



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y  
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE COMERCIALES  
RUBRO PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS Y  
CABALLEROS MERCADO CENTRAL DISTRITO  
CATACAOS-PIURA, AÑO 2017**

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

**AUTOR:**

**BENITES BAUTISTA RONALD JUNIOR**

**CÓDIGO ORCID: 0000-0002-4626-7929**

**ASESOR:**

**PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEÉ**

**ORCID: 0000-0001-8823-2655**

**PIURA – PERÚ**

**2020**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Benites Bautista Ronald Junior

ORCID: 0000-0002-4626-7929

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Piura, Perú

### **ASESOR**

Palacios de Briceño Mercedes René

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,

Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración,

Piura, Perú

### **JURADO**

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-692

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741x

## **FIRMA DE JURADO Y ASESOR**

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas

**Presidente**

Mgr. Iván Arturo Guzmán Castro

**Miembro**

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

**Miembro**

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

A dios por darme la vida, bendecirme e iluminar mi camino.

A cada uno de los docentes por su orientación y enseñanza.

Finalmente, a los propietarios de las MYPE del rubro prendas de vestir del distrito de Catacaos, quienes me brindaron la información necesaria para el desarrollo de esta investigación.

## **DEDICATORIA**

A mis padres por brindarme su  
apoyo absoluto en todo  
momento.

## RESUMEN

La presente investigación titulada Caracterización de la capacitación y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central distrito Catacaos - Piura, año 2017, cuyo objetivo general es: Determinar las características de la capacitación y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central distrito Catacaos-Piura, año 2018, se utilizó una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptiva, diseño no experimental y de corte transversal, para el recojo de datos se trabajó respectivamente 5 MYPE, con una población para la variable capacitación de 9 trabajadores que incluye 5 propietarios y variable atención al cliente infinita 384 clientes, concluyendo las características con respecto a capacitación el 100% si es necesaria la capacitación en su área de trabajo y necesitan varias capacitaciones, el 100% no cuenta con equipos necesarios, por lo tanto los empresarios deben brindar capacitaciones a sus colaboradores, para contar con un personal altamente calificado, así mismo las características que tiene la atención al cliente el 96% nunca ha tenido quejas sobre la atención y el 94% considera que la experiencia de compra es una opción para apreciar los productos, para llegar a la excelencia, se requiere de capacitaciones y orientaciones que debe incluir una buena atención al cliente.

**Palabras clave:** Atención al cliente, capacitación y MYPE.

## **ABSTRACT**

The present research entitled Characterization of training and customer service in commercial MYPEs item of clothing for ladies and gentlemen central market district Catacaos - Piura, 2017, whose general objective is: To determine the characteristics of training and customer service in The commercial MYPE items of clothing for women and men Central Market Catacaos-Piura district, year 2018, they have a methodology of quantitative type, descriptive level, non-experimental design and cross-section, for the collection of data respectively 5 MYPE are selected , with a population for the variable training of 9 workers that includes 5 owners and infinite variable customer service 384 clients, concluding the characteristics with respect to the training 100% if the training in your work area is necessary and you need several trainings, 100% without the necessary equipment, therefore Presidents must provide training to their employees, have a highly qualified staff, as well as the characteristics that customer service has 96% have never had complaints about the service and 94% consider that the shopping experience is an option to Knowing the products, to reach excellence, requires training and guidance that should include good customer service.

Keywords: Customer service, training and MYPE.

# CONTENIDO

<b>HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR.....</b>	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>iv</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>CONTENIDO .....</b>	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS.....</b>	<b>x</b>
<b>ÍNDICE DE CUADROS.....</b>	<b>xii</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>II. REVISIÓN DE LITERATURA .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1. Antecedentes .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1.1. Variable capacitación.....</b>	<b>15</b>
<b>2.2. Bases teóricas.....</b>	<b>32</b>
<b>2.2.1. Capacitación .....</b>	<b>32</b>
<b>2.2.2 Atención al cliente .....</b>	<b>38</b>
<b>III. HIPÓTESIS .....</b>	<b>45</b>
<b>IV. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>46</b>
<b>4.1. Diseño de la investigación.....</b>	<b>46</b>
<b>4.2. Población y muestra .....</b>	<b>47</b>
<b>4.3. Definición y operacionalización de variables.....</b>	<b>51</b>
<b>4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos .....</b>	<b>53</b>
<b>4.5. Plan de análisis .....</b>	<b>54</b>
<b>4.6. Matriz de consistencia.....</b>	<b>55</b>
<b>4.7. Principios éticos.....</b>	<b>57</b>
<b>V. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>58</b>
<b>5.1. Resultados.....</b>	<b>58</b>
<b>5.2. Análisis de resultados.....</b>	<b>89</b>
<b>VI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>107</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>109</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>116</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de operacionalización.....	51
Tabla 2: Matriz de consistencia... ..	55
Tabla 3: Recibió capacitación al momento de ingresar... ..	58
Tabla 4: Inconveniente de cómo vender el producto .....	59
Tabla 5: Qué capacitación requiere.....	60
Tabla 6: Necesaria la capacitación.....	61
Tabla 7: Capacitación atrae mejores resultados.....	62
Tabla 8: Capacitaciones para mejorar sus habilidades .....	63
Tabla 9: Motivado cuando ejerce su labor .....	64
Tabla 10: Necesita motivación constantemente.....	65
Tabla 11: Actitud negativa hacia los clientes .....	66
Tabla 12: Presupuesto para realizar capacitaciones .....	67
Tabla 13: Presupuesto de capacitaciones .....	68
Tabla 14: Capacitado con un especialista .....	69
Tabla 15: Capacitaciones con el material necesario .....	70
Tabla 16: Materiales son de costo elevado .....	71
Tabla 17: Equipo necesario para capacitación .....	72
Tabla 18: Equipos requiere el capacitador .....	73

Tabla 19: Brindarles capacitación en otro lugar .....	74
Tabla 20: Atención ofrecida le proporciona seguridad.....	75
Tabla 21: Requisitos satisfactorios .....	76
Tabla 22: Quejas sobre la atención .....	77
Tabla 23: Ejercen su trabajo con profesionalismo.....	78
Tabla 24: Trato adecuado para una buena atención al cliente .....	79
Tabla 25: La atención que brinda la MYPE cumple con lo que usted solicita .....	80
Tabla 26: Estilo de vida influye en el momento de adquirir un producto.....	81
Tabla 27: Comportamiento diferente al realizar una compra .....	82
Tabla 28: Comportamiento negativo al realizar una compra.....	83
Tabla 29: Las emociones influyen al momento de tomar la decisión de compra.....	84
Tabla 30: Emociones de compra dependen de una buena atención al cliente. ....	85
Tabla 31: Manera distingue los productos .....	86
Tabla 32: La publicidad cambia su percepción sobre el producto y servicio .....	87
Tabla 33: La experiencia es una opción para apreciar un buen servicio .....	88

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1: Recibió capacitación al momento de ingresar ...	58
Figura 2: Inconveniente de cómo vender el producto...	59
Figura 3: Qué capacitación requiere .....	60
Figura 4: Necesaria la capacitación...	61
Figura 5: Capacitación atrae mejores resultados.....	62
Figura 6: Capacitaciones para mejorar sus habilidades...	63
Figura 7: Motivado cuando ejerce su labor.....	64
Figura 8: Necesita motivación constantemente .....	65
Figura 9: Actitud negativa hacia los clientes .....	66
Figura 10: Presupuesto para realizar capacitaciones.....	67
Figura 11: Presupuesto de capacitaciones.....	68
Figura 12: Capacitado con un especialista.....	69
Figura 13: Capacitaciones con el material necesario...	70
Figura 14: Materiales son de costo elevado .....	71
Figura 15: Equipo necesario para capacitación.....	72
Figura 16: Equipos requiere el capacitador...	73
Figura 17: Brindarles capacitación en otro lugar .....	74
Figura 18: Atención ofrecida le proporciona seguridad.....	75

Figura 19: Requisitos satisfactorios.....	76
Figura 20: Quejas sobre la atención.....	77
Figura 21: Ejercen su trabajo con profesionalismo.....	78
Figura 22: Trato adecuado para una buena atención al cliente.....	79
Figura 23: La atención que brinda la MYPE cumple con lo que usted solicita.....	80
Figura 24: Estilo de vida influye en el momento de adquirir un producto.....	81
Figura 25: Comportamiento diferente al realizar una compra.....	82
Figura 26: Comportamiento negativo al realizar una compra.....	83
Figura 27: Las emociones influyen al momento de tomar la decisión de compra.....	84
Figura 28: Emociones de compra dependen de una buena atención al cliente.....	85
Figura 29: Manera distingue los productos.....	86
Figura 30: La publicidad cambia su percepción sobre el producto y servicio.....	87
Figura 31: La experiencia es una opción para apreciar un buen servicio.....	88

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Relación de MYPES .....	48
Cuadro 2 pregunta demográficas... ..	48

## **I. INTRODUCCIÓN**

La presente investigación caracterización de la capacitación y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central distrito Catacaos-Piura, año 2017, proviene de la línea caracterización de la competitividad, capacitación, rentabilidad y financiamiento, de las MYPE en Perú. Esta línea ha sido seleccionada por la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.

La investigación está estructurada de la siguiente forma: capítulo I se registra la introducción que comprende planteamiento de la investigación, caracterización del problema, enunciado del problema, objetivos de la investigación y justificación de la investigación; capítulo II se registra la revisión de literatura que comprende antecedentes y bases teóricas; capítulo III hipótesis; capítulo IV se registra la metodología que comprende tipo, nivel, diseño de la investigación, universo y muestra, definición y operacionalización de variables, técnicas de recolección de datos, plan de análisis, matriz de consistencia y principios éticos; capítulo V resultados y capítulo VI denominada por conclusiones.

Las grandes empresas en la actualidad empezaron como pequeñas empresas, por ende, las MYPE desempeñan un papel importante ya que contribuyen a nuevos puestos de trabajo, por lo tanto, incrementa el producto bruto interno, reduciendo así la pobreza en el Perú gracias al aumento de empleo. De esta manera las MYPE surgen por las diversas necesidades de los individuos aprovechado por personas emprendedoras que crean pequeñas empresas para satisfacer las necesidades de la población, generando sus propios ingresos.

Según Ferrero, (2015) de acuerdo al ambiente externo, Perú en las últimas décadas ha gozado de un tiempo de estabilidad democrática y económica, esto conlleva que la economía se haya manipulado con moderación y racionalidad con sus incrementos y bajas de la economía.

En el factor político legal, el nuevo régimen MYPE tributario, aprobado por el decreto legislativo N° 1269, aplicada para los microempresarios dichos ingresos netos no sobrepasen los 1700 UIT. Por lo tanto este régimen alcanza a personas naturales y jurídicas.

Por lo tanto los requisitos permanentes que deben cumplir para que una MYPE pueda acogerse al régimen tributario, de realizar actividades, este conseguirá acogerse con la declaración jurada del mes del inicio de ejercicio de actividades, siempre y cuando este efectuada dentro de la fecha de su vencimiento. Por lo contrario, si desciende del nuevo régimen único simplificada, esta podrá acogerse en cualquier mes del ejercicio gravable, mediante la exposición de la declaración jurada que corresponda, si proviene del régimen general, podrá acogerse en cualquier periodo del ejercicio en lo que va del año. (Sunat, 2017)

En cuanto al régimen laboral establecido nombra la formalización de las MYPE que destina a todo el personal sometidos al régimen profesional de la diligencia privada, siempre y cuando proporcionen servicio en la MYPE, igualmente los propietarios y colaboradores.

También todos los colaboradores al amparo de la legislación seguirán rigiéndose por diversas normas actuales, estas colectivamente no quedan comprendidas en el contorno laboral del personal sujetos al régimen laboral común, que termine posteriormente la vigencia del decreto legislativo N° 1086 que el

trabajador debe ser contratado por el empleador, de tal manera que se crea el régimen laboral dirigido a promover la formalización legal y perfeccionamiento para mejorar los contextos de una MYPE.

Asimismo los diferentes derechos de los trabajadores que trabajan bajo una MYPE son: la remuneración mínima vital, además de jornada de trabajo de 8 horas, se debe incluir descanso semanal y en días feriados, retribución pasada las 8 horas de trabajo, vacaciones de 15 días calendario, seguro integral de salud SIS, además de 20 días de retribución por año de servicios con tope de 120 días de remuneración, permitiendo al microempresario un mejor progreso en el mercado. (SUNAT, 2017)

Según López, (2015) la extensa legislación sobre medio ambiente y su complicación obstaculizan el cumplimiento de todos los deberes adaptables a las distintas actividades económicas, es por ello que existen normas o leyes cuyo objetivo es minimizar la contaminación ambiental, que cualquier empresario debe tener en cuenta a la hora de ejecución de las diferentes actividades o fabricación de sus productos ya que esto puede afectar el medio ambiente.

Según Zuñiga, (2015) en lo económico toda MYPE atribuye en la economía peruana siendo fundamental ya que esto genera nuevos puestos de trabajo asimismo disminuye la pobreza esto logra un beneficio para el país ya que incrementa el producto bruto interno.

La región es portadora del 4.2% del valor bruto nacional, de tal manera que su aporte es vital en algunos sectores siendo mucho mayor: 43.7% de la pesca, 5.55 de la agricultura y finalmente 6.85 de la manufactura. Otro de los aspectos donde Piura destaca es en la gran cantidad de la población, pues con sus 1.7 millones de personas es la segunda región con mayor número de habitantes, al alojar el 6.1% de la

población total del país, implicando un mayor desarrollo de la ciudad, generando diferentes necesidades en cada uno de ellos. (economíaperuana, 2015)

Por su parte la municipalidad del distrito de Catacaos, presenta que el 40% de la población cataquense se dedica a la actividad turística, este término que engloba una serie de rubros fuertemente concatenados: artesanía, joyería, gastronomía y transporte. Por lo tanto el 60% restante de la población se dedica a otras profesiones y oficios; como lo puede ser la comercialización de mercaderías y otros, no obstante, su cartera de clientes también depende mucho de la llegada nuevos visitantes o turistas a esta zona del bajo Piura. (Diario el tiempo, 2016)

Por su parte el Banco Continental del Perú en el segundo trimestre del año 2017, el PBI, aumento en 2.4% principalmente por el incremento de las exportaciones y consumo final privado de servicios y bienes. (INEI, 2017)

Según el Banco Continental del Perú (2017) comunicó que la economía nivel mundial viene mostrando un avance sincronizado en los distintos indicadores de actividad. Además acordó bajar la tasa de interés a 3.50% por lo tanto existe así la tasa de referencia compatible con una influencia de inflación que se mantiene dentro del rango meta durante 2017 y 2018. (Diario gestión, 2017)

El grado de desempleo en la región Piura a pesar del fenómeno del niño costero ha reducido ya se encuentra en 2,8% a comparación del 3,1 registrado en el 2016, comunicó el titular de la dirección regional de trabajo de Piura, siendo en las ferias que ayudan a muchas personas a buscar trabajo. Por lo tanto, la cifra de desempleo ha disminuido bastante gracias a la creación de MYPE o simplemente han aumentado su área de producción. Por otro lado, la tasa de empleo en las empresas privadas formales tuvo un alza de 0.8% en el primer trimestre del 2018, siendo los

sectores de comercio y manufactura que contrato más gente en lo que va del año.  
(Diario el tiempo, 2019)

En cuanto al grado de regulación el Gobierno Central de Perú, lanzó la Ley que cambia muchas leyes para facilitar la inversión y fomentar el desarrollo de las MYPE, igualmente de promover el progreso productivo y el crecimiento empresarial (N° 30056), que hace referencia la forma de llevar el control de la contabilidad enfocado a los ingresos brutos anuales, los cambios que genera esta ley se dan de la siguiente forma: Si se trata de microempresa debe tener de uno a diez colaboradores o trabajadores, con ventas anuales de hasta 150 UIT y se trata de una pequeña empresa debe contar con la cantidad entre diez a cien trabajadores poseyendo hasta 1,700 UIT.  
(Escalante, 2016).

Las competencias de las MYPE son destacables ya que cada empresa tiene sus propias estrategias y técnicas de marketing para ser frente a la competencia, los cuales se convierten en amenaza para los microempresarios de las MYPE rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central distrito Catacaos-Piura.

En la actualidad las alianzas entre empresas, es una estrategia para que obtengan una mayor globalización, es así que la pequeña y mediana empresa dificultosamente tendrá menos alcance global si actúa en forma individual.

En el Factor sociocultural, el rápido incremento de la población ejerciendo el desarrollo de la industrialización, que ocasionan sobre el entorno natural un sinnúmero de procesos no productivos en el lugar, que de no tomar medidas preventivas a tiempo puede causar riesgos.

También los proceso que ocasionan efectos negativos sobre el desarrollo económico ante el medio ambiente, nuestras sociedades y los gobiernos, están en la

obligación de incorporar medidas exigentes para el medio ambiente de una manera equilibrada, actualmente se debe pensar en dónde vivimos, el cómo y el dónde están reducidamente relacionados, afectando a muchos entes sí, sin embargo el progreso y desarrollo de las empresas hace referencia a las actividades o formas de actuar y el dónde señala el espacio físico donde tienen lugar dichas actividades. (Rodríguez, 2019)

El distrito de Catacaos es conocida también por su festividad del carnaval del mismo modo de la semana santa. Cerca de Catacaos se ubica uno de sus centros poblados distinguido como Simbilá, famoso por su alfarería, además se destaca por su gastronomía la gastronomía piqueos, manjar blanco, natillas, la algarrobina de Piura y los siete potajes entre los que destaca la malarrabia, en la Semana Santa. (Wikipedia, 2019)

La última población que se dio a conocer es 70 600 en el año 2015, además fue 0.225% del total población en el Perú. Por lo tanto se calcula que Catacaos la población en 2017 sería: 71 694. (Diario population, 2016)

Según el Censo del 2017 la lengua española es decir el castellano es el idioma que la mayor parte de la población habla, es así que el emprendedor debe tener en cuenta para poder llevar acabo negocios comerciales. Además se registró 22 millones 209 mil 686 persona siendo esto un total del 82,6% de la población expresó haber difundido este idioma, continuado del Quechua (13,9%). Asimismo se registraron 48 mil 910 personas revelaron poseer como lengua materna extranjera esto permite realizar acuerdos en diversos países con mayor facilidad permitiendo la expansión de las MYPE.

Al mismo tiempo dio como consecuencia que la generalidad de la ciudad se identificaba como católica siendo este un (76,0%) por ende existen muchas diferencias entre las personas no solo por su religión sino también la forma de actuar ante la sociedad por ende algunas MYPES se enfocan en partes del segmento de mercado, seguida por la población evangélica 14,1% también 4,8% de las personas tienen otra religión, esto quiere decir que los hombres de negocio deben actuar de acuerdo a la vocación de las diferentes personas. (INEI, 2017)

El dirigente del INEI Aníbal Sánchez proyectó que la población en Perú rodeará los 32 millones el 2017, sin embargo, afirmó que sus proyecciones se estimaría que el crecimiento poblacional vería una desaceleración desde 1.6% medido el 2007 hasta 1.1% el 2017.

Las mujeres actualmente tienen 2.5 hijos cada una en su período de vida fértil, cuando hace 50 años tenían seis hijos en promedio en la actualidad ha disminuido la crianza de niños ya que muchos no cuentan con la economía necesaria. Además la población adulta se ha ido incrementando en el Perú. (Diario gestión, 2016).

Perú invierte el 2.57% del PBI a inversiones en tecnología, ya que es un recurso para que las empresas puedan mejorar y crecer en el mundo empresarial. Según el último estudio de diseños y comunicación el 39% de esta inversión en tecnología se dirige a Smartphone, y solo el 0.1% a hardware corporativo, porque mejora la productividad de las MYPE y permite brindar un mejor soporte de atención al cliente. (Diario gestión, 2016)

Por cada 100 familias se registra que en 92 de ellas existe al menos una tecnología de información esto permite que las empresas en la actualidad se adapten al mercado además estos forman parte de nuestra vida cotidiana y cambia la forma de

cómo crear un negocio asimismo permite estar informado de las nuevas tendencias en el mercado. (INEI, 2017).

La inversión en el Perú para investigación y desarrollo superó los 5000 millones de soles en 2016, un 66.9% corresponde a empresas privadas asimismo le sigue las instituciones de educación superior 25.7% también las empresas con un 2.6%. (Diario la Republica, 2017).

En la actualidad las MYPE participan en cursos o servicios de capacitación información a través de tecnología, así mismo la incorporación de la tecnología quiere conseguir el acercamiento al mercado nacional y también al mercado internacional.

Según Jordán, (2017) de varias alternativas para incorporar una tecnología y hacer uso en las MYPE es la facturación electrónica porque de esta manera las empresas ahorran e invertirán en los nuevos lanzamientos tecnológicos. También socorren al cuidado del medio ambiente y tienen paso a excelentes para el acceso a préstamos financieras, además esta tecnología es muy fácil de usar asimismo permite ahorrar tiempo. Siendo esta una de las ventajas y oportunidad para que las MYPES se actualicen manejando la facturación electrónica, renunciando el uso del papel e ingresando al mundo digital.

De esta manera las micro y pequeñas empresas MYPE, surgen por las diferentes necesidades de cada persona, uno de los varios factores que pueden intervenir en la falta de necesidades es porque muchas personas se encuentran desempleadas o quizás por la baja remuneración que puedan recibir por prestar sus servicios a diferentes empresas, por ende optan generar sus propios ingresos económicos para así poder cubrir sus gastos generados y satisfacer las necesidades de su familia.

En cuanto al entorno interno se trabajó con las 5 “M”: maquinaria, método, medio ambiente, materia prima y mano de obra es así que cada MYPE es diferente ya que poseen un sinnúmero de fortalezas e intentan minimizar sus debilidades, facilitando a la empresa evaluar su crecimiento, desempeño y capacidad de progresar a futuro.

En relación a la maquinaria de las MYPE, por lo general se aprecia lo básico que puede tener para su funcionamiento como, que son los exhibidores, de esta manera los propietarios necesitan de capacitaciones ya que no implementan equipos de última tecnología para la venta de mercadería por lo tanto desconocen sobre equipos para manejar dentro y fuera de las MYPE, siendo así una gran desventaja para atraer nuevos clientes. Además las MYPES aceptan pago en soles, más no, pagos con tarjeta ya que los microempresarios no implementan este tipo de tecnología porque la mayoría de los clientes desconoce, por ende, no tienden a usar tarjetas de crédito, pero hay personas que cuentan con este tipo de pago pero no lo implementan, ya que las MYPE no cuentan con este tipo de tecnología, para aceptar esta forma de pago.

Con respecto al producto que vende la MYPE, prendas de vestir para damas y caballeros mercado central distrito Catacaos, sus proveedores para adquirir el producto, son los mercados textiles de gamarra en Lima, entre otros, de tal manera que el microempresario viaja constantemente o por ciertos tiempos ya sea en época de verano o invierno buscando nuevas novedades en ropa, una ventaja para la MYPE ya que la competencia tiene otros proveedores diferenciándose en algunos modelos en mercadería, es así que viajan para traer mercadería a un costo unitario más bajo, comercializando las prendas de vestir por menor.

En lo que es el medio ambiente, se puede decir, que está muy bien ubicadas las MYPES, ya que está en la parte céntrica del distrito de Catacaos, permitiendo tener una mayor atracción de los clientes que transitan por el mercado, y por lo tanto se debe mejorar en iluminaciones de los locales ya que muchos no cuentan con este tipo de ambiente tranquilo y llamativo para los clientes.

Las MYPES de estudio no tienen ningún método o estrategia para mejorar, para hacer frente a los competidores, es por ello que la empresa debe de innovar y crear estrategias competitivas, que no está haciendo en cuanto a mejorar en venta, puede observarse que no cuenta con una buena infraestructura, una buena organización administrativa, existe desorden en organización de sus productos, es por ello que el personal no cuenta con capacitaciones necesarias para atender al cliente y trabajar con mayor eficacia, además se deberían establecer planes de marketing entre otros, de tal forma no poseen una buena gestión de calidad en atención al cliente por falta de conocimiento y desconocen de estrategias que permitirán su crecimiento en rentabilidad y competitividad, poca creatividad en la innovación de productos, por lo contrario se considera preciso el análisis de las debilidades con la finalidad de brindar a las MYPE del rubro comercialización prendas de vestir una alta calidad de estrategias que acceda establecer mejores resultados en gestión de calidad y competitividad, que les ayude a alcanzar sus objetivos y sobre todo desarrollarse como una MYPE competente.

En cuanto al personal, se observó que los trabajadores no cuentan o reciben capacitación, por lo tanto aplican sus aprendizajes en base a enseñanza otorgadas antes de ingresar a trabajar por los dueños o simplemente por trabajadores que tienen un buen tiempo trabajando en la MYPE, ellos no reciben capacitación profesional

especializada en dicho rubro y puesto de trabajo, de tal manera, que al personal se les impide desempeñarse mejor como vendedores, una desventaja ante la competencia ya que la MYPE no aplica estrategias para mejorar la calidad del personal, de tal manera que no identifica las habilidades de sus trabajadores. De tal forma es importante desarrollar las habilidades del capital humano porque es el éxito de las empresas y si no reciben numerosas capacitaciones, no brindara una buena atención al cliente permitiendo un bajo rendimiento u ocasionando una baja rentabilidad para la organización.

De tal manera que la mano de obra es de gran importancia en las empresas, ya que para toda organización tiene diferentes tipos de áreas por ello se debe contar con el personal calificado para brindar un buen servicio asimismo sobresalir de las demás empresas en base a la atención que se le esté brindando el colaborador. (Rodrigo, 2014)

Se realiza el análisis en base a las fuerzas competitivas de Porter; Amenaza de la entrada de los nuevos competidores, se considera que las MYPE se encuentran en una muy buena ubicación y existe competencia directa, además la competencia tiene posibilidad de mejorar sus estrategias en costo y atención, logrando ser más competitiva y logre una mejor captación de nuevos clientes.

En base a poder de negociación de los proveedores, las MYPE adquieren la mercadería a través de proveedores son los mercados textiles de gamarra en Lima, una estrategia competitiva ya que la mercadería lo compran por mayor, beneficio para los propietarios que buscan productos de alta calidad y costo accesible para luego establecer un precio inteligente para captar los clientes del distrito de Catacaos.

Poder de negociación de los compradores, se basa más en competitividad de precios y calidad de ropa ya que las exigencias de los clientes son cada vez más altas y que exijan incluso una reducción de precios notable, por ende las MYPE requieren de un presupuesto para realizar capacitaciones y así mejorar la calidad de la atención y crear nuevas estrategias en base a precio y calidad para ser frente a la competencia.

Amenaza por productos sustitutos, las MYPE cuenta con productos de diferentes tipos y modelos de calidad ya sean en el diseño y costo siendo eficaces y más baratos, esto hace que la competencia tenga que bajar su precio, lo que lleva una reducción de ingresos en la MYPE.

Rivalidad entre competidores, competir directamente con las demás MYPE del mismo rubro por ende la competencia es muy competitiva y la rivalidad se caracteriza por que están enfrentados y que ambos apliquen nuevas estrategias de negocios, destacando con sus productos por encima de las demás, por ende las MYPE presiona a la competencia que están a su alrededor, para la captación de clientes ya sea brindándoles una buena atención, por lo tanto siempre existirá una rivalidad entre las MYPE de un mismo sector.(Gigantino, 2015)

Es así que el problema identificado como: ¿Qué características tiene la capacitación y atención al cliente en las MYPE rubro comercialización prendas de vestir para damas y caballeros mercado central distrito Catacaos-Piura, año 2017?

Además el objetivo general que se proyecta es: Determinar las características de la capacitación y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central distrito Catacaos-Piura, año 2017. Teniendo como objetivos específicos: (a) conocer los requerimientos de la

capacitación en las MYPES comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos-Piura, año 2017; (b) identificar el costo de la capacitación en las MYPES comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos-Piura, año 2017; (c) identificar los elementos de la atención al cliente de las MYPES comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos-Piura, año 2017; (d) identificar la experiencia de la atención al cliente en las MYPES comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos-Piura, año 2017.

Además la presente investigación tiene como justificación práctica, buscar determinar las características de la capacitación y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro prendas de vestir damas y para caballeros mercado central distrito Catacaos; Porque nos conlleva a conocer una realidad y que a través de capacitación, sean más competitivas, innovadoras y realicen una buena atención al cliente. Finalmente la presente investigación servirá como medio para cumplir metas profesionales, que exige a los estudiantes de la universidad ULADECH CATÓLICA, el requerimiento del grado de bachiller, la elaboración y la aprobación de una tesis para la obtención del correspondiente título profesional, de acuerdo Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU), a través de la Nueva Ley Universitaria 30220 – 2014.

En relación a la justificación teórica, porque se obtendrá aspectos teóricos de las características de la capacitación y atención al cliente de las MYPE comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos-Piura, año 2017, para lo cual busca determinar los conceptos básicos de capacitación

y atención al cliente, la investigación acudirá a fuentes de diferentes autores para poder orientar la investigación desde el campo científico, acerca de las variables de la capacitación y atención al cliente, recolectara información bibliotecas virtuales y físicas ya que nos dará claros conocimientos acerca el tema.

La justificación metodológica, porque será de nivel descriptiva que se especifica las propiedades importantes de personas y comunidades o cualquier otro fenómeno, tipo cuantitativa consiste en el recojo de datos llanamente la realidad donde suceden los acontecimientos, sin manipular o controlar variable alguna, por lo tanto los datos se examinará de manera científica, con ayuda de la estadística, intentando sacar sentido a la investigación, diseño no experimental porque se basa en observación de los hechos en pleno acontecimiento sin alterar ni el entorno ni el fenómeno estudiado, y corte transversal ya que la información será recogida en un solo periodo, de tal manera que se utilizará tales fuentes primarias y fuentes secundarias de una metodología científica para la obtención de los datos que nos dará un pronóstico más preciso, se acudirá al empleo de técnicas de investigación como el cuestionario, que se recogerá una muestra poblacional.

El presente proyecto de investigación queda delimitado por la temática de la capacitación y atención al cliente, desde la perspectiva geográfica mercado central distrito Catacaos calle chorrillos con av. comercio - Piura, psicográfica 05 MYPEs comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros y delimitación temporal año 2017. De esta manera el perfil temático de la población a quienes me dirijo son personas de clase baja y media.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1. Variable capacitación**

Rodríguez, (2015), realizó una investigación titulada “programa de capacitación para el desarrollo de competencias en el personal administrativo; servicio autónomo instituto de altos estudios “DR. Arnoldo Gabaldon”, que se presentó en la Universidad de Carabobo (Venezuela), teniendo como objetivo general, Proponer un programa de capacitación como una herramienta gerencial para el personal administrativo del Servicio Autónomo Instituto de Altos Estudios, empleó la metodología cuantitativa, diseño investigativo y tipología de campo, llegando a la conclusión que el proceso de capacitación constituye un medio a través del cual la gerencia puede garantizar que el recurso humano se actualiza y desarrolla constantemente para reunir las capacidades, destrezas y habilidades indispensables para cumplir los objetivos y expectativas con las funciones asociadas a cada puesto de trabajo. Es decir, las empresas pueden apoyarse en la creación de un programa de esta naturaleza para contar con una herramienta que gestione estratégicamente las competencias, no solo para disponer de un personal altamente calificado, sino también para alcanzar un mejor desempeño organizacional.

Asimismo los programas como la capacitación permite aumentar la capacidad y competitividad de toda empresa ya que los empleados la concederán de gran importancia para su crecimiento profesional además esta herramienta tienen un impacto positivo en las empresa ya que, si se aplica en áreas muy puntuales tendrán

una mejor evaluación y control de las actividades en base al desarrollo de los recursos humanos.

Lopez (2015), realizó una investigación titulada "capacitación y servicio al cliente en los restaurantes Salón el Tecun y Pasaje Mediterráneo de la zona 1 de Quetzaltenango", que se presentó en la Universidad Rafael Landívar (Quetzaltenango), teniendo como objetivo general, establecer cómo se relaciona la capacitación en el servicio al cliente en los restaurantes Salón el Tecun y Pasaje Mediterráneo, empleó la metodología descriptiva, llegó a las siguientes conclusiones que las personas que llevan laborando más de cinco años dentro de las empresas, no han recibido capacitaciones, mucho menos temas u orientaciones que traten sobre servicio al cliente. Además se concretó que es necesario realizar una capacitación a todos los colaboradores para que los estos se identifiquen mejor con el clima laboral de las empresas y así perfeccione el servicio que brinda. Se determinó que aquellos colaboradores que han recibido capacitación sobre servicio al cliente o en relación a su puesto de trabajo, probablemente haya sido en otra empresa y no específicamente en los restaurantes.

Los trabajadores no tienden recibir capacitaciones cuando son contratados por la empresa, solo se les brinda una pequeña orientación de conocimientos básicos y reglas de la empresa cuando ingresa a trabajar, es así que muchos de los trabajadores incluyendo propietarios necesitan capacitaciones para el logro de los objetivos y la obtención de mejores resultados garantizando el éxito de la empresa, además aquellos trabajadores que cuentan con mayor conocimientos acerca de ventas es porque han recibido capacitación en otro centro de trabajo.

Mena, (2014) en su investigación denominada “la capacitación del servidor municipal y su incidencia en la calidad de atención ciudadana en el balcón de servicios de la administración zonal de Tumbaco del municipio del distrito metropolitano de Quito- Ecuador, Provincia de Pichincha” Informe final del Trabajo de Graduación o Titulación previo a la Obtención del Título de Licenciada en Secretariado en español en la Universidad Técnica De Ambato, (Ecuador). Se empleó una metodología Exploratoria, descriptiva, cuantitativa, cualitativa, llegando a la conclusión que debe perfeccionar el Manual de Estrategias para mejorar la calidad de atención, la capacitación permitirá un mejor desarrollo en las actividades de los servidores municipales del Balcón de Servicios de la Administración de Tumbaco. Además el perfeccionamiento de estrategias servirá como guía para que el colaborador municipal despliegue sus fortalezas demostrando una actitud positiva frente al usuario. De esta manera mejorará no solo en las relaciones interpersonales, sino también con los compañeros de trabajo y autoridades de la organización.

Toda empresa debe de aplicar nuevas estrategias para mejorar la calidad de la atención siendo este la capacitación que permitirá un mejor desarrollo y desenvolvimiento de habilidades de los trabajadores mejorando las relaciones de los individuos, pero existe un descuido total de los propietarios porque normalmente no realizan programas de capacitación esto se debe a que no cuentan con un presupuesto y tienen conocimiento de ello, desperdiciando la oportunidad de mejorar la calidad de servicio que se le puede brindar a un cliente.

Pimentel, (2016), en su tesis denominada “caracterización de la capacitación en técnicas de venta en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir

(boutiques) del distrito de Huaraz, 2015". Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, (Huaraz). Teniendo como objetivo general, describir las principales características de la capacitación en técnicas de venta en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir, utilizando una metodología descriptiva, cuantitativa y no experimental, concluye que un porcentaje de vendedores nunca están capacitados para solucionar dudas e inquietudes del cliente, estos vendedores nunca están capacitados para persuadir y convencer al cliente de adquirir las prendas o productos que se le ofrece. Por lo que se observa que las principales características de los vendedores determinadas son: la mayoría de ellos tienen entre 18 a 20 años de edad, son mujeres y con estudios secundarios, estos mismos opinaron sobre la ausencia de la capacitación en técnicas de ventas y atención al cliente, ya que los gerentes o propietarios consideran la capacitación como un gasto, pérdida de tiempo y volumen de ventas, de tal manera que existe personal con escaso conocimiento y falta de capacidad para realizar las ventas.

Las empresas no realizan capacitación a su personal debido a que demanda de tiempo y requiere de presupuesto para su ejecución, dando a conocer que los microempresarios también carecen de conocimiento del manejo de una empresa y de la gran importancia de la capacitación en general, por lo tanto las pequeñas empresa cuenta con personal de 18 a 20 años de edad y solo con estudios secundarios requiriendo un alto porcentaje en capacitaciones acerca sobre venta y atención al cliente, además las principales características de la capacitación en técnicas de ventas es brindar información al vendedor acerca del producto, asesoramiento de imagen para

poder orientar a los clientes, dominio de objeciones, buenas prácticas de atención y trato al cliente.

Bustamante, (2016), en su tesis denominada “caracterización de la capacitación y financiamiento de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del emporio comercial gamarra del Distrito de la Victoria – Lima 2015”. Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, (Chimbote). Teniendo como objetivo, describir las características de la capacitación y financiamiento de las MYPE del sector de producción de ropa deportiva del emporio comercial gamarra del Distrito de la Victoria, utilizando una metodología descriptiva, cuantitativa y no experimental, llegando a la conclusión que el 21% de los empresarios MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria no tienen conocimiento de los programas de capacitación ya que esto genera gastos, a ello se suma el hecho que el 14.8% y el 6.2% considera poco importante y nada importante respectivamente la capacitación, así también se tiene que el 16% no se ha capacitado en los dos últimos años, sea por falta de tiempo y sobre todo falta de recursos económicos.

Aspectos que determinan que un segmento de estos empresarios MYPES tienen un bajo nivel de capacitación, los propietarios no toman de gran importancia los beneficios que puede contraer si aplica esta técnica con sus colaboradores, obteniendo un personal más calificado a la hora de ofrecer el producto y brindar una buena atención al cliente, es así que las organizaciones solicitan ser capacitados en áreas como producción, productividad, marketing tan necesarios para mejorar empresarialmente y ser competitivos ante la competencia.

Effio, (2015), en su tesis denominada “caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio –rubro venta de ropa para damas y caballeros en el mercado modelo, del distrito de Chimbote, año 2014”. Teniendo como objetivo, determinar las principales características de capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio –rubro venta de ropa para damas y caballeros en el mercado modelo, del distrito de Chimbote, tesis para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, (Chimbote). Utilizando una metodología descriptiva, cuantitativa y no experimental, concluye que la mayoría de empresarios no recibe capacitación, a su vez la mayoría del personal no recibe capacitación, ya que solo el 20% solo recibió capacitación y el tema fue en ventas, en su totalidad afirman que la capacitación mejora su desempeño, también consideran a la capacitación como una inversión, es por ello que se puede decir que la mayoría de dichas MYPES no aplican capacitación. Esto se ve reflejado en el servicio que brindan, es así que los propietarios no cuentan con los conocimientos necesarios y necesitan constantes capacitaciones para mejorar sus decisiones en las MYPE y tomar en cuenta esta técnica para ser aplicadas a su personal mejorando su desarrollo de sus actividades en su puesto de trabajo.

La mayoría de los empresarios y trabajadores no reciben capacitación, siendo un 20% de ellos que si ha recibido capacitación cerca al tema de ventas, asimismo afirma que si aplican capacitación obtendrán mejores resultados para el desempeño de las labores, considerando una inversión necesaria para su progreso a largo plazo, pero los propietarios afirman que requiere de un costo para su implementación ya que debe contar con ciertos criterios de para su desarrollo como el lugar y espacio.

Chulle, (2017), en su tesis denominada “caracterización gestión de calidad y capacitación en las MYPES comerciales rubro confecciones, ropa para niños mercado modelo de Piura, año 2017”. Teniendo como objetivo, Conocer la Gestión de calidad y la capacitación en las MYPE comerciales rubro confección mercado modelo de Piura, tesis para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, (Piura). Utilizando una metodología descriptiva, cuantitativa y no experimental, concluyó que los tipos de capacitación que se pudo observar en las MYPE son la capacitación de orientación, la capacitación informal; estas ayudan a la empresa que los trabajadores sean capaces de solucionar conflictos que se presenten diariamente en su trabajo, a realizar con eficacia su labor. Así mismo las necesidades existentes que se identificaron en las MYPE de estudio son: la falta de motivación y la compensación percibida por parte de los trabajadores; ya que los trabajadores necesitan ser motivados e incentivarlos para que mejoren su desempeño logrando un mejor clima laboral y obtener resultados positivos en la empresa.

Muchas empresas desarrollan orientaciones y capacitaciones informales debido a la falta de recurso y experiencia de los microempresarios, además es importante que la motivación y compensación sean tomadas en cuenta ya que para el trabajador ser motivado y compensado influirá en su desempeño y eficiencia, lo que tendrá para las MYPE como resultado una mayor productividad y un incremento en el compromiso por parte de los trabajadores, ya que se sentirán identificados con las MYPE.

Temoche, (2017), en su tesis denominada “caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE de servicio rubro confección de prendas

de vestir, centro de Piura, año 2017”, teniendo como objetivo, Identificar las características de la capacitación y la competitividad en las MYPE de servicio rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, tesis para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, (Piura). Utilizando una metodología descriptiva, cuantitativa y no experimental, concluye que las MYPE en estudio no le dan el grado de importancia que tiene la capacitación, ya que el desarrollo de las actividades que realizan los colaboradores están en función a la indicación de los propietarios los mismos que cuentan con un conocimiento técnico el cual fue adquirido a través de la experiencia y la practica en la misma empresa. También el tipo de capacitación que reciben los colaboradores de las MYPES bajo estudio son por parte del experto es decir este personal cuenta con los conocimientos suficientes para compartirlo con el resto de colaboradores, lo que significa que se obtiene un desempeño bueno, es por ello que recomiendo que se utilice permanentemente este tipo de capacitación con la finalidad de potenciar en los colaboradores su desarrollo, y alcanzar un nivel de compromiso, obteniendo mejores resultados.

Las MYPE no aplican capacitaciones porque los empresarios no le dan un grado alto de importancia solo se les brindan diversas indicaciones los trabajadores para corregir errores que pueden cometer a la hora de brindar el servicio no obstante pierden la gran oportunidad de mejorar el potencial que puede tener cada trabajador.

Sánchez, (2016) en su tesis denominada “caracterización de capacitación y mezcla promocional de las MYPE comerciales rubro venta de ropa AV. Country Mercado Piura, año 2016”. Teniendo como objetivo, Identificar las características de capacitación y mezcla promocional de las MYPE comerciales rubro venta de

ropa Av. Country Mercado Piura, tesis para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, (Piura). Utilizando una metodología descriptiva, cuantitativa y no experimental, llego a la conclusión que los beneficios de capacitación identificados en el desempeño del personal son la reducción de errores en la captación de clientes y el enriquecimiento del puesto de trabajo. Así mismo las técnicas de capacitación no son utilizadas por los microempresarios ya que muchos no cuentan con los recursos necesarios, pero si muestran interés por capacitarse a través de seminarios. Además las características de la capacitación, son los tipos los cuales solo están utilizando la capacitación informal hacia los trabajadores, donde solo se basan en orientaciones de parte sus jefes u trabajadores antiguos.

Se puede lograr diversos beneficios si aplican la capacitación en áreas que requieran fortalecimiento para un desarrollo mejor de las actividades y asimismo los trabajadores se sientan cómodos y enfocados con los objetivos de la empresa, además existe un porcentaje en que los microempresarios si muestran demasiado interés por ser capacitados con un especialista pero requieren orientaciones acerca de este tema para aplicar capacitaciones en mejora del personal.

#### **Variable Atención al cliente**

Cruz (2014), realizo una investigación titulada "servicio y atención al cliente en la comercializadora de textiles -UNITEX- de la cabecera departamental de Huehuetenango", que se presentó en la Universidad Rafael Landívar, (Quetzaltenango), objetivo general, determinar de qué forma se presta el servicio y atención al cliente en la comercializadora de textiles UNITEX, ubicada en la cabecera departamental de Huehuetenango. empleó la metodología de estudio

descriptiva, llego a la siguientes conclusiones, el nivel de servicio al cliente ofrecido en la empresa comercializadora de textiles UNITEX es aceptable pero no óptimo, ya que para ello se debe garantizar la aplicación de elementos de importancia, tales como la satisfacción, expectativas y ambiente e instalaciones agradables; De acuerdo a la opinión del Gerente General, el servicio y atención al cliente son importantes para la empresa, sin embargo, fue posible determinar que existen limitantes debido a que no se cuenta con un registro periódico de la visita de los clientes, y no se facilita el equipo necesario a los colaboradores para ofrecer un servicio de excelencia.

El nivel de atención al cliente en las empresas es aceptable pero no satisface al máximo al cliente, es por ello que se deben implementar elementos estratégicos para mejorar la atención siendo estos en las expectativas, satisfacción e instalaciones en que se encuentre la empresa generando un ambiente agradable para el consumidor muy aparte de desarrollar cursos de capacitación al trabajador sobre la atención al cliente, pero existen delimitaciones ya que hay empresas que no cuentan con el equipo necesario para otorgar un servicio magnifico, si se brinda un servicio de excelencia el cliente se sentirá satisfecho por lo tanto no acudirá a la competencia y no solo se puede perder a los clientes, también se pueden perder a los proveedores y accionistas.

León (2013) realizo una investigación titulada “evaluación de la calidad de servicio en empresas textiles de la ciudad de Quetzaltenango”, que se presentó en la Universidad Rafael Landívar, (Quetzaltenango), teniendo como objetivo principal, evaluar la calidad de servicio que brindan las empresas textileras de la ciudad de Quetzaltenango a sus clientes, empleó la metodología de estudio descriptiva y llego a la siguientes conclusiones, el 80% de los encargados indica que la empresa capacita

a los colaboradores con aspectos relacionados a los productos que ofrecen, únicamente Tejidos Rinaty por tener una sala de venta pequeña estableció que no capacita a su personal sobre este aspecto. El 74% de los clientes por su parte consideran que el conocimiento y la habilidad que tienen los colaboradores para informar sobre los productos que ofrecen es de forma excelente, como regular en un 18% y malo en un 8% la capacidad que se tiene de informar acerca de los productos de la empresa.

Así mismo la percepción de los clientes, manifiesta lo contrario, ya que consideran que los trabajadores cuentan con un alto porcentaje de falta de conocimiento y esto genera una debilidad en la empresa estos aspectos están relacionados a la confiabilidad con un 30%, disciplina con 36%, comunicativo con 39%, ordenado con 38% y la actitud con un 30%. Además el presente estudio estableció que el 100% de los encargados de las salas de ventas consideran que los clientes se sienten satisfechos con la calidad de servicio brindado por los colaboradores de la empresa, sin embargo el 42% de los clientes encuestados consideran que los empleados deben de mejorar este aspecto y el 9% indican que la empresa no cumple con la calidad de servicio requerido por ellos.

La mayoría de los empresarios afirma que si capacitan al personal en relación al producto que ofrecen mas no capacitan a su personal en lo que es atención al cliente por que no cuenta con el ambiente adecuado y con el presupuesto que esto requiere, en la cual no experimenta esta técnica y pierde un mejor desarrollo de sus actividades en sus diferentes áreas de trabajo, asimismo el 74% de clientes que el personal si tiene la capacidad y habilidad de informar es de forma excelente, habiendo también un bajo porcentaje que considera que la atención no es la adecuada y que debe mejorar constantemente, además de seleccionar al personal adecuado. Además

consideran que mucho de los trabajadores no cuentan con los conocimientos necesarios, ni con la actitud que se requiere para la atención.

Imbaquingo (2013), realizó una investigación titulada “La Gestión de Marketing y la Satisfacción del cliente en las empresas de confección y comercialización de ropa deportiva de la ciudad de Tulcán”, que se presentó en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi (Ecuador), teniendo como objetivo, analizar si la gestión de marketing en las empresas de confección y comercialización de ropa deportiva de la ciudad de Tulcán incide en los niveles de satisfacción de los clientes, empleó la metodología de estudio cualitativa, exploratoria, de campo y explicativa, llegó a la siguiente conclusión que la mayoría de las personas no satisfacen por completo sus necesidades, ya que los trabajadores muestran falta de empatía hacia los clientes y la compañía e inconformes en cuanto a la aplicación de actividades promocionales por parte de las empresas. La ética y estilo de la mayoría de las pequeñas empresas se basa en un modelo ambiguo de administración, que buscan solamente elaborar y comercializar su producto sin estrategias de mercadotecnia que prevengan el impacto de la competencia y que le permitan aprovechar las condiciones reales del mercado en crecimiento para beneficio en las ventas y mayor participación en el mismo, dejando de lado la atención que se le brinda al cliente.

La mayoría de los clientes no satisfacen en su totalidad sus necesidades esto se debe a los cambios que tienen en la actualidad los clientes y trabajadores que laboran en la empresa no se encuentran en las condiciones para resolver dudas e inquietudes y no muestran empatía hacia los consumidores, ya que las pequeñas empresas se están rigiendo a estrategia antiguas de administración que solo se enfocan en el producto y su comercialización.

Grados, (2018), realizó una investigación titulada, “gestión de la calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector Comercio, rubro boutiques para caballeros, del Centro de la ciudad de huacho, año 2018”, del centro de la ciudad de Huacho, que se presentó en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (Chimbote), teniendo como objetivo principal Determinar las características de la Gestión de la Calidad en Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boutiques para caballeros, empleó la metodología descriptiva, cuantitativa y no experimental y llegó a las siguientes conclusiones: conocen el término de atención al cliente y la consideran fundamental para que éste regrese al establecimiento, señalan de buena la atención que brindan. Además, en su mayoría consideran la gestión de calidad en el servicio que brinda, siendo eficiente dando solución a los reclamos y en su totalidad mencionan que la atención al cliente permite el posicionamiento en el mercado.

Además, en su mayoría relativa presentan poca iniciativa para implementar la gestión de calidad y miden el rendimiento del personal a través de la observación y evaluación. Por último, en su mayoría indican que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio y a alcanzar los objetivos trazados. Los encargados de las micro y pequeñas empresas utilizan como técnica la atención al cliente, realizando un análisis de mercado para conocer las expectativas de estos, es así que los trabajadores son socios de la empresa ya que están directamente en contacto con los clientes además se debe contraer el trabajo en equipo, por lo tanto los propietarios si tienen en cuenta lo beneficioso de realizar o aplicar ciertas técnicas en capacitación.

Zabaleta, (2017), realizó una investigación titulada, “gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio –rubro venta de ropa para niños en el centro comercial los Ferroles en el distrito de chimbote, año 2017”, que se presentó en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (Chimbote), teniendo como objetivo, Determinarlas características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa para niños en el centro comercial los Ferroles en el distrito de Chimbote, empleó la metodología descriptiva, cuantitativa y no experimental y llegó a las siguientes conclusiones La mayoría de los representantes encuestados (92,86%) afirman que conocen la gestión de calidad, realizan la gestión de calidad (85,71%), planifican sus actividades de gestión (64.29%), su servicio satisface las necesidades del cliente (100,00%), su producto satisface las necesidades de los clientes (100,00%), no cuentan con libros de reclamaciones (64,29%), no cuentan con área de reclamos (78,57%), no han recepcionado alguna queja (64,29%), la evaluación que se realiza es por rendimiento (57,14%), no capacitan al personal (78,57%), conocen sus tareas y responsabilidades (92.86%), no realizan mediación de satisfacción del cliente (71,43%), comprenden las necesidades del cliente (100,00%), cuentan con procesos de atención al cliente (71,43%) y la mayoría se califica como buena su atención al cliente. Se puede deducir que las MYPE rubro venta de ropa para niños no se orienta a brindar una mejor atención al cliente.

Las empresas ofrecen una atención buena, pero también pueden mejorar en los diferentes aspectos no solo en la atención, sino también al resto que hacen posible el progreso de la MYPE, de esta manera puedan superar las expectativas que puede

tener el cliente generando un impacto positivo ya que aumentara su rentabilidad, además se tiene que tener en cuenta que los clientes de ahora son más exigentes en la atención y el producto que requiere por lo tanto no son los administradores de estas pequeñas empresas que están en la obligación de lograr una excelente servicio al público.

Espinoza, (2017), realizó una investigación titulada, “gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las MYPES del sector comercial boutique de damas, provincia de Satipo, año 2017”, que se presentó en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (Chimbote), teniendo como objetivo principal, determinar si las MYPE del sector comercial boutique de damas, provincia de Satipo se gestionan con un enfoque en la atención al cliente, empleó la metodología descriptiva, cuantitativa y no experimental y llego a la siguientes conclusiones iniciativas mayormente de empresarias jóvenes que están en el rango de 29 a 39 años de edad.

No conoce los alcances de una gestión de calidad. Ocasionando comportamientos negativos a la hora de brindar un servicio de atención al cliente, además toman en cuenta las sugerencias de sus clientes. Las consideran oportunidades de mejora y esta práctica permite satisfacer las expectativas de sus clientes.

Gestión de calidad son puntos claves para lograr el éxito de una empresa la misión, visión y valores definidos en una organización, de esta manera integran a todo el equipo en un solo objetivo. Contribuyendo a la calidad de servicio.

Machado, (2017) en su tesis titulada “caracterización de la competitividad y atención al cliente de las MYPE rubro zapatería del centro de Piura, año 2017” tesis para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, (Piura). Aplicando una metodología descriptiva,

cuantitativa y no experimental con una población dada por 9 MYPE del rubro de zapaterías del centro de Piura. Llegando a la conclusión que la atención al cliente es importante porque juega un rol especial dentro de la organización, ya que si esta es la adecuada, los clientes tienen una mejor experiencia de compra, el cual incentiva a la adquisición de más productos y a la recomendación a otros clientes para que consuman también el producto, de esta manera la empresa mejora sus ventas y brinda un servicio mejor que el de la competencia. Las estrategias de atención al cliente determinadas en las MYPE de estudio son información, escuchar al cliente y oferta del servicio; donde la información precisa y oportuna aumenta las ventas, escuchar al cliente permite atender a sus necesidades, siendo empáticos, ofertando productos más atractivos y de mejor calidad que el de la competencia.

La atención al cliente es de gran importancia si es la apropiada, permitirá tener un mejor control de los gustos y preferencias de los consumidores además permitirá evaluar si se está realizando de una manera efectiva de acuerdo a las necesidades, por lo tanto se logrará que los clientes tengan una mejor experiencia en el proceso de compra recomendando a sus amistades de esta forma la empresa mejorará sus ventas y otorgará un servicio mucho mejor que el de la competencia, asimismo las estrategias de atención es la escucha la oferta e información aumentando con la empatía del trabajador.

Villalta (2017), realizó una investigación titulada, “caracterización de la atención al cliente y capacitación de las MYPE rubro restaurantes de la calle Tacna del cercado de Piura, año 2017”, que se presentó en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote (Piura), teniendo como objetivo, Establecer las características de la atención al cliente y la capacitación en las MYPE rubro restaurantes de la calle

Tacna de Piura, empleó la metodología descriptiva, cuantitativa y no experimental y llegó a las siguientes conclusiones que la mayoría de los clientes consideran que las actividades de los trabajadores se enfocan al cliente; asimismo, consideran que las MYPE presentan imagen adecuada; también señalan que si se cuentan con personal calificado para atender; además expresan que para la preparación de alimentos utilizan insumos de calidad y finalmente, que los trabajadores presentan una atención ágil y rápida.

En cuanto a las estrategias de atención al cliente; que la mayoría de clientes se muestran satisfechos con la atención, y que los precios son accesibles; también evidencian esfuerzos por fidelizar a los clientes, se cuenta con diversidad de platos en la carta; por otro lado la mayoría señala que a veces las MYPE tienen conocimientos sobre las verdaderas necesidades de los clientes, y que evidencian promociones adecuadas.

Arrieta, (2013) realizó en su tesis titulada “financiamiento y atención al cliente de las MYPE rubro tiendas musicales en la ciudad de Piura, 2013” tesis para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Piura, teniendo como objetivo Conocer las características del financiamiento y la atención al cliente en las MYPE rubro tiendas instrumentos musicales en la ciudad de Piura al 2013, aplicando la metodología no experimental, llegando a la conclusión la buena atención al cliente genera nueva clientela y mantiene la lealtad de los propios. Las MYPE en estudio no cuentan con trabajadores y son los mismos microempresarios los que brindan la atención, llegando ser los únicos impulsores de su negocio, pero aun así es un motivante para que estos puedan llegar a sus clientes de manera positiva y seguir brindando productos de calidad.

La importancia que obtiene la atención al cliente para las MYPE es sin duda los beneficios que estas consiguen ganancias al brindar una buena atención a sus clientes y no sólo un buen producto. Está visto que una buena atención es sin duda una herramienta útil para cualquier empresa así como la eficiencia está formando parte del vocabulario de quienes forman parte de estas MYPE y donde reconocen la importancia del cliente y el trato que se les debe brindar en miras de llegar a los objetivos trazados de estas MYPE.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Capacitación**

Según Beltran, (2015) la capacitación es la herramienta que busca un cambio efectivo en las empresas y por ende tiene como objetivo principal ayudar a mejorar su competencias y habilidades del colaborador, lo cual se reflejara en su rendimiento laboral, además de reforzar temas que requieran a establecer una ruta para el futuro que puede pensarse como generar un espacio para añadir conocimientos que no tenemos y que no están en nosotros para revestir la carencia de conocimientos, siendo así que la capacitación es un camino de práctica por otras personas.

Peirane, (2014) considera la capacitación como la principal productividad además si se tiene un personal altamente calificado aumentara la rentabilidad de la MYPE, igualmente propone medidas de solución a la empresa y facilita que los colaboradores se familiaricen con la empresa. Además uno de los puntos que debe considerar toda empresa es la parte de la comunicación por parte de los colaboradores porque si existe una negativa participación en la comunicación, se originará un deficientemente clima laboral siendo esto una desventaja, aprovechada por la competencia al mismo tiempo los colaboradores no pueden desarrollar sus habilidades,

logrando tener conflictos a la hora de tomar decisiones equivocadas y de esta forma la empresa pueda cumplir con las metas establecidas en su plan estratégico.

Por su parte Luévano, (2017) la capacitación es el desarrollo de habilidades e incorporación de nuevos conocimientos, que facilita a nuevos aprendizajes contribuyendo al mejor desarrollo del personal encada uno de los puestos de trabajo, gracias al entrenamiento y reforzamiento para mejorar las necesidades de la empresa, logrando un resultado positivo que permitirá al colaborador una superación personal y profesional.

Es por ello que la capacitación tiene un acoplamiento cercano a las instituciones, este valor agregado que le da competitividad a las empresas, esta diferencia ya sea por producto o servicio es gracias al fruto del hombre por conocimientos, habilidades y recursos materiales.

#### **2.2.1.1. Requerimientos de la capacitación**

Según Pasquel (2017) muchos de los colaboradores y propietarios tienen diversas necesidades y debilidades por ello la capacitación permite optimizar estos, por lo tanto se debe identificar temas para reforzar las debilidades de los trabajadores, dependiendo del puesto laboral que tenga, impactando de manera positiva en la productividad de la organización. Por lo tanto, Pasquel señala tres tipos de capacitaciones:

- a) ***Capacitación en conocimientos:*** este tipo de capacitación permite profundizar conocimientos exactos y puntuales sobre temas que el puesto requiera para incorporar nuevos conocimientos.

La capacitación en conocimientos, es aquella información, en que el colaborador incorpora a su aprendizaje básico nuevos temas para su mejora continua y desarrollo personal, para complementar su formación laboral que ha llevado y así poder desarrollar sus diversas destrezas necesarias para su progreso laboral.

- b) **Capacitación en habilidades:** permite fortalecer competencias que faciliten su desarrollo en el puesto, entre ellos sus propias habilidades y liderazgo.

Además es la facilidad que el colaborador pueda realizar una tarea con cierta eficiencia, también esta capacitación en habilidades permite desarrollar tareas de forma eficaz aplicando estándares como calidad, tiempo y frecuencia.

Por lo tanto las habilidades con el tiempo y practica se pueden perfeccionar pero no logran transmitirse como ocurren con los conocimientos, lo cual adaptan nuevos saberes, por lo general las habilidades pueden perfeccionarse con el entrenamiento, gracias a esto se puede contar con el personal con habilidades necesarias para afrontar ciertos cambios.

- c) **Capacitación en actitudes:** hace referencia a las capacitaciones respecto a la motivación en que se encuentran dichos trabajadores.

Por lo tanto las actitudes son criterios involuntarios de juicio originando preocupación en el propietario teniendo la obligación de mejorar las actitudes del trabajador ya que esto impacta rigurosamente en la productividad y depende de esto el éxito de una MYPE, por lo tanto las capacitaciones en actitudes hace referencia a los buenos valores de los

trabajadores y son llamados referencias ya que a través de ello se juzga la realidad de la conducta, además están delimitadas en las creencias que garantiza y brindan seguridad a un cliente generando un equipo estable generando estabilidad. (Pasquel, 2017)

#### **2.2.1.2. Costo de la capacitación**

La capacitación se considera como una inversión para obtener mejores resultados en el entorno laboral y la producción además es una estrategia para que las MYPE se actualicen logrando nuevos cambios tecnológicos, esto genera muchos beneficios, ya que es una herramienta que requiere la utilización de un costos para su aplicación en la empresa esto genera un impacto positivo ya que el trabajador se puede sentir motivado logrando mejores conocimientos y habilidades para desarrollar una muy buena competitividad no solo en el puesto de trabajo sin también a nivel empresarial, también es necesario que en todas las áreas se aplique capacitación, además de contar con especialistas para lograr un enfoque organizacional, generando felicidad y prosperidad para el empleado que contribuye a establecer una excelente imagen de la empresa. (Riquelme, 2017).

Arenas (2014) considera a la capacitación uno de los presupuestos más castigados ya que demanda de tiempo y de producción en la empresa, asimismo los directivos lo toman como un gasto, siendo la capacitación una de las técnicas y estrategias para ser competitivo y obtener un personal más calificado siendo la mejor inversión para la empresa porque esto puede incrementar la productividad y calidad de trabajo. Permitiendo grandes logros y muchos beneficios para la organización siempre y cuando se allá realizado un buen diagnóstico de necesidades capacitación.

Cualquier desarrollo para mejorar las técnicas de la empresa involucra ciertos costos logrando beneficios excelentes, para ello se necesita de una inversión que a lo largo del tiempo este será la solución para ser competitivo, ya que logra entrenar ciertas capacidades difíciles que puede tener el colaborador para la adquisición de nuevas habilidades para la ejecución de dichas actividades.

Asimismo la empresa lograra obtener ingresos mayores al costo que puede aplicar o genera la capacitación, por lo general permitirá al empresario enfocarse mejor con los objetivos de la empresa siempre y cuando allá recibió información actualizada que impacte en cada una de sus habilidades, entre más herramientas aplique puedes desarrollar mejor sus estrategias y utilizarlas al máximo, mejorando la toma de decisiones que permitirán resolver situaciones conflictivas de la manera más óptima.

Según Alemán, (2015) si existe costo que puede originar la capacitación ya que depende de la empresa y el tipo de capacitación además permite identificar los diversos puntos de la empresa que necesitan retroalimentación para su mejora, de tal manera que no debe tomarse como gasto, sino como un cambio de innovación e inversión para el crecimiento del personal, para poder obtener muchos beneficios gracias a la eficiencia y rentabilidad, mejorando ciertas debilidades MYPE. Además menciona unos costos y estos son:

- a) ***Honorario para especialista capacitador:*** se debe contar con presupuesto para realización de capacitación que se tenga que hacer, dentro de la empresa por ende la empresa si desea aplicar o realizar capacitaciones está en la obligación de contratar personas calificadas para desarrollar estos tipos de cursos porque existen temas que escapan de las manos del

empresario y para ello debe contar con un salario adicional para pagarle al profesional.

- b) **Material para la capacitación:** es preciso que la empresa otorgue el material didáctico necesario que puedan ayudar a entender mejor la capacitación, para que los trabajadores puedan aprovechar esta capacitación al máximo y no tengan ningún inconveniente cuando se desarrolle.
- c) **Equipamiento:** toda empresa que quiere progresar en el mundo empresarial para realizar sus capacitaciones debe tener el equipo e instrumentos necesarios para el desarrollo de estas capacitaciones.
- d) **Transporte:** esto puede variar siempre y cuando el empresario decida donde y cuando desarrolle cursos de capacitación, siempre y cuando tenga un acuerdo mutuo entre el trabajador y propietario para una mayor coordinación.

Según un informe propuesto por Pimentel, (2015) la capacitación brinda muchas ventajas a la empresa como a los empleados, grandes beneficios que hacen que valga la pena invertir ya a la larga se obtendrán resultados favorables, asimismo la capacitación la capacitación puede ejecutarse en cualquier aspecto de la empresa para perfeccionar el desempeño actual y futuro de la MYPE, siendo un elemento motivador para el progreso continuo, cuando está dirigida claramente hacia el cumplimiento y logro de los objetivos de toda empresa, pero no obstante se requiere de una inversión siendo los propietarios estén dispuestos a aplicar este tipo de técnica.

De esta forma la capacitación permite crear nuevas oportunidades, pero también requiere de tiempo para mejorar las deficiencias que puede tener una empresa

logrando una mayor rentabilidad y creando nuevos presupuestos para el mejor manejo y desarrollo de las capacitaciones dentro de la MYPE.

### **2.2.2 Atención al cliente**

Según Scarilli, (2015) la atención hacia el cliente es importante porque puede marcar la diferencia en la empresa, además esto puede ser una de las razones la cual un cliente se incline a comprar los productos o servicio que puede brindar la empresa, todo gracias a la buena atención, además el cliente consigue familiarizarse con la empresa y llegar más seguido marcando la diferencia ante la competencia, es por ello que ofrecer un buen servicio o atención es un elemento indispensable que concede una mejoría diferenciadora y perdurable en el tiempo a todas aquellas empresas que tratan de conseguir mediante estas estrategias, donde la demanda del cliente se obtiene como resultado la satisfacción en la adquisición de bienes.

Además, la atención al cliente engloba un conjunto de actividades desarrolladas por la organización para aumentar el nivel de ventas y lograr el bienestar de sus clientes, de esta manera se obtiene una mejor presentación continua de la empresa siendo el objetivo de las empresas abarcar nuevos mercados y nuevos nichos además de adquirir nuevas habilidades para perfeccionar el servicio que brinda y alcanzar un mayor beneficio.

Maldonado, (2015) atención al cliente es todo servicio que pueden brindar las organizaciones, es una herramienta de mercadeo que es muy eficaz en las empresas, si el cliente necesite realizar o manifestar reclamos o inquietudes sobre el producto o servicio, se deberá tratar de la mejor manera y dar solución al reclamo que está haciendo el cliente proporcionando una solución de forma rápida.

Por lo tanto atención al cliente es toda actividad utilizada por una empresa para implantar un vínculo con los clientes, pero no sólo se debe de enfocar en las expectativas del comprador, sino también a los clientes internos para así experimentar si realmente se brinda un excelente servicio en nuestro proceso de venta todo esto encaminada a compensar las necesidades de los consumidores para lograr identificar las actuales expectativas.

Según Izquierdo, (2017) la atención al cliente es de gran importancia porque, la empresa frecuenta directamente con sus clientes, es así que si la MYPE brinda un buen servicio estaría generando competitividad que cada empresario quiere para su empresa, de esta manera se genera la diferencia entre las pequeñas empresas originando una mejor atención al cliente además que puede estar afirmando su éxito o fracaso.

Los competidores cada vez más, se van asimilando a la realidad lo que realmente un cliente necesita, por otro lado es una herramienta que permite tener contacto con los clientes detectando las necesidades que este quiera ya sea en calidad o precio, siendo indispensable para entablar nuevos negocios además marca la diferencia de una empresa logrando una mejor experiencia del cliente, de esta manera los compradores con el pasar del tiempo son más rígidos e exigentes en el servicio y producto que adquieren, al mismo tiempo buscan que se le brinde una buena atención, contar con un ambiente atractivo, comodidad un trato personificado y un servicio rápido y para ello se requiere de tiempo, capital y esfuerzo.

Si un cliente se siente insatisfecho por la atención es muy posible que se lleve una mala impresión y genere comentarios negativos hacia los demás clientes de la MYPE generando una mala imagen en ellos, tanto para la empresa y las personas, ya

que puede contar esa mala experiencia a otros clientes. Por lo contrario si un cliente se siente satisfecho por la atención siempre vuelven a visitarnos para comprar el producto, y no cabe la posibilidad que nos recomiende con otros consumidores.

Soriano, (2015) menciona que atención al cliente es importante porque puede hacer la diferencia en un institución. Si se brinda un servicio adecuado el cliente se inclinara por optar el producto que brindas gracias al servicio que ofreces. Entonces la atención al cliente es fundamental para ser más competitiva y atraer clientes nuevos, es por ello que es una herramienta de mercado muy eficaz y de gran importancia enfocarse en brindar una muy buena atención.

Por lo tanto una empresa por lo general si brinda una buena atención al cliente obtendrá éxito y generara rentabilidad, cuando sus trabajadores de una empresa trata a sus clientes con amabilidad, los atiende con rapidez, cuenta con un lugar y espacio agradable y los hace sentir cómodos al mismo tiempo se sentirán seguros y satisfechos, generando un retorno muy pronto por parte de ellos.

#### **2.2.2.2. Elementos de la atención al cliente**

Según Vásquez, (2017) si se requiere obtener una buena atención al cliente debe tomar en cuenta los siguientes elementos:

- a) **Seguridad:** este elemento es de gran importancia gracias a ello los clientes se sentirán en confianza es así que una empresa debe contratar personal calificado y mantenerlos constantemente en cursos de capacitación para que puedan brindar cero riesgos y no tengan ninguna duda sobre el servicio o riesgo a la hora de adquirir un bien. Si la empresa cumple con esta expectativa el consumidor se sentirá a gusto y seguro llevándose una impresión positiva sobre el producto o servicio gracias a la atención que se

esté brindando, en otras palabras la confianza se logra en el contacto con los vendedores y clientes a la hora de comprar el producto. Por lo tanto el cliente se basa en la imagen y experiencias al adquirir un producto y una parte de esto se ve reflejado en la atención por ende el vendedor debe transmitir confianza y habilidades comunicativas.

- b) **Comunicación:** mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje entendible y claro. Es por ello que las empresas han de poner empeño en la comunicación y publicidad en este mundo globalizado una empresa conectada en red tiene una mayor capacidad de respuesta y es más inteligente a la hora de captar clientes por lo tanto proporciona una calidad de servicio superior.
- c) **Cortesía:** hace referencia a la atención, amabilidad, respeto y simpatía del trabajador ya que si les proporcionamos un excelente trato y brindamos una gran atención ellos querrán volver a nuestra empresa. Por ende la cortesía es vital para un mejor perfeccionamiento en la atención ya que logra un comportamiento humano de buena costumbre, que se trata de la demostración de los trabajadores que manifiesta afecto, respeto o atención hacia los clientes, por lo tanto, es una expresión de las buenas maneras.
- d) **Profesionalismo:** es vital que lo todos los trabajadores cuenten con los conocimientos del servicio que brinda la organización. Por ende este es un aspecto muy estimado y valorado por los clientes: nada se consigue con tener los mejores productos si la atención entregada es deficiente. Es así que el profesionalismo consiente que todas las personas deben poner toda su atención en una determinada tarea, para evitar constantemente la

rotación del personal en las actividades. Además si se brinda la atención sin con profesionalismo garantiza que esta se realizará de una mejor manera.

- e) **Capacidad de respuesta:** es la formas en que un trabajador se dispone atender al cliente con el fin de ayudar otorgando un servicio rápido pertinente, es así que los colaboradores deben estar al tanto de las dificultades o inquietud que se puede presentar ante los clientes, para estar siempre adelante innovando para retroalimentar las dudas de nuestros clientes.
- f) **Fiabilidad:** habilidad de ejecutar una buena atención desde la primera vez que se esté brindando el servicio de forma cuidadosa para hacer sentir la confianza al cliente ya que los clientes buscan ser escuchado, además se debe cumplir con el tiempo de espera.

### **2.2.2.3. Experiencias de la atención al cliente**

Según Urbano, (2017) la experiencia del cliente es esencial en el proceso de compra, ya que todos no son igual de tal manera que cada consumidor tiene un comportamiento distinto ante un producto y atención que se le puede estar brindando. Por lo tanto los empresarios conocen la calidad del servicio que se le puede ofrecer al cliente mediante el proceso de la compra, para lograr un mejor enganche del producto y también la fidelización con una buena atención. Asimismo no debe dejarse de lado al cliente cuando se retira de una empresa después de la respectiva compra si lo hace pierde credibilidad en el servicio que se le está brindando.

Asimismo menciona que la atención es parte fundamental de la organización por lo tanto cualquier duda que pueda tener el cliente y no sea resuelta sería una falta muy grave ya que se iría con una mala impresión y sobre todo un experiencia negativa,

para ello deberá implementar nuevas estrategias para dar prioridad a los clientes ya sean vía telefónica o web.

La experiencia de cliente es un proceso interactivo entre una marca y una persona por ende actualmente no es suficiente que una empresa pueda satisfacer sus expectativas sino que tiene que superarlas porque la experiencia del cliente se ha convertido en un diferenciador competitivo en el mercado global.

Es por ello que las empresas no suelen conocer a la perfección la experiencia de los clientes esto se debe que debe conocer sus percepciones, emociones y comportamiento algo incontrolable en los consumidores.

- a) ***El comportamiento del cliente:*** Hace referencia al contexto social en el que se encuentre el cliente a la hora buscar, comprar o utilizar un servicio u producto teniendo en cuenta sus gustos y preferencias de cada cliente.

Hay que añadir que el consumidor tomará conciencia de acuerdo a la atención que cubra sus expectativas y necesidades para recién tomar decisiones, de esta manera los microempresarios deben conocer los gustos y preferencias de cada fragmento del mercado.

- b) ***La percepción del cliente:*** Los clientes cuentan con mucha información en la mente que llega a través de los sentidos asimismo genera y crea un concepto de lo que ve o percibe en base a sus experiencias, es así que las empresas se enfocan no solo en el producto sino también en la atención y sobre todo tienen en cuenta que es lo que mira el cliente a su alrededor, generando emociones positivas o negativas, por lo tanto el cliente se fija en los pequeños detalles de una organización así que deben ser creativos en la publicidad para cautivarlos y posicionarnos en la mente del cliente.

c) ***Las emociones de los clientes:*** Influyen en las decisiones cotidianas y, por mucho que nos esforcemos, no logramos encontrar la lógica que se esconde detrás de un sentimiento, es muy confuso esta experiencia ya que muchos de los clientes puede adquirir el servicio o producto solo para satisfacer su ánimo que está sintiendo en ese momento. Cuando nos relacionamos con marcas de manera instintiva las relacionamos con experiencias, bien sean positivas o negativas. Asimismo la experiencia de cliente abarca en las emociones que puede generar una marca.

En su publicación Álvarez, (2017) denominada experiencia de compra, los empresarios deben utilizar estas técnicas para aumentar las ventas con el único objetivo de fidelizar y agregarle un valor añadido a la atención.

Mediante el proceso de compra que experimentan los clientes, las empresas innovan su marca y funciones de la atención para lograr una experiencia positiva e inolvidable y favorable para el cliente, creando un impacto emocional, por lo tanto los empresarios aplican diversas estrategias para que los clientes se lleven la mejor impresión en los diferentes aspectos de la organización.

Los empresarios deben realizar un estudio de las diferentes experiencias que puede tener y contraer el cliente en el proceso de compra, innovando sus técnicas de captación, además de cuidar cualquier altercado en que se encuentre la marca para lograr una mejor experiencia en el consumidor.

### **III. HIPÓTESIS**

La presente investigación “caracterización de la capacitación y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro prendas de vestir para caballeros mercado central distrito Catacaos - Piura, año 2017”, es de tipo descriptiva.

Según Choque, (2015) las investigaciones de nivel descriptivas, es describir situaciones y eventos, es decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno, lo cual comenta que no en todas las investigaciones descriptivas se formulan hipótesis ya que consiste solo de mencionar las características de la situación problemática.

## **IV. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

### **4.1. Diseño de la investigación**

Según Choque, (2015) la investigación de tipo cuantitativa, consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variables alguna, por lo tanto los datos se examinará de manera científica, en forma numérica, generalmente con ayuda de la estadística.

La investigación tendrá un nivel descriptivo, su propósito del investigador es describir situaciones y eventos, es decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno, buscando especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

En caso de esta investigación se está buscando encontrar las características de la capacitación y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro prendas de vestir para caballeros mercado central distrito Catacaos - Piura, año 2017”.

El diseño de la investigación es, no experimental por que se realiza sin manipular las variables, es decir se observa los fenómenos tal y como están en su ambiente natural para poder analizarlos. No se modificaran los resultados obtenidos mediante la recolección de datos.

El diseño de la investigación es no experimental, puesto no está formulando una nueva teoría, ni se alteraran las variables, solo se está explicando una realidad y a la vez se utilizara medios probatorios de los mismos, que es parte de la investigación cuantitativa.

Además la investigación será de corte transversal, ya que la recolección de los datos y la aplicación de los instrumentos que se usarán como medio de recolección

de información se realizará en un solo momento el propósito es describir las variables y analizar su incidencia en su contexto dado.

El diseño de esta investigación es de corte transversal ya que la información será recogida en un solo periodo.

#### **4.2. Población y muestra**

##### **Población**

Según Angulo (2017) es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

Son 5 MYPE dedicadas a la comercialización rubro prendas de vestir para damas y caballeros, mercado central distrito de Catacaos Piura año 2017. Objeto de investigación, siendo la población:

**Variable 1:** capacitación, la población finita 9 trabajadores que incluye 5 propietarios.

En el 1er objetivo específico: 9 personas, 4 trabajadores y 5 propietarios.

En el 2do objetivo específico: 5 personas, propietarios.

**Variable 2:** atención al cliente, la población infinita 384 clientes.

En el 3er y 4to objetivo específico: 384 personas, los clientes.

<b>MYPE</b>	<b>RUC</b>	<b>Nro. Trabajadores</b>	<b>Dirección</b>
Novedades J y C	10455286960	2 (varía según temporada)	INT. Mercado Central – Catacaos – Piura – Piura – puesto 91-92
Maria Clara	10027982803	1	INT. Mercado Central – Catacaos – Piura – Piura – puesto 131-132
Novedades R y Y	10439624103	2	INT. Mercado Central – Catacaos – Piura – Piura – puesto 109-110
Mirella	10458086082	2	INT. Mercado Central – Catacaos – Piura – Piura – puesto 93-94
El ajuar del bebé	10027779714	2	INT. Mercado Central – Catacaos – Piura – Piura – puesto 6-7-8
Total		9	

**Fuente:** propietarios de las MYPE

<b>Preguntas demográficas</b>					
	Alternativa 1	Alternativa 2	Alternativa 3	Alternativa 4	Total
	20 – 30 años	31 -40 años	41 – a más		
Edad	3	5	1		9
%	67%	33%	0%		100%
	Masculino	Femenino			
Sexo	2	7			9
%	22%	78%			100%
	0 – 1 año	1 – 2 años	2 – 5 años	5 – a más	
Años trabajando	1	2	3	3	9
%	11%	22%	33%	34%	100%

**Fuente:** propietarios y colaboradores de las MYPE

**Población finita:** Es aquella, cuyo elemento en su totalidad son identificables por el investigador, es decir se conoce la población, las personas a quien se estudia. Por lo tanto para el caso de la variable capacitación constituyen una población finita dado que se conoce el número limitado de elementos, en esta investigación se trabajó con la totalidad (N=n).

**Población Infinita:** Es aquella, cuyos elementos es imposible tener un registro identificable, es decir no se conoce la población, a quienes se va estudiar. Por lo tanto para el caso de la variable atención al cliente, se tiene una población infinita, dado que no se pueden contabilizar todos sus elementos pues existen en número ilimitado.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

Z: Constante no menor al 1.96 = 95%

p: Probabilidad de éxito = 0.5

q: Probabilidad de fracaso: 0.5

E: Error: 5% = 0.05

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.05^2} = 384 \text{ personas}$$

#### 4.2.1. Criterios de inclusión:

- Trabajadores tengan conocimiento del negocio de MYPE rubro prendas de vestir para damas y caballeros Catacaos- Piura
- Mayores de 18 años.

-Propietarios, trabajadores y clientes tengan tiempo disponible.

#### **4.2.2. Criterios de exclusión:**

- Personas (propietarios, colaboradores y clientes) que no se encuentren en la capacidad de proporcionar información sobre la variable de estudio.

-Colaboradores que faltan mucho a su puesto de trabajo.

-Trabajadores que no tengan tiempo para atender la encuesta.

-Menores de edad.

-Trabajadores temporales.

### 4.3. Definición y operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicador	Definición operacional	Escala	Metodología
Capacitación	La capacitación es el desarrollo y entrenamiento de las personas para que puedan alinearse a una forma de trabajo de la cual todas las enseñanzas recibidas les abrirán puertas para la superación personal y profesional dentro o fuera de la empresa, de igual manera requiere de un gran compromiso y de responsabilidad. (Luévano, J. 2017)	Requerimientos	Conocimientos	La dimensión: “requerimientos” se medirá con sus indicadores, conocimientos, actitudes y habilidades. Con la técnica de la encuesta e instrumento cuestionario.	Nominal	Tipo: cuantitativa Nivel: descriptiva Diseño: no experimental Corte: transversal.
			Habilidades		Nominal	
			Actitudes		Nominal	
		Costo de capacitación.	Honorarios	La dimensión: “costo de capacitación” se medirá con sus indicadores, salario, material y equipamiento. Con la técnica de la encuesta e instrumento cuestionario.	Nominal	
			Material		Nominal	
			Equipamiento		Nominal	
			Transporte		Nominal	

Atención al cliente	El servicio al cliente es importante porque puede marcar la diferencia en la empresa, además es la razón por la cual un cliente se incline a comprar los productos y llegar más seguido marcando la diferencia ante la competencia, es por ello que brindar un buen servicio o atención es un elemento estratégico que otorga una mejoría diferenciadora y perdurable en el tiempo a todas aquellas empresas que tratan de alcanzarla a través de estrategias. (Scarilli, J. 2015)	Elementos.	Seguridad	La dimensión: “elementos” se medirá con sus indicadores, seguridad, profesionalismo y cortesía. Con la técnica de la encuesta e instrumento cuestionario.	Nominal
			Profesionalismo		Nominal
			Cortesía		Nominal
			Capacidad de respuesta		Nominal
	Experiencia de los clientes.	Comportamientos	La dimensión: “experiencia” se medirá con sus indicadores, percepciones, emociones y conocimientos. Con la técnica de la encuesta e instrumento cuestionario.	Nominal	
		Percepciones		Nominal	
		Emociones		Nominal	

#### **4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos**

Una encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos. Teniendo como ventajas: Información más exacta (mejor calidad), mayor rapidez en la obtención de resultado. (Caro, 2019)

Para la recolección de información de la presente investigación, se aplicó la técnica de la encuesta, 12 encuestadores en la que se busca recaudar datos a través del instrumento cuestionario prediseñado, dirigidas a una muestra representativa, 9 colaboradores, 5 propietarios y 384 clientes, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

El instrumento para la recolección de datos fue el cuestionario, por lo tanto los datos se obtuvieron mediante un conjunto de preguntas, 9 preguntas para trabajadores, 8 preguntas para propietarios y 14 preguntas para clientes dando un total de 31 preguntas, a fin de obtener la información empírica necesaria para determinar los valores o respuestas de las variables objeto de estudio, están dirigidas, en parte a 9 trabajadores que incluye 5 propietarios, 5 propietarios y 384 clientes con el fin de conocer hechos reales y plenamente confiables.

#### **4.5. Plan de análisis**

Según Archanco, (2016) plan de análisis son técnicas que ayudan a responder las preguntas formuladas, por lo tanto en investigación cuantitativa (datos numéricos) las técnicas serán esencialmente estadísticas.

Una vez que se han obtenido los datos necesarios, estos serán tabulados y serán presentados mediante tablas y gráficos, empleando el programa Excel Windows 10, para luego estos mismos resultados sean analizados e interpretados, logrando obtener como resultados respuestas a los objetivos de la investigación.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicador	Fuente	Metodología
“Caracterización de la capacitación y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central distrito Catacaos-Piura, año 2017”.	¿Qué características tiene la capacitación y atención al cliente en las MYPE rubro comercialización prendas de vestir para damas y caballeros mercado central distrito Catacaos-Piura, año 2017?	a) conocer los requerimientos de la capacitación en las MYPE comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos-Piura, año 2017.	Las investigaciones de tipo descriptivas, es describir situaciones y eventos, es decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno, lo cual comenta que no en todas las investigaciones	Capacitación	Requerimientos	Conocimientos	Personal	Tipo: cuantitativa
		Habilidades				Nivel: descriptiva		
		Actitudes				Diseño: no experimental		
		Costo de capacitación			Honorario	Propietarios		Corte: transversal
Material								
Equipamiento								
		b) identificar el costo de la capacitación en las MYPE comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos-Piura, año 2017.				Transporte		

		<p>c) identificar los elementos de la atención al cliente de las MYPES comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos-Piura, año 2017.</p>	<p>descriptivas se formulan hipótesis ya que consiste solo de mencionar las características de la situación problemática . Sampieri,</p>	Atención al cliente	Elementos	<p>Seguridad</p> <p>Profesionalismo</p> <p>Cortesía</p> <p>Capacidad de respuesta</p>	Clientes	
		<p>d) identificar la experiencia de los clientes en las MYPES comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos-Piura, año 2017.</p>	<p>Collado, &amp; Lucio, (2010)</p>		Experiencia de los clientes.	<p>Comportamientos</p> <p>Percepciones</p> <p>Emociones</p>	Clientes	

#### **4.7. Principios éticos**

La presente investigación se realizara respetando la propiedad intelectual, que los datos no han sido manipulados a conveniencia del investigador, acudiendo a diferentes fuentes para la obtención de mejores conocimientos fiables respetando los derechos del autor. Por otro lado la investigación se realizara con transparencia, imparcialidad, responsabilidad social y honestidad.

## V. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

### 5.1. Resultados

5.1.1. Conocer los requerimientos de la capacitación en las MYPES comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos-Piura, año 2017.

Tabla 3

*¿Usted recibió capacitación al momento de ingresar a la MYPE?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	44%
No	5	56%
Total	9	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al personal

**Elaboración:** propia

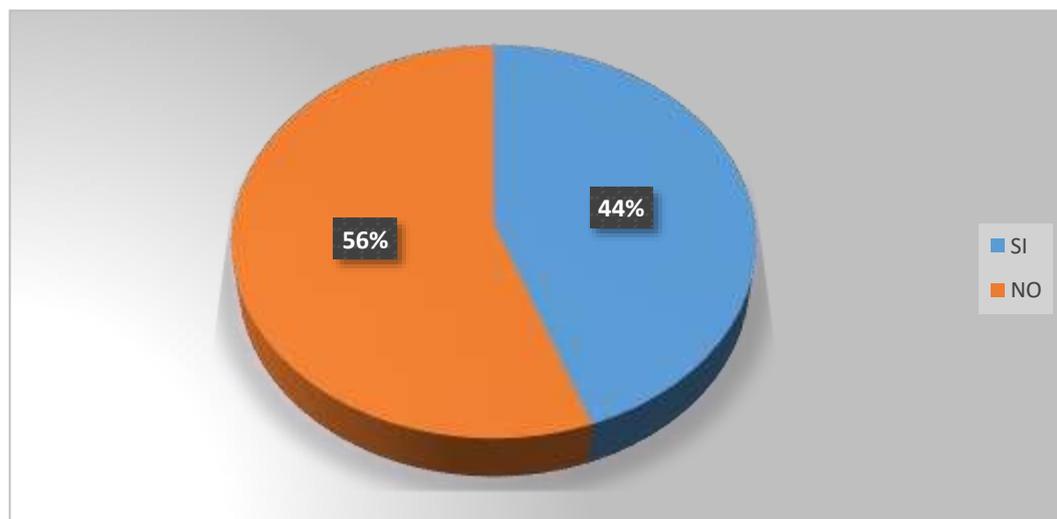


Figura 1: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto si recibió capacitación al momento de ingresar a la MYPE.

En la tabla N° 3 y figura 1 denominada “Recibió capacitación al momento de ingresar” se observa que el 44% si recibió capacitación mientras que el 56% de los empleados no recibió capacitación al momento de ingresar a la MYPE.

Tabla 4

*¿Usted ha tenido algún inconveniente de cómo vender el producto?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	67%
No	3	33%
Total	9	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al personal  
**Elaboración** propia

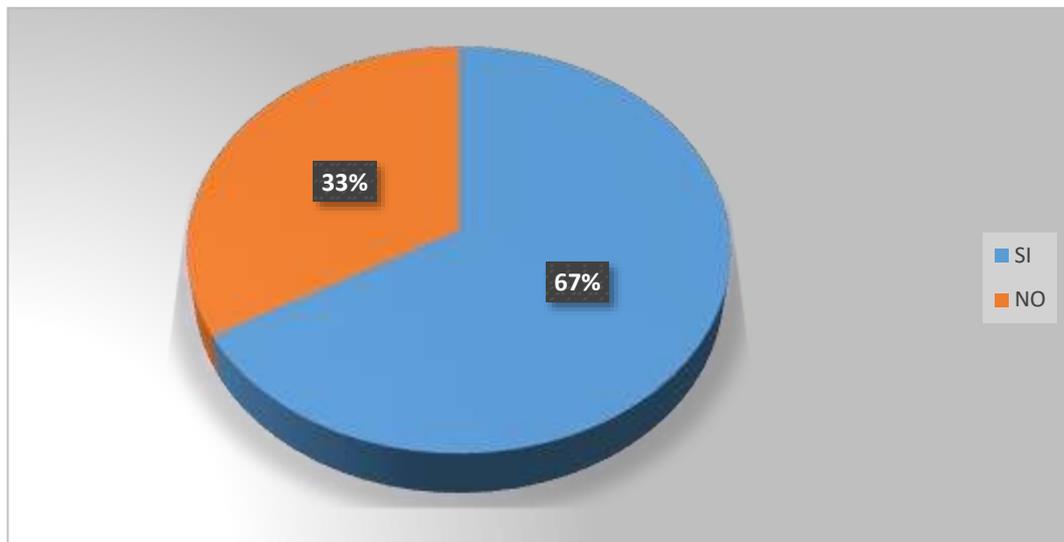


Figura 2: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto inconveniente de cómo vender el producto.

En la tabla N° 4 y figura 2 denominada “inconveniente de cómo vender el producto” se observa que el 67% de los empleados si ha tenido algún inconveniente de cómo vender el producto, mientras que el 33% dice lo contrario.

Tabla 5

*¿Usted como colaborador qué capacitación requiere?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Conocimientos	6	67%
Habilidades	2	22%
Actitudes	1	11%
Otros	0	0%
Total	9	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al personal  
**Elaboración** propia

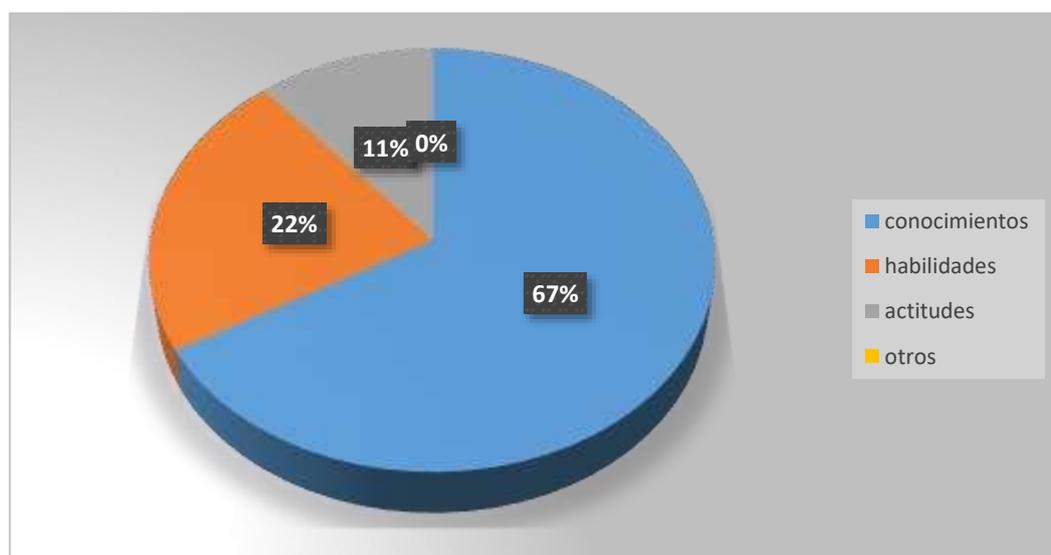


Figura 3: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto temas para capacitación.

En la tabla N° 5 y figura 3 denominada “qué capacitación requiere”, se puede observar que el 67% de los trabajadores si requieren de una capacitación de conocimientos, además el 22% requiere de capacitación de habilidades, mientras que el 11% requiere capacitación en actitudes.

Tabla 6

*¿Cree usted que es necesaria la capacitación en su área de trabajo?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	100%
No	0	0%
Total	9	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al personal

**Elaboración** propia

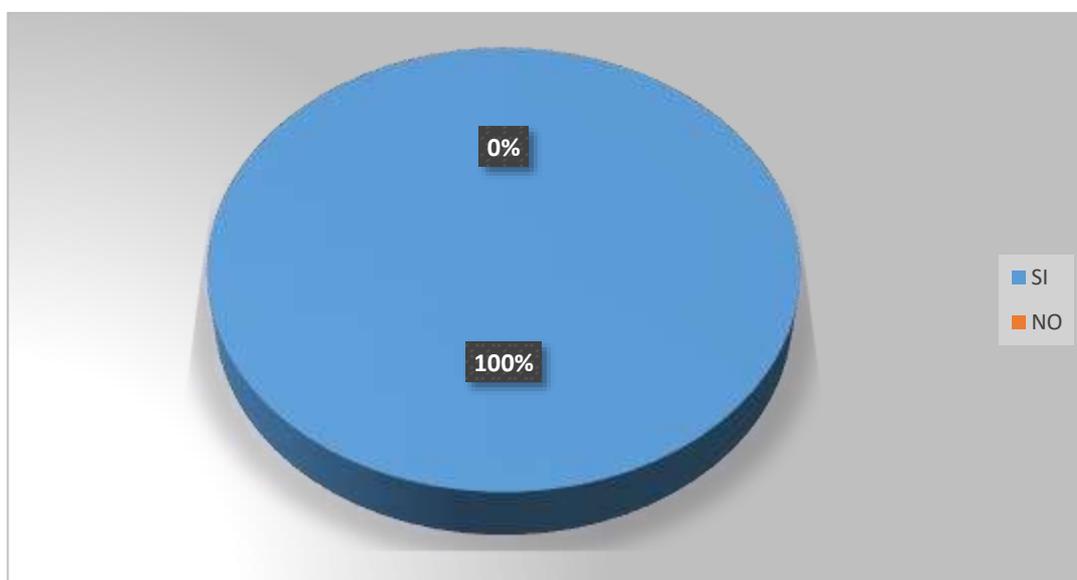


Figura 4: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto temas para capacitación.

En la tabla N° 6 y figura 4 denominada “necesaria la capacitación” en los resultados obtenidos se aprecia que el 100% de los encuestados considera necesaria la capacitación en su área de trabajo.

Tabla 7

*¿Cree usted que la capacitación en habilidades atrae mejores resultados?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	89%
No	1	11%
Total	9	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al personal

**Elaboración** propia

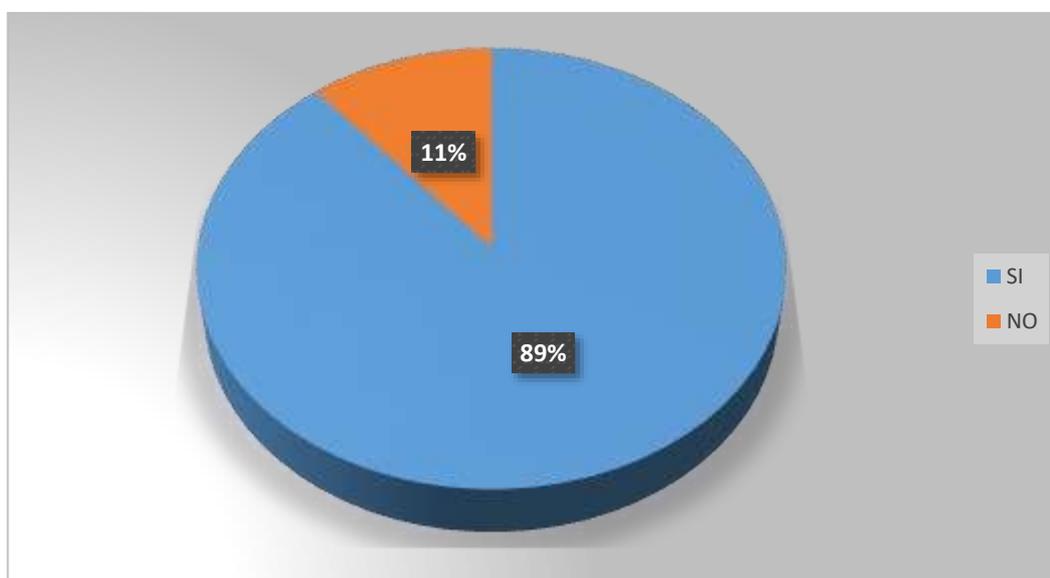


Figura 5: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto la capacitación atrae mejores resultados.

En la tabla N° 7 y figura 5 denominada “capacitación atrae mejores resultados” en los resultados obtenidos se aprecia que el 89% de los encuestados afirma que la capacitación en habilidades si atrae mejores resultados, mientras el 11% dice lo contrario.

Tabla 8

*¿Considera que todos los trabajadores necesitan varias capacitaciones para mejorar sus habilidades?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	100%
No	0	0%
Total	9	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al personal

**Elaboración** propia

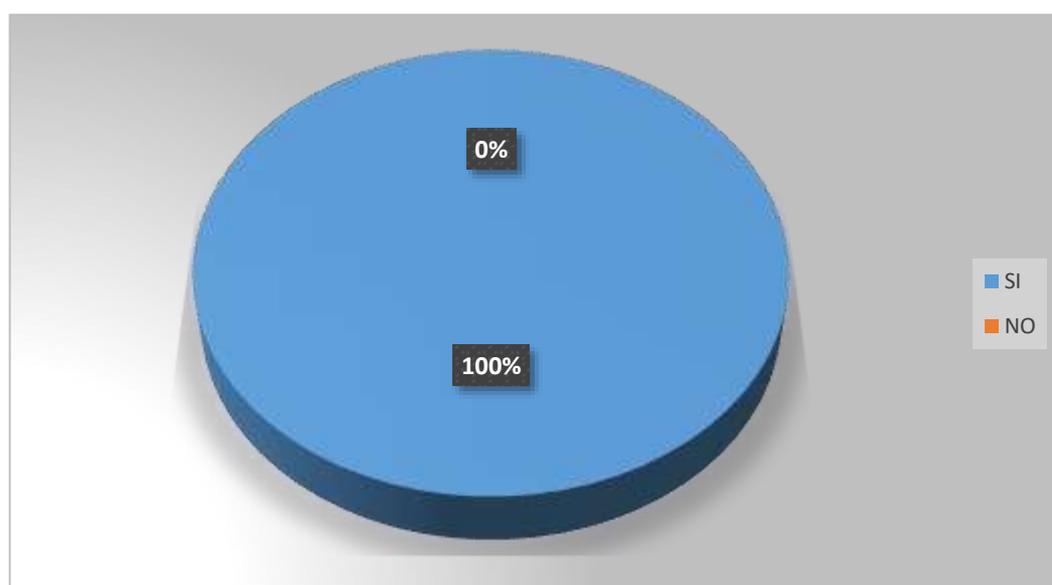


Figura 6: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto capacitaciones para mejorar sus habilidades.

En la tabla N° 8 y figura 6 denominada “capacitaciones para mejorar sus habilidades” en los resultados obtenidos se aprecia que el 100% de los encuestados considera necesaria varias capacitaciones para mejorar sus habilidades.

Tabla 9

*¿Se siente motivado cuando ejerce su labor en la MYPE?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	89%
No	1	11%
Total	9	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al personal

**Elaboración** propia

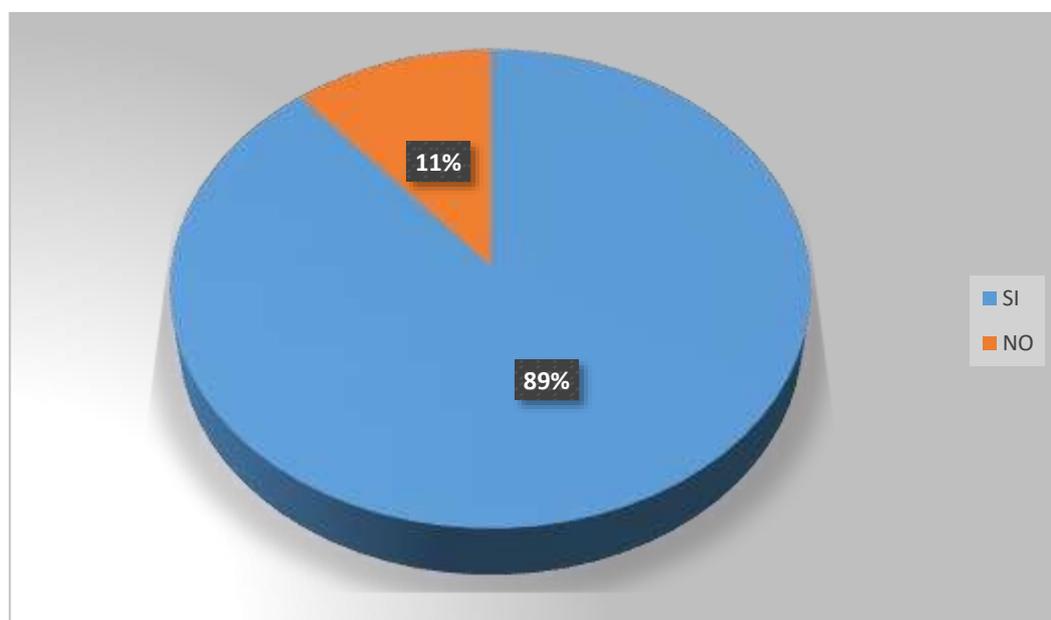


Figura 7: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto se siente motivado cuando ejerce su labor.

En la tabla N° 9 y figura 7 denominada “motivado cuando ejerce su labor” en los resultados obtenidos se aprecia que el 89% de los encuestados si se siente motivado cuando ejerce su labor en la MYPE, mientras el 11% afirma lo contrario.

Tabla 10

*¿Usted como colaborador necesita ser motivado constantemente?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	33%
No	6	67%
Total	9	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al personal

**Elaboración** propia

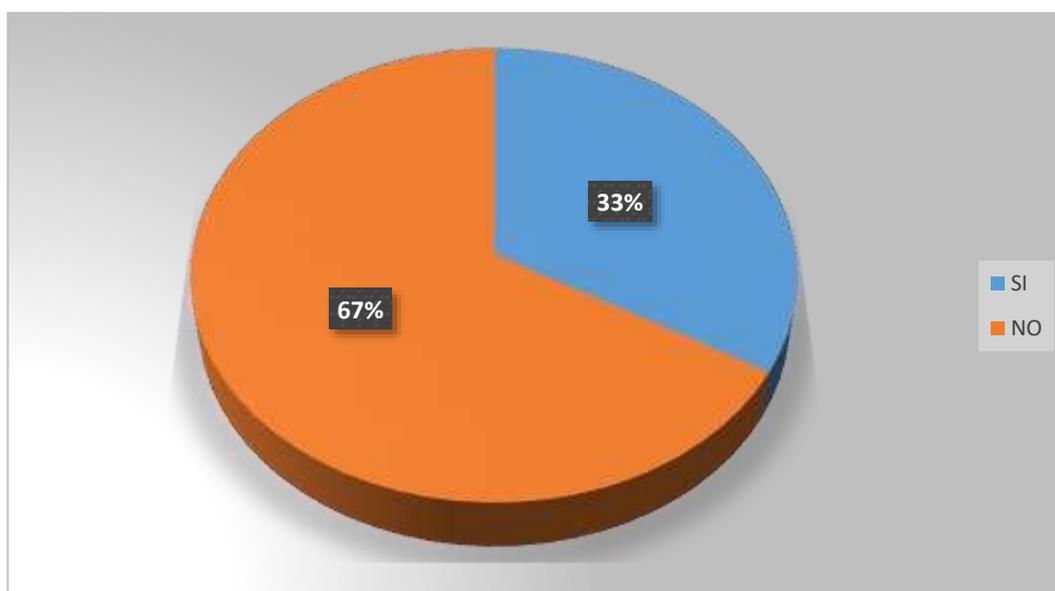


Figura 8: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto necesita motivación constantemente.

En la tabla N° 10 y figura 8 denominada “necesita motivación constantemente” en los resultados obtenidos se aprecia que el 33% no necesita ser motivado, mientras el 67% de los encuestados si necesita ser motivado constantemente.

Tabla. 11

*¿Usted como trabajador ha tenido una actitud negativa hacia los clientes?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	11%
No	8	89%
Total	9	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al personal

**Elaboración** propia

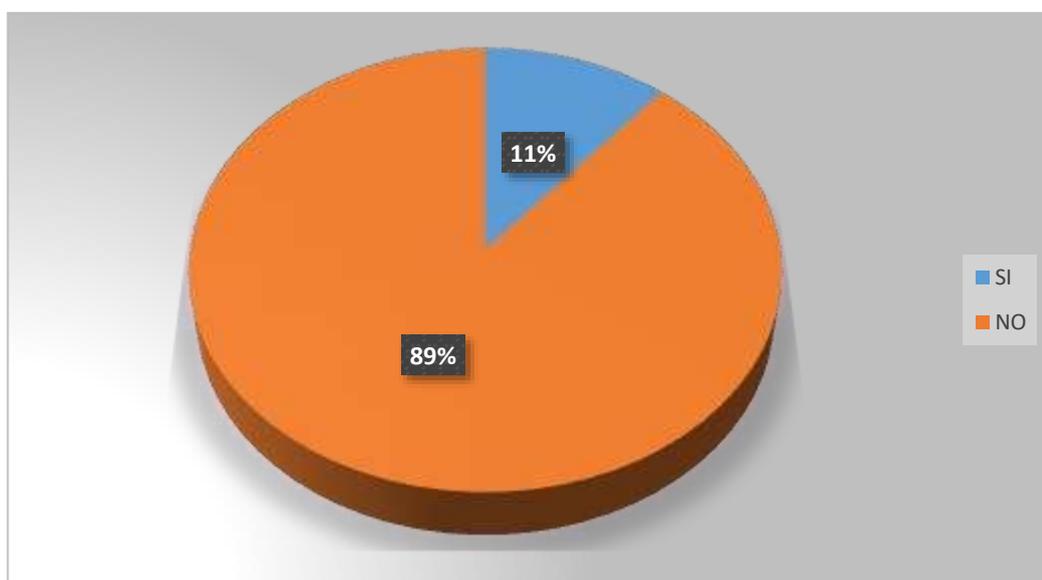


Figura 9: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto sobre actitud negativa hacia los clientes.

En la tabla N° 11 y figura 9 denominada “actitud negativa hacia los clientes”, se puede apreciar que el 11% si ha tenido una actitud negativa, mientras que el 89% de los trabajadores no ha tenido una actitud negativa hacia los clientes.

5.1.2. Identificar el costo de la capacitación en las MYPES comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos-Piura, año 2017.

Tabla. 12

*¿La empresa cuenta con un presupuesto para realizar capacitaciones?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	20%
No	4	80%
Total	5	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado a los propietarios

**Elaboración** propia

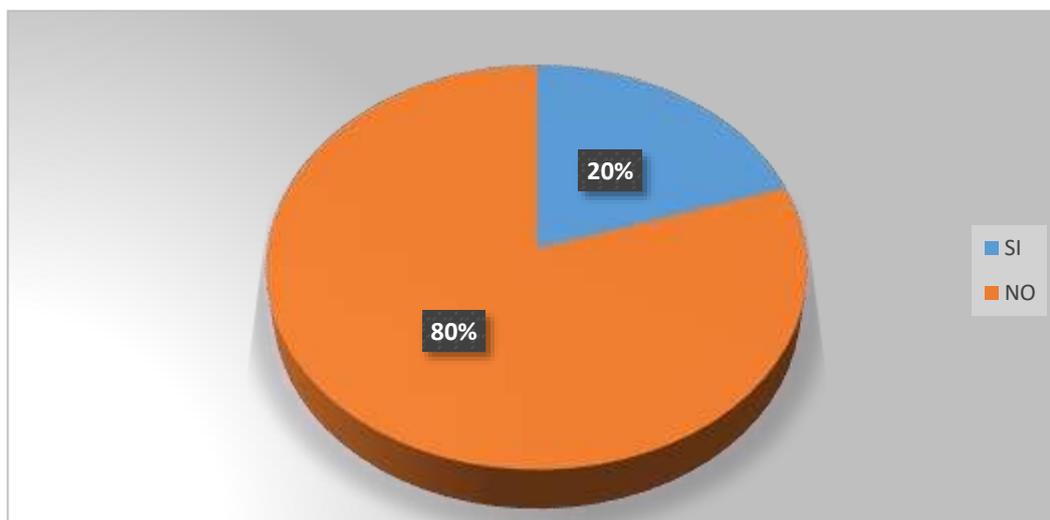


Figura 10: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto si la MYPE cuenta con presupuesto.

En la tabla N° 12 y figura 10 denominada “cuenta con presupuesto” se observa que el 20% si cuenta con presupuesto, mientras que el 80% de los propietarios afirma que la empresa no cuenta en su plan con un presupuesto para realizar capacitaciones.

Tabla. 13

*¿De cuánto es el presupuesto de las capacitaciones?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nada	4	80%
300 soles	1	20%
500 soles	0	0%
1,000 soles	0	0%
Más	0	0%
Total	5	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado a los propietarios

**Elaboración** propia

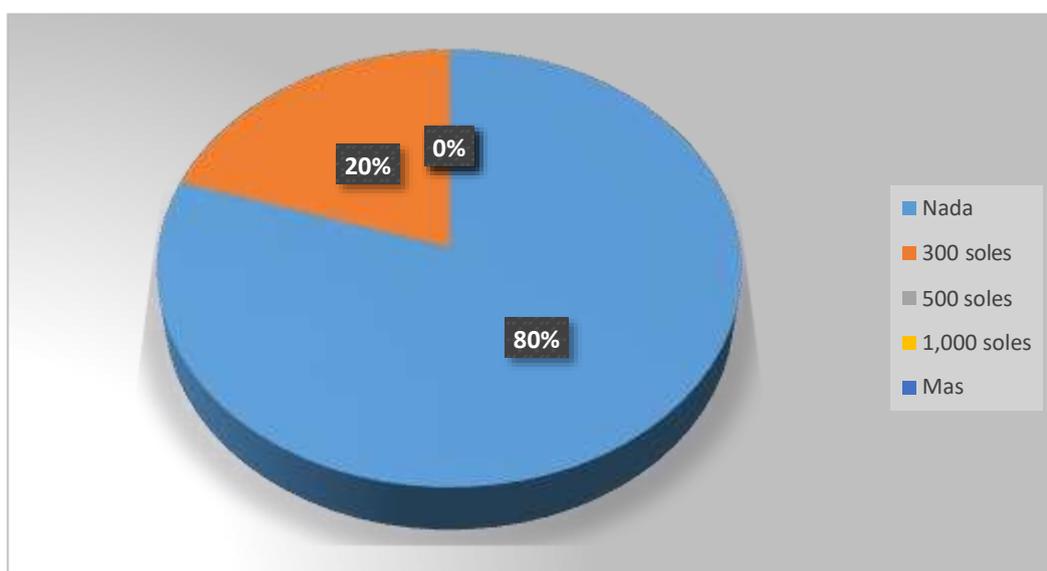


Figura 11: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto de cuanto es el presupuesto.

En la tabla N° 13 y figura 11 denominada “cuanto es el presupuesto” se observa que el 80% de los propietarios no cuenta con presupuesto, mientras que el 20% si cuenta con un presupuesto de 300 soles para realizar capacitaciones a su personal.

Tabla. 14

*¿Usted y sus colaboradores constantemente han sido capacitados con un especialista?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	1	20%
Nunca	4	80%
Total	5	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado a los propietarios

**Elaboración** propia

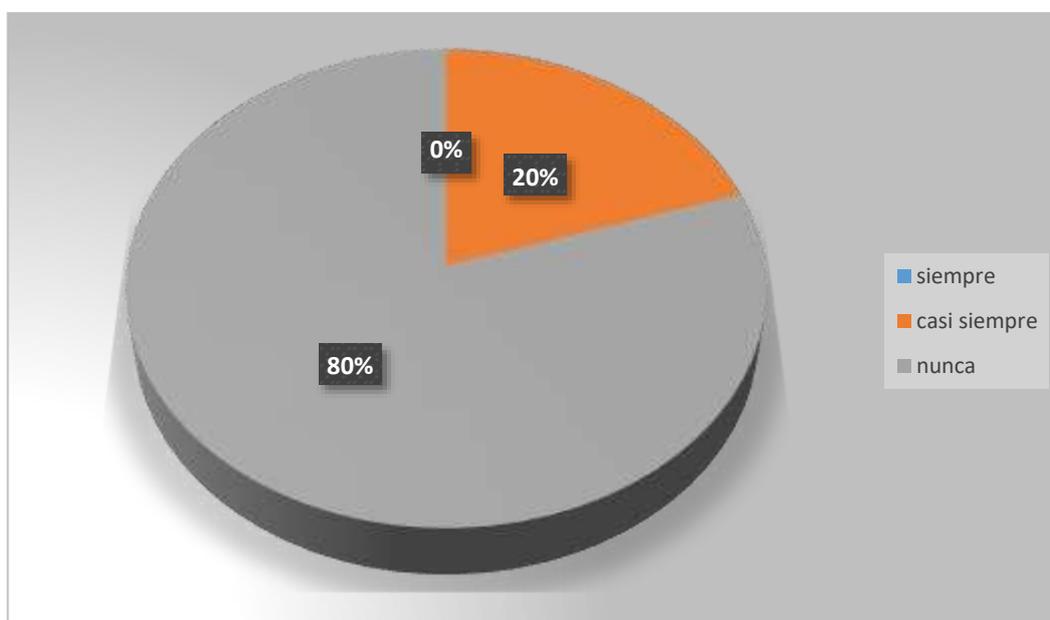


Figura 12: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto si se han capacitado con un especialista.

En la tabla N° 14 y figura 12 denominada “capacitado con un especialista” se observa que el 20% casi siempre es capacitado, mientras que el 80% de los trabajadores nunca ha sido capacitado con un especialista.

Tabla. 15

*¿Sus colaboradores en sus capacitaciones han contado con el material necesario?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	20%
No	4	80%
Total	5	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado a los propietarios

**Elaboración** propia

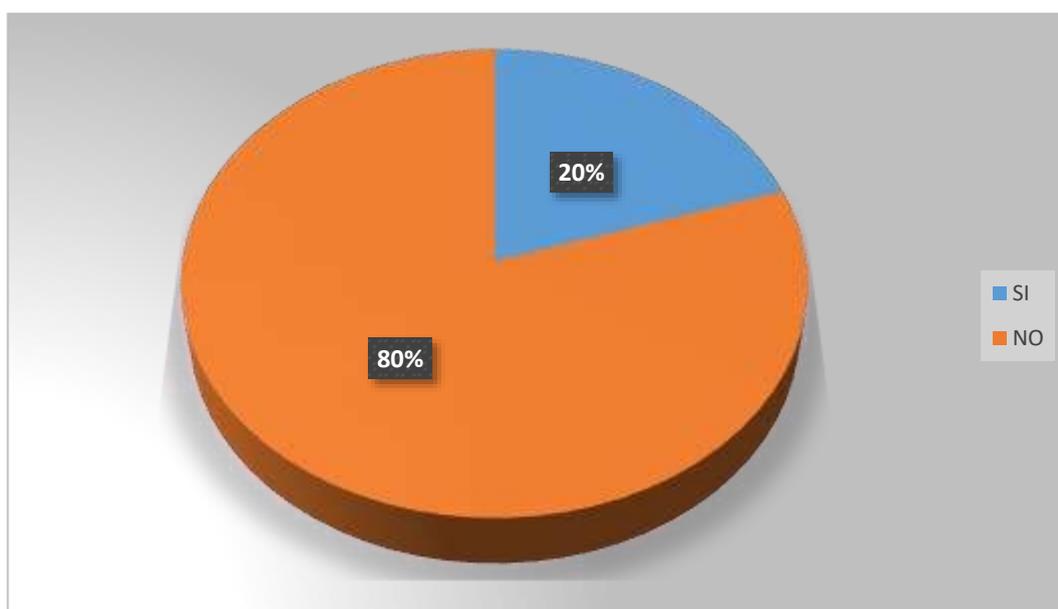


Figura 13: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto si las capacitaciones cuentan con el material necesario

En la tabla N° 15 y figura 13 denominada “capacitaciones con el material necesario” se observa que el 20% si cuenta con material, mientras que el 80% afirma lo contrario.

Tabla. 16

*¿Los materiales que se requiere en una capacitación son de un costo elevado?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	60%
No	2	40%
Total	5	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado a los propietarios

**Elaboración** propia

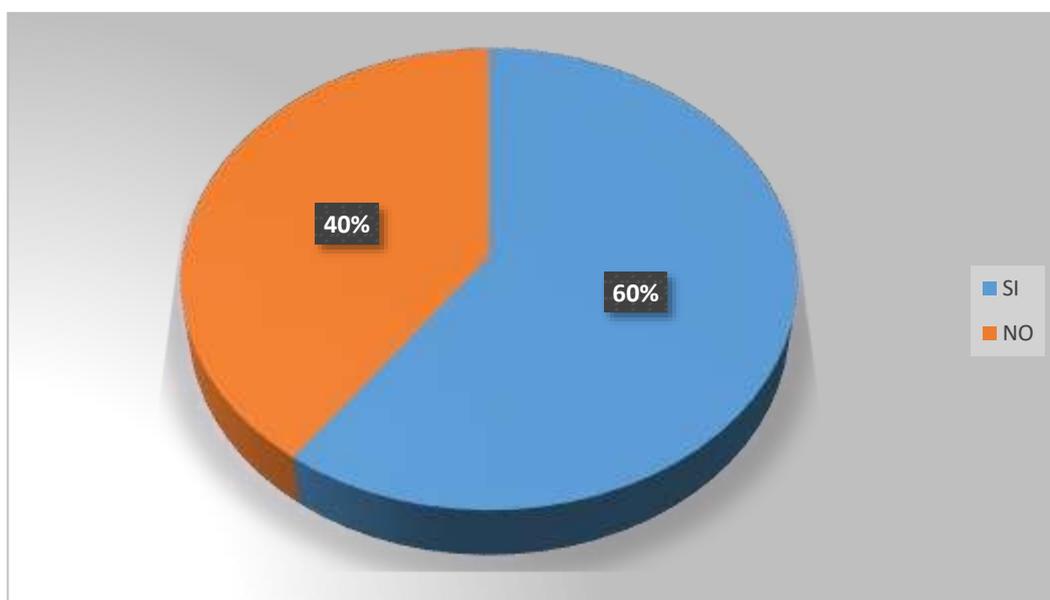


Figura 14: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto los materiales son de costo elevado.

En la tabla N° 16 y figura 14 denominada “materiales son de costo elevado”, se puede apreciar que el 60% de los trabajadores afirma que los materiales para una capacitación si son de un costo elevado, mientras el 40% afirma lo contrario.

Tabla. 17

*¿La empresa cuenta con el equipo necesario para que los especialistas realicen sin ninguna dificultad su capacitación?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	5	100%
Total	5	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado a los propietarios

**Elaboración** propia

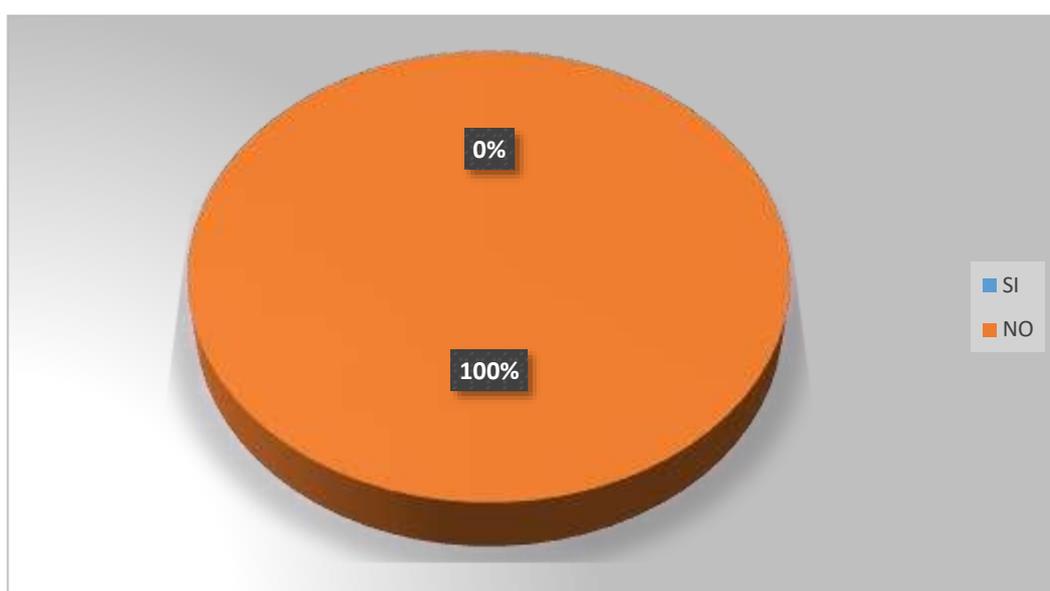


Figura 15: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto si cuenta con equipo necesario para capacitación.

En la tabla N° 17 y figura 15 denominada “equipo necesario para capacitación”, se observa que el 100% de los trabajadores afirma que la empresa no cuenta con el equipo necesario para que los especialistas realicen sin ninguna dificultad su capacitación.

Tabla 18

*¿Usted como dueño de la MYPE, qué equipo requiere el capacitador para lograr un mejor desarrollo de la capacitación?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Proyectores	4	80%
Laptops	0	0%
materiales didácticos	1	20%
Otros	0	0%
Total	5	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado a los propietarios

**Elaboración** propia

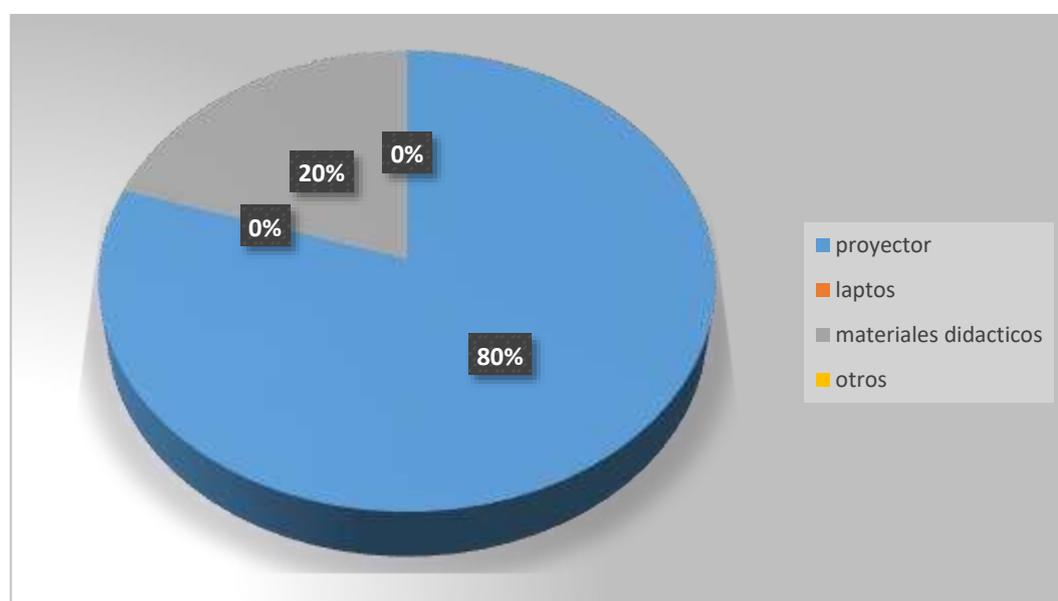


Figura 16: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto que equipos requiere el capacitador.

En la tabla N° 18 y figura 16 denominada “equipos requiere el capacitador”, se observa que el 80% de los trabajadores afirma que los equipos que requiere el capacitador para lograr un mejor desarrollo de la capacitación son los proyectores, mientras que el 20% afirma que los capacitadores requieren de materiales didácticos para lograr un mejor desarrollo de la capacitación.

Tabla. 19

*¿Usted consideraría brindarles un curso de capacitación en otro lugar a sus colaboradores?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	5	100%
Total	5	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado a los propietarios

**Elaboración** propia

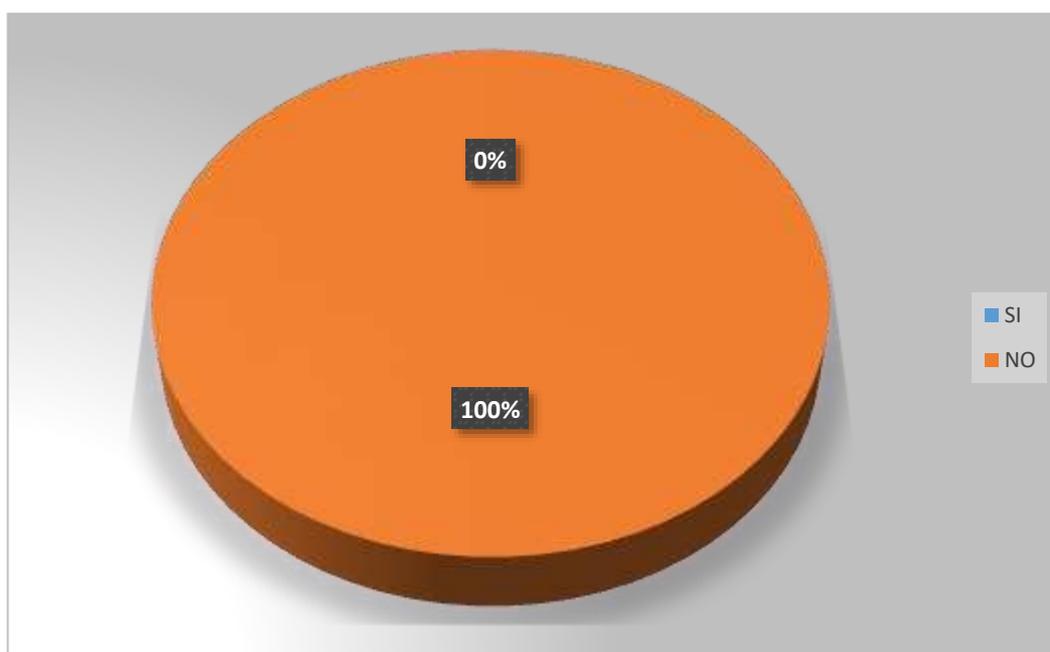


Figura 17: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto si brindaría capacitación en otro lugar.

En la tabla N° 19 y figura 17 denominada “brindarles capacitación en otro lugar”, se observa que el 100% de los propietarios afirma que no consideraría brindarles un curso de capacitación en otro lugar a sus colaboradores.

5.1.3. Identificar los elementos de la atención al cliente de las MYPES comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos-Piura, año 2017.

Tabla 20

*¿Usted asegura que la atención ofrecida le proporciona seguridad para adquirir el producto?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	302	79%
No	82	21%
Total	384	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al cliente

**Elaboración:** propia

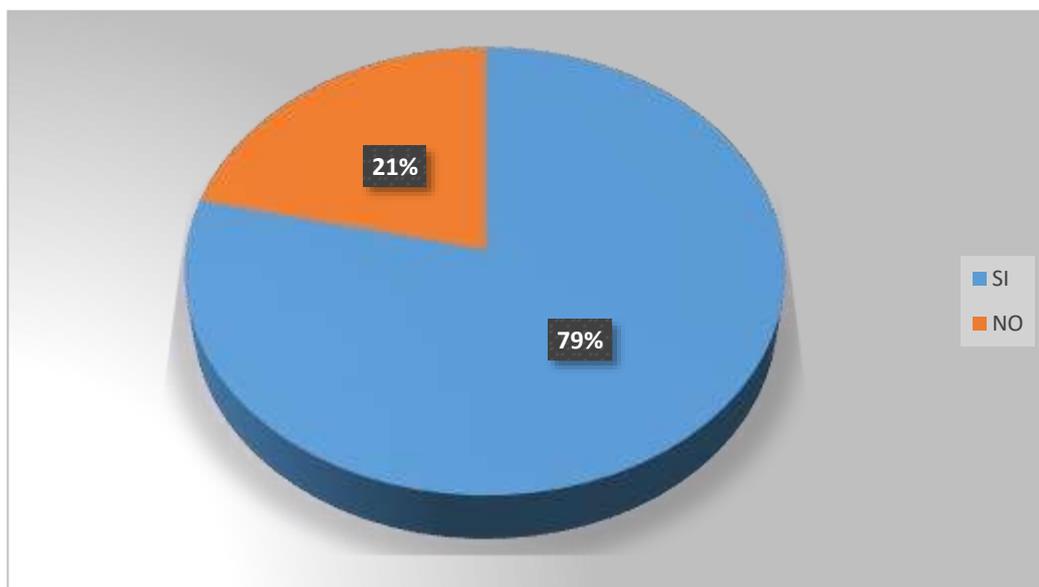


Figura 18: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto si atención ofrecida le proporciona seguridad.

En la tabla N° 20 y figura 18 denominada “atención ofrecida le proporciona seguridad”, se observa que el 79% de los clientes afirma que la atención ofrecida le proporciona seguridad para adquirir el producto, mientras el 21% dijo lo contrario.

Tabla 21

*¿Considera usted que la atención proporcionada cumplen con requisitos satisfactorios?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	259	67%
No	125	33%
Total	384	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al cliente

**Elaboración:** propia

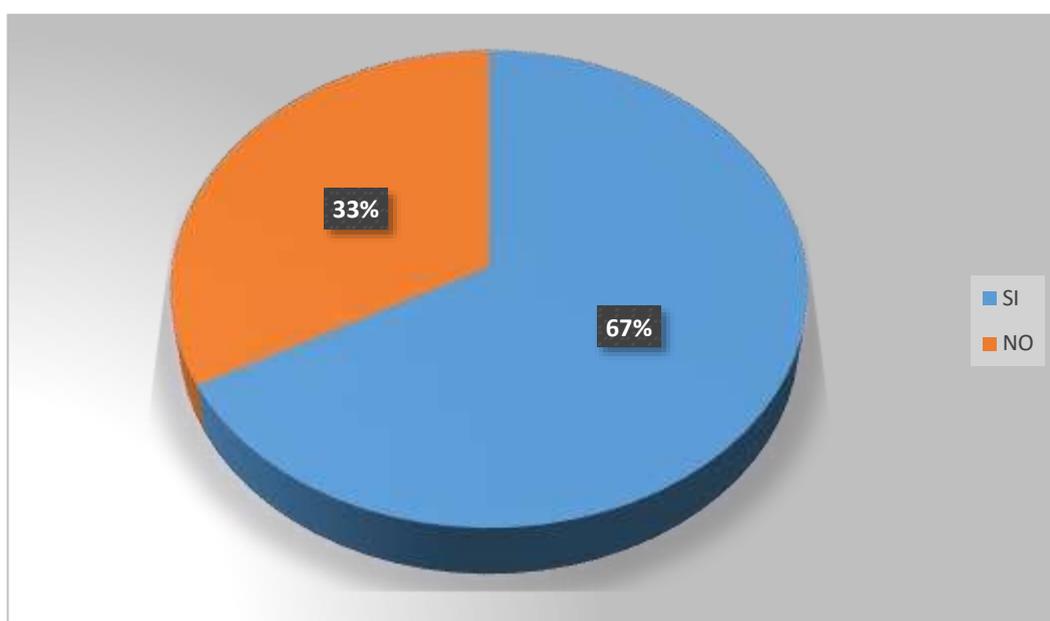


Figura 19: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto requisitos satisfactorios.

En la tabla N° 21 y figura 19 denominada “requisitos satisfactorios”, se observa que el 67% de los encuestados considera que los productos que adquiere si cumplen con requisitos satisfactorios, mientras el 33% afirma lo contrario.

Tabla 22

*¿Usted como cliente ha tenido alguna queja sobre la atención que brinda la empresa?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	17	4%
Nunca	367	96%
Total	384	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al cliente

**Elaboración:** propia

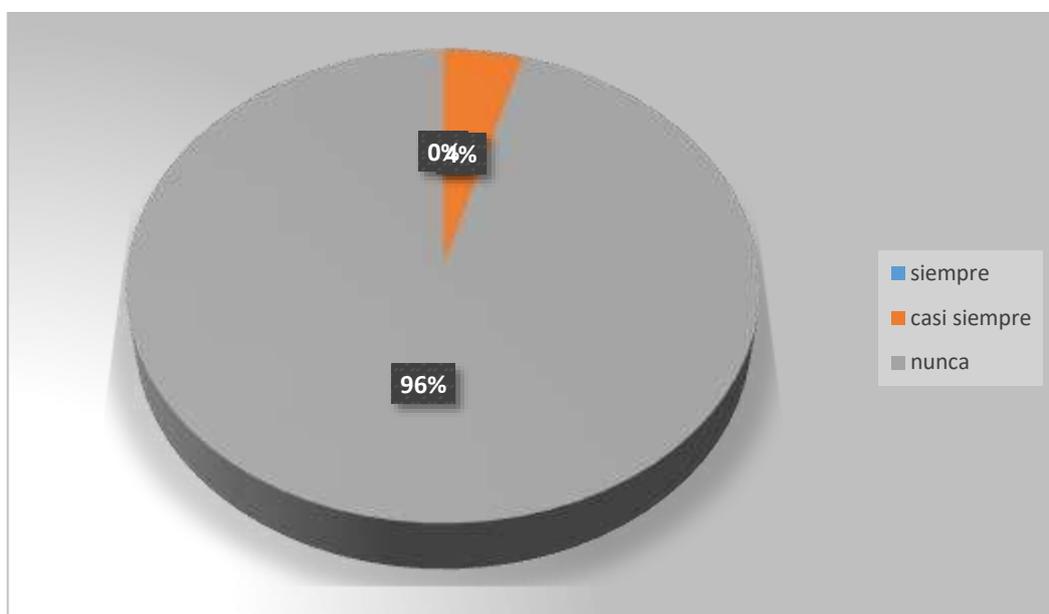


Figura 20: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto a quejas sobre la atención.

En la tabla N° 22 y figura 20 denominada “quejas sobre la atención”, se obtuvo como resultado que el 96% de los clientes nunca ha tenido alguna queja sobre la atención que brinda la empresa, mientras que el 4% casi siempre ha tenido alguna queja sobre la atención que brinda la empresa.

Tabla 23

*¿Considera que los vendedores ejercen su trabajo con total profesionalismo?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	319	83%
No	65	17%
Total	384	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al cliente

**Elaboración:** propia

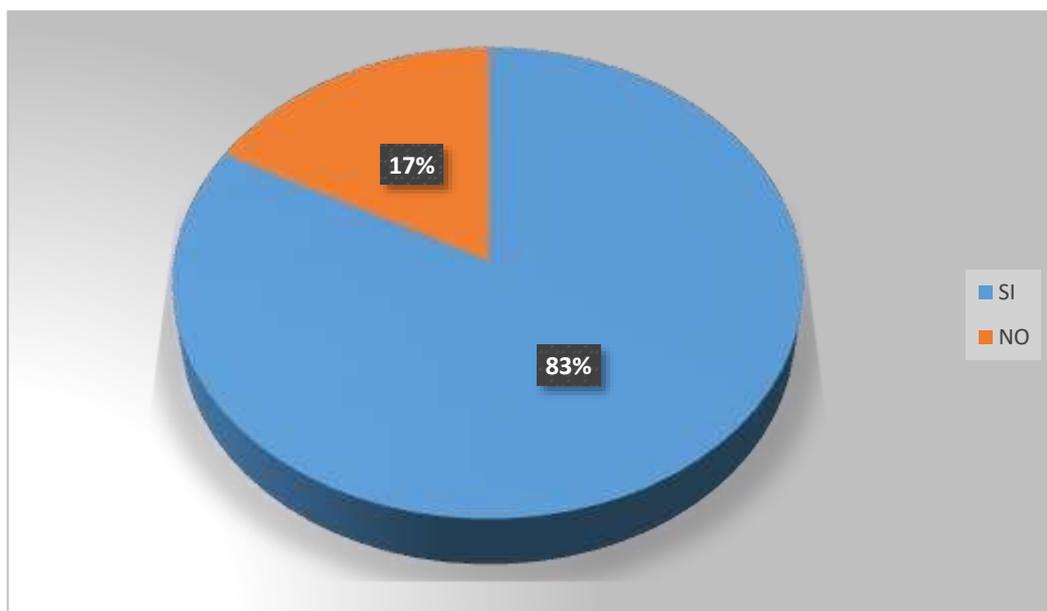


Figura 21: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto si ejercen su trabajo con profesionalismo.

En la tabla N° 23 y figura 21 denominada “ejercen su trabajo con profesionalismo”, se observa que el 83% afirman que los vendedores si ejercen su trabajo con total profesionalismo, mientras el 17% afirman lo contrario.

Tabla 24

*¿Considera usted que el trato es adecuado para una buena la atención al cliente?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	285	74%
No	99	26%
Total	384	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al cliente

**Elaboración:** propia

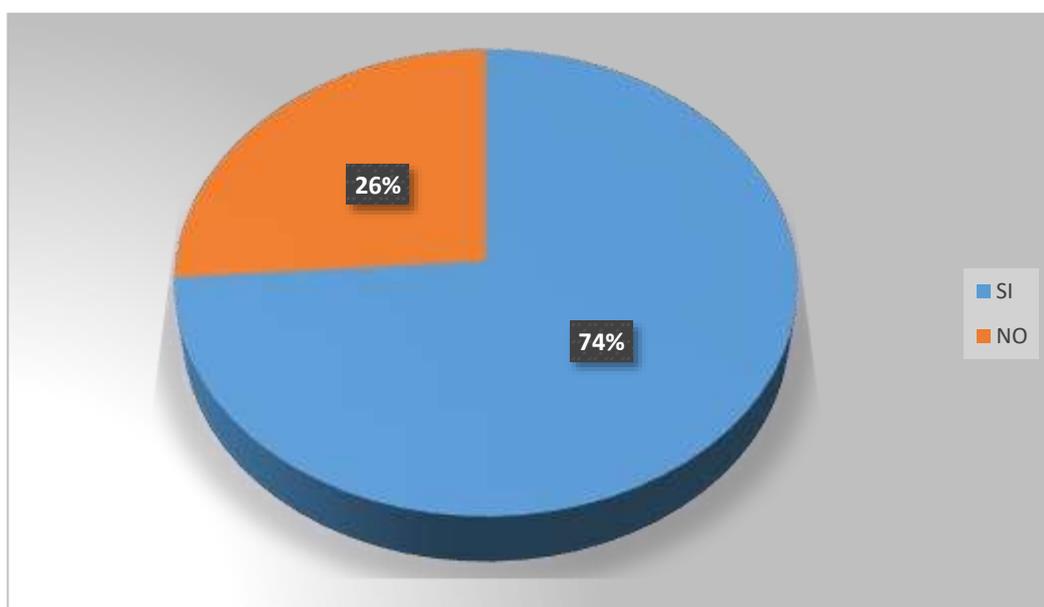


Figura 22: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto al trato adecuado para una buena atención al cliente.

En la tabla N° 24 y figura 22 denominada “trato adecuado para una buena atención al cliente”, se observa que el 74% de los clientes considera que el trato si es adecuado para una buena la atención al cliente, mientras que el 26% afirma lo contrario.

Tabla 25

*¿Considera usted la atención que brinda la MYPE cumple con lo que usted solicita como cliente?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	306	80%
Casi siempre	69	18%
Nunca	9	2%
Total	384	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al cliente

**Elaboración:** propia

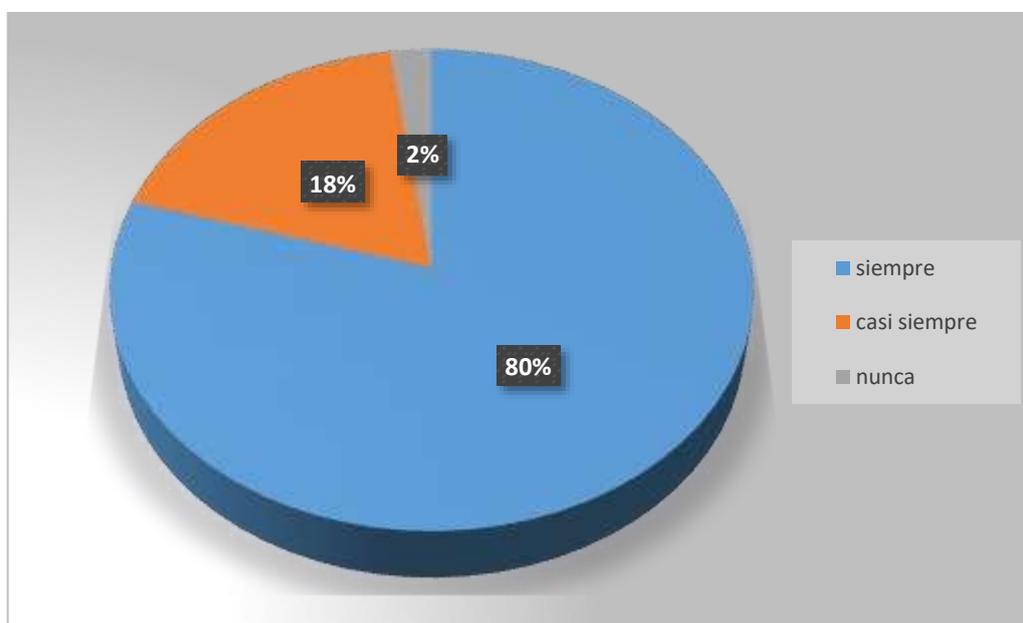


Figura 23: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto a nivel de eficiencia.

En la tabla N° 25 y figura 23 denominada “la atención que brinda la MYPE cumple con lo que usted solicita”, se observa que el 80% de los encuestados afirma que el nivel de eficiencia siempre cumple con lo que solicita el cliente, además el 18% considera que el nivel de eficiencia casi siempre cumple con lo que se solicita, mientras que el 2% afirma que el nivel de eficiencia nunca cumple con lo que solicita el cliente.

5.1.4. Identificar la experiencia de los clientes en las MYPES comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos-Piura, año 2017.

Tabla 26

*¿Considera usted el estilo de vida de las personas influye en el momento de adquirir un producto?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	341	89%
No	43	11%
Total	384	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al cliente

**Elaboración:** propia

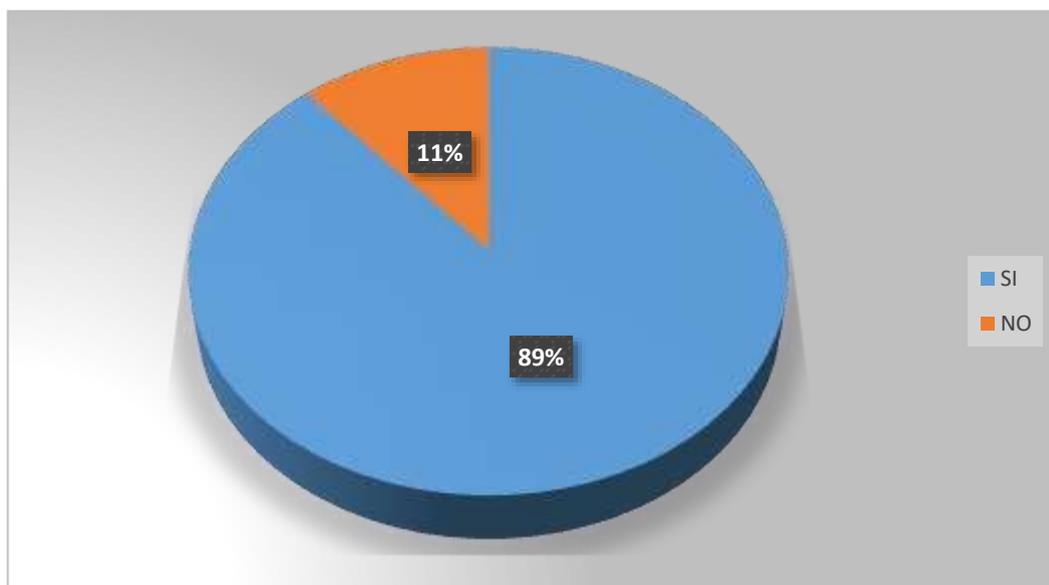


Figura 24: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto al estilo de vida de las personas influye al momento de adquirir un producto.

En la tabla N° 26 y figura 24 denominada “estilo de vida de las personas influye al momento de adquirir un producto”, se obtuvo como resultado que el 89% de los clientes afirma que el estilo de vida de las personas si influye en el momento de adquirir un producto, mientras que el 11% señala lo contrario.

Tabla 27

¿Usted tiene un comportamiento diferente al momento de realizar una compra?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	56	15%
Casi siempre	293	76%
nunca	35	9%
Total	384	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al cliente

**Elaboración:** propia

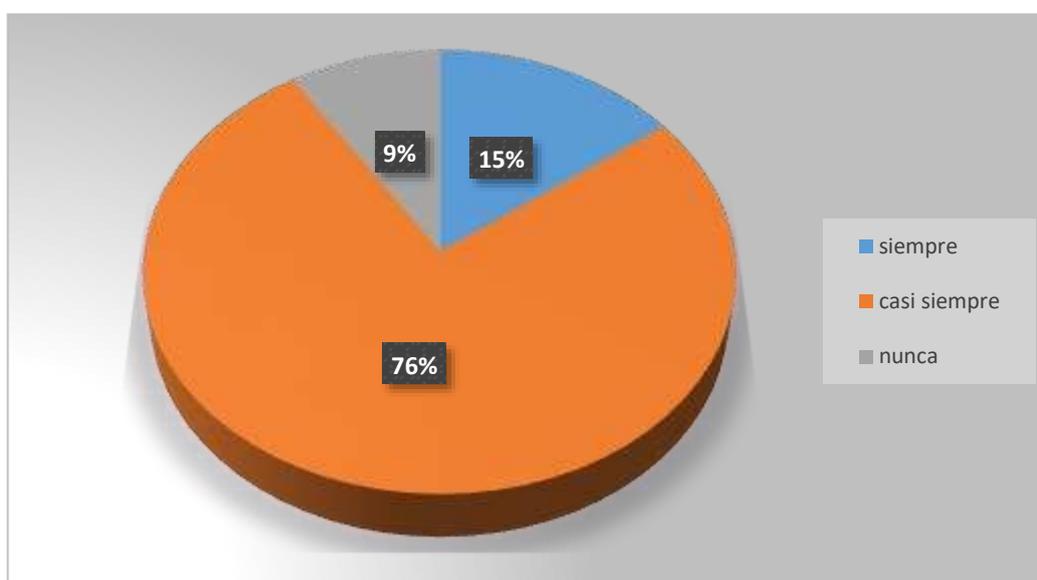


Figura 25: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto al comportamiento diferente al realizar una compra.

En la tabla N° 27 y figura 25 denominada “comportamiento diferente al realizar una compra”, se observa que el 76% considera que casi siempre tiene un comportamiento diferente al momento de realizar una compra, además el 15% siempre tiene un comportamiento diferente al momento de realizar una compra, mientras el 9% nunca tiene un comportamiento diferente al momento de realizar una compra.

Tabla 28

*¿Ha tenido un comportamiento negativo después de realizar una compra?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	56	15%
No	328	85%
Total	384	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al cliente

**Elaboración:** propia

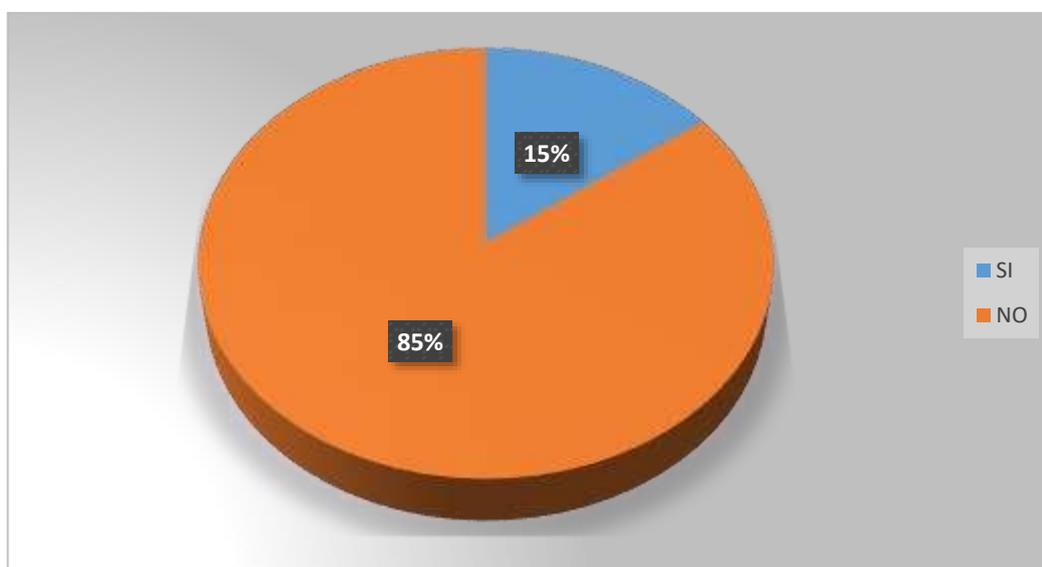


Figura 26: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto al comportamiento negativo al realizar una compra.

En la tabla N° 28 y figura 26 denominada “comportamiento negativo al realizar una compra”, se obtuvo como resultado que el 85% de los clientes encuestados no ha tenido un comportamiento negativo después de realizar una compra, mientras que el 15% afirma lo contrario.

Tabla 29

*¿Sus emociones influyen al momento de tomar la decisión de compra?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	254	66%
No	130	34%
Total	384	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al cliente

**Elaboración:** propia

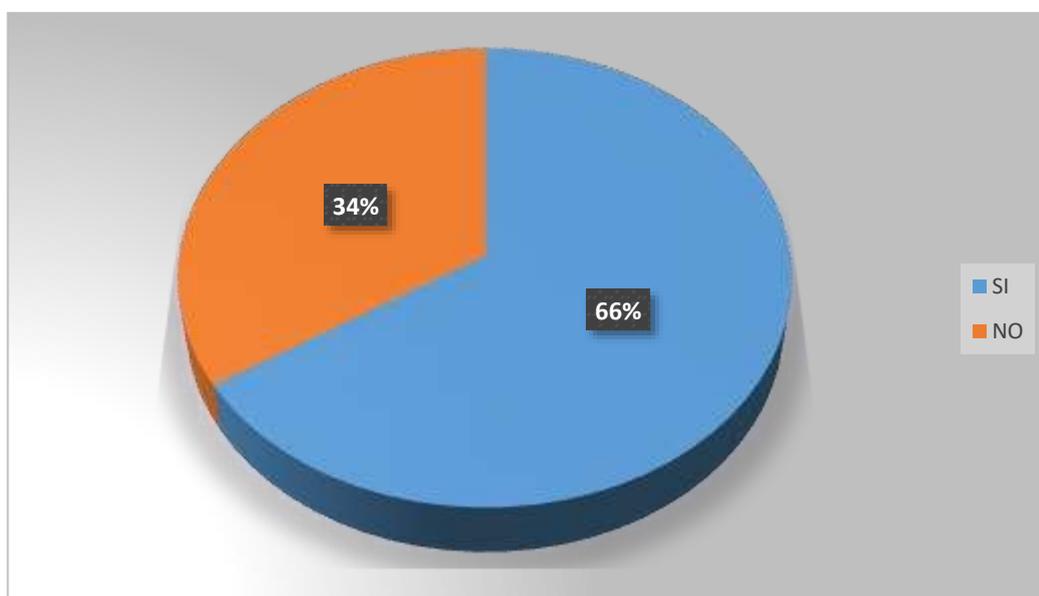


Figura 27: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto si las emociones influye al momento de tomar la decisión de compra.

En la tabla N° 29 y figura 27 denominada “las emociones influyen al momento de tomar la decisión de compra”, se obtuvo como resultado el 66% de los encuestados afirma que las emociones si influyen al momento de tomar la decisión de compra, mientras que el 34% afirman lo contrario.

Tabla 30

*¿Cree usted que sus emociones de compra dependen de una buena atención al cliente?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	216	56%
No	168	44%
Total	384	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al cliente

**Elaboración:** propia

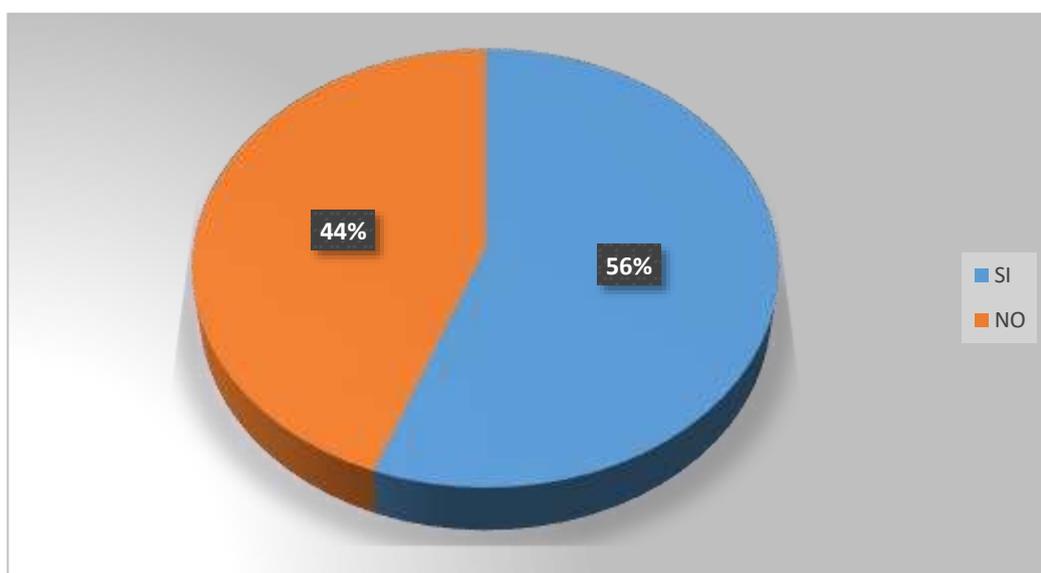


Figura 28: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto si las emociones de compra dependen de una buena atención al cliente.

En la tabla N° 30 y figura 28 denominada “emociones de compra dependen de una buena atención al cliente”, se observa que el 56% de los encuestados afirma que las emociones de compra si depende de una buena atención al cliente, mientras el 44% de los encuestados afirmo que las emociones de compra no dependen de una buena atención al cliente, mientras afirma lo contrario.

Tabla 31

¿Usted de qué manera distingue a una MYPE mediante su experiencia de compra?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Calidad de producto	165	43%
Buen servicio	196	51%
Ambiente agradable	18	5%
Otros	5	1%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado al cliente

Elaboración: propia

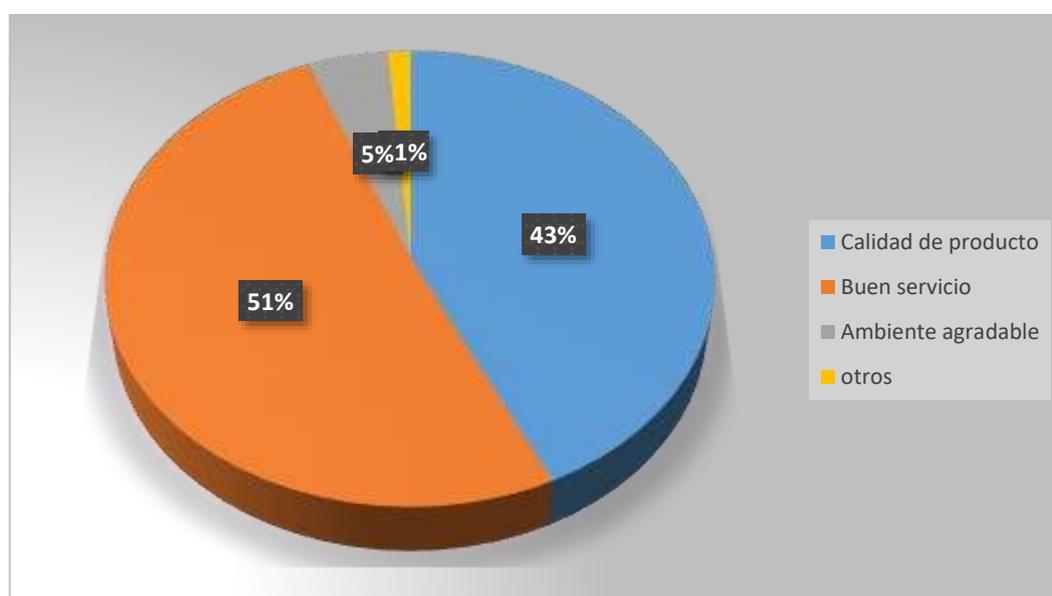


Figura 29: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto de que manera distingue a una MYPE.

En la tabla N° 31 y figura 29 denominada “manera distingue a una MYPE”, se obtuvo como resultado que el 51% de los encuestados distingue a una MYPE mediante su buen servicio, además el 43% lo distingue por la Calidad de producto, el 5% lo diferencia por un ambiente agradable, mientras que el 1% de los encuestados lo distingue de otra manera.

Tabla 32

¿Considera usted que la publicidad cambia su percepción sobre el producto y servicio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	354	92%
No	30	8%
Total	384	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al cliente

**Elaboración:** propia

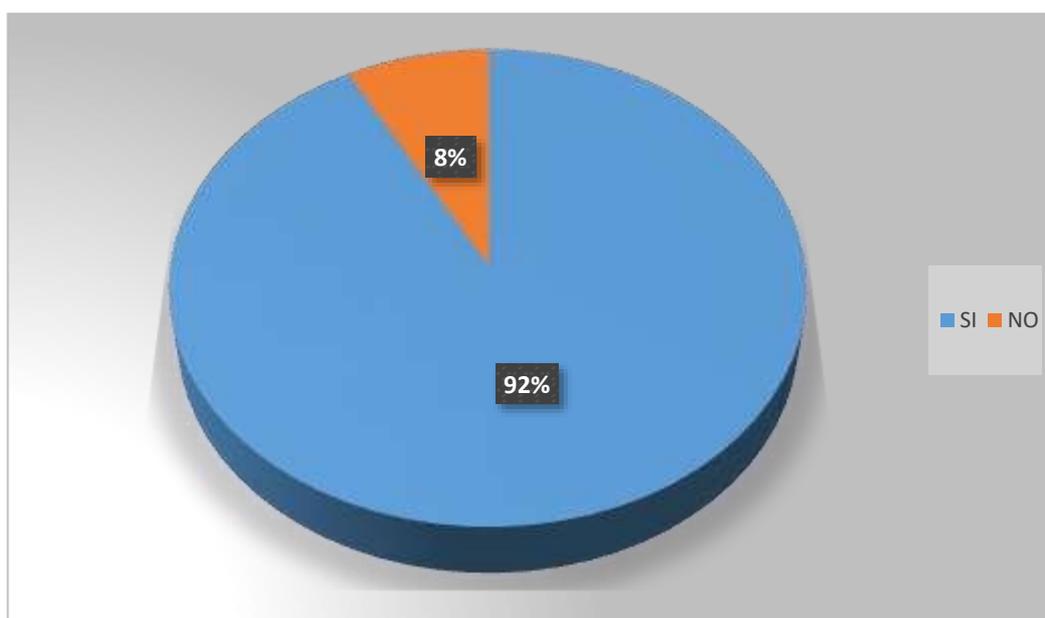


Figura 30: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto la publicidad cambia su percepción sobre el producto y servicio.

En la tabla N° 32 y figura 30 denominada “la publicidad cambia su percepción sobre el producto y servicio”, se observa que le 92% de los encuestados considera que la publicidad si cambia su percepción sobre el producto, mientras que el 8% afirma lo contrario.

Tabla 33

*¿Considera que la experiencia de compra es una opción para apreciar un buen servicio?*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	362	94%
No	22	6%
Total	384	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado al cliente

**Elaboración:** propia

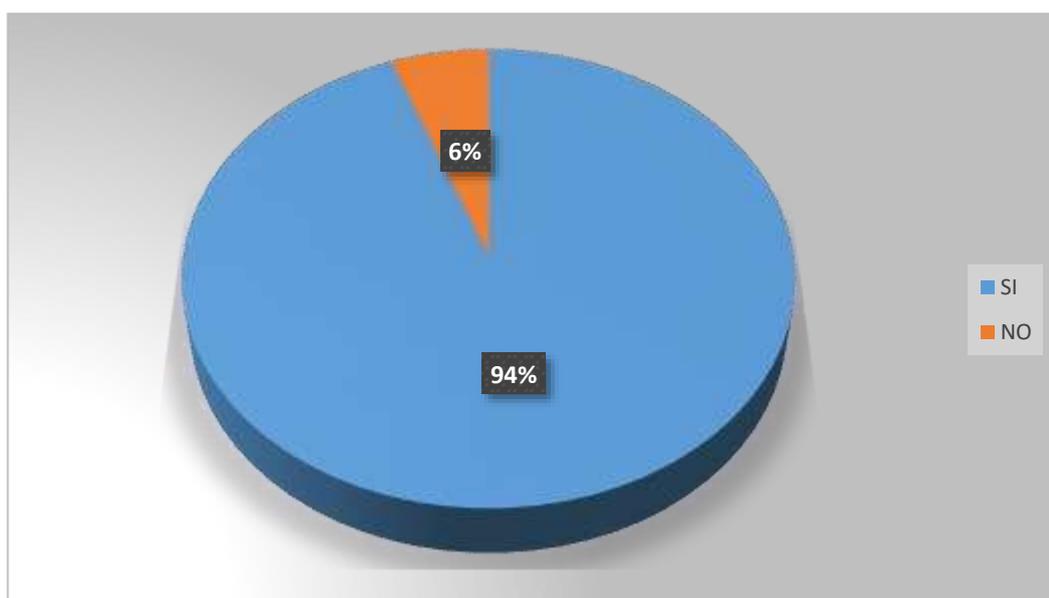


Figura 31: Gráfico circular que representa el porcentaje obtenido respecto si experiencia es una opción para apreciar un buen servicio.

En la tabla N° 33 y figura 31 denominada “la experiencia es una opción para apreciar un buen servicio”, se obtuvo como resultado que el 94% de los encuestados Considera que la experiencia de compra si es una opción para apreciar los productos, mientras que el 6% afirma lo contrario.

## 5.2. Análisis de resultados

**Objetivo 1:** Conocer los requerimientos de la capacitación en las MYPES comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos-Piura, año 2017.

En la tabla 3 denominada “recibió capacitación al momento de ingresar” se observa que el 56% de los empleados no recibió capacitación al momento de ingresar a la MYPE, lo que concuerda con López, (2015) Los trabajadores no tienden recibir capacitaciones cuando son contratados por la empresa, solo se les brinda una pequeña orientación de conocimientos básicos y reglas de la empresa cuando ingresa a trabajar, es así que muchos de los trabajadores incluyendo propietarios necesitan capacitaciones para el logro de los objetivos y la obtención de mejores resultados garantizando el éxito de la empresa. Por lo tanto Luévano, (2017) la capacitación es el desarrollo de habilidades e incorporación de nuevos conocimientos, que facilita a nuevos aprendizajes contribuyendo al mejor desarrollo del personal encada uno de los puestos de trabajo, gracias al entrenamiento y reforzamiento para mejorar las necesidades de la empresa.

En la tabla 4 denominada “inconveniente de cómo vender el producto” se puede observar que el 67% de los empleados ha tenido algún inconveniente de cómo vender el producto, lo que concuerda con Pimentel, (2016) que las empresas no realizan capacitación a su personal debido a que demanda de tiempo y requiere de presupuesto para su ejecución, dando a conocer que los microempresarios también carecen de conocimiento del manejo de una empresa y de la gran importancia de la capacitación en general, por lo tanto las pequeñas empresa cuenta con personal de 18 a 20 años de edad y solo con estudios secundarios requiriendo un alto porcentaje en capacitaciones

acerca sobre venta y atención al cliente. Por lo tanto Pasquel, (2017) la capacitación permite profundizar conocimientos exactos y puntuales sobre temas que el puesto requiera para incorporar nuevos conocimientos, es aquella información, en que el colaborador incorpora a su aprendizaje básico nuevos temas para su mejora continua y desarrollo personal, para complementar su formación laboral.

En la tabla 5 denominada “qué capacitación requiere” se puede observar que el 67% de los trabajadores si requieren de una capacitación de conocimientos acerca del producto que ofrece, además el 22% requiere de capacitación de habilidades, mientras que el 11% requiere capacitación en actitudes, lo que coincide con Effio, (2015) La mayoría de los empresarios y trabajadores no reciben capacitación, siendo un 20% de ellos que si ha recibido capacitación cerca al tema de ventas, asimismo afirma que si aplican capacitación obtendrán mejores resultados para el desempeño de las labores, considerando una inversión necesaria para su progreso a largo plazo, pero los propietarios afirman que requiere de un costo para su implementación ya que debe contar con ciertos criterios de para su desarrollo como el lugar y espacio. Por lo tanto Beltran, (2015) la capacitación es la herramienta que busca un cambio efectivo en las empresas y por ende tiene como objetivo principal ayudar a mejorar su competencias y habilidades del colaborador, lo cual se reflejara en su rendimiento laboral, además de reforzar temas que requieran a establecer una ruta para el futuro que puede pensarse como generar un espacio para añadir conocimientos que no tenemos y que no están en nosotros para revestir la carencia de conocimientos.

En la Tabla 6 denominada “necesaria la capacitación” en los resultados obtenidos se aprecia que el 100% de los encuestados considera necesaria la capacitación en su área de trabajo, lo que coincide con López, (2015) que muchos de los trabajadores

incluyendo propietarios necesitan capacitaciones para el logro de los objetivos y la obtención de mejores resultados garantizando el éxito de la empresa, además aquellos trabajadores que cuentan con mayor conocimientos acerca de ventas es porque han recibido capacitación en otro centro de trabajo. Por su parte Peirane, (2014) Considera la capacitación como la principal productividad además si se tiene un personal altamente calificado aumentara la rentabilidad de la MYPE, igualmente propone medidas de solución a la empresa y facilita que los colaboradores se familiaricen con la empresa. Además uno de los puntos que debe considerar toda empresa es la parte de la comunicación por parte de los colaboradores porque si existe una negativa participación en la comunicación, se originará un deficientemente clima laboral siendo esto una desventaja.

En la Tabla 7 denominada “capacitación atrae mejores resultados” en los resultados obtenidos se aprecia que el 89% de los encuestados afirma que la capacitación en habilidades si atrae mejores resultados, lo que concuerda con Chulle, (2017) que muchas empresas desarrollan orientaciones y capacitaciones informales debido a la falta de recurso y experiencia de los microempresarios, demás es importante que la motivación y compensación sean tomadas en cuenta ya que para el trabajador ser motivado y compensado influirá en su desempeño y eficiencia, lo que tendrá para las MYPE como resultado una mayor productividad y un incremento en el compromiso por parte de los trabajadores, ya que se sentirán identificados con las MYPE. Por su lado Pasquel, (2017) permite fortalecer competencias que faciliten su desarrollo en el puesto, entre ellos sus su propias habilidades y liderazgo, además es la facilidad que el colaborador pueda realizar una tarea con cierta eficiencia, también esta capacitación

en habilidades permite desarrollar tareas de forma eficaz aplicando estándares como calidad, tiempo y frecuencia.

En la Tabla 8 denominada “capacitaciones para mejorar sus habilidades” se aprecia que el 100% de los encuestados considera necesaria varias capacitaciones para mejorar sus habilidades, lo que coincide con Rodríguez, (2015) los programas como la capacitación permite aumentar la capacidad y competitividad de toda empresa ya que los empleados la concederán de gran importancia para su crecimiento profesional además esta herramienta tienen un impacto positivo en las empresa ya que, si se aplica en áreas muy puntuales tendrán una mejor evaluación y control de las actividades en base al desarrollo de los recursos humanos. Por otro lado Luévano, (2017) la capacitación es el desarrollo de habilidades e incorporación de nuevos conocimientos, que facilita a nuevos aprendizajes contribuyendo al mejor desarrollo del personal encada uno de los puestos de trabajo, gracias al entrenamiento y reforzamiento para mejorar las necesidades de la empresa.

En la Tabla 9 denominada “motivado cuando ejerce su labor” en los resultados obtenidos se aprecia que el 89% de los encuestados si se siente motivado cuando ejerce su labor en la MYPE, con lo que discrepa Chulle, (2017) que muchas empresas desarrollan orientaciones y capacitaciones informales debido a la falta de recurso y experiencia de los microempresarios, demás es importante que la motivación y compensación sean tomadas en cuenta ya que para el trabajador ser motivado y compensado influirá en su desempeño y eficiencia, lo que tendrá para las MYPE como resultado una mayor productividad y un incremento en el compromiso por parte de los trabajadores, ya que se sentirán identificados con las MYPE. Por lo tanto Pasquel (2017) Por lo tanto las actitudes son criterios involuntarios de juicio originando

preocupación en el propietario teniendo la obligación de mejorar las actitudes del trabajador ya que esto impacta rigurosamente en la productividad y depende de esto el éxito de una MYPE, por lo tanto las capacitaciones en actitudes hace referencia a los buenos valores de los trabajadores y son llamados referencias ya que a través de ello se juzga la realidad de la conducta.

En la Tabla 10 denominada “necesita motivación constantemente” en los resultados obtenidos se aprecia que el 67% de los encuestados si necesita ser motivado constantemente, lo que coincide con Chulle, (2017) es importante que la motivación y compensación sean tomadas en cuenta ya que para el trabajador ser motivado y compensado influirá en su desempeño y eficiencia, lo que tendrá para las MYPE como resultado una mayor productividad y un incremento en el compromiso por parte de los trabajadores, ya que se sentirán identificados con las MYPE. Asimismo Pasquel, (2017) hace referencia a las capacitaciones respecto a la motivación en que se encuentran dichos trabajadores, además están delimitadas en las creencias que garantiza y brindan seguridad a un cliente generando un equipo estable generando estabilidad.

En la Tabla 11 denominada “actitud negativa hacia los clientes” en la tabla se puede apreciar que el 89% de los trabajadores no ha tenido una actitud negativa sobre los productos que ofrece la empresa, lo que coincide con Pimentel, (2016) que las pequeñas empresa cuenta con personal de 18 a 20 años de edad y solo con estudios secundarios requiriendo un alto porcentaje en capacitaciones acerca sobre venta y atención al cliente, además las principales características de la capacitación en técnicas de ventas es brindar información al vendedor acerca del producto, asesoramiento de imagen para poder orientar a los clientes, dominio de objeciones, buenas prácticas de

atención y trato al cliente. Asimismo Pasquel (2017) las actitudes son criterios involuntarios de juicio originando preocupación en el propietario teniendo la obligación de mejorar las actitudes del trabajador ya que esto impacta rigurosamente en la productividad y depende de esto el éxito de una MYPE, por lo tanto las capacitaciones en actitudes hace referencia a los buenos valores de los trabajadores.

**Objetivo 2:** Identificar el costo de la capacitación en las MYPES comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos-Piura, año 2018.

En la tabla 12 denominada “presupuesto para realizar capacitaciones” se observa que el 80% de los propietarios afirma que la empresa no cuenta en su plan con un presupuesto para realizar capacitaciones, lo que concuerda con Mena, (2014) que existe un descuido total de los propietarios porque normalmente no realizan programas de capacitación esto se debe a que no cuentan con un presupuesto y tienen conocimiento de ello, desperdiciando la oportunidad de mejorar la calidad de servicio que se le puede brindar a un cliente. En tanto Arenas, (2014) considera a la capacitación uno de los presupuestos más castigados ya que demanda de tiempo y de producción en la empresa, asimismo los directivos lo toman como un gasto, siendo la capacitación una de las técnicas y estrategias para ser competitivo y obtener un personal más calificado siendo la mejor inversión para la empresa porque esto puede incrementar la productividad y calidad de trabajo.

En la tabla 13 denominada “presupuesto de capacitaciones” se observa que el 80% de los propietarios no cuenta con presupuesto, mientras que el 20% si cuenta con un presupuesto de 300 soles para realizar capacitaciones a su personal, lo que concuerda con Temoche, (2017) que las MYPE no aplican capacitaciones porque los empresarios

no le dan un grado alto de importancia solo se les brindan diversas indicaciones los trabajadores para corregir errores que pueden cometer a la hora de brindar el servicio no obstante pierden la gran oportunidad de mejorar el potencial que puede tener cada trabajador. Por su parte Aleman, (2015) si existe costo que puede originar la capacitación ya que depende de la empresa y el tipo de capacitación además permite identificar los diversos puntos de la empresa que necesitan retroalimentación para su mejora, de tal manera que no debe tomarse como gasto, sino como un cambio de innovación e inversión para el crecimiento del personal.

En la tabla 14 denominada “capacitado con un especialista” se observa que el 80% de los trabajadores nunca ha sido capacitado con un especialista, mientras el 20% de los empleados casi siempre es capacitado con un especialista, que coincide con Effio, (2015) se puede lograr diversos beneficios si aplican la capacitación en áreas que requieran fortalecimiento para un desarrollo mejor de las actividades y asimismo los trabajadores se sientan cómodos y enfocados con los objetivos de la empresa, además existe un porcentaje en que los microempresarios si muestran demasiado interés por ser capacitados con un especialista pero requieren orientaciones acerca de este tema para aplicar capacitaciones en mejora del personal. Por su parte Aleman, (2015) Se debe contar con presupuesto para realización de capacitación que se tenga que hacer, dentro de la empresa por ende la empresa si desea aplicar o realizar capacitaciones está en la obligación de contratar personas calificadas para desarrollar estos tipos de cursos porque existen temas que escapan de las manos del empresario y para ello debe contar con un salario adicional para pagarle al profesional.

En la tabla 15 denominada “capacitaciones con el material necesario” se observa que el 80% de los propietarios afirma que no han contado con el material necesario en sus

capacitaciones, con lo que manifiesta Effio , (2015) afirma que si aplican capacitación obtendrán mejores resultados para el desempeño de las labores, considerando una inversión necesaria para su progreso a largo plazo, pero los propietarios afirman que requiere de un costo para su implementación ya que debe contar con ciertos criterios de para su desarrollo como el lugar y espacio. Por lo tanto Aleman, (2015) Es preciso que la empresa otorgue el material didáctico necesario que puedan ayudar a entender mejor la capacitación, para que los trabajadores puedan aprovechar esta capacitación al máximo y no tengan ningún inconveniente cuando se desarrolle.

En la tabla 16 denominada “materiales son de costo elevado”, se puede apreciar que el 60% de los trabajadores afirma que los materiales para una capacitación si son de un costo elevado., lo que no concuerda con Pimentel, (2016) Las empresas no realizan capacitación a su personal debido a que demanda de tiempo y requiere de presupuesto para su ejecución, dando a conocer que los microempresarios también carecen de conocimiento del manejo de una empresa y de la gran importancia de la capacitación en general, por lo tanto las pequeñas empresa cuenta con personal de 18 a 20 años de edad y solo con estudios secundarios requiriendo un alto porcentaje en capacitaciones acerca sobre venta y atención al cliente. Por su parte Riquelme, (2017) La capacitación se considera como una inversión para obtener mejores resultados en el entorno laboral y la producción además es una estrategia para que las MYPE se actualicen logrando nuevos cambios tecnológicos, esto genera muchos beneficios, ya que es una herramienta que requiere la utilización de un costos para su aplicación en la empresa esto genera un impacto positivo ya que el trabajador.

En la tabla 17 denominada “equipo necesario para capacitación”, se observa que le 100% de los trabajadores afirma que la empresa no cuenta con el equipo necesario para

que los especialistas realicen sin ninguna dificultad su capacitación, con lo que no concuerda con Pimentel, (2016) Las empresas no realizan capacitación a su personal debido a que demanda de tiempo y requiere de presupuesto para su ejecución, dando a conocer que los microempresarios también carecen de conocimiento del manejo de una empresa y de la gran importancia de la capacitación en general, por lo tanto las pequeñas empresa cuenta con personal de 18 a 20 años de edad y solo con estudios secundarios requiriendo un alto porcentaje en capacitaciones acerca sobre venta y atención al cliente. Por lo tanto Aleman, (2015) Toda empresa que quiere progresar en el mundo empresarial para realizar sus capacitaciones debe tener el equipo e instrumentos necesarios para el desarrollo de estas capacitaciones.

En la tabla 18 denominada “equipos requiere el capacitador”, se observa que le 80% de los trabajadores afirma que los equipos que requiere el capacitador para lograr un mejor desarrollo de la capacitación son los proyectores, mientras que el 20% afirma que los capacitadores requieren de materiales didácticos para lograr un mejor desarrollo de la capacitación, con lo que coincide Temoche, (2017) que las MYPE no aplican capacitaciones porque los empresarios no le dan un grado alto de importancia solo se les brindan diversas indicaciones los trabajadores para corregir errores que pueden cometer a la hora de brindar el servicio no obstante pierden la gran oportunidad de mejorar el potencial que puede tener cada trabajador. En Aleman, (2015) Toda empresa que quiere progresar en el mundo empresarial para realizar sus capacitaciones debe tener el equipo e instrumentos necesarios para el desarrollo de estas capacitaciones.

En la tabla 19 denominada “brindarles capacitación en otro lugar”, se observa que le 100% de los propietarios afirma que no consideraría brindarles un curso de

capacitación en otro lugar a sus colaboradores, con lo que coincide con Effio, (2015) que la mayoría de los empresarios y trabajadores no reciben capacitación, siendo un 20% de ellos que si ha recibido capacitación cerca al tema de ventas, asimismo afirma que si aplican capacitación obtendrán mejores resultados para el desempeño de las labores, considerando una inversión necesaria para su progreso a largo plazo, pero los propietarios afirman que requiere de un costo para su implementación ya que debe contar con ciertos criterios de para su desarrollo como el lugar y espacio.

por lo tanto Aleman, (2015) Esto puede variar siempre y cuando el empresario decida donde y cuando desarrolle cursos de capacitación, siempre y cuando tenga un acuerdo mutuo entre el trabajador y propietario para una mayor coordinación.

**Objetivo 3:** Identificar los elementos de la atención al cliente de las MYPES comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos-Piura, año 2018.

En la tabla 20 denominada “atención ofrecida le proporciona seguridad” se observa que el 79% de los clientes afirma que la atención ofrecida le proporciona seguridad para adquirir el producto, que coincide con León (2013) que la mayoría de los empresarios afirma que si capacitan al personal en relación al producto que ofrecen mas no capacitan a su personal en lo que es atención al cliente, por lo tanto el 74% de clientes afirma que el personal si tiene la capacidad y habilidad de informar es de forma excelente, habiendo también un bajo porcentaje que considera que la atención no es la adecuada y que debe mejorar constantemente, además de seleccionar al personal adecuado. Por su parte Vásquez, (2017) brindarles seguridad es de gran importancia gracias a ello los clientes se sentirán en confianza es así que una empresa debe contratar personal calificado y mantenerlos constantemente en cursos de capacitación para que

puedan brindar cero riesgos y no tengan ninguna duda sobre el servicio o riesgo a la hora de adquirir un bien.

En la tabla 21 denominada “requisitos satisfactorios” se obtuvo como resultado que el 67% de los encuestados considera que los productos que adquiere si cumplen con requisitos satisfactorios, por su lado Cruz (2014) que el nivel de atención al cliente en las empresas es aceptable pero no satisface al máximo al cliente, es por ello que se deben implementar elementos estratégicos para mejorar la atención siendo estos en las expectativas, satisfacción e instalaciones en que se encuentre la empresa generando un ambiente agradable para el consumidor muy aparte de desarrollar cursos de capacitación al trabajador sobre la atención al cliente. Por lo tanto Vásquez, (2017) Si la empresa cumple con esta expectativa el consumidor se sentirá a gusto y seguro llevándose una impresión positiva sobre el producto o servicio gracias a la atención que se esté brindando, en otras palabras la confianza se logra en el contacto con los vendedores y clientes a la hora de comprar el producto. Por lo tanto el cliente se basa en la imagen y experiencias al adquirir un producto y una parte de esto se ve reflejado en la atención por ende el vendedor debe transmitir confianza y habilidades comunicativas.

En la tabla 22 denominada “quejas sobre la atención” se obtuvo como resultado que le 96% de los clientes nunca ha tenido alguna queja sobre la atención que brinda la empresa, mientras que el 4% casi siempre ha tenido alguna queja sobre la atención que brinda la empresa, por su lado Villalta, (2017) MYPE presentan imagen adecuada el cliente es la fuente principal de ingreso de las MYPE, es por ello, que es necesario brindarle una excelente atención, ofreciéndoles productos de calidad y de precio accesible. Por lo tanto Izquierdo, (2017) la atención al cliente es de gran importancia

porque, la empresa frecuenta directamente con sus clientes, es así que si la MYPE brinda un buen servicio estaría generando competitividad que cada empresario quiere para su empresa, de esta manera se genera la diferencia entre las pequeñas empresas originando una mejor atención al cliente además que puede estar afirmando su éxito o fracaso.

En la tabla 23 denominada “ejercen su trabajo con profesionalismo”, se observa que el 83% afirman que los vendedores si ejercen su trabajo con total profesionalismo, por lo que Grados (2018) señalan buena la atención que brindan, además, en su mayoría consideran la gestión de calidad en el servicio que brinda, siendo eficiente dando solución a los reclamos y en su totalidad mencionan que la atención al cliente permite el posicionamiento en el mercado. Por su parte Vásquez, (2017) menciona que el profesionalismo Es vital que lo todos los trabajadores cuenten con los conocimientos del servicio que brinda la organización. Por ende este es un aspecto muy estimado y valorado por los clientes: nada se consigue con tener los mejores productos si la atención entregada es deficiente.

En la tabla 24 denominada “trato adecuado para una buena atención al cliente” se observa que el 74% de los clientes considera que el trato si es adecuado para una buena la atención al cliente, por lo que coincide con Arrieta, (2013) que la buena atención al cliente genera nueva clientela y mantiene la lealtad de los propios. Las MYPE en estudio no cuentan con trabajadores y son los mismos microempresarios los que brindan la atención, llegando ser los únicos impulsores de su negocio, pero aun así es un motivante para que estos puedan llegar a sus clientes de manera positiva y seguir brindando productos de calidad. Por su parte Vásquez, (2017) Por ende la cortesía es vital para un mejor perfeccionamiento en la atención ya que logra un comportamiento

humano de buena costumbre, que se trata de la demostración de los trabajadores que manifiesta afecto, respeto o atención hacia los clientes, por lo tanto, es una expresión de las buenas maneras.

En la tabla 25 denominada “la atención que brinda la MYPE cumple con lo que usted solicita” se observa que el 80% de los encuestados afirma que el nivel de eficiencia siempre cumple con lo que solicita el cliente, además el 18% considera que el nivel de eficiencia casi siempre cumple con lo que se solicita, mientras que el 2% afirma que el nivel de eficiencia nunca cumple con lo que solicita el cliente, Arrieta, (2013) la buena atención al cliente genera nueva clientela y mantiene la lealtad de los propios. Las MYPE en estudio no cuentan con trabajadores y son los mismos microempresarios los que brindan la atención, llegando ser los únicos impulsores de su negocio, pero aun así es un motivante para que estos puedan llegar a sus clientes de manera positiva y seguir brindando productos de calidad, por su parte Vásquez, (2017) Hace referencia a la atención, amabilidad, respeto y simpatía del trabajador ya que si les proporcionamos un excelente trato y brindamos una gran atención ellos querrán volver a nuestra empresa.

**Objetivo 4:** Identificar la experiencia de los clientes en las MYPES comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos-Piura, año 2018.

En la tabla 26 denominada “estilo de vida de las personas influye en el momento de adquirir un producto” se obtuvo como resultado que el 89% de los clientes afirma que el estilo de vida de las personas si influye en el momento de adquirir un producto, por lo que coincide con Imbaquingo (2013) La mayoría de los clientes no satisfacen en su totalidad sus necesidades esto se debe a los cambios que tienen en la actualidad los

clientes y trabajadores que laboran en la empresa no se encuentran en las condiciones para resolver dudas e inquietudes y no muestran empatía hacia los consumidores, ya que las pequeñas empresas se están rigiendo a estrategia antiguas de administración que solo se enfocan en el producto y su comercialización. Según Urbano, (2017) la experiencia de los cliente es esencial en el proceso de compra, ya que todos no son igual de tal manera que cada consumidor tiene un comportamiento distinto ante un producto y atención que se le puede estar brindando, por lo tanto los empresarios conocen la calidad del servicio que se le puede ofrecer al cliente mediante el proceso de la compra, para lograr un mejor enganche del producto y también la fidelización con una buena atención.

En la tabla 27 denominada “comportamiento diferente al realizar una compra” se observa que le 76% considera que casi siempre tiene un comportamiento diferente al momento de realizar una compra, además el 15% siempre tiene un comportamiento diferente al momento de realizar una compra, mientras el 9% nunca tiene un comportamiento diferente al momento de realizar una compra, por lo tanto Zabaleta, (2017) su servicio satisface las necesidades del cliente al 100%, como también su producto, la empresas ofrecen un atención buena, pero también pueden mejorar en los diferentes aspectos no solo en la atención, sino también al resto que hacen posible el progreso de la MYPE, además se tiene que tener en cuenta que los clientes de ahora son más exigentes en la atención y el producto que requiere por lo tanto no son los administradores de estas pequeñas empresas que están en la obligación de lograr una excelente servicio al público. Por su parte Urbano, (2017) Hace referencia al contexto social en el que se encuentre el cliente a la hora buscar, comprar o utilizar un servicio u producto teniendo en cuenta sus gustos y preferencias de cada cliente. Hay que añadir

que el consumidor tomará conciencia de acuerdo a la atención que cubra sus expectativas y necesidades para recién tomar decisiones, de esta manera los microempresarios deben conocer los gustos y preferencias de cada fragmento del mercado.

En la tabla 28 denominada “comportamiento negativo al realizar una compra” se obtuvo como resultado que el 85% de los clientes encuestados no ha tenido un comportamiento negativo después de realizar una compra, por su lado Zabaleta, (2018), las empresas ofrecen una atención buena, pero también pueden mejorar en los diferentes aspectos no solo en la atención, sino también al resto que hacen posible el progreso de la MYPE, además se tiene que tener en cuenta que los clientes de ahora son más exigentes en la atención y el producto que requiere por lo tanto no son los administradores de estas pequeñas empresas que están en la obligación de lograr una excelente servicio al público. Por lo tanto Álvarez, (2017) denominada experiencia de compra, los empresarios deben utilizar estas técnicas para aumentar las ventas con el único objetivo de fidelizar y agregarle un valor añadido a la atención. Mediante el proceso de compra que experimentan los clientes, las empresas innovan su marca y funciones de la atención para lograr una experiencia positiva e inolvidable y favorable para el cliente, creando un impacto emocional, por lo tanto los empresarios aplican diversas estrategias.

En la tabla 29 denominada “las emociones influyen al momento de tomar la decisión de compra” se obtuvo como resultado el 66% de los encuestados afirma que las emociones si influyen al momento de tomar la decisión de compra, por lo que coincide con Machado, (2017) que la atención al cliente es de gran importancia si es la apropiada, permitirá tener un mejor control de los gustos y preferencias de los

consumidores además permitirá evaluar si se está realizando de una manera efectiva de acorde las necesidades, por lo tanto se lograra que los clientes tengan una mejor experiencia en el proceso de compra recomendando a sus amistades de esta forma la empresa mejorara sus ventas y otorgara un servicio mucho mejor que el de la competencia. Por su parte Urbano, (2017) las emociones influyen en las decisiones cotidianas y, por mucho que nos esforcemos, no logramos encontrar la lógica que se esconde detrás de un sentimiento, es muy confuso esta experiencia ya que muchos de los clientes puede adquirir el servicio o producto solo para satisfacer su ánimo que está sintiendo en ese momento.

En la tabla 30 denominada “emociones de compra depende de una buena atención al cliente” se observa que el 56% de los encuestados afirma que las emociones de compra si depende de una buena atención al cliente, por lo tanto Machado, (2017) La atención al cliente es de gran importancia si es la apropiada, permitirá tener un mejor control de los gustos y preferencias de los consumidores además permitirá evaluar si se está realizando de una manera efectiva de acorde las necesidades, por lo tanto se lograra que los clientes tengan una mejor experiencia en el proceso de compra recomendando a sus amistades de esta forma la empresa mejorara sus ventas y otorgara un servicio mucho mejor que el de la competencia, asimismo las estrategias de atención es la escucha la oferta e información aumentando con la empatía del trabajador. Por su parte Maldonado, (2015) atención al cliente es todo servicio que pueden brindar las organizaciones es una herramienta de mercadeo que es muy eficaz en las empresas, los clientes cuentan con mucha información en la mente que llega a través de los sentidos asimismo genera y crea un concepto de lo que ve o percibe en base a sus experiencias, es así que las empresas se enfocan no solo en el producto sino también

en la atención y sobre todo tienen en cuenta que es lo que mira el cliente a su alrededor, generando emociones positivas o negativas, por lo tanto el cliente se fija en los pequeños detalles de una organización así que deben ser creativos en la publicidad para cautivarlos y posicionarnos en la mente del cliente.

En la tabla 31 denominada “de qué manera distingue los productos que le brinda una MYPE” se observa que el 51% de los encuestados distingue a una MYPE mediante su buen servicio, además el 43% lo distingue por la Calidad de producto, el 5% lo diferencia por un ambiente agradable, mientras que el 1% de los encuestados lo distingue de otra manera., por su lado Machado, (2017) que la atención al cliente es de gran importancia si es la apropiada, permitirá tener un mejor control de los gustos y preferencias de los consumidores además permitirá evaluar si se está realizando de una manera efectiva de acorde las necesidades, por lo tanto se lograra que los clientes tengan una mejor experiencia en el proceso de compra recomendando a sus amistades de esta forma la empresa mejorara sus ventas y otorgara un servicio mucho mejor que el de la competencia. Por su parte Soriano, (2015) menciona que atención al cliente es importante porque puede hacer la diferencia en un institución. Si se brinda un servicio adecuado el cliente se inclinara por optar el producto que brindas gracias al servicio que ofreces. Entonces la atención al cliente es fundamental para ser más competitiva y atraer clientes nuevos, es por ello que es una herramienta de mercado muy eficaz y de gran importancia enfocarse en brindar una muy buena atención.

En la tabla 32 denominada “la publicidad cambia su percepción sobre el producto y servicio”, se observa que le 92% de los encuestados considera que la publicidad si cambia su percepción sobre el producto, por lo tanto Villalta, (2017) deben ofrecer un valor agregado para así poder lograr la fidelización del cliente y diferenciarnos de la

competencia, además una muy buena publicidad es una estrategia para enamorar al cliente marcando la diferencia a una empresa de la competencia, por lo que hará posicionarse una perspectiva y marca positiva en la mente del consumidor logrando beneficios. Por su parte urbano, (2017) Los clientes cuentan con mucha información en la mente que llega a través de los sentidos asimismo genera y crea un concepto de lo que ve o percibe en base a sus experiencias, es así que las empresas se enfocan no solo en el producto sino también en la atención y sobre todo tienen en cuenta que es lo que mira el cliente a su alrededor, generando emociones positivas o negativas, por lo tanto el cliente se fija en los pequeños detalles de una organización así que deben ser creativos en la publicidad para cautivarlos y posicionarnos en la mente del cliente.

En la tabla 33 denominada “la experiencia es una opción para apreciar un buen servicio” se obtuvo como resultado que el 94% de los encuestados Considera que la experiencia de compra si es una opción para apreciar los productos, por lo que concuerda con León (2015) Además el servicio al cliente en la empresa se encuentra en un nivel aceptable gracias a los trabajadores que desempeñan su trabajo con profesionalismo, debido a las mejoras que ha ido implementando de un periodo a otro, la empresa es consciente que los clientes de hoy son más exigentes, y se requiere de una mayor preparación para la atención al cliente personalizada, a una excelente atención al público esto repercute en los ingresos de la empresa y esta pueda lograr una fidelización con los clientes por el servicio que presta. Por su parte Álvarez, (2017) denominada experiencia de compra, los empresarios deben utilizar estas técnicas para aumentar las ventas con el único objetivo de fidelizar y agregarle un valor añadido a la atención, mediante el proceso de compra que experimentan los clientes.

## VI. CONCLUSIONES

En relación a los requerimientos de la capacitación en las MYPES comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos, se encontró que son: capacitación en conocimientos, habilidades y actitudes, dado que en su totalidad si es necesaria la capacitación en su área de trabajo y que todos los trabajadores necesitan varias capacitaciones, además la capacitación en habilidades atrae mejores resultados y se siente motivado cuando ejerce su labor, por lo tanto se le recomienda a los empresarios brindar capacitaciones a sus colaboradores, para así contar con un personal altamente calificado.

El costo de la capacitación en las MYPES de estudio está dado por salario, materiales, equipamiento y transporte, dado que en su totalidad no cuentan con los equipos necesarios para realizar sin ninguna dificultad las capacitaciones y no cuenta con un presupuesto para realizar capacitaciones, por lo tanto se le recomienda al micro empresario que establezca programas de capacitación y sobre todo tener un presupuesto establecido para su ejecución.

Los elementos de la atención al cliente de las MYPES comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central Distrito Catacaos son: seguridad, profesionalismo, cortesía y capacidad de respuesta, dado que casi en su totalidad no tienen quejas sobre la atención que se brinda en las MYPE y ejercen su trabajo con total profesionalismo, consiguiente se recomienda ofrecer un buen servicio, desde que el cliente ingresa a la MYPE hasta su retiro, llevándose una gran impresión y seguridad por la excelencia del servicio que se brinda, empleando los elementos de la atención al cliente.

La experiencia de los clientes en las MYPE de estudio son: comportamiento, emociones y percepciones, dado que casi en su totalidad considera que la experiencia de compra es una opción para apreciar un buen servicio, la publicidad cambia su percepción sobre el producto y servicio y el estilo de vida de las personas influye en el momento de adquirir un producto, consiguiente se recomienda a la MYPE ser eficiente en la atención al cliente e innovar los productos que se ofrecen, sobre todo crear un ambiente cómodo para el cliente, ya que si esta es la adecuada, los clientes se sentirán a gusto y tendrán una mejor experiencia de compra, logrando como resultado su retorno.

Las características de capacitación y atención al cliente, con respecto a capacitación se caracterizan; necesaria capacitaciones en área de trabajo, necesitan varias capacitaciones, capacitación en habilidades atrae mejores resultados y se siente motivado cuando ejerce su labor, además no cuentan con los equipos necesarios, no cuenta con un presupuesto para realizar sin ninguna dificultad las capacitaciones, ya que existe interés por parte de los de los trabajadores en fortalecer sus habilidades y conocimientos además que se deben realizar programas de capacitaciones y establecer en su plan un presupuesto para la adquisición de equipos para su mejor desarrollo, las características que tiene la atención al cliente, no tiene quejas sobre la atención, ejercen su trabajo con total profesionalismo, experiencia de compra es una opción para apreciar un buen servicio, la publicidad cambia su percepción sobre el producto y el estilo de vida influye al adquirir un producto, ya que se demuestra que existe un buen servicio y para llegar a la excelencia, se requiere de capacitaciones y orientaciones que debe incluir, una buena atención al cliente.

## REFERENCIAS

- Alemán, K. d. (17 de febrero de 2015). *Subsistema de Desarrollo de Recursos Humanos*: Obtenido de repositorio.unan.edu: <http://repositorio.unan.edu.ni/3910/1/2698.pdf>
- Alvarez, P. C. (17 de mayo de 2017). Obtenido de <https://comunidad.iebschool.com/retailmarketing/2017/05/17/la-experiencia-de-compra/>
- Angulo, J. S. (13 de Enero de 2017). Sobre la población y muestra en investigaciones empíricas. Obtenido de [cuedespyd.hypotheses.org](https://cuedespyd.hypotheses.org/): <https://cuedespyd.hypotheses.org/2353>
- Arrieta, R. J. (2013). *Financiamiento y atención al cliente de las MYPE rubrotiendas musicales en la ciudad de Piura, 2013*. Piura: universidad católica los ángeles Chimbote. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039364>
- Banco Central de Reserva del Perú. (Septiembre de 2017). *Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2017-2019*. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2017/setiembre/reporte-de-inflacion-setiembre-2017.pdf>
- Beltran, J. O. (2015). Los beneficios de la capacitación y el desarrollo del personal de las pequeñas empresas. Obtenido de [repository.unimilitar.edu.co](https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/7168/Trabajo%20final%20Fabian%20Jamaica%20(1).pdf;jsessionid=F7393F7BF4FF92C50FA00933E478BD8F?sequence=1): [https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/7168/Trabajo%20final%20Fabian%20Jamaica%20\(1\).pdf;jsessionid=F7393F7BF4FF92C50FA00933E478BD8F?sequence=1](https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/7168/Trabajo%20final%20Fabian%20Jamaica%20(1).pdf;jsessionid=F7393F7BF4FF92C50FA00933E478BD8F?sequence=1)
- Bustamante, C. R. (2016). *Caracterización de la capacitación y financiamiento de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del emporio comercial gamarra del Distrito de la Victoria – Lima 2015*. Lima: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Obtenido de [repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/572/BUSTAMANTE\\_CASAS\\_RICARDO RONALD CAPACITACION FINANCIAMIENTO MYPE ROPA DEPORTIVA.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/572/BUSTAMANTE_CASAS_RICARDO RONALD CAPACITACION FINANCIAMIENTO MYPE ROPA DEPORTIVA.pdf?sequence=1)
- Caro, L. (10 de Abril de 2019). *La encuesta*. Obtenido de [ww.lifeder.com](http://ww.lifeder.com): <https://www.lifeder.com/para-que-sirve-una-encuesta/>.
- Castro, A. L. (1 de enero de 2010). [www.portalfitness](http://www.portalfitness.com). Obtenido de [http://www.portalfitness.com/1788\\_el-valor-de-la-capacitacion.aspx](http://www.portalfitness.com/1788_el-valor-de-la-capacitacion.aspx)
- Cervantes, J. A. (18 de septiembre de 2017). *Importancia de la excelencia en el servicio al cliente para el sector turístico*. Obtenido de [www.eumed.net](http://www.eumed.net): <http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/09/excelencia-servicio-cliente.html>

- Villalta, P. E. (2017). *Caracterización de la atención al cliente y capacitación de las MYPE rubro restaurantes de la calle Tacna del cercado de Piura, año 2017*. Piura: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10465/ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_CAPACITACION\\_VILLALTA\\_PALACIOS%20BETTY\\_RENEE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10465/ATENCION_AL_CLIENTE_CAPACITACION_VILLALTA_PALACIOS%20BETTY_RENEE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Choque, J. r. (27 de febrero de 2015). Diseños no experimentales. Según Hernandez, fernandez y Baptista. Obtenido de prezi.com: <https://prezi.com/e25f2jfn8ib/disenos-no-experimentales-segun-hernandez-fernandez-y-bapt/>
- Chulle, K. S. (2017). *Caracterización gestión de calidad y capacitación en las MYPES comerciales rubro confecciones, ropa para niños mercado modelo de Piura, año 2018*. Piura: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3588/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_CAPACITACION\\_SABA\\_CHULLE\\_KARINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3588/GESTION_DE_CALIDAD_CAPACITACION_SABA_CHULLE_KARINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Coello, S. L. (2017). *Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las MYPE comercializadoras rubro equipos de cómputo del centro de Piura, año 2016*. Piura: universidad católica los ángeles Chimbote. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039364>
- Cruz, W. A. (2014). "servicio y atención al cliente en la comercializadora de textiles - unitex- de la cabecera departamental de Huehuetenango". Huehuetenango: Universidad Rafael Landívar. Obtenido de <file:///F:/variable%20atencion/textiles%20%20HUEHUETENANGO.pdf>
- Diario el comercio. . (10 de octubre de 2017). *Inflación en octubre podría descender*. Obtenido de <http://elcomercio.pe/economia/peru/bcp-preve-inflacion-octubre-descender-2-5-noticia-462775>
- Diario el tiempo. (14 de mayo de 2019). *Índice del desempleo*. Diario el tiempo. Obtenido de <https://eltiempo.pe/tasa-de-empleo-en-piura-crecio-alrededor-de-08-y-en-paita-16-en-el-primer-semester-de-2018/>
- Diario El Tiempo. (19 de septiembre de 2016). *Crecimiento de las exportaciones cataquenses*. Obtenido de <http://eltiempo.pe/foro-apec-permitira-el-crecimiento-de-las-exportaciones-cataquenses/>
- Diario la república. (12 de marzo de 2017). *Investigación y Desarrollo*. Obtenido de <http://larepublica.pe/economia/855811-peru-invirtio-s-5000-millones-en-investigacion-y-desarrollo-en-2016>

- León, R. C. (febrero de 2013). *Evaluación de la calidad de servicio en empresas textiles de la ciudad de Quetzaltenango*. Quetzaltenango: Universidad Rafael Landívar. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Escobar-Roberto.pdf>
- Diario gestión. (01 de diciembre de 2016). *Inversiones en tecnología gestion.pe*. Obtenido de <http://gestion.pe/economia/peru-destina-257-pbi-inversiones-tecnologia-encima-promedio-latinoamerica-2176083>
- Diario gestión. (04 de noviembre de 2016). *Acerca de nosotros: gestión .pe*. Obtenido de <http://gestion.pe/economia/inei-proyecta-que-poblacion-peruana-bordeara-32-millones-2017-2173896>
- Diario gestión. (14 de septiembre 2017). *BCR redujo la tasa de interés de referencia a 3.50%*. 17, págs. <https://gestion.pe/economia/bcr-redujo-tasa-interes-referencia-35-2200035>.
- Economiaperuana. (03 de junio de 2015). *Desarrollo económico del Perú*. Obtenido de [economiaperuana01.blogspot.com/2015/06/que-tal-piura.html](http://economiaperuana01.blogspot.com/2015/06/que-tal-piura.html)
- Effio, B. A. (2015). “*caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio –rubro venta de ropa para damas y caballeros en el mercado modelo, del distrito de Chimbote, año 2014*”. Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/896/REPRESENTANTE\\_CAPACITACION\\_EFFIO\\_EFFIO\\_BERTHA\\_ANDREA.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/896/REPRESENTANTE_CAPACITACION_EFFIO_EFFIO_BERTHA_ANDREA.pdf?sequence=1)
- Espinoza, C. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las MYPES del sector comercial boutique de damas, provincia de Satipo, año 2017” de la ciudad de Trujillo*. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3670/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_ATENCION\\_EN\\_EL\\_CLIENTE\\_SALAS\\_ESPINOZA\\_CINTYA\\_%20YENZY.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3670/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_EN_EL_CLIENTE_SALAS_ESPINOZA_CINTYA_%20YENZY.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ferrero, A. (17 de agosto de 2015). *Estabilidad política y económica en Perú*. Obtenido de [www.americaeconomia.com/economia-mercados/comercio/estabilidad-politica-y-economica-en-peru](http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/comercio/estabilidad-politica-y-economica-en-peru)
- Gigantino, J. (26 de junio del 2015) obtenido de <http://www.5fuerzasdeporter.com/amenaza-productos-sustitutos/>
- Grados, F. (2018). “*gestión de la calidad en atención al cliente en Las micro y pequeñas empresas del sector Comercio, rubro boutiques para caballeros, del*

*Centro de la ciudad de huacho, año 2018*". Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9229/ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_KANEMATSU\\_GRADOS\\_JACQUELINE\\_FIORELLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9229/ATENCION_AL_CLIENTE_KANEMATSU_GRADOS_JACQUELINE_FIORELLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Imbaquingo, S. E. (2013). *“La Gestión de Marketing y la Satisfacción del cliente en las empresas de confección y comercialización de ropa deportiva de la ciudad de Tulcán”*. Ecuador: Universidad Politecnica Estatal del Carchi. Obtenido de <file:///F:/variable%20atencion/ropa%20deportiva%20ecuador.pdf>
- INEI. (27 de SEPTIEMBRE de 2017). *Estadísticas de las Tecnologías*. Obtenido de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-n03\\_tecnologias-de-informacion-abr-may-jun2017.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-n03_tecnologias-de-informacion-abr-may-jun2017.pdf)
- INEI. (2017). Población censada, omitida y total en el Perú. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Censo\\_peruano\\_de\\_2017](https://es.wikipedia.org/wiki/Censo_peruano_de_2017)
- INEI. (22 de agosto de 2017). *Instituto Nacional de Estadística e Informática*. Recuperado el 29 de septiembre de 2017, de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-n03\\_producto-bruto-interno-trimestral-2017ii.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-n03_producto-bruto-interno-trimestral-2017ii.pdf)
- Izquierdo, R. (2017). ¿Por qué es tan importante la atención al cliente en una empresa? Obtenido de [ntegriaims.com](http://ntegriaims.com): <https://integriaims.com/importancia-de-la-atencion-al-cliente/>
- Jordán, A. (28 de septiembre de 2017). *Cuatro puntos que debe considerar una MYPE sobre la facturación electrónica*. Obtenido de [andina: http://elcomercio.pe/economia/personal/cuatro-puntos-deben-considerar-mypes-facturacion-electronica-noticia-461333](http://elcomercio.pe/economia/personal/cuatro-puntos-deben-considerar-mypes-facturacion-electronica-noticia-461333)
- López, C. L. (2015). *“Capacitación y servicio al cliente en los restaurantes Salón el Tecun y Pasaje Mediterráneo de la zona 1 de Quetzaltenango”*. Quetzaltenango: Universidad Rafael Landívar. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Nowell-Crysta.pdf>
- Machado, M. J. (2017). *Caracterización de la competitividad y atención al cliente de las MYPE rubro zapatería del centro de Piura, año 2017*. Piura: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043116>
- Luévano, J. A. (15 de abril de 2017). *La capacitación como herramienta efectiva para mejorar el desempeño de los empleados*. Obtenido de [www.cyta.com](http://www.cyta.com): <http://www.cyta.com.ar/ta1602/v16n2a3.htm>

- Maja, S. (5 de Marzo de 2019). Conservación vs. Crecimiento. Obtenido de blogs.iadb.org.com: <https://blogs.iadb.org/sostenibilidad/es/conservacion-vs-crecimiento-una-evaluacion-de-impacto-en-peru-muestra-que-el-crecimiento-economico-y-la-sostenibilidad-ambiental-pueden-ir-de-la-mano/>
- Maldonado, J. A. (22 de mayo de 2016). *Definiciones importantes sobre la atención al cliente*. Obtenido de [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com): <https://www.gestiopolis.com/cultura-de-servicio-al-cliente/>
- Mena, J. A. (2014). *La capacitación del servidor municipal y su incidencia en la calidad de atención ciudadana en el balcón de servicios de la administración zonal de Tumbaco del municipio del distrito metropolitano de Quito, Provincia de Pichincha*. Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5818/1/TESIS%20FINAL%20SR A.%20JENNY%20OLMEDO.pdf>
- Pasquel, S. M. (14 de julio de 2017). *Cómo saber en qué debemos capacitar al personal*. Obtenido de [esan.edu.pe](http://esan.edu.pe): <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/07/como-saber-en-que-debemos-capacitar-al-persona/>
- Peirane, Á. R. (17 de Marzo de 2014). La importancia de la capacitación y motivación dentro de la empresa. Obtenido de [gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com): <https://www.gestiopolis.com/la-importancia-de-la-capacitacion-y-motivacion-dentro-de-la-empresa/>
- Pimentel, M. S. (2016). *Caracterización de la capacitación en técnicas de venta en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de productos textiles y prendas de vestir (boutiques) del distrito de Huaraz, 2015*. Huaraz: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1060/MYPES\\_CAPACITACION\\_%20CAMPOS\\_PIMENTEL\\_MICHELLY\\_SHIRLEY.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1060/MYPES_CAPACITACION_%20CAMPOS_PIMENTEL_MICHELLY_SHIRLEY.pdf?sequence=1)
- Pimentel, S. (4 de Noviembre de 2015). *Capacitación: más que un gasto, una inversión*. Obtenido de [info.netcommerce.mx](http://info.netcommerce.mx): <https://info.netcommerce.mx/blog/capacitacion-mas-que-un-gasto-una-inversion/>
- Diario población. (2017). *Población*. Recuperado el 29 de septiembre de 2017, de <http://poblacion.population.city/peru/catacaos/>
- Riquelme, M. (2017). *Capacitación. Los beneficios de capacitar a los empleados de la empresa*. Recuperado el 22 de Abril de 2018, de <https://www.webyempresas.com/capacitacion-los-beneficios-de-capacitar-a-los-empleados-de-la-empresa/>

- Rivera, M. D. (2019). *Caracterización de competitividad y atención al cliente en MYPES rubro ropa para damas en el mercado Juan Velasco Alvarado, Piura 2017*. Piura: Universidad Católica los Angeles Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14336/MYPE\\_COMPETITIVIDAD\\_DOMINGUEZ\\_RIVERA\\_MAYKOL\\_ABDIEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14336/MYPE_COMPETITIVIDAD_DOMINGUEZ_RIVERA_MAYKOL_ABDIEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rodrigo, P. A. (17 de marzo de 2014). *La importancia de la capacitación y motivación dentro de la empresa*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/la-importancia-de-la-capacitacion-y-motivacion-dentro-de-la-empresa/>
- Rodríguez, G. (2015). “*Programa de capacitación para el desarrollo de competencias en el personal administrativo; servicio autónomo instituto de altos estudios “DR. Arnoldo Gabaldon”*”, Venezuela: Universidad de Carabobo. Obtenido de <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/1927/grodriguez.pdf?sequence=1>
- Scarilli, J. M. (21 de Enero de 2015). *La importancia de un excelente servicio al cliente y las encuestas de satisfacción*. Obtenido de [www.marketingdirecto.com: https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/la-importancia-de-un-excelente-servicio-al-cliente-y-las-encuestas-de-satisfaccion-juan-manuel-scarilli](http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/la-importancia-de-un-excelente-servicio-al-cliente-y-las-encuestas-de-satisfaccion-juan-manuel-scarilli)
- Sanchez, C. V. (2016). *Caracterización de capacitación y mezcla promocional de las MYPE comerciales rubro venta de ropa av. Country mercado Piura, año 2016*. Piura: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1034/CAPACITACION\\_MEZCLA\\_PROMOCIONAL\\_%20PALACIOS\\_SANCHEZ\\_CARMEN\\_VIVIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1034/CAPACITACION_MEZCLA_PROMOCIONAL_%20PALACIOS_SANCHEZ_CARMEN_VIVIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Soriano, J. (2015). *Álisis de la expectativa de calidad y su relación con la satisfacción del servicio de transporte comercial mixto de pasajeros en puerto ayora*. Obtenido de [www.crecenegocios.com: http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/11354/1/T-UCE-0018-CA006.pdf](http://www.crecenegocios.com)
- SUNAT. (06 de Mayo de 2017). *Sitio web de grupo contable*. Recuperado el 29 de septiembre de 2017, de [grupocontable: http://www.grupocontable.pe/todo-sobre-el-regimen-mype-tributario-2017/](http://www.grupocontable.pe/todo-sobre-el-regimen-mype-tributario-2017/)
- Temoche, J. L. (2017). *Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE de servicio rubro confección de prendas de vestir, centro de Piura, año 2018*. Piura: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5834/CAPACITACION\\_MEZCLA\\_PROMOCIONAL\\_%20PALACIOS\\_SANCHEZ\\_CARMEN\\_VIVIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5834/CAPACITACION_MEZCLA_PROMOCIONAL_%20PALACIOS_SANCHEZ_CARMEN_VIVIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

TACION COMPETITIVIDAD PAZ TEMOCHE JUDITH LILIANA.pdf?  
sequence=1&isAllowed=y

Urbano, M. S. (22 de abril de 2017). Obtenido de <https://www.actualidadecommerce.com/la-experiencia-despues-la-compra/>

Vásquez, G. E. (2017). Calidad del servicio en el centro de mejor atención al ciudadano de lima norte, 2016. Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9069/Regalado\\_VGE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9069/Regalado_VGE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Zabaleta, I. (2017). “*gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio –rubro venta de ropa para niños en el centro comercial los Ferroles en el distrito de chimbote, año 2017*”. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14877/ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_REQUEJO\\_ZAVALETA\\_IVANY.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14877/ATENCION_AL_CLIENTE_REQUEJO_ZAVALETA_IVANY.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Zúñiga, J. (20 de mayo de 2015). *Las pymes y la economía peruana*. Obtenido de La Republica: <http://larepublica.pe/impresa/economia/1409-las-pymes-y-la-economia-peruana>

# **ANEXOS**

Matriz de indicador pregunta				
Variable	Dimensión	Indicadores	Pregunta	Fuente
Capacitación	Requerimientos de capacitación	Conocimientos	1. ¿Usted recibió capacitación al momento de ingresar a la MYPE? 2. ¿Usted ha tenido algún inconveniente de cómo vender el producto? 3. ¿Usted como colaborador qué capacitación requiere?	Personal
		Habilidades	4. ¿Cree usted que es necesaria la capacitación en su área de trabajo? 5. ¿Cree usted que la capacitación en habilidades atrae mejores resultados? 6. ¿Considera que todos los trabajadores necesitan varias capacitaciones para mejorar sus habilidades?	
		Actitudes	7. ¿Se siente motivado cuando ejerce su labor en la MYPE? 8. ¿Usted como colaborador necesita ser motivado constantemente? 9. ¿Usted como trabajador ha tenido una actitud negativa hacia los clientes?	
	Costo de capacitación	Honorario	10. ¿La empresa cuenta con un presupuesto para realizar capacitaciones? 11. ¿De cuánto es el presupuesto de las capacitaciones? 12. ¿Usted y sus colaboradores constantemente han sido capacitado con un especialista?	Propietarios
		Material	13. ¿Sus colaboradores en sus capacitaciones han contado con el material necesario? 14. ¿Los materiales que se requiere en una capacitación son de un costo elevado?	
		Equipamiento	15. ¿La empresa cuenta con el equipo necesario para que los especialistas realicen sin ninguna dificultad su capacitación? 16. ¿Usted como dueño de la MYPE, qué equipo requiere el capacitador para lograr un mejor desarrollo de la capacitación?	
		Transporte	17. ¿Usted consideraría brindarles un curso de capacitación en otro lugar a sus colaboradores?	

Atención al cliente	Elementos	Seguridad	18. ¿Usted asegura que la atención ofrecida le proporciona seguridad para adquirir el producto? 19. ¿Considera usted que la atención proporcionada cumplen con requisitos satisfactorios?	Clientes
		Profesionalismo	20. ¿Usted como cliente ha tenido alguna queja sobre la atención que brinda la empresa? 21. ¿Considera que los vendedores ejercen su trabajo con total profesionalismo?	
		Cortesía	22. ¿Considera usted que el trato es adecuado para una buena atención al cliente?	
		Capacidad de respuesta	23. ¿Considera usted la atención que brinda la MYPE cumple con lo que usted solicita como cliente?	
	Experiencia de los clientes	Comportamiento	24. ¿Considera usted el estilo de vida de las personas influye en el momento de adquirir un producto? 25. ¿Usted tiene un comportamiento diferente al momento de realizar una compra? 26. ¿Ha tenido un comportamiento negativo después de realizar una compra?	Clientes
		Emociones	27. ¿Sus emociones influyen al momento de tomar la decisión de compra? 28. ¿Cree usted que sus emociones de compra depende de una buena atención al cliente?	
		Percepciones	29. ¿Usted de qué manera distingue a una MYPE mediante su experiencia de compra? 30. ¿Considera usted que la publicidad cambia su percepción sobre el producto y servicio? 31. ¿Considera que la experiencia de compra es una opción para apreciar un buen servicio?	



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### **Cuestionario dirigido a trabajadores**

¡Buen día!, Soy estudiante de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, de la carrera de Administración de Empresas, me encuentro realizando una investigación denominado “Caracterización de la capacitación y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central distrito Catacaos-Piura, año 2018”, por ello acudo a Ud. con el fin de que lea y conteste a las preguntas marcando una (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente, 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.

1. ¿Usted recibió capacitación al momento de ingresar a la MYPE?  
a) Si                      b) No
2. ¿Usted ha tenido algún inconveniente de cómo vender el producto?  
a) Si                      b) No
3. ¿Usted como colaborador qué tema requiere para una capacitación?  
a) Conocimientos    b) Habilidades    c) Actitudes    d) Otros
4. ¿Cree usted que es necesaria la capacitación en su área de trabajo?  
a) Si                      b) No
5. ¿Cree usted que la capacitación en habilidades atrae mejores resultados?  
a) Si                      b) No
6. ¿Considera que todos los trabajadores necesitan varias capacitaciones para mejorar sus habilidades?  
a) Si                      b) No
7. ¿Se siente motivado cuando ejerce su labor en la MYPE?  
a) Si                      b) No
8. ¿Usted como colaborador necesita ser motivado constantemente?  
a) Si                      b) No
9. ¿Usted como trabajador ha tenido una actitud negativa hacia los clientes?  
a) Si                      b) No

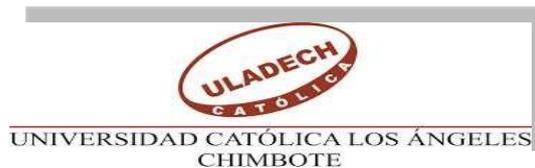


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### Cuestionario dirigido a propietarios

¡Buen día!, Soy estudiante de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, de la carrera de Administración de Empresas, me encuentro realizando una investigación denominado “Caracterización de la capacitación y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central distrito Catacaos-Piura, año 2018”, por ello acudo a Ud. con el fin de que lea y conteste a las preguntas marcando una (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente, 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.

10. ¿La empresa cuenta con un presupuesto para realizar capacitaciones?  
a) Si            b) No
11. ¿De cuánto es el presupuesto de las capacitaciones?  
a) 300    b) 500    c) 1,000    d) Más    e) Nada
12. ¿Usted y sus colaboradores constantemente han sido capacitado con un especialista?  
a) Siempre    b) Casi siempre    c) Nunca
13. ¿Sus colaboradores en sus capacitaciones han contado con el material necesario?  
a) Si            b) No
14. ¿Los materiales que se requiere en una capacitación son de un costo elevado?  
a) Si            b) No
15. ¿La empresa cuenta con el equipo necesario para que los especialistas realicen sin ninguna dificultad su capacitación?  
a) Si            b) No
16. ¿Usted como dueño de la MYPE, qué equipo requiere el capacitador para lograr un mejor desarrollo de la capacitación?  
a) Proyector    b) Laptops    c) Materiales didácticos    d) Otros
17. ¿Usted consideraría brindarles un curso de capacitación en otro lugar a sus colaboradores?  
a) Si            b) No



### **Cuestionario dirigido a clientes**

¡Buen día!, Soy estudiante de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, de la carrera de Administración de Empresas, me encuentro realizando una investigación denominado “Caracterización de la capacitación y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central distrito Catacaos-Piura, año 2018”, por ello acudo a Ud. con el fin de que lea y conteste a las preguntas marcando una (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente, 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.

18. ¿Usted asegura que la atención ofrecida le proporciona seguridad para adquirir el producto?  
a) Si                      b) No
19. ¿Considera usted que la atención proporcionada cumplen con requisitos satisfactorios?  
a) Si                      b) No
20. ¿Usted como cliente ha tenido alguna queja sobre la atención que brinda la empresa?  
a) Siempre    b) Casi siempre    c) Nunca
21. ¿Considera que los vendedores ejercen su trabajo con total profesionalismo?  
a) Si                      b) No
22. ¿Considera usted que el trato es adecuado para una buena la atención al cliente?  
a) Si                      b) No
23. ¿Considera usted que el nivel de eficiencia cumple con lo que usted solicita como cliente?  
a) Siempre    b) casi siempre    c) Nunca
24. ¿Considera usted el estilo de vida de las personas influye en el momento de adquirir un producto?  
a) Si                      b) No

25. ¿Usted tiene un comportamiento diferente al momento de realizar una compra?  
a) Siempre    b) Casi siempre    c) Nunca
26. ¿Ha tenido un comportamiento negativo después de realizar una compra?  
a) Si            b) No
27. ¿Usted de qué manera distingue a una MYPE mediante su experiencia de compra?  
a) Calidad de producto    b) Buen servicio    c) Ambiente agradable    d) Otros
28. ¿Considera usted que la publicidad cambia su percepción sobre el producto y servicio?  
a) Si            b) No
29. ¿Considera que la experiencia de compra es una opción para apreciar un buen servicio?  
a) Si            b) No
30. ¿Sus emociones influyen al momento de tomar la decisión de compra?  
a) Si            b) No
31. ¿Cree usted que las emociones de compra depende de una buena atención al cliente?  
a) Si            b) No

Matriz de resultados				alternativa en base a porcentajes				
Variable	Dimensión	Indicadores	Pregunta	a	b	c	d	e
Capacitación	Requerimientos de capacitación	Conocimientos	1. ¿Usted recibió capacitación al momento de ingresar a la MYPE? a) Si                      b) No	44%	56%			
			2. ¿Usted ha tenido algún inconveniente de cómo vender el producto? a) Si                      b) No	67%	33%			
			3. ¿Usted como colaborador qué capacitación requiere? a) Conocimientos    b) Habilidades    c) Actitudes    d) Otros	67%	22%	11%	0%	
		Habilidades	4. ¿Cree usted que es necesaria la capacitación en su área de trabajo? a) Si                      b) No	<b>100%</b>				
			5. ¿Cree usted que la capacitación en habilidades atrae mejores resultados? a) Si                      b) No	<b>89%</b>	11%			
			6. ¿Considera que todos los trabajadores necesitan varias capacitaciones para mejorar sus habilidades? a) Si                      b) No	<b>100%</b>	0%			
		Actitudes	7. ¿Se siente motivado cuando ejerce su labor en la MYPE? a) Si                      b) No	<b>89%</b>	11%			
			8. ¿Usted como colaborador necesita ser motivado constantemente? a) Si                      b) No	33%	67%			
			9. ¿Usted como trabajador ha tenido una actitud negativa hacia los clientes? a) Si                      b) No	11%	89%			

	Costo de capacitación	Honorario	<p>10. ¿La empresa cuenta con un presupuesto para realizar capacitaciones? a) Si                    b) No</p> <p>11. ¿De cuánto es el presupuesto de las capacitaciones? a) 300   b) 500   c) 1,000   d) Más   e) Nada</p> <p>12. ¿Usted y sus colaboradores constantemente han sido capacitado con un especialista? a) Siempre   b) Casi siempre   c) Nunca</p>	20%	<b>80%</b>			
		Material	<p>13. ¿Sus colaboradores en sus capacitaciones han contado con el material necesario? a) Si                    b) No</p> <p>14. ¿Los materiales que se requiere en una capacitación son de un costo elevado? a) Si                    b) No</p>	20%	80%			
		Equipamiento	<p>15. ¿La empresa cuenta con el equipo necesario para que los especialistas realicen sin ninguna dificultad su capacitación? a) Si                    b) No</p> <p>16. ¿Usted como dueño de la MYPE, qué equipo requiere el capacitador para lograr un mejor desarrollo de la capacitación? a) Proyector   b) Laptops   c) Materiales didácticos   d) Otros</p>	0%	<b>100%</b>			
		Transporte	<p>17. ¿Usted consideraría brindarles un curso de capacitación en otro lugar a sus colaboradores? a) Si                    b) No</p>	80%	0%	20%	0%	
				0%	<b>100%</b>			

Atención al cliente	Elementos	Seguridad	18. ¿Usted asegura que la atención ofrecida le proporciona seguridad para adquirir el producto? a) Si                      b) No	79%	21%			
			19. ¿Considera usted que la atención proporcionada cumplen con requisitos satisfactorios? a) Si                      b) No	67%	33%			
		Profesionalismo	20. ¿Usted como cliente ha tenido alguna queja sobre la atención que brinda la empresa? a) Siempre    b) Casi siempre    c) Nunca	0%	4%	96%		
			21. ¿Considera que los vendedores ejercen su trabajo con total profesionalismo? a) Si                      b) No	<b>83%</b>	17%			
	Cortesía	22. ¿Considera usted que el trato es adecuado para una buena atención al cliente? a) Si                      b) No	74%	26%				
	Capacidad de respuesta	23. ¿Considera usted la atención que brinda la MYPE cumple con lo que usted solicita como cliente? a) Siempre    b) casi siempre    c) Nunca	80%	18%	2%			

Experiencia de los clientes	Comportamiento	24. ¿Considera usted el estilo de vida de las personas influye en el momento de adquirir un producto? a) Si                      b) No	<b>89%</b>	11%			
		25. ¿Usted tiene un comportamiento diferente al momento de realizar una compra? a) Siempre    b) Casi siempre    c) Nunca	15%	76%	9%		
		26. ¿Ha tenido un comportamiento negativo después de realizar una compra? a) Si                      b) No	15%	85%			
	Emociones	27. ¿Sus emociones influyen al momento de tomar la decisión de compra? a) Si                      b) No	66%	34%			
		28. ¿Cree usted que sus emociones de compra depende de una buena atención al cliente? a) Si                      b) No	56%	44%			
	Percepciones	29. ¿Usted de qué manera distingue a una MYPE mediante su experiencia de compra? a) Calidad de producto    b) Buen servicio    c) Ambiente agradable    d) Otros	43%	51%	5%	1%	
		30. ¿Considera usted que la publicidad cambia su percepción sobre el producto y servicio? a) Si                      b) No	<b>92%</b>	8%			
		31. ¿Considera que la experiencia de compra es una opción para apreciar un buen servicio? a) Si                      b) No	<b>94%</b>	6%			

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Amos Marcelo Givacoltio Vera identificado  
con DNI N° 02867439 MAGISTER EN:

ADM. y Dirección de Empresas,

Por medio de la presente hago constar que revisado con fines de validación el  
instrumento de recolección de datos: CUESTIONARIO

Elaborado por: Benites Bautista Ronald Junior. A los efectos de su aplicación a los  
elementos de la población (muestra) seleccionada por el trabajo de investigación:

"Caracterización de la capacitación y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro  
prendas de vestir para damas y caballeros mercado central distrito Catacaos-Piura, año  
2018", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta  
las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 31 de Mayo del 2018.

  
Lic. Adm. Carlos M. Guecocho V.  
C.I.A.A. 2888

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo MANUEL GERARDO MORAÑO HINOSTRADA identificado  
con DNI N° 82659233 MAGISTER EN:

CIENCIAS POLÍTICAS - IIC. EN ADMINISTRACIÓN;

Por medio de la presente hago constar que revisado con fines de validación el  
instrumento de recolección de datos: CUESTIONARIO.

Elaborado por: Benites Bautista Ronald Junior. A los efectos de su aplicación a los  
elementos de la población (muestra) seleccionada por el trabajo de investigación:

“Caracterización de la capacitación y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro  
prendas de vestir para damas y caballeros mercado central distrito Catacaos-Piura; año  
2018”, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta  
las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 29 de Mayo del 2018.

Mp. Lic. Adm. Manuel G. Mora Hinostrada  
C.I.A.O. PIURA

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo IVAN ARTURO GUZMAN CASTRO identificado

con DNI N° 03777308, MAGISTER EN:

Docencia y Metodología de Investigación;

Por medio de la presente hago constar que revisado con fines de validación el

instrumento de recolección de datos: QUESTIONARIO

Elaborado por: Benites Bautista Ronald Junior. A los efectos de su aplicación a los

elementos de la población (muestra) seleccionada por el trabajo de investigación:

"Caracterización de la capacitación y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro

prendas de vestir para damas y caballeros mercado central distrito Catacaos-Piura, año

2018", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta

las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 29 de MAYO del 2018.

  
Ag. IVAN GUZMAN CASTRO  
CLAD N° 5107

Libro de códigos

Fuente: trabajadores (T)

SI: 2
NO: 1

Alternativa a: 1
Alternativa b: 2
Alternativa c: 3
Alternativa d: 4

Preguntas Personas	1	2	3	4	5	6	7	8	9
T1	1	1	1	2	2	2	2	1	1
T2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
T3	2	2	3	2	2	2	2	1	1
T4	2	2	1	2	2	2	2	1	1
T5	1	1	1	2	2	2	2	1	1
T6	1	2	1	2	2	2	2	2	2
T7	2	2	1	2	2	2	2	2	1
T8	1	2	2	2	1	2	1	1	1
T9	1	1	1	2	2	2	2	1	1
Total	2= 4 1= 5 = <b>9</b>	2= 6 1= 3 = <b>9</b>	1= 6 2= 2 3= 1 4=0 = <b>9</b>	2= 9 1= 0 = <b>9</b>	2= 8 1= 1 = <b>9</b>	2= 9 1= 0 = <b>9</b>	2= 8 1= 1 = <b>9</b>	2= 3 1= 6 = <b>9</b>	2= 1 1= 8 = <b>9</b>
%	44% 56%	67% 33%	67% 22% 11%	100% 0%	89% 11%	100% 0%	89% 11%	33% 67%	89% 11%

Fuente propietarios (P)

Preguntas Personas	1	2	3	4	5	6	7	8
T1	1	4	3	1	2	1	3	1
T2	1	4	3	1	1	1	1	1
T3	2	1	2	2	2	1	1	2
T4	1	4	3	1	2	1	1	1
T5	1	4	3	1	1	1	1	1
Total	2= 1 1= 4 = <b>5</b>	1= 4 2= 1 3= 0 4=0 5=4 = <b>5</b>	1= 0 2= 1 3= 4 = <b>5</b>	2= 1 1= 4 = <b>5</b>	2= 3 1= 2 = <b>5</b>	2= 0 1= 5 = <b>5</b>	1= 4 2= 0 3= 1 4=0 = <b>5</b>	2= 1 1= 4 = <b>5</b>
%	44% 56%	80% 20% 0% 0%	0% 20% 80%	20% 80%	60% 40%	0% 100%	80% 0% 20% 0%	20% 80%

Fuente clientes (C)

Preguntas Personas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
2	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
3	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1
4	2	1	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
5	2	2	3	2	1	1	2	3	1	2	2	2	1	2
6	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2
7	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
8	2	2	3	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2	1
9	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
10	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
11	1	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2
12	2	2	3	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2
13	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2
14	1	1	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1
15	1	2	3	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1
16	1	1	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1
17	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	2	1	2
18	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
19	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
20	1	1	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1
21	1	1	3	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	1
22	2	2	3	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
23	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2
24	2	1	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1
25	1	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1
26	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
27	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
28	2	2	3	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1
29	2	1	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2
30	1	2	3	2	2	3	2	3	1	2	1	2	1	2
31	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	1
32	2	1	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
33	2	2	3	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2
34	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2
35	1	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
36	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	1
37	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2

38	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
39	2	1	3	2	2	1	2	3	2	2	2	1	2	1
40	1	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2
41	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2
42	2	2	3	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1
43	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
44	2	2	3	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	2
45	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2
46	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
47	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2
48	1	1	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1
49	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
50	2	2	3	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1
51	2	1	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2
52	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1
53	2	2	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1
54	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1
55	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
56	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
57	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1
58	1	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
59	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2
60	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2
61	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1
62	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
63	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1
64	2	1	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	1	2
65	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
66	1	1	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1
67	2	2	3	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2
68	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
69	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
70	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
71	1	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1
72	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
73	1	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
74	2	2	3	2	2	3	2	2	1	2	1	2	1	2
75	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1
76	2	1	3	2	2	1	2	3	1	2	2	2	1	2
77	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
78	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1
79	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2
80	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1
81	1	2	3	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2
82	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
83	2	1	3	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1
84	2	2	3	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
85	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1

86	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1
87	2	2	3	2	2	1	2	3	1	2	2	2	1	2
88	2	2	3	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
89	2	2	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2
90	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
91	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
92	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1
93	2	1	3	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2
94	2	2	3	2	1	1	2	3	1	2	2	2	1	2
95	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
96	1	1	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
97	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1
98	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
99	2	2	3	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	1
100	1	1	3	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2
101	2	2	3	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2
102	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2
103	1	1	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1
104	1	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
105	1	1	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1
106	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2
107	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
108	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
109	1	1	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1
110	1	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
111	2	2	3	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2
112	2	1	3	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2
113	2	1	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1
114	1	1	3	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	1
115	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
116	2	2	3	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2
117	2	2	3	2	1	3	1	2	1	2	2	2	2	1
118	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
119	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2
120	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
121	2	1	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
122	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2
123	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2
124	1	1	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1
125	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
126	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2
127	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
128	2	1	3	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1
129	1	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2
130	2	2	2	2	1	1	2	3	1	2	2	2	1	2
131	2	2	3	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1
132	2	1	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1
133	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2

134	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2
135	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
136	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
137	1	1	3	2	2	1	2	3	1	2	2	2	1	1
138	1	1	3	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2
139	2	2	3	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1
140	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
141	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1
142	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
143	2	2	3	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1
144	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
145	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
146	2	2	3	2	2	1	2	3	1	2	2	2	1	1
147	1	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
148	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2
149	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
150	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1
151	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
152	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1
153	2	1	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2
154	1	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
155	1	1	3	2	2	3	2	3	1	2	2	2	2	1
156	2	2	3	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2
157	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2
158	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
159	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
160	1	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1
161	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
162	1	1	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1
163	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2
164	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
165	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
166	2	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2
167	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1
168	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2
169	2	2	3	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	1
170	1	2	3	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2
171	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
172	2	1	3	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1
173	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
174	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1
175	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1
176	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
177	2	2	3	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
178	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
179	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
180	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
181	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1

182	2	1	3	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
183	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2
184	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
185	1	1	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1
186	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1
187	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
188	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
189	1	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2
190	2	2	3	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2
191	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2
192	1	1	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1
193	1	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
194	1	1	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1
195	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2
196	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
197	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2
198	1	1	3	2	1	1	2	3	1	2	2	2	2	1
199	1	1	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1
200	2	2	3	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
201	2	1	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2
202	2	1	3	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1
203	1	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1
204	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
205	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
206	2	2	3	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1
207	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
208	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2
209	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1
210	2	1	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
211	2	2	3	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2
212	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
213	1	1	3	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	1
214	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
215	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2
216	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
217	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1
218	1	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2
219	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2
220	2	2	3	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1
221	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1
222	2	2	3	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2
223	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2
224	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
225	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
226	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1
227	1	1	3	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2
228	2	2	3	2	1	1	1	3	1	2	2	2	2	1
229	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2

230	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1
231	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
232	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1
233	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
234	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
235	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1
236	1	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
237	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2
238	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
239	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1
240	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
241	2	2	3	2	2	1	2	3	1	2	2	2	1	1
242	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
243	1	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
244	1	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
245	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2
246	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
247	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
248	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
249	1	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1
250	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
251	1	1	3	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	1
252	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2
253	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
254	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
255	2	2	3	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
256	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1
257	2	2	3	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2
258	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1
259	1	2	3	1	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2
260	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
261	2	1	3	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1
262	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
263	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
264	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1
265	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2
266	2	2	3	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
267	2	2	3	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	2
268	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
269	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
270	2	1	3	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1
271	2	1	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
272	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
273	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
274	1	1	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
275	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1
276	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2
277	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1

278	1	1	3	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2
279	2	2	3	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2
280	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2
281	1	1	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1
282	1	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
283	1	1	3	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	1
284	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2
285	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
286	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
287	1	1	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1
288	1	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
289	2	2	3	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2
290	2	1	3	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2
291	2	1	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1
292	1	1	3	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1
293	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
294	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
295	2	2	3	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1
296	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
297	1	2	3	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2
298	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
299	2	1	3	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2
300	2	2	3	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2
301	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
302	1	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
303	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
304	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2
305	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
306	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1
307	1	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2
308	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2
309	2	2	3	1	1	2	1	3	2	2	2	2	1	1
310	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
311	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
312	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2
313	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
314	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
315	1	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1
316	1	1	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
317	2	2	3	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1
318	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
319	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1
320	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
321	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1
322	2	2	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2
323	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
324	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1
325	1	1	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1

326	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2
327	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
328	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1
329	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
330	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1
331	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
332	1	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
333	1	1	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1
334	2	2	3	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2
335	2	2	3	2	1	1	2	3	1	2	2	2	1	2
336	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
337	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
338	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1
339	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
340	1	1	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1
341	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2
342	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
343	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
344	2	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2
345	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1
346	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2
347	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1
348	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
349	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
350	2	1	3	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1
351	2	2	3	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
352	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1
353	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1
354	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
355	2	2	3	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2
356	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
357	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
358	2	2	3	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2
359	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1
360	1	2	3	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	2
361	2	2	3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1
362	2	1	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2
363	1	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2
364	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1
365	2	1	3	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2
366	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
367	1	1	3	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1
368	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1
369	2	1	3	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
370	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2
371	1	2	3	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1
372	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
373	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1

374	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
375	1	1	3	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2
376	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
377	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2
378	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
379	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2
380	2	1	3	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2
381	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
382	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
383	1	1	3	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2
384	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1
Total	2= 302 1= 82 = <b>384</b>	2= 259 1= 125 = <b>384</b>	1= 0 2= 16 3= 367 = <b>384</b>	2= 319 1= 65 = <b>384</b>	2= 285 1= 99 = <b>384</b>	1= 306 2= 69 3= 9 = <b>384</b>	2= 341 1= 43 = <b>384</b>	1= 56 2= 293 3= 35 = <b>384</b>	2= 328 1= 56 = <b>88</b>	1= 165 2= 196 3= 18 4=5 = <b>384</b>	2= 354 1= 30 = <b>384</b>	2= 362 1= 22 = <b>384</b>	2= 254 1= 130 = <b>384</b>	2= 216 1= 168 = <b>384</b>
%	78 % 21 %	67 % 33 %	0% 4% 96 %	83 % 17 %	74 % 26 %	80 % 18 % 2%	89 % 11 %	15 % 76 % 9%	15 % 85 %	43% 51% 5% 1%	92 % 8%	94 % 6%	66 % 34 %	56 % 44 %

## Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 14-ene-2020 17:57 -05

Identificador: 1243214247

Número de palabras: 11334

Entregado: 1

Informe final Por Ronald Benites Bautista

Índice de similitud	Similitud según fuente
0%	Internet Sources: 0%
	Publicaciones: 0%
	Trabajos del estudiante: 0%

USER: 45757402

Nro: 082020-00007853  
Fecha: 16-01-2020 16:50

### **CONSTANCIA DE NO ADEUDO**

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) BENITES BAUTISTA RONALD JUNIOR, con código de matrícula 0811141104, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

PIURA, 16 DE ENERO DEL 2020.

  
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE  
UNIDAD DE CALA PIURA  
Juliana Lisseth Moscol Carbajo

  
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE  
CALA PIURA  
Sra. Ana Silvia Chuyes Guevara  
ESPECIALISTA C.I.R.

V°B° CAJA

V°B° BIBLIOTECA (\*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA  
(\*)

(\*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.