2017/04/19/fidelizacion-de-clientes-en-la-era-digital/>

- Blas, C. (2013). “Caracterización De La Formalización Y Financiamiento De Las Mypes Del Sector Comercio – Rubro Distribuidoras De Repuestos Caterpillar En El Distrito De Chimbote, Periodo 2011-2012” Recuperado desde: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034249>

ANEXOS

Encuesta:



UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominada "Gestión bajo el enfoque en atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro Venta de Repuestos y Accesorios para motores fuera de borda en el distrito de Calleria, periodo 2017."

ENCUESTA

"La información que usted nos proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración".

Encuestado:

(a):.....

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

DATOS GENERALES

A. Del Representante:

1. Edad: 20 a 30 () 31 a 50 () 51 a 70 ()
2. Sexo: Masculino () Femenino ()
3. Estado Civil: Casado () Soltero () Divorciado ()
4. Grado de instrucción:
 Sin Instrucción () Universitarios ()
 Estudios Básicos () Postgrado ()
 Estudios Técnicos ()
5. ¿Cuál es su profesión?

 Lic. Administración () Otro..... ()

 Contador Público ()

B. De La Empresa:

6. ¿Cuál es el cargo que desempeña en la empresa?
 Dueño () Administrador () Representante Legal ()
7. ¿Cuántos años de permanencia tiene en la actividad y en el rubro?
 De 1 a 2 años () de 3 a 4 años () de 5 años a mas ()
8. ¿Con cuántos colaboradores permanentes cuenta la empresa?
 De 1 a 5 () de 6 a más ()

C. De La Gestión De Calidad:

9. ¿Conoce técnicas de gestión empresarial?

Sí muchos () conozco pocos () No conozco ()

10. ¿Cuáles?

Planeamiento estratégico () Ingeniería de Procesos ()

Mejora continua () Lluvia o tormenta de ideas ()

11. ¿Cómo se presenta ante sus colaboradores?

Líder () Jefe () Colaborador ()

12. ¿Usa las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su Servicio?

Sí () No ()

13. ¿Percibe que aplicar una gestión de calidad en su negocio le proporciona resultados que le ayuda a lograr sus objetivos?

Si () No ()

14. ¿Qué objetivos ha logrado aplicando la gestión de calidad?

Aumento de ventas () Abrir nuevos locales ()

Clientes Satisfechos () Ninguna de las anteriores ()

D. Atención al Cliente:

15. ¿Cuántas veces en el presente año el negocio capacitó al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente?

1 Vez () 2 Veces () 3 Veces() Nunca ()

16. ¿Evalúa usted el nivel de satisfacción de los clientes en la atención que brinda su personal?

Si () No () A veces ()

17. ¿Su empresa actualiza las estrategias de servicio, según los gustos y preferencias del cliente?

Si () No ()

18. ¿Ha implementado en su empresa ofrecer los servicios que brinda con ayuda de las redes sociales?

Si () No ()

E. De la Formalización:

¿Su negocio es formal?

Sí () No ()

¿Considera que la formalización contribuye a su negocio haciéndose notar su presencia a través de sus servicios?

Sí () No ()

Pucallpa, Noviembre 2017

Presupuesto:

RUBRO	GASTOS (S/.)
Movilidad	S/. 80.00
Refrigerio	S/. 55.00
Material de escritorio	S/. 12.00
Fotocopias	S/. 15.00
Otros gastos	S/. 10.00
TOTAL	S/. 172.00

Cronograma:

INICIO de clases 15 de julio de 2017		
Julio	Sábado 15	Bienvenida al Taller a participantes Fases del Taller Lineamientos de Investigación Título de la Investigación
	Sábado 22	<ul style="list-style-type: none"> • Planteamiento del problema: • Caracterización • Enunciado • Objetivos de la investigación • Justificación de la investigación
Agosto	Sábado 05	Revisión de Literatura Marco teórico y conceptual: <ul style="list-style-type: none"> - Antecedentes - Bases teóricas - Marco conceptual
	Sábado 12	Hipótesis Metodología de investigación Referencias Bibliográficas Subir a la plataforma el proyecto de investigación. Elaboración Informe Final de Investigación
	Sábado 19	<ul style="list-style-type: none"> • Carátula • Hoja de jurado • Agradecimiento • Dedicatoria • Abstrac • Resumen • Introducción de la tesis (informe)

	Sábado 26	Revisión de la Literatura <ul style="list-style-type: none"> • Antecedentes • Bases teóricas • Marco Conceptual • Hipótesis
Setiembre	Sábado 02	Metodología de investigación
	Sábado 09	Resultados de investigación <ul style="list-style-type: none"> • Resultados
	Sábado 16	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de Resultados
	Sábado 23	<ul style="list-style-type: none"> • Conclusiones, Recomendaciones
	Sábado 30	Artículo científico Ponencia de Sustentación (Diapositivas)
Octubre	Sábado 07	Revisión en el Turnitin
Noviembre	sábado 11	Mejoramiento de IF con respecto a los resultados del Turnitin

Fotos.



Foto 1: Comercial las dos hermanitas



Foto 2: Sr. Armando Herrera (persona natural con negocio) – las dos hermanitas



Foto 03: Negocios Integrales E.I.R.L



Foto 4: Sr. Florentino Saavedra – Administrador de la empresa



Foto 5: Servicios Generales y Representaciones, Astillero Don Juanito S.A.C



Foto 6: Sr. Ernesto Daza – Dueño y Gerente de la empresa

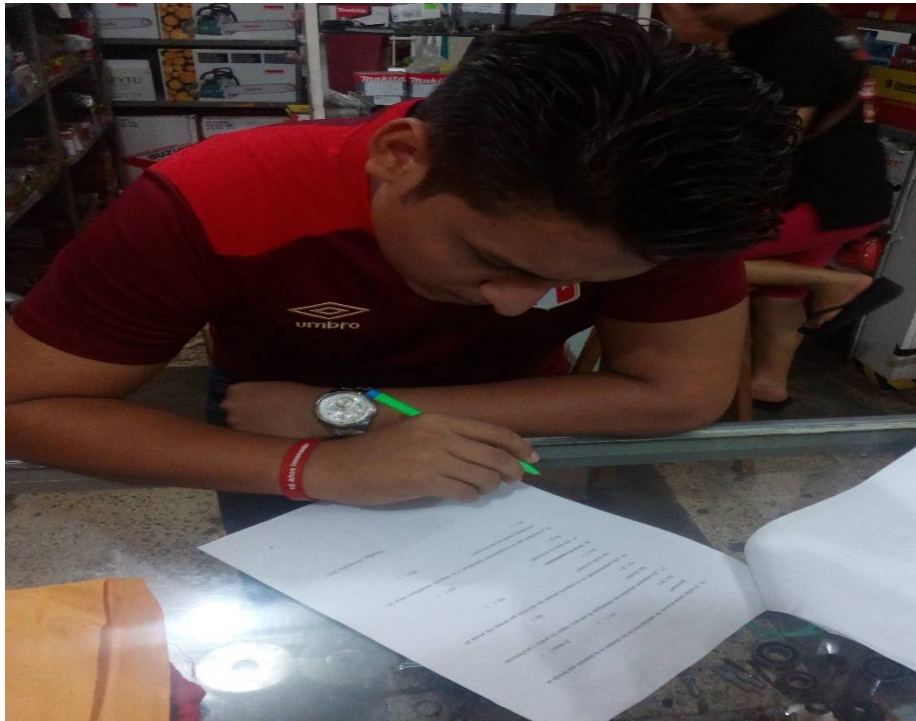


Foto 7: La Casa del Maderero Import S.R.L.



Foto 8: Sr. Edson Pinedo – Administrador de la empresa



Foto 9: Repuestos y Servicios el Ribereño E.I.R.L.



Foto 10: Sr. Teddy Sanchez – Dueño y Gerente de la empresa