



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA
CAPACITACION DE LAS MYPES DEL SECTOR
HOTELES, DEL DISTRITO Y PROVINCIA DE SATIPO,
HASTA EL PERIODO 2017.**

**TRABAJO DE INVESTIGACION PARA OPTAR EL GRADO
ACADEMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTORA

EST. ZAVALA SILVA FRIORELA LIZ

ORCID: 0000-0003-2701-3381

ASESORA

MGTR. ECONOM. MARCO ANTONIO CAMPOS GONZALES.

ORCID: 0000-0002-9624-7125

**SATIPO – PERÚ
2018**

AUTORA

Est. Zavala Silva Friorela Liz

ORCID: 0000-0003-2701-3381

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Chimbote, Perú

ASESORA

Mgtr. Econom. Marco Antonio Campos Gonzales

ORCID: 0000-0002-9624-7125

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Dr. Geider Grandes García

ORCID: 0000-0002-4893-6890

Mgtr. Sergio O. Ortiz García

ORCID: 0000-0001-7795-3211

Mgtr. José Luis Meza Salinas

ORCID: 0000-0002-3312-7273

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

**DR. GEIDER GRANDES GARCÍA
PRESIDENTE**

**MGTR. SERGIO O. ORTIZ GARCÍA
MIEMBRO**

**MGTR. JOSÉ LUIS MEZA SALINAS
MIEMBRO**

**MGTR. MARCO ANTONIO CAMPOS GONZALES
ASESORA**

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por haberme guiado por el camino correcto donde estoy ahora y a mi madre por sus apoyos incondicionales, cariños y sacrificio, y a mis queridos hermanos.

Y también al Mgtr. ECO. CAMPOS GONALES MARCOO ANTONIO y a todos mis queridos profesores de la universidad uladech por la enseñanza, fuerza y apoyo incondicional y el compromiso que tienen con nosotros como estudiantes para ser buenos profesoraes. gracias.

DEDICATORIA

A mi madre y hermanos por su apoyo incondicional, por sus palabras de aliento, por incentivarme a seguir cumpliendo metas y así alcanzar el éxito personal y profesional.

A Dios darnos a dia mayor sabiduría, por estar en mi camino para así culminar con éxito mi carrera.

RESUMEN

El presente informe de investigación tiene como objetivo general, describir las principales características de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hoteles del distrito de satipo; 2017. Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva cuantitativa y diseño transaccional. Para la recolección de información se identificó una población de 18 empleados, de los cuales se consideró una muestra de 95 empleados a quienes se les aplicó un cuestionario de 19 preguntas cerradas por medio de la encuesta, de lo cual se obtuvo los resultados siguientes: El 31,82% manifestaron que los conocimientos de los empleados son limitados para contestar las preguntas de los clientes, 27,3% expresaron que regularmente el personal es capaz de escuchar y responder acertadamente a las opiniones de los clientes y el 38% indicaron que muy limitadas veces el personal del hotel culmina el servicio en el tiempo decidido. Finalmente se concluye que en los diversos hoteles del distrito de satipo existe falta de capacitación en atención al cliente por ello existe un grupo de clientes insatisfechos con la atención brindada, mientras la otra parte optan por retirarse del establecimiento sin adquirir servicio.

Palabras Clave: *MYPE, capacitación y hoteles.*

ABSTRACT

The general objective of this research report is to describe the main characteristics of customer service training in micro and small companies in the services sector - hotels in the Satipo district; 2017. For the development of this work, a type and level of quantitative descriptive research and transactional design was used. For the collection of information a population of 18 employees was identified, of which a sample of 95 employees was considered to whom a questionnaire of 19 closed questions was applied by means of the survey, from which the following results were obtained: 31.82% said that the employees' knowledge is limited to answer the questions of the clients, 27.3% expressed that regularly the staff is able to listen and respond correctly to the opinions of the clients and 38% indicated that very Limited times the hotel staff culminates the service at the appointed time. Finally, it is concluded that in the various hotels of the Satipo district there is a lack of training in customer service, which is why there is a group of customers who are dissatisfied with the service provided, while the other party chooses to withdraw from the establishment without acquiring service.

Keywords: *MSE, training and hotels.*

INDICE

1. Título de la Tesis.....	i
2. Equipo de Trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria (opcional).....	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de Figura, tablas y cuadros	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	7
2.1 ANTECEDENTES.....	7
2.2 BASES TEORICAS.....	15
III. HIPÓTESIS	32
IV. METODOLOGÍA.....	33
4.1 Diseño de la investigación	33
4.2 Población y muestra	33
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	35
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	36
4.5 Plan de análisis.....	36
4.6 Matriz de consistencia.....	37
4.7 Principios éticos	38
V. RESULTADOS.....	39
5.1 Análisis de Resultados	39

VI. CONCLUSIONES.....	41
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	42
ANEXOS:	48

INDICE DE TABLAS:

Tabla 1: Sexo del Representante Legal.....	51
Tabla 2: Edad del Representante Legal	52
Tabla 3: Estado Civil	52
Tabla 4: Grado de Instrucción	52
Tabla 5: Cargo del Representante Legal.....	52
Tabla 6: Cantidad de Trabajadores	53
Tabla 7: Edad de los Trabajadores.....	53
Tabla 8: Años de Funcionamiento	53
Tabla 9: Promedio de Clientes al Día	54
Tabla 10: Nivel de Formalización	54
Tabla 11: Régimen Tributario Afiliado	54
Tabla 12: Equipo Anti-incendios.....	54
Tabla 13: Certificación Defensa Civil	55
Tabla 14: Solicito Algún Préstamo.....	55
Tabla 15: Fuente de Financiamiento.....	55
Tabla 16: Inversión del Financiamiento	56
Tabla 17: Monto del Préstamo.....	56
Tabla 18: Tiempo de Pago	56
Tabla 19: Problemas al Solicitar el Préstamo	56
Tabla 20: Mejoró la Rentabilidad	57
Tabla 21: Considera Rentable su MYPE	57
Tabla 22: Nivel de Rentabilidad	57

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.- Distribución del sexo en los representantes legales de las MYPES del área de estudio	58
Figura 2.- Distribución de edad de los representantes legales de las MYPES del área de estudio	58
Figura 3.- Distribución de estado civil de los representantes legales de las MYPES del área de estudio.....	58
Figura 4.- Distribución de grado de instrucción de los representantes legales de las MYPES del área de estudio	59
Figura 5.- Distribución de cargo de los representantes legales de las MYPES del área de estudio.	59
Figura 6.- Distribución de cantidad de trabajadores de las MYPES del área de estudio	60
Figura 7.- Distribución de edad de los trabajadores de las MYPES del área de estudio	60
Figura 8.- Distribución de años de funcionamiento de las MYPES del área de estudio.....	60
Figura 9.- Distribución de promedio de clientes al día de las MYPES del área de estudio.....	60
Figura 10.- Distribución de nivel de formalización de las MYPES del área de estudio	61
Figura 11.- Distribución de régimen tributario afiliado de las MYPES del área de estudio.....	61

Figura 12.- Distribución de equipo anti-incendios de las MYPES del área de estudio	61
Figura 13.- Distribución de certificación de defensa civil de las MYPES del área de estudio.....	62
Figura 14.- Distribución de solicitud de préstamo de las MYPES del área de estudio.	62
Figura 15.- Distribución de fuente de financiamiento de las MYPES del área de estudio.....	62
Figura 16.- Distribución de inversión del financiamiento de las MYPES del área de estudio.....	63
Figura 17.- Distribución de monto del préstamo de las MYPES del área de estudio	63
Figura 18.- Distribución de tiempo de pago del préstamo adquirido por las MYPES del área de estudio.....	63
Figura 19.- Distribución de problemas al solicitar el préstamo de las MYPES del área de estudio.....	64
Figura 20.- Distribución de mejora de rentabilidad después del préstamo adquirido por las MYPES del área de estudio.....	64
Figura 21.- Distribución de rentabilidad de las MYPES del área de estudio.....	64
Figura 22.- Distribución de nivel de rentabilidad de las MYPES del área de estudio.	65

I. INTRODUCCIÓN

En el ambiente actual la capacitación es una de las variables consideradas clave en la atención al cliente para la competitividad de los hoteles, tiene claro que, si quieren seguir en un mercado tan competitivo como el actual, tienen que ofrecer una buena atención al cliente, se convierte en algo totalmente necesario. Porque nuestra micro y pequeñas empresas sean cada vez mejores está impulsado a la uladech que, a través de su carrera profesional de administración a establecer como línea de investigación oficial a la capacitación, dentro del cual se enmarcará el presente trabajo con el tema atención al cliente.

El interés sobre la capacitación se debe a que, en el distrito de Satipo, se ha reflejado disgustos por parte de los clientes sobre la atención ofrecido en las MYPES del rubro hoteles, generando quejas, incomodidades y descontento entre los comensales.

En la actualidad, los micros y pequeñas empresas (MYPE) poseen un destacable comportamiento dentro del desarrollo social y económico de cada nación, cumpliendo un papel importante en el proceso del cambio tecnológico y procreando a su vez una fuente considerable de actividad innovadora. Es por ello, que en el país de Latinoamérica enfrentan grandes desafíos para asegurar su crecimiento, convirtiéndose cada año en la mayor fuente generadora de empleo, pese a las dificultades que tienen para formalizarse y la falta de financiamiento, por eso, es importante apoyar a las micro y pequeñas empresas en muchos aspectos como por ejemplo la reducción de obstáculos administrativos y legislativos que dificultan su normal funcionamiento. Para En los países de América Latina las MYPE se encuentran afectados por problemas sociales, como los de extrema

pobreza, es en este contexto en el cual se desarrollan la mayoría de micro y pequeñas empresas, las cuales podemos encontrar en zonas urbanas, zonas rurales y en todos los sectores de la economía, sin embargo, solo un mínimo porcentaje de estas microempresas tiene acceso a servicios financieros institucionalizados. Las microempresas actualmente están representando una parte importante de la fuerza laboral en muchos países y constituye en sí misma el centro de la actividad económica, existe una enorme variedad de microempresas, mientras que algunas pueden describirse actividades de subsistencia, otras utilizan métodos de producción relativamente sofisticados, registran un rápido crecimiento y están relativamente relacionados con empresas grandes del sector formal de la economía de América Latina. (Sánchez, 2006).

Hoy en día el poco interés por parte de los propietarios de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles en el distrito de Satipo, ha dado iniciativa a que no se pueda realizar capacitaciones al personal que presta sus servicios en dichos hoteles, lo que genera una poca preparación en el empleado respecto al servicio brindado a la atención al cliente, esto, no les permite crecer y diferenciarse con sus competidores, mejorar la calidad de servicio y satisfacer las necesidades a los clientes que frecuentan estos establecimientos, La atención al cliente es reflejado según se ofrezca un servicio o un producto. Si lo que se vende es un servicio, se debe dar más prioridad a la detección de los gustos y necesidades del cliente y responder con la sinceridad a sus dudas y preguntas. Jamás prometer lo que el establecimiento no puede cumplir, y atenderlo siempre con amabilidad y calidad. teniendo presente que una atención de calidad no responde a una buena intención, sino a una estrategia de negocios fundamental para seguir operando en el

mercado competitivo además se debe de tener en cuenta que la atención no culmina con la venta del producto, Con relación a las MYPE del rubro hoteles son establecimientos de servicio donde las personas se alojan mediante un precio que va de acuerdo con la clase del establecimiento varia depende el lugar donde esté ubicado, la comodidad que brinda y la calidad de su servicio. El rubro hoteles está contribuyendo con la alta reproducción de empleo y a su vez está generando un nivel alto de rentabilidad social para el estado peruano. En el Perú el rubro hoteles creció el 9,55% cifra superior al 5, 58% de crecimiento de la economía nacional contribuyendo a generar altos niveles de empleo y de rentabilidad social. (Andina, 2012). Además, es muy reconocido por su servicio, por ser un país que interviene mucho en sus destinos turísticos; los hoteles son el punto estratégico para descansar, brindan muchas variedades de servicios a las diferentes personas; es por tanto que la atención que brinda al cliente de los distintos hoteles debe ser superior al prestado en otros lugares. Al ofrecer un distinguido servicio, mediante estos se encontrarán satisfechos y por ende la empresa obtendrá mejores resultados económicos y financieros y su rentabilidad tendrá consecuencias positivas. (Pérez, 2014).

Cabrerizo (2008) Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo; como sustenta, "En un mundo globalizado como en el que estamos viviendo, la excelencia en el servicio al cliente es un valor agregado y diferenciador entre organizaciones que conlleva, la mayoría de las ocasiones, a la lealtad del cliente hacia la empresa y hacia el personal", La metodología a emplearse en el presente estudio será tipo descriptivo,

nivel cuantitativo, porque calificará la atención del cliente las MYPE rubro hoteles del distrito de Satipo.

Estos resultados ayudaran a las ciencias administrativas a fin de fortalecer a los micros y pequeñas empresas y se convierta el instrumento indispensable en la toma de decisiones. Así mismo servirá como antecedentes y base teórica para otros estudios posteriores a ser realizados por los profesionales y estudiantes de administración. Al acabar el estudio se concluyó que todos los hoteles de la ciudad de Satipo, no poseen parámetros establecidos de servicio al cliente por lo que; Se propone la implementación de la guía del servicio al cliente.

Si bien muchos negocios empiezan en casa del emprendedor uno de los primeros gastos que se deben considerar es el alquiler, señala Yanina Cáceres, directora de Negocios Financieros de Sentinel. Según Promperú, las exportaciones de, al menos, un centenar de las Mypes participantes en el proyecto de la CAF se incrementaron en 15% durante los últimos cuatro años. Según Mi banco, este porcentaje es menor a lo registrado el año pasado. de otro lado, el 48% de empresarios Mype señala que invertirá en su propio negocio con las ganancias que registrarán.

Liderar una empresa progresista es una tarea difícil. Pocas son las empresas que se consolidan, surgen problemas y cambian sus objetivos, se meten en dificultades y dilapidan sus recursos. Hoy en día, en nuestro país, son muchas las personas que se han involucrado en el campo del negocio como consecuencia de los ceses masivos en las grandes fuentes de trabajo, principalmente en los Organismos de la Administración Pública, dando lugar al fenómeno llamado reconversión laboral y al nacimiento de miles de nuevos empresarios

autogestionarios que convergen al lugar común de las oportunidades denominado mercado, muchas veces sin el conocimiento elemental, los recursos indispensables y un modelo de desarrollo competitivo; otras tantas con una sobredosis de optimismo colindante con la ingenuidad y algunas, pensando que la forma más segura de estar empleado es siendo el dueño

En la actualidad las Mypes en el Perú están recibiendo apoyo de parte del gobierno y existen una gran cantidad de Mypes que son informales, me parece es por desconocimiento de un profesional quien los deben orientar, en la Selva Central en estos últimos años han aumentado los turistas debido a los atractivos turísticos y seguridad que existe en nuestra localidad. Teniendo estas y otras consideraciones paso a plantear mi problema de investigación.

Por lo expuesto se planteo el siguiente enunciado: ¿Cuáles son las principales características del financiamiento y la capacitación de las Mypes del sector turismo, rubro hoteles del distrito, provincia de Satipo, y como se encuentran asociados? Y como objetivo a ello: Determinar las principales características del financiamiento y la capacitación de las Mypes del sector turismo, rubro hoteles del distrito, provincia de Satipo, y la asociatividad entre las variables.

La actual investigación se justifica, porque nos permitirá conocer las principales características de atención al cliente en los micros y pequeñas empresas del sector servicios -rubro hoteles en el distrito de Satipo. De la misma forma esta investigación también servirá como referencia para futuros especialistas que busquen profundizar más en el tema de la capacitación en atención al cliente, puesto que los hallazgos se presentan en un contexto en el que las MYPE son las principales en la actualidad económica del país y es de tal importancia una adecuada

aplicación de la capacitación para el crecimiento y desarrollo de las mismas. También conseguirá generar conciencia en los gerentes de los hoteles sobre la orientación en cuanto a la atención al cliente de modo que puedan reconocer las características esenciales en las que necesitan mejorar la capacitación y lograr la satisfacción. El sustento teórico del presente informe de investigación se basará en la capacitación en atención a los clientes

La metodología aplicada a la investigación fue de diseño No Experimental, porque se observan los fenómenos tal cual se dan en su estado natural, así mismo es Transaccional o Transversal, ya que se adjuntarán los datos en un solo momento. En cuanto a las técnicas de investigación consideraremos la observación y las encuestas, así como sus correspondientes instrumentos de recolección de datos como es los cuestionarios estructurados. Los datos obtenidos mediante la adaptación de las técnicas e instrumentos antes indicados, recurriendo a los confidentes o fuentes también explicados, serán incorporados o ingresados al programa estadístico SPSS 20 / MS Excel para el procesamiento de datos, la presentación en tablas y gráficas y el análisis estadístico.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES

Antecedentes Internacionales:

Palacios (2013) nos dice que: políticas públicas para el desarrollo y fortalecimiento de empresas y trabajadores vulnerables, El siguiente estudio examina en las mypes qué factores determinan la decisión de las empresas chilenas a capacitar, A través de un análisis econométrico utilizando la base de datos ENCLA 2011, se analizan los determinantes de la decisión de las firmas, estudiando tanto la probabilidad de capacitar como también la magnitud de trabajadores capacitados.

Conclusiones. - La principal conclusión es la probabilidad de capacitar como también la magnitud de trabajadores capacitados manifiestan que se requieren importantes mejoras a nivel de estimación, los resultados acerca de las variables significativas permiten realizar algunas conclusiones relevantes.

Chacón (2012) su presente trabajo de investigación es titulado: “Servicio al cliente en los hospedajes del municipio de San Pedro La Laguna, departamento de Sololá” cuyo objetivo fue identificar el servicio al cliente que se ofrece en los hospedajes del municipio, de San Pedro La Laguna, de Sololá, lo cual se aplicó una investigación descriptiva teniendo una muestra de 7

hospedajes, 18 empleados de los hospedajes del municipio de San Pedro La Laguna.

MeraK (2009) en su investigación nos da una propuesta de un plan de capacitación para el personal que maneja los desechos, aplicado al servicio metropolitano de quito” universidad tecnológica equinoccial. El objetivo general del plan de capacitación en las mypes se ha cumplido porque se elaboró un plan de capacitación para el personal del área de servicios ambientales que maneja los desechos hospitalarios, el plan propuesto va a contribuir a mejorar el desempeño de los empleados, y preparar los para la ejecución eficiente de sus funciones, y de esta manera prevenir enfermedades manteniendo óptimas condiciones de salud en los empleados del hospital metropolitano, Los objetivos específicos se cumplieron porque se identificaron las necesidades de capacitación, que permitieron determinar los conocimientos, actitudes, y habilidades que se requieren para el óptimo desempeño del personal en sus puestos de trabajo, de la misma manera se estableció el presupuesto de capacitación, y se elaboró la programación de cada proyecto y sus respectivos costos.

Conclusiones: La principal conclusión Se analizó que Se estableció el número de empleados que se va a capacitar, las actividades antes, durante y después de la ejecución de la actividad.

Pineda (2006) nos dice que en la investigación de la república de cuba instituto superior pedagógico un sistema de capacitación para el desarrollo de la competencia comunicativa en los dirigentes de la educación técnica y profesional Los resultados encontrados a partir de la aplicación del pre-experimento corroboraron la idea a defender al demostrar que un sistema de capacitación tema la determinación de la competencia desarrollar, el diseño el sistema apartare los requerimientos psicopedagógicos, modalidad es de capacitación y el proceso aplicación de la capacitación desde su comprensión con fraccional, así como la panificación proactiva de la evaluación de su impacto en el desarrollo de dicha competencia. Conclusiones: es el proceso de aplicación de la capacitación desde su comprensión con fraccional, así como la panificación proactiva de la evaluación de su impacto en el desarrollo de dicha competencia:

Antecedentes Nacionales:

Huamán (2003) en dicha investigación de la universidad nacional mayor de santos marcos “ingeniería en la capacitación de operarios para la industria de la confección textil La formación basada en competencias sostiene que un nuevo enfoque centrado en el integrante como eje del aprendizaje, está dirigido al desarrollo de sus saberes y a su capacidad de movilizarse en situaciones reales de trabajo.

Conclusiones. Se La aplicación de sistema modular que se les otorga mayor dinamismo y flexibilidad a la capacitación.

Galván (2011) en su investigación denomina que de la unidad de postgrado universidad san marcos, capacitación como alternativa para mejorarla prestación de servicios de la empresa. La orientación laboral en las empresas. Mypes Hoy en día, es de mucha importancia que el capital humano de las empresas este comprometido con la empresa donde trabajando, que se sienta animado a realizar sus labores bien y a la primera, esto es, con calidad excelente. Esto solo se obtiene a través de un proceso de capacitación en las actividades en que consistan sus labores cotidianos, El objetivo general de dicha investigación va dirigido a una propuesta de capacitación como alternativa para mejorar la prestación de servicios de la empresa, Se exhiben los fundamentos teóricos sobre la prestación de servicios y funciones del personal en los diversos hospedajes, desde las circunstancias históricos de la capacitación, su definición y tipos, los beneficios y los fundamentos legales, hasta la situación actual del personal en cuanto a su motivación y percepción del clima organizacional.

Chávez (2012) en su estudio de la universidad tecnológica del Perú sistema de capacitación interna para la empresa gestiona. En las mypes La capacitación y la comunicación son los principales herramientas para el cambio hacia la cultura de la competitividad en las organizaciones, La capacitación debe estar fundamentada a la dirección y operación estratégicas y tecnológicas de la organización, Para que los esfuerzos se transformen en inversión en vez

de gasto, la capacitación debe partir de una cuidadosa y efectiva detección de necesidades.

Conclusiones, La principal conclusión de La capacitación y la comunicación son los principales herramientas para el cambio hacia la cultura de la competitividad en las organizaciones:

Cantú (2001) en el estudio de la universidad tecnológica el Perú Capacitación y adiestramiento. Factor base en la productividad y competitividad en las Empresas limeña.

La empresa FRISA, provee capacitación interna de sus empleados está enfocada a formar tutores internos que posean las herramientas y experiencia necesaria dentro de la empresa para capacitar a otros en diversas áreas.

Conclusiones Lo esencial es que la capacitación interna de sus empleados está enfocada a formar instructores internos que posean las herramientas y experiencia necesaria dentro de la empresa para capacitar a otros en diversas áreas:

Jaramillo (2006) en su su investigación de tesis doctoral Un Asam titulado, Calidad de servicio al cliente en empresas comerciales; concluye, "La empresa es consciente que el cliente de hoy está informado y no pretende seguir relaciones comerciales con una empresa que se encuentra en un nivel aceptable de prestación de un servicio, debido a la diversidad de ofertas y de productos sustitutos y/o complementarios en el mercado, los cuales hacen que los

consumidores de hoy sean pocos tolerables y exijan así calidad tanto en los productos como en el servicio al cliente.

Antecedentes locales

Fariña (2006) según Fariña nos dice que la capacitación en una estrategia de mejora de la calidad de atención, análisis de su implementación en cuatro servicios de neonatología del norte argentino, La orientación resulta una herramienta eficaz en las mYPES con resultados cuantitativos y cualitativos mensurables que impactan positivamente en la calidad de atención y en los resultados de los servicios en lo que se aplique. Conclusiones La principal conclusión es que existen diferencias significativas en tres de las cinco dimensiones de la capacitación con respecto a la percepción de gerentes, Impactan positivamente en la calidad de atención y en los resultados de los servicios en lo que se aplique.

Nieto (2008) en su análisis denominado “Evaluación de la percepción de la calidad en el servicio de hotel Asiatika” cuyo motivo general fue medir la percepción de la clientela sobre el nivel de atención al cliente del hotel, ubicado en la ciudad de Puebla, del uso de las herramientas tecnológicas de apoyo a esta área, disponibles hoy en día, para lo cual destina una investigación descriptiva, diseño de tipo no empírico y cuantitativo, con una muestra de 7 hoteles. Conclusiones: La prontitud del servicio fue sumamente criticada, ya que el 16,1% consideró que fue de muy mala a regular, en o lugar, se mostró

cierto descontento entre el precio y la calidad con un promedio de 4,31 lo cual puede ser consecuencia de inconformidades de otros aspectos.

Así mismo, los resultados lanzaron que la atención al cliente varía de forma sustancial entre los diferentes días y en los horarios de servicio, siendo el servicio del sábado y domingo el más evaluado en la mayor parte de los aspectos, seguido el servicio del sábado. Por lo que se identifica un nivel de calidad más alto constante, lo cual puede desconcentrar a los empleados.

Chacom (2012) el trabajo de investigación es titulado: “Servicio al cliente en los hoteles del municipio de San Pedro La Laguna, departamento de Sololá” cuyo objetivo general fue identificar el servicio al cliente que se ofrece en los hoteles del municipio, de San Pedro La Laguna, lo cual se aplicó una investigación descriptiva teniendo una muestra de 95 empleados de los hoteles del distrito de Huaraz.

Sánchez (2014) en dicho trabajo de tesis es planteado sobre “Capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en el hospedaje de la ciudad de Trujillo” cuyo objetivo consistió en elaborar un plan de capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado, para lo cual se aplicó una investigación experimental, utilizando un diseño en sucesión o en línea y la muestra estuvo conformada por 18 empleados

Monasy (2015) su correspondiente tesis es sobre “La atención al cliente en hospedaje de la provincia de Satipo, Perú en el año 2011”, cuyo objetivo

general consistió en determinar la fidelización y retención del cliente y la satisfacción del mismo de la provincia de Satipo. El tipo de investigación que se aplicó fue la investigación descriptiva y explicativa y bajo un paradigma cuantitativo ya que se llevó a cabo una encuesta para obtener información acerca de la opinión y características del objeto de investigación, cabe resaltar que la encuesta se aplicó a 18 empleados de diversos hospedajes de Chíncha. Conclusiones: El cliente por naturaleza es cada vez más exigente, por tal razón, es importante implantar nuevas estrategias que le llamen la atención para satisfacerlos.

Salome (2011) su tesis es sobre “Dirección personal y atención al cliente en los restaurantes de uno y dos tenedores de la provincia de Huari- Región Ancash”, cuyo objetivo consistió determinar cómo incide la dirección de personal en la atención al cliente de los restaurantes, para lo cual aplicó una investigación de tipo aplicada y descriptiva cuyo diseño de investigación fue no experimental, de tipo cualitativo y cuantitativo con una muestra de 18 empleados.

Cochachin & Huamán (2007) el trabajo actual de investigación es denominada “Políticas de compensación y atención al cliente en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Satipo” cuyo objetivo consistió Determinar las políticas de compensación y atención al cliente en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Satipo, para lo cual aplicó una investigación de tipo aplicada y descriptiva cuyo diseño de investigación es no experimental, con una muestra de 18 empleados.

Conclusión: Las políticas de compensación y atención al cliente en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Satipo, influyen directamente y en forma determinante en la calidad de atención al cliente en las empresas hoteleras puesto que el inadecuado establecimiento de políticas de compensación hace que exista un elevado porcentaje de rotación personal, que la atención al cliente sea deficiente por no ser uniforme y continuo, generando empleados sin formación sin capacitación y con limitaciones en brindar un buen servicio.

2.2 BASES TEORICAS

2.2.1. Teoría de la capacitación

Chiavenato (2009) la capacitación es una herramienta privilegiada para progresar, para desarrollar y mejorar competencias, para incentivar hábitos positivos de trabajo, para pensar formas alternativas de gestionar y de resolver situaciones complejas, para descubrir maneras más eficaces de gerencial y para profundizar en el entendimiento de los procesos de la propia empresa. ya que el atender bien a nuestros clientes, es la principal herramienta de diferenciación y una de las formas de agregar más valor a nuestra empresa, La capacitación es un proceso cíclico y continuo que pasa por cuatro etapas.



Primera Etapa El Diagnóstico: Consiste en realizar un inventario de las necesidades o las carencias de capacitación que

deben ser atendidas o satisfechas. Las necesidades pueden ser pasadas, presentes o futuras.

- ✓ **Segunda Etapa El Diseño:** Consiste en preparar el proyecto o programa de capacitación para atender las necesidades

diagnosticadas.

- ✓ **Tercera Etapa La Implantación:** Es ejecutar y dirigir el programa de capacitación.

- ✓ **Cuarta Etapa La Evaluación:** Consiste en revisar los resultados obtenidos con la capacitación.

Dessler (2009) proporcionar a los empleados nuevos o antiguos las habilidades que requieren para desempeñar su trabajo la

capacitación es una de las bases de una buena administración, y una tarea que los gerentes no deben ignorar. El hecho de tener empleados con un alto potencial no garantiza su éxito, ellos deben saber lo que usted desea que hagan y cómo quiere que lo hagan. De no ser así, tenderán a improvisar, por lo que no dejarán de ser productivos.

Mondy (2005) el desarrollo de recursos humanos (DRH) es una función importante de la administración de recursos humanos que consiste no solo en capacitación, sino también en actividades de planeación y desarrollo de carreras individuales, desarrollo organizacional y evaluación del desempeño capacitación y desarrollo es el centro de un esfuerzo continuo diseñado para mejorar las capacidades de los empleados y el desempeño organizacional.

2.2.2 Teoría atención al cliente

Blanco (2010) la atención al cliente es “el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminados a identificar las necesidades de los clientes en la compra, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes”.

Valda (2008) La atención al cliente está orientado a la satisfacción del cliente; escuchando atentamente a las necesidades del cliente y mantener una comunicación constante brindando un servicio de calidad para lograr de esta manera buenas expectativas por parte del consumidor.

Valda (2008) la atención constituye el segundo paso del proceso técnico de la venta y procede de la curiosidad lograda en la presentación. En una buena presentación el proceso llega a desarrollar cierto grado de atención llamada curiosidad que es “el deseo del prospecto de saber y averiguar alguna cosa”, a esto desde el punto de vista psicológico se le conoce como PRE – atención. Estas definiciones intentan explicar la importancia de las relaciones y el enfoque al cliente, por lo tanto, la atención se centra en aspectos como la tasa de retención de clientes, los costos de consecución de nuevos clientes, el margen por clientes, la vida media de un cliente, es decir, el valor del cliente para la empresa. (p.124)

Estrada (2007) la calidad en el servicio es la verdadera ventaja competitiva de una organización. El servicio y la atención de calidad son el reflejo del compromiso de quienes integran una institución orientada al cliente, usuario o público en general.

La orientación hacia el cliente o público usuario, permite que las organizaciones tiendan a otorgar un mejor servicio pensado en sus diferentes necesidades, gustos y deseos. Los aspectos a reforzar la relación con el servicio son:

✓ **Servicio Interno:** Son los procesos que se desarrollan dentro de la institución para que el servicio refleje una norma de excelencia.

✓ **Servicio Externo:** Es el mensaje que se proyecta al exterior en relación con el servicio proporcionado por la institución y que difícilmente puede ser superado.

Martínez (2011) la Calidad de Servicio se manifiesta en dos frentes:

a) **El Diseño:** Es el servicio básico que se ofrece al cliente, las condiciones que permitirán brindar el servicio.

✓ Áreas de atención.

✓ Disponibilidad de personal.

✓ Disponibilidad de equipos y/o materiales.

✓ Horario.

b) **La Realización:** Consiste en hacer adecuadamente el trabajo, es decir, se concentra en cómo se ejecutó el servicio y está relacionada con:

- ✓ La experiencia que tiene el cliente cuando usa el servicio.
- ✓ Si recibió la atención adecuada.
- ✓ Solucionar los requerimientos / problemas.
- ✓ Si la atención fue rápida.
- ✓ Si el cliente percibió el interés por atenderlo.
- ✓ Si fueron amables y corteses.

Martínez (2015) el enfoque en la atención al cliente interno y al cliente externo, basándose en la lealtad, se dio a mediados de los años

80, con la idea de mejorar el cuidado de los mismos para afianzar su fidelidad a la empresa. De esta forma, se va desarrollando una generación de clientes más exigentes en el ámbito externo, primero, y a nivel interno después; los clientes empiezan a demandar cada vez más, y la empresa, para conservarlos, pide a sus empleados, proveedores e inversionistas su participación.

2.2.2. Contribución de la capacitación en atención al cliente

Cukierman (2013) la capacitación contribuye en atención al cliente el desarrollo de los mejores prácticas en La excelencia de servicio atención al cliente, servicio y satisfacción tanto de los huéspedes como de los empleados del hotel así también, ayuda a todo el personal de la empresa, a comunicar mejor y ser más proactivo, en atender en las ventajas y beneficios del servicio ofrecido.

Cukierman (2013) la relación de capacitación en atención al cliente es cuando brinda herramientas operativas ya sea en el desarrollo de mejores prácticas la excelencia en la atención al cliente. Ya que la capacitación es una herramienta privilegiado para progresar para desarrollar y mejorar las competencias, para incentivar hábitos positivos de trabajo.

2.3. Marco conceptual de la investigación

2.3.1. Definición de micro y pequeña empresa (mype)

MTPE (2014) el ministerio de trabajo de promoción y empleo define a la Micro y pequeña Empresa como es la unidad Económica Constituida por una persona natural jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Congreso de la Republica Ley N° 30056 (2013).

Artículo 1.- Objeto de Ley

La presente ley tiene por objeto establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción; incentivando la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados internos y externos y otras políticas que

impulsen el emprendimiento y permitan la mejora de la organización empresarial junto con el crecimiento sostenido de estas unidades económicas.

➤ **Características del micro, pequeña y medianas empresas**

MTPE (2014) ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo Los

micros, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- ✓ Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- ✓ Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- ✓ Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas y el Ministro de la Producción cada dos (2) años.

Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar

coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.

➤ **Importancia de Las MYPE**

Son un segmento importante en la generación de empleo, es así que más del 80% de la población económicamente activa se encuentra trabajando y generan cerca del 45% del producto bruto interno (PBI). En resumidas cuentas, la importancia de las MYPE como la principal fuente de generación de empleo y alivio de la pobreza se debe proporcionar abundantes puestos de trabajo, Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingreso, Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población, Son la principal fuente de desarrollo del sector privado, Mejoran la distribución del ingreso, Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

➤ **Mype en el sector “servicio de hoteles”**

Es un establecimiento que se dedica al alojamiento de huéspedes o viajeros. El término proviene del vocablo francés hotel, que hace referencia a una “casa adosada”. el hotel es un edificio equipado y planificado para albergar a las personas de manera temporal (Pérez, 2009)

➤ **Elementos de los hoteles.**

Granados (2010) Constituyen elementos necesarios para el funcionamiento de una MYPE del sector hoteles los siguientes:

- ✓ **Humano:** Se refiere a las personas que laboran en los hoteles y que intervienen de manera directa o indirecta

con el cliente, depende del puesto que ocupe el personal pueden clasificarse en: administrativo, de servicios, de ventas y operarios u obreros.

✓ **Materiales:** Se refiere a todos los bienes muebles e inmuebles, necesarios para llevar a cabo el proceso

productivo, es decir, que está conformado por el edificio, maquinaria, mobiliario y equipo, etc.

✓ **Sistemas:** Es el conjunto de métodos y procedimientos implantados por la administración que permiten

aprovechar mejor los recursos de los hoteles. Los sistemas mencionados pueden referirse a los de ventas, producción, contabilidad

➤ **Claves para el éxito de una Mype del sector servicios de hoteles:**

Rivero (2010) define:

✓ Identificar una zona donde no haya un hotel y exista una necesidad no atendida.

✓ Escoger una ubicación de alto tránsito: cerca de colegios, institutos, universidades y oficinas.

✓ Contar con personal calificado, motivado, y con buen trato a los clientes.

✓ Cumplir con los horarios de atención que requieran la gente.

✓ Garantizar y asegurar la calidad de los insumos y productos a través de Buenas Prácticas de atención al

cliente.

2.3.2. Definiciones de las dimensiones de la capacitación en atención al cliente

a. Conocimiento de la cortesía.

Beeching (2002) la cortesía es un comportamiento humano de buena costumbre; en la mejor expresión de frases, es el uso

práctico de las buenas costumbres o las normas de etiqueta. Es un fenómeno cultural definido y lo que se considera cortes en una cultura puede a menudo ser absolutamente grosero o simplemente extraño en otra. Mientras que la meta de la cortesía es hacer que todos los participantes se encuentren relajados y cómodos el uno con el otro, estos patrones culturales definidos se pueden manipular ocasionalmente para infligir vergüenza en una de las partes.

Levinson (1987) los sociólogos Penélope Brown identifica dos clases de cortesía, derivando el concepto de Erving Goffman de imagen.

✓ **Cortesía Negativa:** Haciendo una petición menos

trasgresora, por ejemplo: si a usted no le importa... o si no es demasiada molestia, respeta el derecho de una persona de actuar libremente. Significa deferencia. Hay un mayor uso de elementos indirectos del discurso.

- ✓ **Cortesía Positiva:** Busca establecer una relación positiva entre dos partes; respeta la necesidad de una persona de gustar y de ser entendido.

Coleman (1990) Ha centrado una parte importante de su investigación en las reglas y mecanismos para operar desde la acción individual a la elección colectiva (organizativa). Sitúa el capital social, la confianza, como vínculo entre el actor y la estructura. Para ello, ha pasado del concepto de "actor", agente individual que actúa independientemente en una colectividad (organización), a la creación del "actor corporativo" referido a los agentes, no individuales, que persiguen los intereses colectivos (de la organización). Considera la cortesía como un sustento de las relaciones de reciprocidad.

b. Conocimiento de la comunicación

Jennings & Churchill (1991) la comunicación en la empresa es un elemento indispensable en el mercadeo de productos y la estrategia empresarial constituyen partes de un sistema integral; y por esto, afirman estos autores que una organización que se quiera proyectar, debe tener un programa de comunicaciones acorde con su estrategia general, Además resaltan la importancia en la que el diálogo debe ser un programa efectivo de comunicación empresarial. Por lo tanto, una empresa que escucha bien puede enfocar su programa también en su área, de tal manera que exista una excelente comunicación entre toda la organización.

Castro (2005) la comunicación organizacional es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las empresas, es una herramienta, un

elemento clave en la organización y desempeña un papel primordial en el mantenimiento de la institución. Su actividad es posible gracias al intercambio de información entre los distintos niveles y posiciones del medio; entre los miembros se establecen patrones típicos de comportamiento comunicacional en función de variables

sociales, ello supone que cada persona realiza un papel comunicativo.

Sánchez (2010) dentro de una empresa es indispensable que la comunicación fluya en distintas vías, desde un nivel jerárquico menor a uno más alto, así como hacia los niveles jerárquicos de los lados. Normalmente, se había previsto con mayor fuerza a la comunicación de forma descendente, pero en la actualidad se conoce ampliamente que, en caso de que en la organización solamente fluya la información del nivel jerárquico superior a uno inferior, existirán problemas de comunicación de gran impacto en la organización.

c. Conocimiento de la fiabilidad

Farfán (2007) la fiabilidad de un sistema es hacer un producto o proceso sin fallos y evitando el riesgo mínimo, con un factor esencial para la acometividad de una industria, va desde, hasta el seguimiento del final de la producción.

Xford dictionaries (2015) persona que inspira confianza o es digno de ella: Un asunto tan delicado es preciso ponerlos en manos de una persona fiable; yo respondo por ella, es un apersona muy fiable.

d. Conocimiento de la profesionalidad

Psicología Organizacional, (2015) se denomina profesionalismo a la capacidad y a la preparación para el desempeño de una tarea por la que se obtiene un beneficio. Así, el profesionalismo.

Wojtczak (2006) el conjunto de conocimientos, habilidades, principios y valores que sustentan una práctica idónea de la medicina en el marco de los más elevados patrones de calidad científica, ética y humanística, también ha adquirido una gran relevancia en el panorama de la educación médica en los últimos años.

Davis (2000) se refiere las reglas y principios que definen la conducta correcta e incorrecta. La toma de decisiones por parte de los directivos, considera a los afectados tanto dentro de los procesos establecidos como en los resultados.

e. Conocimiento de la capacidad de respuesta

Weil (2003) Representa la disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido. Señala que la capacidad de respuesta se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y suministrar un servicio rápido; también es considerado parte de este punto, el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como también lo accesible que pueda ser la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con la misma y la factibilidad con que pueda lograrlo. Así mismo Medina (2000), Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios a proporcionar u servicio rápido

2.3.3. Definición de los indicadores de la capacitación en atención

al cliente



Amabilidad

Pérez (2008) es la cualidad de amable, definirse como un comportamiento o acto que resulta caritativo, solidario o afectuoso con otras personas. Por eso engloba diversas actitudes, como la simpatía, la generosidad, la compasión y el altruismo.

- **Atención rápido**

Martínez (2007) a nadie le agrada esperar o sentir que se lo ignora. Si llega un cliente y estamos ocupados hay que dirigirse a él en forma sonriente y decirle: “Estaré con usted en un momento

Crece Negocios (2013) afirma Para dar un buen servicio al cliente, no basta con atenderlo con amabilidad, sino que también es necesario atenderlo con rapidez, Una atención de excelente calidad podría quedar arruinada si se le hace esperar de más al cliente. No hay nada peor para éste que tener que esperar demasiado, ya sea para que lo atiendan, para que le entreguen un producto o para que le brinden un servicio.

- **Conocimiento**

Correa Delgado & Delgado (2011) afirma que explicar detalladamente qué es lo que hace el producto o servicio, cómo funciona y qué servicios adicionales incluye (garantías, plazos de entrega, mantenimientos, etc.)

- **Empatía**

Muñoz (2016) afirma es la capacidad para ponerse en el lugar del otro y saber lo que siente o incluso lo que puede estar pensando, Las personas con una mayor

capacidad de empatía son las que mejor saben, Son capaces de captar una gran cantidad de información sobre la otra persona a partir de su lenguaje no verbal, sus palabras, el tono de su voz, su postura, su expresión facial, etc.

- **Información adecuada**

Martínez (2007) El cliente espera recibir de los empleados encargados de brindar un servicio, una información completa y segura sobre los productos que venden.

Resalta que se deberá informar al cliente de las características de los productos, así como mostrar especial atención y diligencia cuando se trate de clientes no profesionales, La información más fiable siempre es la que proporcionan

Escuchar y entender

La mayoría de la personas consideran que oyen bien, pero no entienden. Su entorno opina de ellos que no prestan atención, que no les escuchan

- **Solución de reclamos**

Es solucionar algo pendiente ya sea problemas con los clientes o uno mismo es resolver tu propio problema.

- **Atención personalizada**

Martínez (2007) nos agrada y nos hace sentir importantes la atención personalizada. Nos disgusta sentir que somos un número. Una forma de personalizar el servicio es llamar al cliente por su nombre

crece negocios (2013) es la atención que implica un trato directo o personal entre un determinado trabajador y un determinado cliente, y que toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias de éste último, Brindar una atención personalizada nos permite hacerle saber al cliente que no lo tratamos como si fuera un cliente más, sino que tomamos en cuenta sus necesidades, gustos y preferencias particulares, lo cual a su vez nos permite hacerlo sentir valorado e importante, y hasta único y especial.

Realiza bien el servicio a la primera vez

Ramos (2011) bueno este es un tema de efectividad, significa que todas aquellas tareas o actividades que usted aceptó realizar debe terminarlas y no sólo dejarlas a la mitad nada más porque con eso se quita la urgencia y continúa con más

cosas que pudieran ser igual de urgentes. Una de las ventajas de trabajar con buenos equipos de trabajo es que existen personas que le ayudan a no “acelerarse” como me pasa a mí en ocasiones, recordándole que todavía tiene pendientes por resolver en tal o cual proyecto o servicio. Estas personas son como catalizadores entre usted y sus objetivos y son sumamente importantes para que no se desvíe de la realidad de las cosas.

- **Concluye con la atención en el tiempo prometido**

Es dar un buen servicio en un tiempo adecuado al cliente lo más antes posible.

Disciplina

Pérez (2008) la noción de disciplina, por lo tanto, puede estar vinculada al comportamiento o a la actitud de alguien. Se dice que la disciplina es buena cuando la persona respeta las reglas, las leyes o las normativas dentro de algún ámbito, la disciplina exige respetar un cierto código de vestimenta, cumplir con un horario y dirigirse a los superiores jerárquicos de una manera en particular, entre otras obligaciones.

Cumplimiento de sus funciones

Ser responsable con nuestras labores con el que se nos asigne el campo laboral, es ser una persona responsable con lo asignado.

- **Disposición de ayuda**

Es estar siempre dispuesto en ayudar en sus necesidades a los clientes, darle una buena atención en el servicio que se brinda. Ayudando con mucho entusiasmo como un buen personal de servicio.

- **Disposición para responder preguntas**

Pérez (2008) afirma es estar siempre a disposición para resolver cualquier duda o pregunta de los clientes estar siempre pendiente con lo solicitado sin ninguna distracción.



Conocimiento del servicio

Pérez (2008) para tener un nivel superior en nuestro servicio al cliente debemos educar y capacitar a nuestro personal con los mensajes claves que queremos brindar al cliente sobre nuestros productos. Ellos deben de probar todos los servicios o productos de nuestro negocio para conocer realmente el valor y sus características. De esta forma podremos brindar la misma calidad del servicio y mantendremos estándares de comunicación con el cliente siempre idénticos, entre nuestros establecimientos y entre nuestros colaboradores.

III. HIPÓTESIS

No aplica para la investigación

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

Tipo de Investigación

El Tipo de investigación fue descriptivo porque se refirieron las características respecto a la capacitación en atención al cliente que se ha aplicado en el distrito de Satipo en el 2017.

Nivel de Investigación

La investigación fue de nivel cuantitativo porque se realizó la recolección de fichas fundamentadas en la medición de las variables y conceptos las cuales son representadas mediante números que son analizados a través de métodos estadísticos.

Diseño de Investigación

La investigación fue no experimental (transaccional o transversal), porque se recolectaron, fichas en un solo momento, en tiempo único. Siendo su propósito describir la variable en estudio.

4.2 Población y muestra

La población para el estudio fueron los trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hoteles del distrito de Satipo. Para la determinación de la población se utilizaron datos proporcionados por la SUNAT, del cual se eligió a 7 establecimientos que tenían la denominación de hoteles de determinadas categorías a los cuales se les

pregunto sobre la cantidad de trabajadores que lo poseen. Acto seguido se totalizo las cantidades proporcionadas por estas empresas determinando una población total 18 trabajadores; el tipo de muestra fue censal es decir igual a 50 trabajadores por tener una población relativamente pequeña. (Fuente: SUNAT de Satipo /mesa de partes - 2017), se anexa la relación de los hoteles del distrito de Satipo.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional			Escala de medición
		Dimensión	Definición	Indicador	
Financiamiento	La capacitación constituye el núcleo de un esfuerzo continuo diseñado para mejorar las competencias de las personas y, en consecuencia, el desempeño de la organización. teniendo este es un proceso cíclico y continuo que pasa por cuatro etapas que son:	Conocimiento de la cortesía	Atención, amabilidad y respeto del personal de Contacto.	Conocimiento Empatía	
		Conocimiento de la comunicación	Escuchar y mantener informados a los clientes empleando un lenguaje que pueda entenderse.	Información adecuada Escuchar y entender Solución de reclamos Atención personalizada	
		Conocimiento de la fiabilidad	Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa	Realiza bien el servicio a la 1° vez concluye con la atención en el tiempo prometido.	
		Conocimiento de la profesionalidad	Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento de la ejecución	Disciplina	
Capacitación		Conocimiento de capacidad de respuesta	Agilidad y eficacia a la hora de satisfacer las necesidades de los clientes.	Disposición de ayuda Disposición para responder preguntas Conocimiento del servicio	

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el presente trabajo de investigación se aplicò una encuesta (técnica), mediante la atención al cliente de un cuestionario validado por tres expertos (instrumento) estructurado por 15 preguntas y respuestas cerradas. De los cuales relacionadas a la información general de los empleados y a la variable en estudio que es la capacitación en atención al cliente

4.5 Plan de análisis

Los datos obtenidos mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos, recurriendo a los informantes o fuentes, fueron incorporados o ingresados a los programas especiales de cómputo como MS Word, MS Excel y el programa estadístico SPSS 20 para el procesamiento de datos para la posterior presentación en tablas, gráficas y el análisis estadístico.

4.6 Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADOR	ESCALAS	MÉTODOS
<p>Objetivos generales Determinar las primeras características del financiamiento y la capacitación de las mypes del Rubro hoteles, de distrito y provincia de satipo, hasta el periodo 2017.</p>	<p>Objetivo General El financiamiento y la rentabilidad influyen en el crecimiento de las Mypes Rubro hoteles, del distrito y provincia de Satipo, hasta el periodo 2017</p>	<p>Hipótesis General El financiamiento y la rentabilidad influyen en el crecimiento de las Mypes Rubro hoteles, del distrito y provincia de Satipo, hasta el periodo 2017</p>	<p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>VARIABLE PENDIENTE</p>	<p>EDAD</p> <p>SEXO</p> <p>GRADO DE INSTRUCCIÓN</p>	<p>Razón: Años</p> <p>Nominal: Masculino Femenino</p> <p>Nominal: Sin instrucción Primaria Secundaria Instituto Universidad</p>	<p>TIPOS DE INVESTIGACION Cuantitativo,</p> <p>Nivel de la investigación: Descriptivo debido a que el trabajo solo se ha limitado a describir las principales características de las variables en estudio.</p> <p>Diseño de la Investigación: No experimental – retrospectivo – descriptivo. M → O Dónde: M = muestra O = Observación</p> <p>Poblacion y Muestra: La población y muestra fueron los trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hoteles del distrito de Satipo. Siendo 18.</p>
<p>Objetivos específicos Describir las principales características del financiamiento de las mypes Rubro hoteles, del distrito y provincia de Satipo, hasta el periodo 2017</p> <p>Analizar las principales características de la rentabilidad de las mypes Rubro hoteles, del distrito y provincia de satipo ,hasta el periodo 2017</p>	<p>Objetivos especificas Existen poco financiamiento, para las Mypes en Rubro hoteles, del distrito y provincia de Satipo, hasta el periodo 2017</p> <p>Las MYPES Rubro hoteles, del distrito y provincia de Satipo, hasta el periodo 2017</p>	<p>Hipótesis especificas H1: Existen poco financiamiento, para las Mypes en Rubro hoteles, del distrito y provincia de Satipo, hasta el periodo 2017</p> <p>H2: Las MYPES Rubro hoteles, del distrito y provincia de Satipo, hasta el periodo 2017</p>	<p>Financiamiento y rentabilidad</p>	<p>N</p>	<p>Nominal: Sin instrucción Primaria Secundaria Instituto Universidad</p>	<p>Diseño de la Investigación: No experimental – retrospectivo – descriptivo. M → O Dónde: M = muestra O = Observación</p> <p>Poblacion y Muestra: La población y muestra fueron los trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hoteles del distrito de Satipo. Siendo 18.</p>

4.7 Principios éticos

En el presente trabajo se hizo hincapié a los principios éticos de confidencialidad, respeto a la dignidad de la persona y respeto a la propiedad intelectual, así mismo se reconoce que toda información utilizada en el presente trabajo ha sido utilizada para fines académicos exclusivamente.

V. RESULTADOS

5.1 Análisis de Resultados

Respecto a la Capacitación en Atención al Cliente:

- ✓ Al analizar los resultados se observó que el 45,5% de los encuestados manifestaron que de los empleados del hotel que nunca son amables, el 40,9% manifestaron que son siempre amables, el 13,6% indicaron que a veces dan atención rápida a los clientes, el 31,8% indicaron que casi nunca los conocimientos de los empleados son escasos para contestar las preguntas a sus clientes y el 31,8% opinaron que casi nunca se establece una relación de empatía con el personal en el momento del pedido. Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por **Sánchez (2014)** respecto a la medición de la calidad de servicio del hotel siendo la calidad de servicio calificado como deficiente.

- ✓ Asimismo el 36,4% manifestaron que nunca los empleados informan con exactitud al cliente cuando concluye la realización de un servicio, el 27,3% manifestó que nunca el personal es capaz de escuchar y responder acertadamente a las opiniones de los clientes, el 36,4% opinaron que nunca cuando un cliente tiene un problema o reclamo el personal del hotel da solución y el 36,4% indicaron que a veces le dan una atención personalizado a los clientes, y el 18,2% opinaron que a veces realizan bien la atención al cliente por primera vez, 31,8% indicaron que nunca concluye

el servicio en el tiempo dado al cliente, Estos resultados afirman el comentario de **Monasi (2015)** quien indica que el satisfacer a los consumidores es esencial para la supervivencia de la empresa. Los clientes esperan que el servicio satisfaga una necesidad. Para ello es conocer cuáles son las necesidades del cliente, adaptándose a las mismas y procediendo luego a su medición.

- ✓ El 38% manifestaron que nunca el personal es disciplinado y el 40,9% opinaron que nunca el personal es responsable en el cumplimiento de sus funciones. De acuerdo con estos resultados se puede inferir que la comunicación es escasa dando paso a la desorientación del personal en cuanto a sus funciones, ocasionando también el deterioro en el clima laboral

- ✓ El 18,2% manifestaron que nunca los empleados se muestran dispuestos a ayudarle a los clientes, el 27,3% indicaron que nunca los empleados responden sus preguntas con precisión y el 36,4% opinaron que pocas veces los empleados prestan información sobre los servicios que brinda. Estos resultados claramente nos indican que falta un proceso de capacitación en cuanto a atención al cliente.

VI. CONCLUSIONES

- ✓ Las principales características de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hoteles del distrito de Satipo, son las siguientes bajo porcentaje de capacitación al trabajador, mala atención al cliente, no tiene conocimiento suficiente en la prestación de servicio, por lo que se observa que existe una deficiente capacitación al cliente en las MYPE estudiadas debido a que prevalece gran despreocupación por los clientes
- ✓ las principales características de los trabajadores determinadas son: La mayoría de los encuestados tienen de 18 a 22 años de edad, son de género femenino y tienen un grado de instrucción secundario, opinaron sobre la deficiente aplicación de capacitación al cliente, ya que no conocen en los gerentes característicos de entusiasmo, coherencia, seguridad.
- ✓ Las principales características de la capacitación en atención a los clientes identificados se basan en lo que los líderes dan el ejemplo e indican cómo se realiza una buena atención al cliente y a integrar sus sueños con la visión. Las cuales no se cumplen en estas empresas

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Recuperado. <http://www.buenosnegocios.com/notas/327-capacitacion-yatencion-al-cliente>

Castillo Guzmán, J. E., Bueno Vásquez, A., & Benites Ramírez, J. (2008). Manual de la Chiavenato Idalberto. (2009). Gestion de Talento Humano. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A DE C.V.

Cochachin Chinchay, L., & Huamán León, N. (2007). Políticas de compensación y atención al cliente en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Huaraz. Huaraz: Universidad Macional Santiago Antunez de Mayolo.

Coleman, J. (1990). Foundations of Social Theory. Chicago Press.

CreceMYPE. (27 de noviembre de 2013). CreceMYPE. Obtenido de CreceMYPE:

<http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/crece-tuempresa/13%20atencin%20al%20cliente.pdf>

Davis, F. (2000). Business and Society. p 76. micro y pequeña empresa - MYPE. Enciclopedia Práctica Profesional de Turismo, Hoteles y Restaurantes. (2002). Turismo Hoteles

Estrada Vera, W. (2007). Servicio y Atención al Cliente. Perú: Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú. y Restaurantes. Barce Excelencia y Calidad en Servicio. (15 de abril de 2015). Definición ABC. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/social/hoteles.php>

Farfan Machaco, Y. (2007). La Fiabilidad. Cuzco: Editorial Moderna.

Gabriel Weil, A. S. (2003). *Medición de la Calidad de los Servicios*. Buenos Aires: Universidad de Cema.

Gary Dessler. (2009). *Administración de Recursos Humanos*. MEXICO: Pearson Educación de México, SA de CV.

Güerci, I. (27 de mayo de 2015). *Gestión de la Calidad y Mejora*. Obtenido de <http://www.calidad.sceu.frba.utn.edu.ar/index.php/novedades/78-por-quees-importante-la-calidad-en-la-atencion-al-cliente>

ISMI. (13 de 08 de 2014). portal.uah.es. Obtenido de portal.uah.es: https://portal.uah.es/portal/page/portal/GP_EPD/PG-MA-ASIG/PG-ASIG34322/TAB42351/CS.5.%20Las%20expectativas%20claves%20de%20los%20clientes.pdf

Jennings, M., & Churchill, D. (1991). *Como gerenciar la comunicación corporativa*. Bogotá: Legis. Iona: Ocenao Cetru

.Jimenez, J. C. (27 de 06 de 2012). *De Gerencia.Com*. Obtenido de *De Gerencia.Com*: <http://www.degerencia.com/articulo/en-atencion-al-cliente-no-todo-es-cuestion-de-actitud>

Jose, C. (2005). *Comunica: Lecturas de Comunicación Organizacional*. España: Gesbiblo, S.L.

Levinson, P. B. (1987). *Politeness: Some Universals in Language*. Cambridge: Cambridge University Press. Caballero Bustamante. Castillo Guzmán, J. E.

Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo. (2014). Información general - registro nacional de la micro y pequeña empresa (Remype). Obtenido de <http://www.mintra.gob.pe/mostrarContenido.php?id=541>

Trujillo. (2014). Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz,

Universidad Católica los Angeles Chimbote. Obtenido de

[http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/#Blanco Prieto, A. \(2010\).](http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/#Blanco Prieto, A. (2010).)

Atención al cliente. Madrid España: Piramide.

MYPE. Caballero Bustamante. Chacom Chacom, E. F. (2012). Servicio al cliente en los hoteles del municipio de San Pedro La Laguna, departamento de Sololá. Quetzaltenango, Guatemala: Universidad Rafael Landívar.

Martínez Muñoz, L. (2007) "Consideraciones teóricas sobre atención al cliente" en Contribuciones a la Economía, abril <http://www.eumed.net/ce/>

Martínez Muñoz, L. (25 de mayo de 2015). Consideraciones teóricas sobre atención al cliente. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2007a/lmm.htm>

Medina Tornero, M. E. (2000). Evaluación de la Calidad Asistencial del Servicio de Ayuda a Domicilio. España: Universidad de Murcia.

Ministerio de Economía y Finanzas. (2013). Ley N° 30056. Recuperado el 2015, de Ministerio de Economía y Finanzas: http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_docman&Itemid=101588&language=es&limitstart=30

Ministerio de trabajo de promoción y empleo. (13 de octubre de 2014). Informe general

- Registro nacional de la micro y pequeñas empresas (REMYPE).

Obtenido de <http://www.mintra.gob.pe/mostrarContenido.php?id=541>

Monasí Luján, D. C. (25 de mayo de 2015). Monografías.com. Obtenido de

<http://www.monografias.com/trabajos87/atencion-al-cliente->

[hoteles/atencional-cliente-restaurantes.shtm](http://www.monografias.com/trabajos87/atencion-al-cliente-hoteles/atencional-cliente-restaurantes.shtm) MTPE, M. d. (2007). Programa

de estadísticas y estudios laborales (PEEL). Lima, Perú: Dirección de la Micro

y Pequeña .

MYPEs 2011: Estadísticas de la Micro y Pequeñas Empresas. (2012). Dirección

General de estudios Economicos Evaluacion y competitividad territorial.

Lima: Ministerio de la producción.

Nieto Sarre, P. (2008). Evaluación de la percepción de la calidad en el servicio del

restaurante Asiatika. México: Universidad de las Américas Puebla.

oxforddictionaries. (2015). oxforddictionaries. Obtenido de oxforddictionaries:

<http://www.oxforddictionaries.com/es/definicion/espanol/fiable>

Pérez Rios, C. (2014). La calidad del servicio al cliente y su influencia en los

resultados económicos y financieros de la empresa hoteles SAC - Chiclayo

periodo enero a septiembre 2011 y 2012. Chiclayo: Universidad Católica

Santo Toribio de Mogrovejo.

PERÚ, M. (13 de mayo de 2015). Micro y Pequeñas Empresas. Obtenido de

<http://www.mypes.biz/>

Promove Consultoria E Formacion SLNE. (2012). Atraer y Fidelizar Clientes.

Santiago de Compostela: CEEI GALICIA, S.A.

Psicología Organizacional. (18 de junio de 2015). Definición de profesionalismo.

Obtenido de <http://definicion.mx/profesionalismo> Salomé, A. Y. (2011).

Dirección personal y atención al cliente en los hoteles de uno y dos tenedores de la provincia de Huarí-Región Ancash. Huaraz: Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo.

Sánchez Meza, M. D. (2014). Capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en "hoteles de tres estrellas" de la ciudad de Trujillo. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.

Sanchez Pastrana, M. P. (2010). Comunicación Empresarial y Atención al Cliente. Madrid: Editex.

Sánchez, B. (20 de enero de 2006). Obtenido de Las Mypes en Perú. Su importancia y

propuesta

tributaria.:

<http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/quipukamayoc/2006/primer/a13.pdf>

Seto Pamies, D. (2004). De la Calidad del Servicio a la Fiabilidad del Cliente. Madrid: ESIC Editorial.

Silva, R. (24 de Recuperado 2015 junio de 2009). Calidad en el servicio al cliente. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos66/calidad-serviciocliente/calidad-servicio-cliente2.shtml>

Valda, S. (2008). Marketing y dirección estratégica en la Banca. España: AE.

- Vega Villalobos, O. (2011). MOnografias de las PYMEs. Cajamarca: Universidad Nacional de Cajamarca.
- Wayne Mondy, R. M. (2005). Administracion de Recursos Humanos. Mexico: Pearson Educacion de Mexico, S.A. Vásquez, A., & Benites Ramírez, J. (2008). Manual de la micro y pequeña empresa Wojtczak , A. (2006). Una problemática. Profesionalismo médico global, 9: 144-5.
- Pérez Porto J. (2008) Definicion.de: Definición de amabilidad
- <http://www.crecenegocios.com/claves-en-el-servicio-al-cliente-la-rapidaatencion/>
- http://motivacion.about.com/od/psicologia_positiva/a/Que-EsLa-Empatia.htm
- <http://www.crecenegocios.com/claves-en-el-servicio-al-cliente-laatencion-personalizada/>
- <https://bromo2k.wordpress.com/2011/07/28/hacer-las-cosas-bien-y-a-laprimera/>

ANEXOS:

ANEXOS

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
Nº	ACTIVIDAD	SETIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBR				DICIEBRE			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Se recibió asesoramiento por parte del docente para	X															
2	Se identificaron las variables de Estudio		X	X													
3	Se estableció las variables de Estudio				X												
4	Se determinó el sector de estudio				X												
5	Se determinó el rubro de estudio					X											
6	Recolección de la muestra de Estudio						X	X									
7	Se realizó la matriz de coherencia								X								
8	se estableció el título del trabajo de									X							
9	Revision de literature									X	X	X					
10	determinación del problema										X						
11	Se determinó el objetivo general y específico											X					
12	Se desarrolló la justificación del Proyecto											X					
13	Se recolecto información necesaria para la realización del												X				
14	Se realizó la formulación de la Hipótesis													X	X		
15	Se seleccionó la metodología del Proyecto														X	X	
16	Se estableció el presupuesto a Utilizar															X	X
17	Se adecuo el proyecto al método APA																
18	Se elaboró y se presentó el																
19	Sustentación del informe Presentado																

Cuestionario

- a) SUNAT ()
- b) Municipalidad ()
- c) Persona natural ()
- d) Persona jurídica ()

11) ¿En qué Régimen tributario se encuentra afiliado?

- a) Régimen único simplificado ()
- b) Régimen Especial ()
- c) Régimen General ()
- d) Régimen MYPE ()

12) ¿Posee algún Kit contra incendios?

- a) SI ()
- b) NO ()

13) ¿El local cuenta con certificación de defensa civil?

- a) SI ()
- b) NO ()

III.- CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO

14) ¿Solicitó algún préstamo para su empresa?

- a) SI ()
- b) NO ()

15) ¿Cuál es su fuente de financiamiento más recurrente?

- a) Familiar ()
- b) Bancario ()
- c) Edpyme ()
- d) Prestamista ()
- e) Cajas Municipales ()
- f) Financieras ()

16) ¿En que suele invertir el financiamiento?

- a) Muebles y enseres ()
- b) Mejoramiento del local ()
- c) Insumos para venta ()
- d) Publicidad ()

17) ¿Cuál fue el monto del préstamo?

- a) 500 – 1500 ()
- b) 1501 – 2500 ()
- c) 2501 – 5000 ()
- d) 5001 – 7500 ()
- e) 7501 a más ()

18) ¿En cuánto tiempo pagó su préstamo?

- a) 6 meses ()
- b) 12 meses ()
- c) 18 meses ()
- d) 24 meses ()

19) ¿Tuvo algún inconveniente al solicitar su crédito y de qué tipo?

- a) SI () b) NO ()
- De qué tipo.....

IV.- CARACTERISTICAS DE RENTABILIDAD DE LA MYPE

20) ¿Ha mejorado la rentabilidad de su empresa después del financiamiento?

- a) SI () b) NO ()

21) ¿Considera su empresa rentable?

- a) SI () b) NO ()

22) ¿En qué nivel de rentabilidad se encuentra su empresa?

- a) 1% - 10% () b) 11% - 20% () c) 21% - 30% () d) 31% a más ()

HOJA DE TABULACION

Objetivo Especifico N° 01	
Determinar el perfil de los representantes legales de las MYPES del área de estudio	

Pregunta N° 01	Tabla 1: Sexo del Representante Legal	#	%
a)	Femenino	7	58.3%
b)	Masculino	5	41.7%
TOTAL		12	100%

Pregunta N° 02	Tabla 2: Edad del Representante Legal	#	%
a)	18 - 25 años	0	0.0%
b)	26 a 35 años	4	33.3%
c)	36 a 45 años	0	0.0%
d)	46 años a más	8	66.7%
TOTAL		12	100%

Pregunta N° 03	Tabla 3: Estado Civil	#	%
a)	Soltero	5	41.7%
b)	Casado	7	58.3%
c)	Conviviente	0	0.0%
TOTAL		12	100%

Pregunta N° 04	Tabla 4: Grado de Instrucción	#	%
a)	Primaria	0	0%
b)	Secundaria	5	42%
c)	Técnica	0	0%
d)	Universitaria	7	58%
TOTAL		12	100%

Pregunta N° 05	Tabla 5: Cargo del Representante Legal	#	%
a)	Propietario	10	83.3%
b)	Administrador	2	16.7%

TOTAL	12	100%
--------------	----	------

Objetivo Especifico N° 02
Determinar las características de las MYPES del área de estudio

Pregunta N° 06	Tabla 6: Cantidad de Trabajadores	#	%
a)	1 - 2 Trabajadores	0	0.0%
b)	3 - 4 Trabajadores	9	75.0%
c)	5 - 6 Trabajadores	3	25.0%
d)	7 a más	0	0.0%
TOTAL		12	100%

Pregunta N° 07	Tabla 7: Edad de los Trabajadores	#	%
a)	18 - 25 años	7	58.3%
b)	26 - 35 años	4	33.3%
c)	36 a más	1	8.3%
TOTAL		12	100%

Pregunta N° 08	Tabla 8: Años de Funcionamiento	#	%
a)	1 - 5 años	6	50.0%
b)	6 - 10 años	1	8.3%
c)	11 a más	5	41.7%
TOTAL		12	100%

Pregunta N° 09	Tabla 9: Promedio de Clientes al Día	#	%
a)	0 - 5 clientes	2	16.7%
b)	6 - 10 clientes	5	41.7%
c)	11 a más clientes	5	41.7%
TOTAL		12	100%

Pregunta N° 10	Tabla 10: Nivel de Formalización	#	%
a)	SUNAT	1	8.3%
b)	Municipalidad	0	0.0%
c)	Persona natural	7	58.3%
d)	Persona jurídica	4	33.3%
TOTAL		12	100%

Pregunta N° 11	Tabla 11: Régimen Tributario Afiliado	#	%
a)	RUS	0	0.0%
b)	RE	6	50.0%
c)	RG	5	41.7%
d)	RMT	0	0.0%
TOTAL		12	100%

Pregunta N° 12	Tabla 12: Equipo Anti-incendios	#	%
a)	Si	12	100.0%
b)	No	0	0.0%

TOTAL	12	100%
--------------	----	------

Pregunta N° 13	Tabla 13: Certificación Defensa Civil	#	%
a)	Si	12	100.0%
b)	No	0	0.0%
TOTAL		12	100%

Objetivo Especifico N° 03

Determinar las características del financiamiento de las MYPES del área de estudio

Pregunta N° 14	Tabla 14: Solicito Algún Préstamo	#	%
a)	SI	10	83.3%
b)	NO	2	16.7%
TOTAL		12	100%

Pregunta N° 15	Tabla 15: Fuente de Financiamiento	#	%
a)	Familiar	4	33.3%
b)	Bancario	8	66.7%
c)	Edpyme	0	0.0%
d)	Prestamista	0	0.0%
e)	Cajas municipales	0	0.0%
f)	Financieras	0	0.0%
TOTAL		12	100%

Pregunta N° 16	Tabla 16: Inversión del Financiamiento	#	%
a)	Muebles y enseres	0	0.0%
b)	Mejoramiento del local	12	100.0%
c)	Insumos para venta	0	0.0%
d)	Publicidad	0	0.0%
TOTAL		12	100%

Pregunta N° 17	Tabla 17: Monto del Préstamo	#	%
a)	500 - 1500 soles	0	0.0%
b)	1501 - 2500 soles	0	0.0%
c)	2501 - 5000 soles	3	25.0%
d)	5001 - 7500 soles	0	0.0%
e)	7501 - a +	9	75.0%
TOTAL		12	100%

Pregunta N° 18	Tabla 18: Tiempo de Pago	#	%
a)	6 meses	3	25.0%
b)	12 meses	1	8.3%
c)	18 meses	2	16.7%
d)	24 meses	6	50.0%
TOTAL		12	100%

Pregunta N° 19	Tabla 19: Problemas al Solicitar el Préstamo	#	%
---------------------------	---	----------	----------

a)	Si	0	0.0%
b)	No	12	100.0%
TOTAL		12	100%

Objetivo Especifico N° 04

Determinar las características de la rentabilidad de las MYPES del área de estudio

Pregunta N° 20	Tabla 20: Mejoró la Rentabilidad	#	%
a)	Si	12	100.0%
b)	No	0	0.0%
TOTAL		12	100%

Pregunta N° 21	Tabla 21: Considera Rentable su MYPE	#	%
a)	Si	12	100.0%
b)	No	0	0.0%
TOTAL		12	100%

Pregunta N° 22	Tabla 22: Nivel de Rentabilidad	#	%
a)	1% - 10% rentabilidad	0	0.0%
b)	11% - 20% rentabilidad	4	33.3%
c)	21% - 30% rentabilidad	6	50.5%
d)	31% a más	2	16.7%
TOTAL		12	100%

Figuras

Objetivo específico 1: determinar las características de los representantes legales de las mypes del área de estudio

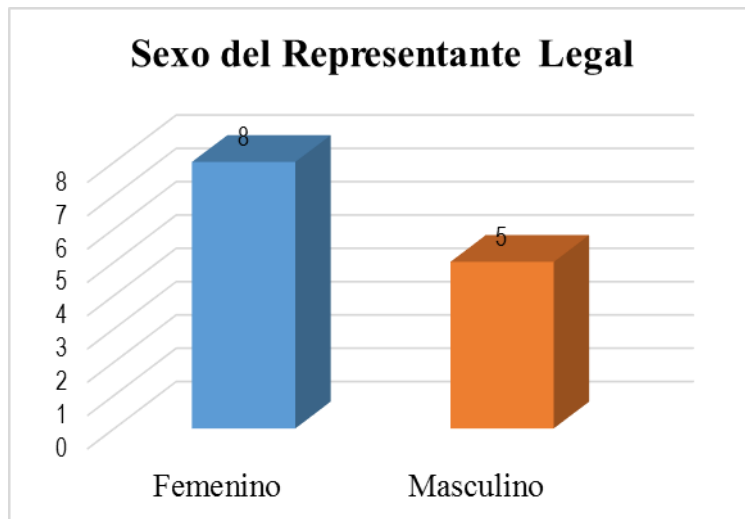


Figura 1.- Distribución del sexo en los representantes legales de las MYPES del área de estudio

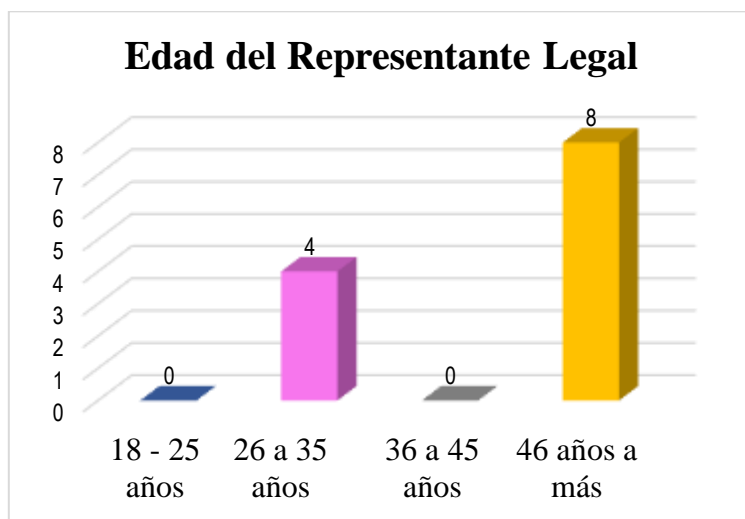


Figura 2.- Distribución de edad de los representantes legales de las MYPES del área de estudio

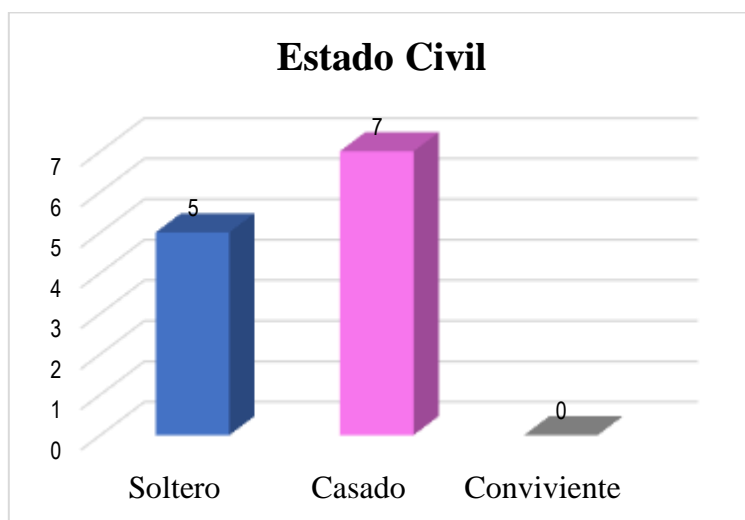


Figura 3.- Distribución de estado civil de los representantes legales de las MYPES del área de estudio

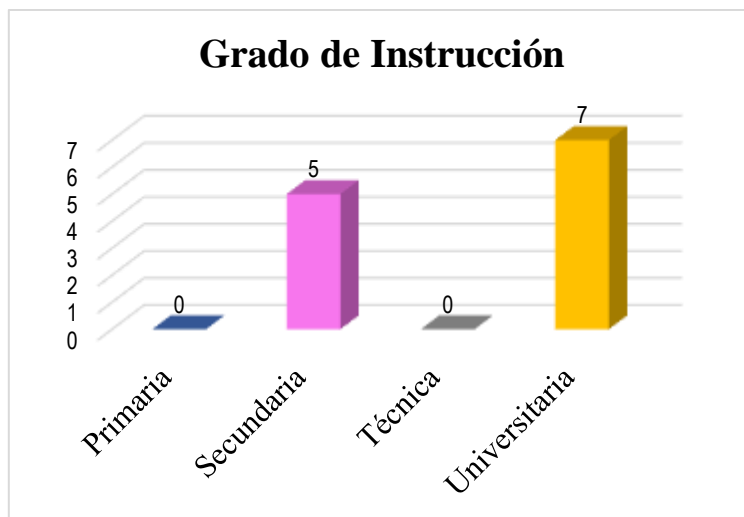


Figura 4.- Distribución de grado de instrucción de los representantes legales de las MYPES del área de estudio

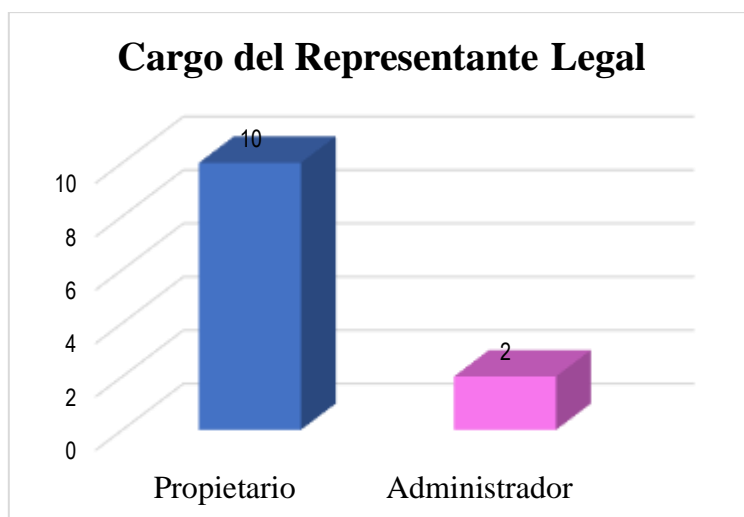


Figura 5.- Distribución de cargo de los representantes legales de las MYPES del área de estudio.

Objetivo específico 2: Determinar las características de las MYPES del área de estudio

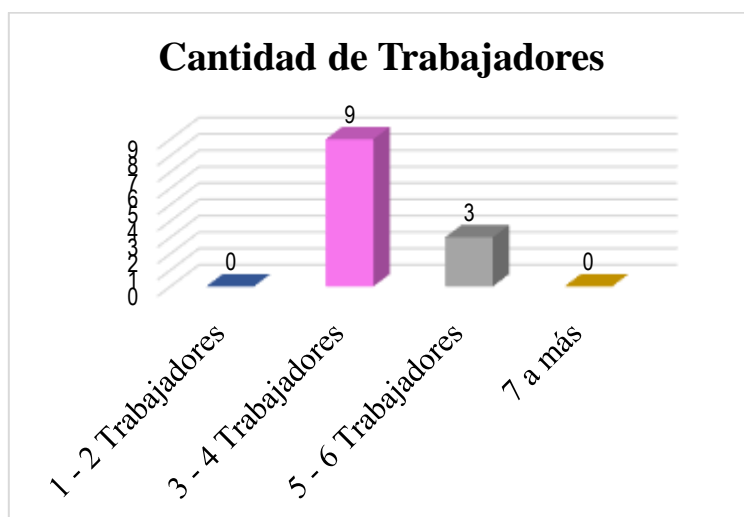


Figura 6.- Distribución de cantidad de trabajadores de las MYPES del área de estudio

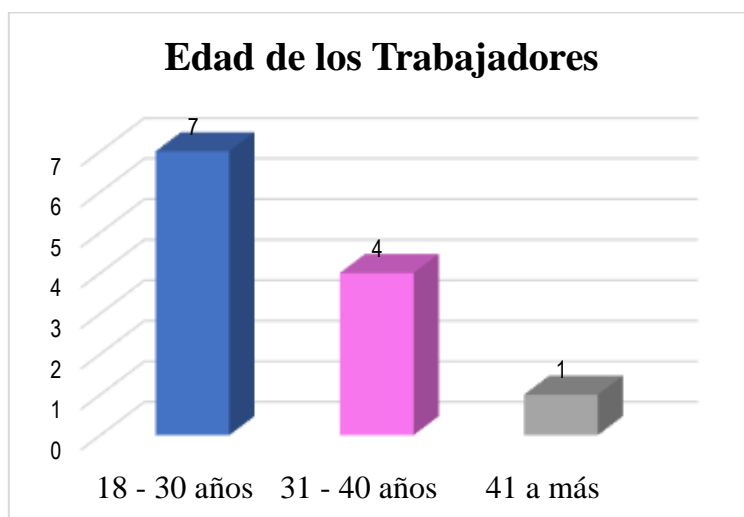


Figura 7.- Distribución de edad de los trabajadores de las MYPES del área de estudio

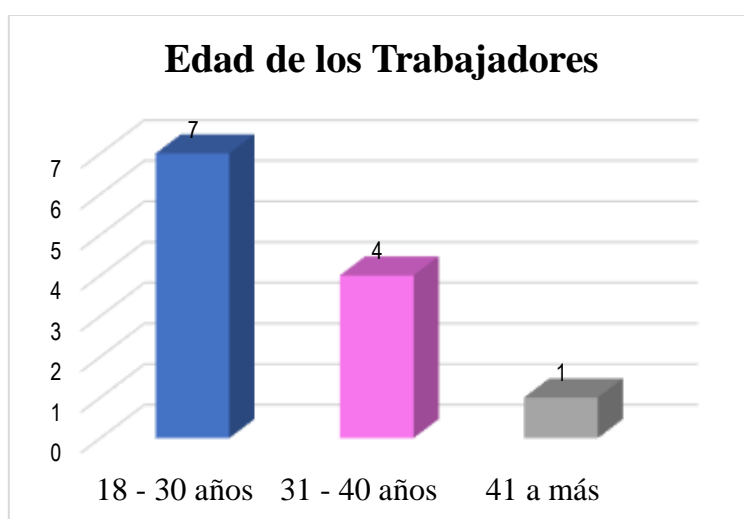


Figura 8.- Distribución de años de funcionamiento de las MYPES del área de estudio.

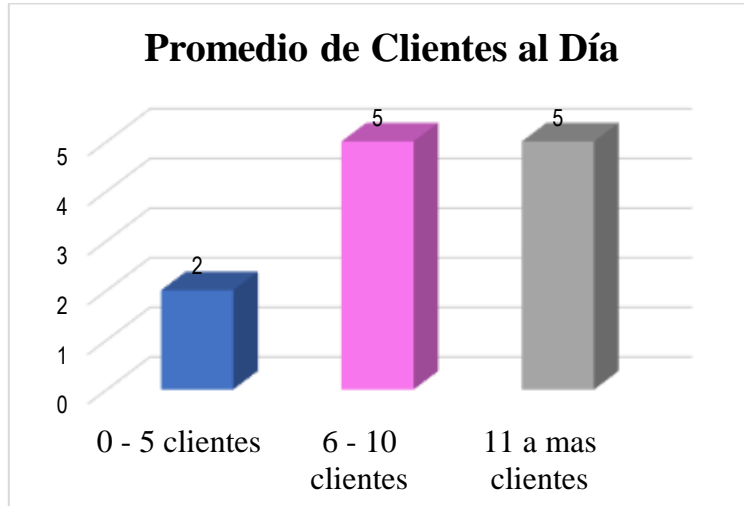


Figura 9.- Distribución de promedio de clientes al día de las MYPES del área de estudio.

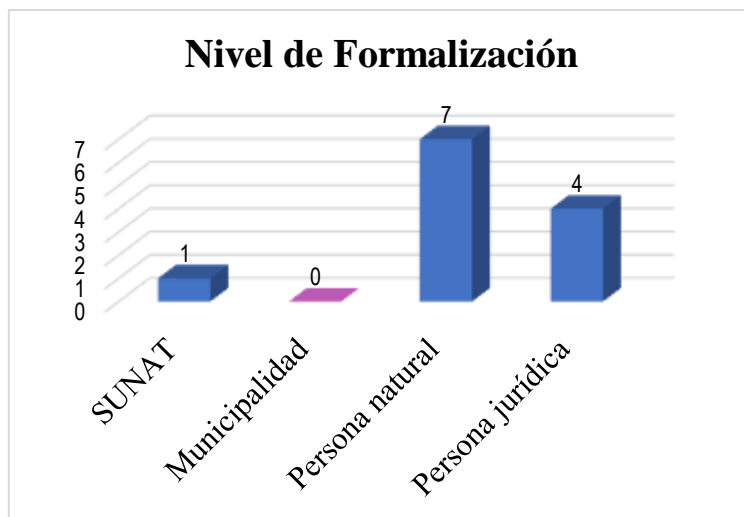


Figura 10.- Distribución de nivel de formalización de las MYPES del área de estudio

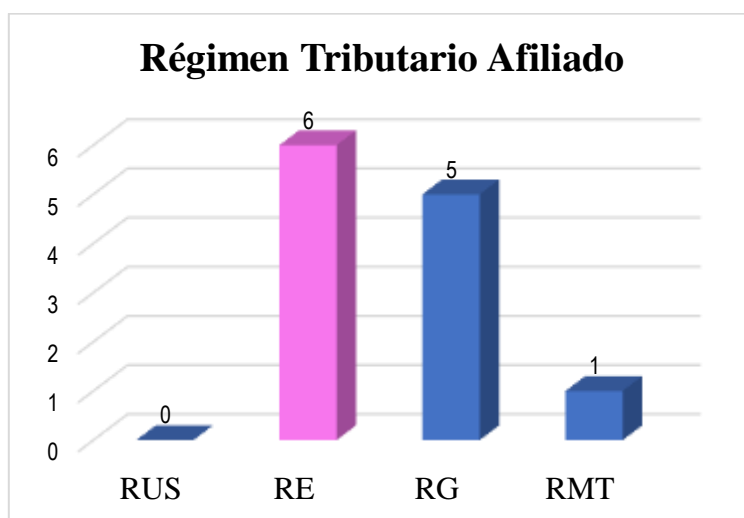


Figura 11.- Distribución de régimen tributario afiliado de las MYPES del área de estudio.

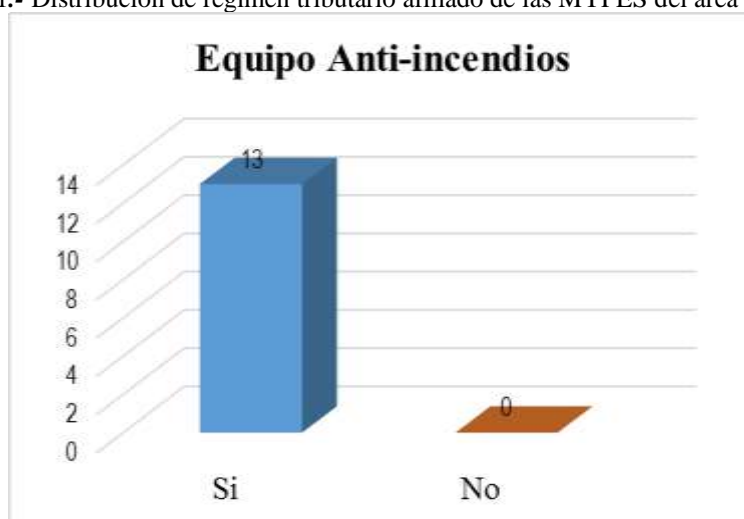


Figura 12.- Distribución de equipo anti-incendios de las MYPES del área de estudio



Figura 13.- Distribución de certificación de defensa civil de las MYPES del área de estudio

Objetivo específico 3: Determinar las características del financiamiento de las MYPES del área de estudio

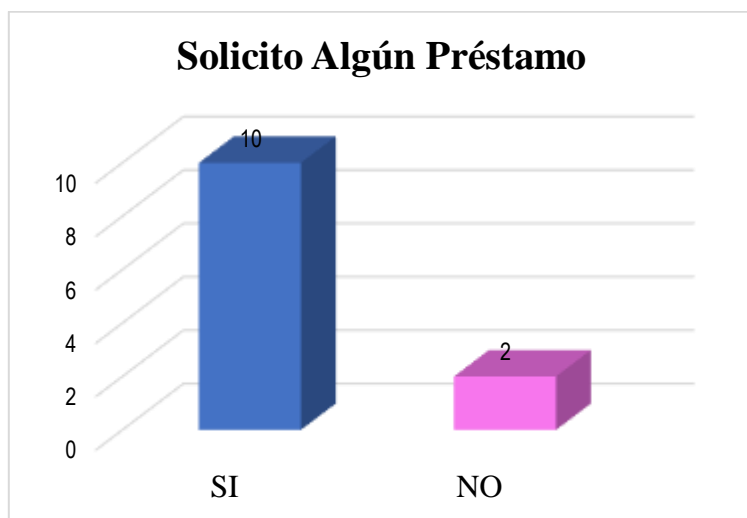


Figura 14.- Distribución de solicitud de préstamo de las MYPES del área de estudio.

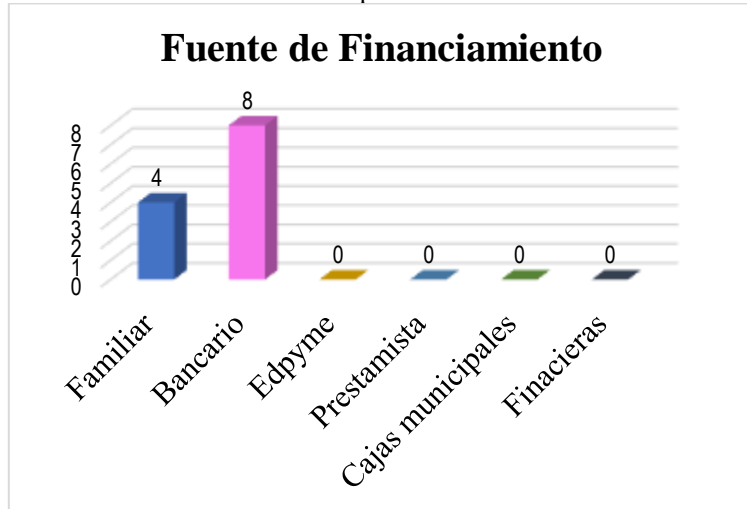


Figura 15.- Distribución de fuente de financiamiento de las MYPES del área de estudio

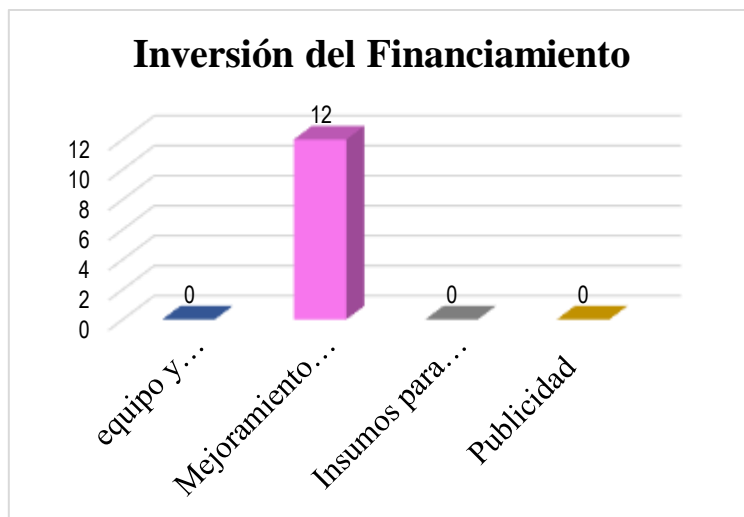


Figura 16.- Distribución de inversión del financiamiento de las MYPES del área de estudio

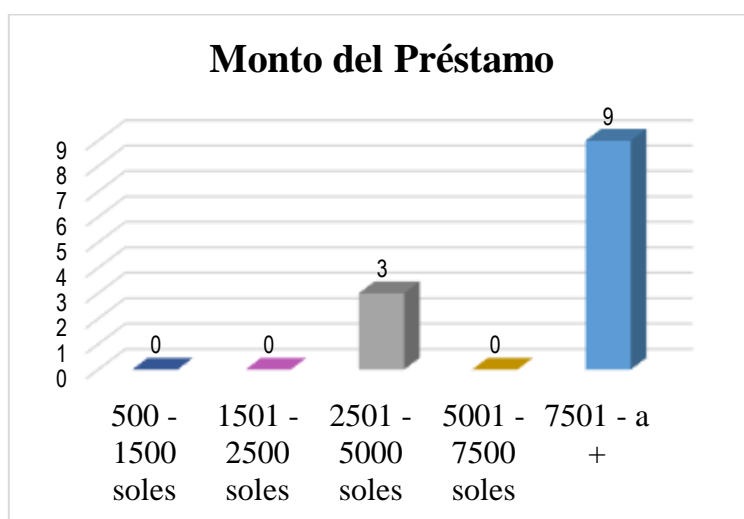


Figura 17.- Distribución de monto del préstamo de las MYPES del área de estudio

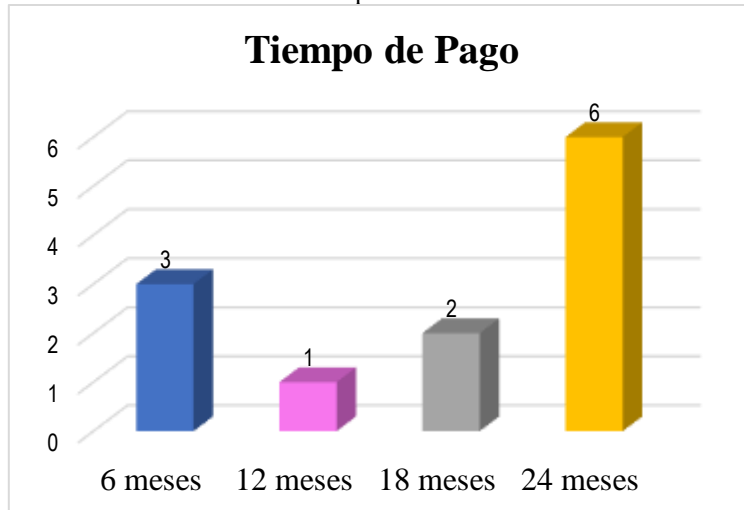


Figura 18.- Distribución de tiempo de pago del préstamo adquirido por las MYPES del área de estudio

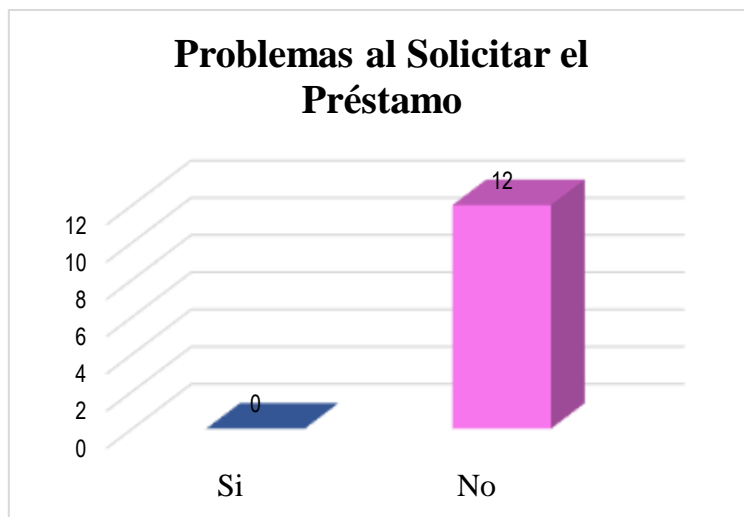


Figura 19.- Distribución de problemas al solicitar el préstamo de las MYPES del área de estudio

Objetivo específico 4: Determinar las características de la rentabilidad de las MYPES del área de estudio

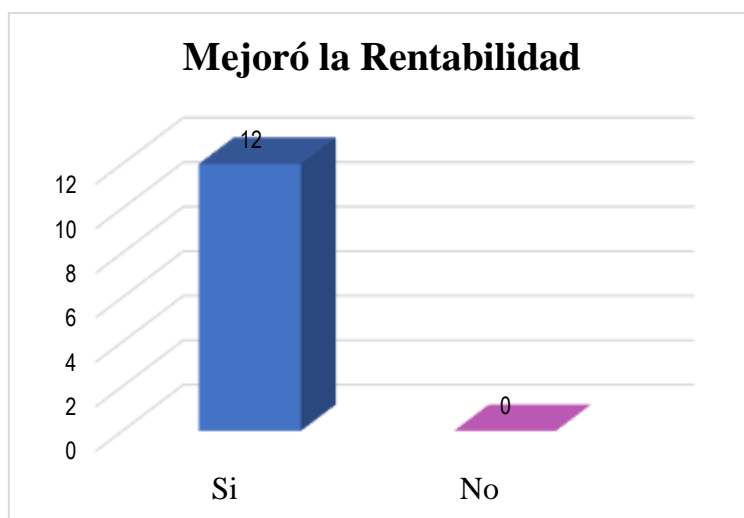


Figura 20.- Distribución de mejora de rentabilidad después del préstamo adquirido por las MYPES del área de estudio

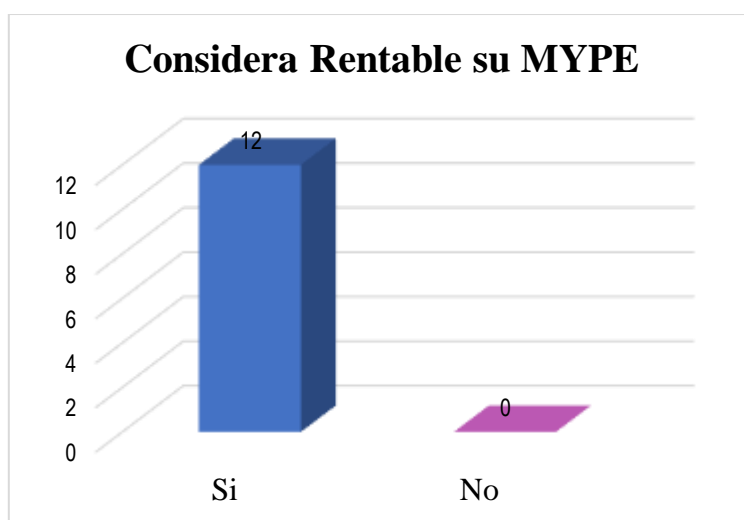


Figura 21.- Distribución de rentabilidad de las MYPES del área de estudio

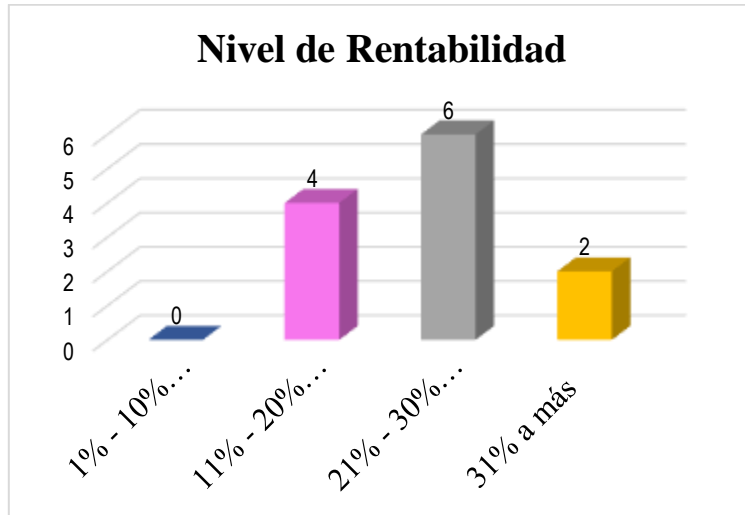


Figura 22.- Distribución de nivel de rentabilidad de las MYPES del área de estudio.

MATRIZ DE COHERENCIA

Problema de investigación	Objetivos	Variables	Población y muestra	Metodología	Instrumentos y procedimientos
<p>Pregunta general:</p> <p>¿Cuál es la caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPES del sector servicio rubro alquiler de habitaciones de los hosteles en el distrito y provincia de satipo, departamento Junín, año 2017?</p>	<p>Objetivo General Determinar las características del financiamiento y la Capacitación de las MYPES del sector servicio rubro alquiler de habitaciones de los hoteles en el distrito y provincia de Satipo , departamento Junín, año 2017</p> <p>Objetivo específico 1: Determinar el perfil de los representantes legales de las MYPES del área de estudio.</p> <p>Objetivo específico 2: Determinar las características de las MYPES del área de estudio.</p> <p>Objetivo específico 3: Determinar las características del financiamiento de las MYPES del área de estudio.</p> <p>Objetivo específico 4: Determinar las características de la capacitación de las MYPES del área de estudio.</p>	<p>Variable 1: Financiamiento</p> <p>Variable 2: Capacitacion</p>	<p>Población: 13 Hostales del sector servicio, del distrito de Chanchamayo. año 2017</p> <p>Muestra: 100% de la población de la zona de estudio.</p>	<p>Diseño: - No experimental - Transversal - Descriptivo</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	ESCALAS	MÉTODOS
<p>Objetivos generales</p> <p>Determinar las primeras características del financiamiento y la capacitación de las mypes del Rubro hoteles, de distrito y provincia de satipo, hasta el periodo 2017.</p> <p>Objetivos específicos</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>El financiamiento y la capacitación influyen en el crecimiento de las Mypes Rubro hoteles, del distrito y provincia de Satipo, hasta el periodo 2017</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>H1: Existen poco financiamiento,</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>El financiamiento y la capacitación influyen en el crecimiento de las Mypes Rubro hoteles, del distrito y provincia de Satipo, hasta el periodo 2017</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>H1: Existen poco financiamiento, para las Mypes en Rubro hoteles, del distrito y provincia de Satipo,</p>	<p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>VARIABLE PENDIENTE</p>	<p>EDAD</p> <p>SEXO</p> <p>GRADO DE INSTRUCC</p>	<p>Razón: Años</p> <p>Nominal:</p> <p>Masculino</p> <p>Femenino</p>	<p>TIPOS DE INVESTIGACION</p> <p>Cuantitativo, porque en la recolección de datos y la presentación de los resultados se ha utilizado procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.</p> <p>Nivel de la investigación de la tesis</p> <p>Descriptivo debido a que el trabajo solo se ha limitado a describir las</p>

<p>Describir las principales características del financiamiento de las mypes Rubro hoteles, del distrito y provincia de Satipo, hasta el periodo 2017</p> <p>Analizar las principales características de la capacitación de las mypes Rubro hoteles ,del distrito y provincia de satipo ,hasta el</p>	<p>para las Mypes en Rubro hoteles, del distrito y provincia de Satipo, hasta el periodo 2017</p> <p>H2: Las MYPES Rubro hoteles, del distrito y provincia de Satipo, hasta el periodo 2017</p>	<p>hasta el periodo 2017</p> <p>H2: Las MYPES Rubro hoteles, del distrito y provincia de Satipo, hasta el periodo 2017</p>	<p>Financiamiento y capacitación</p>	<p>CIÓN</p>	<p>Nominal: Sin instrucción Primaria Secundaria Instituto Universidad</p>	<p>principales características de las variables en estudio.</p> <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACION El diseño que se ha utilizado en esta investigación fue no experimental – retrospectivo – descriptivo.</p> <p>M O</p> <p>Dónde: M = muestra conformada por las Mypes encuestadas.</p>
---	---	--	--------------------------------------	-------------	---	--

periodo 2017						
--------------	--	--	--	--	--	--

						<p>O = Observación de las variables: Financiamiento, y rentabilidad</p> <p>No experimental</p> <p>La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las</p>
--	--	--	--	--	--	---

					clientes	<p>variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto.</p> <p>Descriptivo</p> <p>La investigación es descriptiva porque se limitó a describir las variables es estudio tal como se observaron en la realidad en momento en que se recogió la información.</p> <p>Tipo de investigación:</p> <p>Cuantitativo</p>
--	--	--	--	--	----------	---

						Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental Instrumento: Cuestionario
--	--	--	--	--	--	--

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de los Representantes Legales	Son algunas de las características que poseen los propietarios y/o administradores de las MYPES	Sexo	Nominal: Femenino
		Edad	Razón: Años
		Estado Civil	Nominal: Soltero
		Grado de instrucción	Nominal: Primaria Secundaria
		Cargo que desempeña	Nominal: Propietario
Perfil de la MYPE	Son algunas de las características de las MYPES de estudio	Cantidad de trabajadores	Razón: 1 – 2 trabajadores 3 – 4 trabajadores 5 – 6 trabajadores 7 a más
		Edad de los trabajadores	Razón:
		Años de funcionamiento	Razón: 1 - 5 años
		Promedio de clientes al día	Razón: 0 – 8 clientes

		Nivel de formalización	Nominal: SUNAT Municipalidad
		Régimen tributario afiliado	Nominal: Régimen único simplificado Régimen especial
		Kit Anti-Incendios	Nominal: Si - No
		Certificado Defensa civil	Nominal: Si - No
Financiamiento de las MYPES	Son algunas de las características relacionadas con el financiamiento de las MYPES	Solicitud de préstamo	Nominal:
		Fuente de financiamiento	Nominal: Familiar - Bancario Edpyme - Prestamista
		Inversión del financiamiento	Nominal: Muebles y enseres Mejoramiento del local
		Monto del crédito obtenido	Razón: 500 – 1500 soles 1501 – 2500 soles 2501 – 5000 soles
		Tiempo de pago	Razón: 6 meses 12 meses
		Problemas al solicitar el crédito	Nominal: Si - No
	Percepción que	Mejoramiento de la rentabilidad, posterior al financiamiento	Nominal: Si - No

Capacitación en las MYPES	tienen los propietarios y/o administradores de las MYPES de la rentabilidad de sus empresas en el periodo de estudio	Percepción de la rentabilidad en la empresa	Nominal: Si - No
		Percepción del nivel de rentabilidad en la MYPE	Razón: 1% - 10% rentabilidad 11% - 20% rentabilidad