

GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE EN ATENCIÓN AL
CLIENTE, EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL,
BOUTIQUE PARA DAMAS, DISTRITO DE
YARINACOCHA, AÑO 2017

ENITA HAYDEE SALAZAR TRIGOSO

Universidad Católica Los Angeles de Chimbote - Facultad de Ciencias Contables,
Financieras y Administrativas - Escuela "Profesional de Administración

Junio 2019

RESUMEN

El informe final de investigación tuvo como objetivo determinar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector comercial, boutique para damas, distrito de Yarinacocha, año 2017 partiendo de la problemática de falta de conocimiento en gestión empresarial de los microempresarios y de las ventajas y beneficios que podrían alcanzar utilizando estrategias de la administración como atención al cliente. Metodología: del tipo de investigación cuantitativa; nivel descriptivo y de diseño: no experimental, descriptivo y transversal. Mediante la técnica de encuesta, se realizó la entrevista a los microempresarios utilizando como instrumento un cuestionario de 22 preguntas, quienes brindaron información; siendo los resultados más importantes que la mayoría se caracteriza por ser del sexo femenino y poseer estudios básicos (66.7%). Respecto a la gestión de la mypes, esta se desarrolla de forma práctica porque se realiza sin el uso de herramientas de la administración: no tienen misión, visión (88.9%); no tienen plan de gestión (77,8%); no aplican técnicas para la solución de problemas (88,9%), en conclusión, existe un desconocimiento. Respecto a la variable atención al cliente, pese a que existe un limitado conocimiento administrativo, los microempresarios están enfocados en la satisfacción del cliente: capacita a su personal para brindar mejor

atención (88,9%); tienen protocolo de atención al cliente (77,8%); atienden reclamos y quejas (66,7%), promueven una actitud al servicio en el personal (77,8%). Finalmente, se concluye que si existe interés por mejorar la experiencia del cliente, sin embargo, eventualmente evalúan su satisfacción (66,7%).

Palabras clave: atención al cliente; gestión de calidad, mypes.

ABSTRACT

The final report of "research was aimed at determining the management under the focus of customer service, in the mypes of the commercial sector, boutique for ladies, Yarinacocha district, 2017" starting from the problem of lack of knowledge in business management of microentrepreneurs and the advantages and benefits that could be achieved using management strategies such as customer service. Methodology: of the quantitative research type; Descriptive and design level: not experimental, descriptive and transversal. Using the survey technique, the interview was conducted with the microentrepreneurs using as a tool a questionnaire of 22 questions, who provided information; the most important results being that the majority is characterized by being female and having basic studies (66.7%). Regarding the management of the mypes, this is developed in a practical way because it is done without the use of administration tools: they have no mission, vision (88.9%); they do not have a management plan (77.8%); they do not apply techniques to solve problems (88.9%), in conclusion, there is a lack of knowledge. Regarding the variable customer service, despite the fact that there is limited administrative knowledge, microentrepreneurs are focused on customer satisfaction: they train their staff to provide better service (88.9%); they have a customer service protocol (77.8%); they deal with complaints and complaints (66.7%), promote an attitude towards service in the personnel (77.8%). Finally, it is concluded that if there is interest in improving the client's experience, however, they eventually assess their satisfaction (66.7%).

Keywords: customer service; quality management, mypes.

1. Introducción

El incremento de la población, el acceso a la tecnología y la globalización de la economía hacen que las oportunidades convencionales de trabajo para las personas sean más difíciles y escasas, situación que las obliga a buscar alternativas de empleo en actividades independientes como el emprendimiento de nuevos negocios, es decir se convierten en microempresarios.

Precisamente uno de los negocios con número importante en el mercado lo constituyen las Boutiques, en su mayoría dirigidos por microempresarios de sexo femenino, de distintas edades y niveles de instrucción, esto último en razón que el rubro no exige mayor conocimiento especializado para invertir, más que tomar la iniciativa y contar con un capital.

La problemática que sostuvo el interés y motivó la presente investigación fue la evidencia de la falta de conocimiento en gestión empresarial de los microempresarios así también las ventajas y beneficios que podrían alcanzar utilizando estrategias de la administración como la atención al cliente que permitiría mejorar la imagen y posicionamiento del negocio en el mercado. Esta problemática caracteriza a muchas mypes del sector comercial, rubro boutique para damas ubicadas en el distrito de Yarinacocha, y que podría tener un impacto negativo en la afluencia de clientes.

Entonces, el problema podrían resumirse en la pregunta: ¿Las mypes del sector comercial, rubro boutique para damas, que no se gestionan con enfoque en atención al cliente logran mejor posicionamiento y preferencia de los clientes?. Con la finalidad de contribuir a que estos emprendimientos logren mantenerse en el mercado de Yarinacocha, siendo un mercado pequeño pero con afluencia turística importante, nos propusimos como objetivo general, investigar si las mypes del sector comercial, boutique para damas del distrito de Yarinacocha, se gestionan con un enfoque atención al cliente. Asimismo, consideramos que para alcanzar con claridad el objetivo propuesto, nos planteamos como objetivos específicos establecer el nivel de formalización, el uso de un plan de atención al cliente y la aplicación de un plan de capacitación en técnicas de atención al cliente.

La metodología de investigación fue del tipo cuantitativa; nivel descriptivo y de diseño: no experimental, descriptivo y transversal. Se aplicó a 9 mypes seleccionadas a conveniencia de una población de 39 mypes en el distrito.

Finalmente, desarrollada la investigación concluimos de los resultados obtenidos, que los microempresarios del rubro boutique del distrito de Yarinacocha pese a tener limitados conocimientos de administración, ofrecen un interés por mantener satisfecho a sus clientes.

2. Materiales y Métodos

2.1 Diseño de la Investigación

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



Dónde:

M = Muestra conformada por las Mypes a encuestar.”

O = Observación de las variables: Gestión bajo enfoque de atención al cliente.

No experimental: La investigación es no experimental. Porque la investigación se realizará sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran dentro de su contexto. **Sánchez, F.G. (2019)**

Descriptivo: La investigación tendrá carácter descriptivo. Se describirán las partes más relevantes de las variables en estudio. **Sánchez, F.G. (2019)**

Transversal: Es transversal, porque el estudio se realizará en un determinado espacio de tiempo. **Sánchez, F.G. (2019)**

2.1.1 Tipo de la investigación

Es del tipo cuantitativa.

2.1.2 Nivel de la Investigación

Es nivel descriptivo: para el desarrollo de la investigación se priorizará comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado.

2.2 Población y Muestra

2.2.1 Población

La población estará constituida por las micros y pequeñas empresas dedicadas al sector comercial, boutique para damas del distrito de Yarinacocha, año 2017. En la investigación nos apersonamos a las oficinas de la Municipalidad Distrital de Yarinacocha. Según sus registros, existen 39 mypes del rubro en estudio.

2.4.2 Muestra

En función a la población, se tomó como criterio y conveniencia para la investigación tomar como muestra las mypes de boutique activas que se encuentran ubicadas en los jirones de: Jr. Aguaytía, 7 de junio, Jr. Iparía y Jr.28 de julio, cuyo número suma 9 mypes. Aquí mencionamos lo siguiente:

2.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Tabla 1: Definición y Operacionalización de variables e indicadores

VARIABLES	Definición conceptual	Dimensión	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Gestión de Calidad	Es el estilo de conducción de una organización bajo un enfoque de mejora continua y cumpliendo los requerimientos del cliente con eficiencia y eficacia	Plan de Calidad	Posee, Administra.	Nominal
		Procesos Estandarizados	Posee, Administra.	Nominal
		Misión, Visión, Valores	Posee, Administra.	Nominal
Enfoque de atención al cliente	Es destinar el plan de acciones en identificar, organizar, satisfacer y evaluar los atributos que valora el cliente.	Nivel de Servicio	Plan Capacitación	Nominal
		Atención a quejas y sugerencias.	Calidad de Servicio Tiempo de atención	Nominal

Fuente: Realizado por alumna Enita Salazar

2.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

2.4.1 Técnicas

Se utilizará la observación, entrevistas y encuesta para la obtención de los datos necesarios a la investigación. **Sánchez, F.G. (2019)**

2.4.2 Instrumentos

Para la recolección de datos, se elaborará un cuestionario estructurado contenido en una encuesta.

2.5 Plan de Análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se confeccionará una base de datos en Excel.

Luego se trasladará para su tabulación en el programa IBM SPSS STATISTICS, exclusivo para estadística e investigación y mediante el uso del Word, y el análisis descriptivo, se realizará la discusión de resultado. **Sánchez, F.G. (2019)**

2.6 Matriz de Consistencia de la Investigación

Tabla 2: Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
¿Existe ausencia de buena disposición de las mypes del sector servicio, boutique para damas del distrito de Yarinacocha, año 2017, en brindar un servicio de calidad?	<p>Objetivo general.</p> <p>Determinar si las mypes del sector servicio, boutique de damas, del distrito de Yarinacocha, año 2017, se gestionan con un enfoque de atención al cliente.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>- O1. Determinar el nivel de formalización de las mypes del sector comercial, boutique</p>	<p>Gestión de Calidad</p> <p>Enfoque de atención al cliente.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Si las mypes del sector servicio, boutique de damas, del distrito de Yarinacocha, año 2017, direccionan su gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, permitirá el desarrollo y promoción de las mypes y la satisfacción de sus clientes.</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> Las mypes del sector servicio, boutique de damas, aplican canales de atención y conocen 	<p>TIPO. El tipo de investigación es cuantitativa.</p> <p>NIVEL: El nivel de la investigación es no experimental, descriptivo, transversal.</p>	<p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Aplicada a las mypes del sector servicio, boutique de damas del distrito de Yarinacocha.</p> <p>Instrumento:</p> <p>El instrumento que se utilizó para la recolección de datos fue el cuestionario de</p>

	<p>para damas del distrito de Yarinacocha, año 2017.</p> <p>- O2. Determinar si las mypes del sector comercial, boutique para damas del distrito de Yarinacocha año 2017, cuentan con un plan de atención al cliente.</p> <p>O3. Determinar si las mypes del sector comercial, boutique para damas del distrito de Yarinacocha, capacita a su personal en técnicas de atención al cliente.</p>		<p>el ambiente donde se desarrollan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Como parte de un enfoque en atención al cliente, las mypes del sector comercial, boutique para damas tienen definido su misión, visión y valores y es de conocimiento de su organización. • Las mypes del sector comercial, boutique para damas ubicadas en el distrito de Yarinacocha, se encuentra bajo procesos de gestión de calidad. 	<p style="text-align: center;">POBLACIÓN Y MUESTRA</p> <p style="text-align: center;">Población:</p> <p>Se acudirá a fuentes de información como Municipalidad distrital de Yarinacocha y Sunat.</p> <p>Se determina en 14 mypes ubicados en: Jr. Aguaytía, 7 de junio, Jr. Iparía y Jr.28 de julio.</p> <p style="text-align: center;">Muestra:</p> <p>Se tomará el 100% de la población.</p>	<p>preguntas. Se aplicaron interrogantes que permitieron obtener datos que luego fueron tratados mediante el análisis descriptivo.</p>
--	--	--	---	---	--

Fuente: Realizado por alumna Enita Salazar

2.7 Principios éticos.

En el desarrollo de la investigación se aplicó los principios éticos que rigen la investigación en la universidad Uladech Católica¹:

Respeto por las personas: Es uno de los principios fundamentales para la investigación, por lo que se reconoce de la capacidad de las personas para tomar sus propias decisiones, es decir, su autonomía. El respeto por las personas que participan en la investigación se expresa a través del proceso de consentimiento informado. Es necesario tener prioridad a aquellos grupos vulnerables, pobres, niños, marginados, prisioneros. Lo cual esto podría ocasionar que pueden tomar malas decisiones empujados por su situación precaria o sus dificultades con la finalidad de salvaguardar su propia integridad.

Beneficencia: La beneficencia hace que el investigador sea responsable del bienestar físico, mental y social del participante. Esto implica no dañar o que los riesgos sean al mínimo, esto se conoce como principio de no maleficencia.

Justicia: El principio de justicia prohíbe exponer a riesgos a un grupo para beneficiar a otro, pues hay que distribuir de forma equitativa riesgos y beneficios. Así, por ejemplo, cuando la investigación se sufraga con fondos públicos, los beneficios de conocimiento o tecnológicos que se derivan deben estar a disposición de toda la población y no solo de los grupos privilegiados que puedan permitirse de costear el acceso a esos beneficios.

3 Resultados

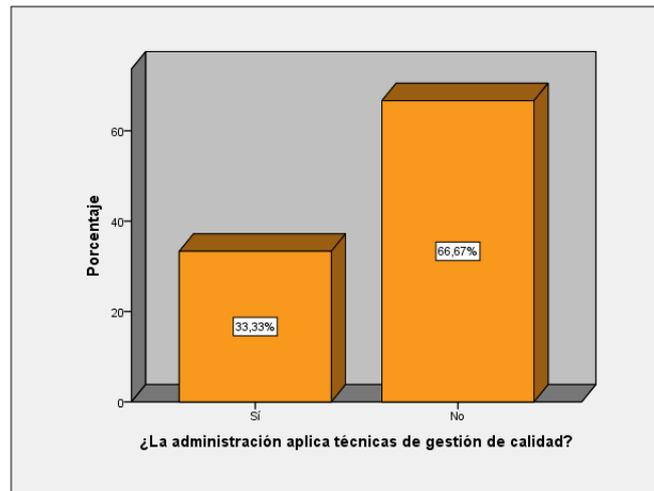
Tabla 3: ¿La administración aplica técnicas de gestión de calidad?

		Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid	Sí	3	33,3	33,3	33,3
o	No	6	66,7	66,7	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: encuesta realizada en campo

¹ Código de ética para la investigación versión 001. Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0108-2016-CU-Uladech Católica, de fecha 25 de enero del 2016.

Figura 1: ¿La administración aplica técnicas de gestión de calidad?



Fuente: Tabla 9

INTERPRETACIÓN:

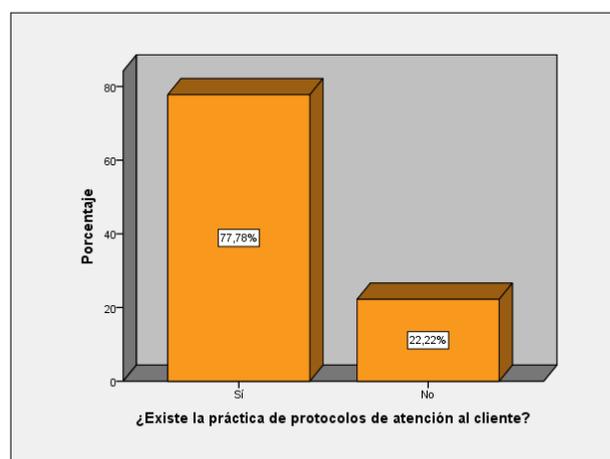
Solo tres mypes aplican de manera incipiente técnicas de calidad, llevadas en la práctica.

Tabla 4: ¿Existe la práctica de protocolos de atención al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	7	77,8	77,8	77,8
	No	2	22,2	22,2	100,0
	Total	9	100,0	100,0	

Fuente: encuesta realizada en campo

Figura 2: ¿Existe la práctica de protocolos de atención al cliente?



Fuente: Tabla 14

INTERPRETACIÓN:

En la investigación se tiene por hallazgo que la mayoría de las mypes tienen un protocolo o técnica para atender al cliente (77,8%). Esta práctica favorece el trato con los clientes.

4. Discusión

El análisis que a continuación realizaremos busca relacionar los resultados obtenidos en la investigación con el objetivo general, objetivos específicos, antecedentes de la investigación, bases teóricas e hipótesis planteada con la finalidad de evaluar que tanto aportamos a la mejora de la gestión de estas mypes.

En la investigación, **el Objetivo General:**

“Investigar si las mypes del sector comercial, boutique para damas del distrito de Yarinacocha, se gestionan con un enfoque atención al cliente”.

Este resultado lo obtenemos de la tabla 14, donde se evidencia que existen protocolos de atención al cliente, que son una constante en el 77,8% de las mypes encuestadas, aunque de manera práctica, los microempresarios tienen puesto su objetivo en atender a sus clientes.

Asimismo, respecto al **O3** “Determinar si las mypes del sector comercial, boutique para damas del distrito de Yarinacocha, capacita a su personal en técnicas de atención al cliente.”, este resultado se evidencia en la **tabla 13, ¿si se brinda capacitación a su personal?** donde se halla que el 88,9% de las mypes si capacita a su personal, para brindar una atención rápida y efectiva.

Este resultado se sustenta en lo indicado por Kotler (2001), sobre “Atención al Cliente”: “La meta del Atención al cliente moderno es especializarse en el comportamiento de los clientes; crea valor y satisfacción para ellos. Según **Kotler (2001)**, Atención al Cliente es la entrega de satisfacción a los clientes obteniendo una utilidad. Además de brindar satisfacción a los clientes tiene dos objetivos, atraer nuevos clientes brindando un valor superior sin descuidar la satisfacción de los clientes ya existentes.”

En la investigación, también se encuentra una fortaleza que se describe en la **tabla 16: ¿existe procedimiento para atender las sugerencias y reclamos de los clientes?**, en el cual los microempresarios en un 667% indican tener a su personal con la mejor disposición para escucharlo y realizar mejoras inmediatas.

Al respecto, este hallazgo se refuerza en los indicado por **Vélez, J. (2012)**; que explica que “el rubro comercial presenta la mayor relación de causa y efecto entre satisfacción de los clientes y el aumento de la producción. Por lo tanto, es necesario conocer los antecedentes que marcaron el conocimiento sobre la satisfacción al cliente tomando como punto necesario realizar estrategias comerciales exitosas logrando mayor producción y mayor competitividad en el mundo del mercado”.

Sin duda, la gestión del producto y la calidad del servicio al cliente son fundamentales para cualquier sector organización o compañía de comercio o de servicio. A partir de esto se concluye que tanto los factores como el precio y gestión de producto y la satisfacción de los clientes aumentan los niveles de productividad de cualquier organización.

5. Conclusiones

Como conclusiones luego del análisis a los resultados obtenidos de la investigación a las mypes del sector comercial, boutique para damas del distrito de Yarinacocha, se destaca lo siguiente:

- Las mypes son dirigidas por sus microempresarios de forma práctica sin el uso de herramientas técnicas que le permitan alcanzar mejor desempeño planificado del negocio.
- Los microempresarios no conocen de gestión de calidad o procedimientos administrativos, la mayoría no tiene instrucción superior.
- Las mypes del rubro en estudio, son dirigidas con un enfoque en el cliente, la cual se promueve desde el propio microempresario por mejorar la experiencia de compra de sus clientes y satisfacer sus expectativas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ábalos, M. (2014). Tesis para optar al grado de Magister en Gestión y Dirección de Empresas “Plan de negocios de un servicio de labores domésticas de calidad plan comercial”.

Alarcón, F.; Córdova, G.; Flores, R.; Ortiz, J. (2017). Proyecto de investigación gerencial aplicado “Plan de negocio para la apertura de una empresa de servicios de limpieza para departamentos”

Arellano Marketing. (2016). Estilos de vida. Recuperado de <http://www.arellanomarketing.com/inicio/estilos-de-vida/>

- Armstrong, G. & Kotler, P. (2014). Principios de Marketing (12a ed.). EEUU: Pearson.
- Burstein, D. (2014). Ratios de conversión. Recuperado de:
<http://www.marketingexperiments.com/blog/marketing-insights/> CEPLAN.
- (2012). Gastronomía peruana al 2021. Lima: APEGA.
- D'Alessio, F. (2013). El Proceso Estratégico. Un enfoque de Gerencia (2a ed.). México D.F., México: Pearson.
- D'Alessio, F. (2014). Planeamiento Estratégico Razonado: Aspectos Conceptuales y Aplicados. México D.F., México: Pearson.
- Diaz, M. (2016). *Plan de negocios para una tienda de ropa y accesorios para mujeres*. Tesis para optar el grado de Magister en Gerencia y Administración, Escuela profesional de Administración, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.