



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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE CAPACITACIÓN Y  
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE DEL  
SECTOR TEXTIL-ROPA INDUSTRIAL EN LA  
PROVINCIA DE SECHURA PIURA, AÑO 2018**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA**

**CHUNGA CHUNGA ROSA BLANCA**

**ORCID: 0000-0002-8867-256X**

**ASESORA**

**PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEÉ.**

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

**PIURA - PERÚ**

**2020**

**EQUIPO DE TRABAJO**

**AUTOR**

Chunga Chunga, Rosa Blanca

ORCID: 0000-0002-8867-256X

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

**ASESOR**

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé.

ORCID: 0000-0001-8823-2655

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

**JURADO**

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000- 0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000- 0002-4650-4322

Chumacero Acajima, Maritza Zelideth

0000-0001-7372-741X

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. Vilela Vargas Víctor Hugo

ORCID: 0000- 0003-2027-6920

**Presidente**

Mgtr. Guzmán Castro Iván Arturo

ORCID: 0000- 0002-4650-4322

**Miembro**

Lic. Chumacero Acajima Maritza Zelideth

0000-0001-7372-741X

**Miembro**

Dra. Palacios de Briceño Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente a DIOS porque hasta aqui me sigue ayudando en todo. A mis docentes universitarios por el aporte profesional dado en todo momento .Y a las MYPE por su apoyo para desarrollar mi tesis.

## **DEDICATORIA**

A mi querida familia que en todo momento  
demostraron su apoyo incondicional que me impulso a  
seguir adelante.

## **RESUMEN**

El proyecto de investigación “caracterización de capacitación y atención al cliente en las Mype del sector textil –ropa industrial en la provincia de Sechura Piura año 2018” tiene como objetivo general describir las características que tiene la capacitación y atención al cliente de las MYPE comercialización, rubro ropa industrial las cuales están ubicadas en la provincia de Sechura - Piura, año 2018; se empleó la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, los resultados fueron agrupados de acuerdo a las variables. En donde se consigno que las características de la capacitación y Atención al Cliente de las MYPE rubro ropa industrial, de las MYPE si conocen el procedimiento de la capacitación y atención al cliente ya que así consideran que tendrán el acceso a nuevos mercados, por ello las MYPE están implementados con máquinas industriales lo cual consideran que ser capacitados y atender al cliente es muy importante; así mismo saben de los beneficios y están seguros que para tener buena producción se debe saber administrar bien y, son conscientes del pago de impuesto bajo el monitoreo del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo; también conocen los beneficios de la Atención al Cliente el cual conoce el procedimiento ya que su atención es regular por lo que estos deben ser capacitados y así brinden una excelente Atención al Cliente; ya por ahora la eficacia no es tan buena tampoco registra a sus cliente y no se inclinan a los descuentos ya que no es conveniente .

**Palabras clave:** Capacitación, Atención al Cliente de las MYPE.

## **ABSTRACT**

The research project "characterization of training and customer service in the Mype of the textile sector - industrial clothing in the province of Sechura Piura year 2018" has the general objective of describing the characteristics of training and customer service of the MYPE marketing, industrial clothing category which are located in the province of Sechura - Piura, year 2018; the methodology of quantitative type, descriptive level and non-experimental design was used, the results were grouped according to the variables. Where it is stated that the characteristics of the training and Customer Service of the MYPE are in the industrial clothing category, of the MYPE if they know the procedure of the training and customer service since they thus consider that they will have access to new markets, therefore the MYPE are implemented with industrial machines which consider that being trained and serving the customer is very important; they also know the benefits and are sure that to have good production you must know how to manage well and are aware of paying the tax under the supervision of the Ministry of Labor and Employment Promotion; They also know the benefits of Customer Service, which knows the procedure since their attention is regular, so they must be trained and thus provide excellent Customer Service; already for now the efficiency is not so good nor does it register its clients and they do not lean towards discounts as it is not convenient..

**Keywords:** Training, Customer Service of the MYPE.

## CONTENIDO

FIRMA DE JURADO Y ASESOR .....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN .....	ivi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	x
ÍNDICE DE CUADROS .....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	14
2.1 ANTECEDENTES.....	14
2.1.1 Variable: Capacitación. ....	14
2.1.2 Variable: Atención al cliente. ....	17
2.2 MARCO TEÓRICO.....	21
2.2.1 Capacitación. ....	21
2.2.2 Atención al cliente.....	26
III. HIPÓTESIS. ....	31
IV. METODOLOGÍA.....	32
4.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN. ....	32
4.2 POBLACIÓN.....	33
4.2.1. Criterios de Inclusión: .....	35
4.2.2. Criterios de Exclusión: .....	35

4.3 Definición Operacionalización de las variables e Indicadores.....	1
4.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS. ...	1
4.5 PLAN DE ANALISIS.....	1
4.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA. ....	1
V. RESULTADOS.....	1
5.1 Resultados en tablas .....	1
VI. CONCLUSIONES .....	13
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	15
ANEXOS .....	18
<i>Constancia de validación.....</i>	<i>19</i>
<i>Cuestionario 1.....</i>	<i>20</i>
<i>Cuestionario 2.....</i>	<i>21</i>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de Operacionalización de las variables. ....	1
Tabla 2 ¿Cómo califica la atención al cliente? .....	5
Tabla 3 Qué características posee la Mype que le genera una satisfacción en la atención recibida .....	6
Tabla 4 El personal fue claro en darle información del servicio .....	7
Tabla 5 Las instalaciones son acogedoras para la atención al cliente.....	8
Tabla 6 Cada que tiempo recibe capacitación.....	1
Tabla 7 Considera usted que necesita capacitación .....	2
Tabla 8 Que medios utiliza la empresa para capacitación .....	3
Tabla 9 Que beneficios obtiene cuando se capacita.....	4

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Relación de Riesgos .....	8
Cuadro 2 Fuente de Información .....	33
Cuadro 3 Relación Mype .....	34
Cuadro 6 Matriz de consistencia.....	1

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Gráfico que representa a "¿Cómo califica la atención al cliente?" .....	5
Figura 2: ¿Qué características posee la Mype que le genera una satisfacción en la atención recibida? .....	6
Figura 3: ¿El personal fue claro en darle información del servicio? .....	7
Figura 4: ¿Las instalaciones son acogedoras para la atención al cliente? .....	8
Figura 5: ¿Cada que tiempo recibe capacitación?.....	1
Figura 6: Considera usted que necesita capacitación.....	2
Figura 7: ¿Que medios utiliza la empresa para capacitación? .....	3
Figura 8: ¿Qué beneficios obtiene cuando se capacita?.....	4

## I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada: caracterización de capacitación y atención al cliente en las Mype, línea asignada por la escuela de administración: Caracterización de la capacitación, competitividad, financiamiento y rentabilidad en las Mype, por lo cual de esta manera conoceremos más respecto a las micro y pequeñas empresas.

En Sechura se logra desarrollar la industria textil con las empresas extranjeras instaladas en la zona de los diferentes sectores (pesca, mineras, agrícolas) el comercio en la zona logro desplegar en un 50 % en comparación a años anteriores cuando aún la minería aún no se desarrollaba en la provincia.

Para el presente trabajo de investigación se tomó en cuenta el análisis PEST que fue implementado por sus creadores Liam Fahey y V.K. Narayanan en su libro, publicado en 1986 para diagnosticar los factores internos y externos de la empresa en el aspecto político, económico, social y tecnológico que posteriormente se implementó con el aspecto ecológico y legal, ahora llamado PESTEL.

En el aspecto político la Ley 30056 “Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y Crecimiento Empresarial”, define a las empresas por volumen de ventas anuales monto máximo 150 UIT sin considerar el número de sus trabajadores, lo mismo para Pequeña Empresa ventas anuales superiores a 150 UIT y máximo 1700 UIT. Al mismo tiempo esta ley, brinda beneficios a las empresas que capaciten a su personal y así puedan deducir este gasto del impuesto

a la renta por un monto máximo al 1% del costo de su planilla anual. El estado debe apoyar e incentivar las compras a las MYPE y pagarles en un tiempo prudencial para seguir produciendo y generar más ingresos para este sector. Las instituciones como PRODUCE y SUNAT informan que las empresas que componen el rubro de manufactura mantienen una constante 10% de la composición del total de las mismas.

A nivel nacional se analiza que las desventajas competitivas de las MYPE es la Asociatividad, una herramienta colectiva de la que carecen las MYPE textiles peruanas las mismas que no cuentan con una buena oferta exportable este obstáculo impide que despeguen y obtengan mejores resultados en el comercio exterior con la posibilidad de convertirse en una mediana o gran empresa en mediano y largo plazo.

El autor Lozano (2010) define el término asociatividad como una estrategia de colaboración colectiva que persigue la creación de valor a través de la concreción de objetivos comunes que contribuyen a superar la escasez de escalas individuales y a incrementar la competitividad.” el resultado de la globalización trajo consigo la integración de economías a través de la eliminación de barreras con la finalidad de realizar transacciones de bienes, servicios tecnología, personas entre otras.

Pero, así como cedió conveniencia a los negocios también provocó competitividad y es más complicado que una MYPE pueda lograr buenos frutos operando de manera particular. En la presente, la asociatividad empresarial se ha transformado en una estrategia capaz de moderar los efectos adversos de la

globalización, ya que se autoriza que las MYPE se afiancen no solo en los mercados internos, sino que también puedan participar en los mercados externos, mediante la optimización de su organización de costos, para así, tener costos competitivos y productos de buena índole.

El omitir las ventajas que ofrece la asociatividad, la carencia de promoción del Estado, entre otros factores, hace que el generador MYPE textil renuncie de su internacionalización, adaptándose sólo con la venta de su producto en el comercio interno. Esta situación se debe convertir en un corto tiempo tal como hicieron otros países como España, Italia, Rusia, Brasil y Colombia. Una opción para que las MYPE puedan calcar ejemplos de éxitos y mejorar su estado actual es hacer un cambio, adecuarse a la nueva situación y una de las respuestas es la asociatividad empresarial. El desconocimiento del empresario o la carencia de una correcta comunicación del Estado producen que las MYPE no tomen conciencia y adopten esta estrategia, trabajo pendiente para que los organismos como PROMPERU, la Sociedad Nacional de Industrias, PRODUCE entre otros efectúen y se logre un cambio, no sólo para las MYPE sino para la reavivación económica del Perú. Diferentes estudios han planteado las ventajas y desventajas de este mecanismo.

Respecto al factor económico podemos ver que es un tema de actualidad que está vinculada al desarrollo económico del país. Fue oportuno proponer buscar una información de personas que son los propios protagonistas ya que estos trabajaron y conocen el día a día, es así que obtuvimos datos certeros que ayudan a nutrir de una información más real, también se complementó recopilando información de diarios, revistas, etc. Para poder dar una información

real y con datos sustentados extraemos de los medios la información seria ya que los datos están relacionados con la actualidad, pero al mismo tiempo nos limitamos a decir que sea una versión acertada para tomar decisiones en la continuación de la formación de empresa que desee invertir o entablar un proyecto de la misma línea ya que es una investigación y no un argumento para ser tomado como asesoramiento.

En el Perú, al 30 de junio de 2013 existen 1 millón 713 mil 272 unidades empresariales, de los cuales el 99,6% son micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) considerando la nueva categorización empresarial establecida por la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, promulgada el 1 de julio de 2013. Según esta Ley, las micro, pequeñas y medianas empresas se establecen según sus niveles de ventas anuales fijados en Unidades Impositivas Tributarias (UIT). (INEI, 2013).

Así son micro empresas las que alcanzan ventas hasta un monto máximo de 150 UIT, son pequeñas empresas las que tienen ventas anuales superiores a este valor y hasta el monto máximo de 1 700 UIT y son medianas empresas las que alcanzan ventas anuales superiores a 1 700 UIT hasta 2 300 UIT. De cada diez empresas cuatro son micro empresas comerciales Según el segmento empresarial, el 96,2% de las unidades registradas son micro empresas, el 3,2% pequeñas empresas, el 0,2% medianas empresas y el 0,4% grandes empresas. Según actividad, el 44,4% de micro empresas se dedican a la comercialización de

bienes, mientras que el 16,2% son micro empresas que prestan servicios administrativos, de apoyo y servicios personales. (INEI, 2013).

En lo que se relaciona al aspecto social las MYPE de ropa industrial se les presenta la oportunidad de ventas ya que crece la demanda en la provincia de Sechura porque se inicia la explotación minera uno de los sectores más rentables después de la pesca es ahí que las autoridades toman acuerdos para que los productos requeridos sean tomados en cuenta los que se producen y se fabrican en la zona de influencia directa. En el trabajo industrial, es mejor proveer que curar. Por lo tanto, la importancia de emplear ropa de protección industrial es para mantenerse a salvo en trabajos peligrosos, en donde la virtud física se puede ver comprometida, sobre todo cuando se utiliza maquinaria pesada, que puede presentar desgaste y causar accidentes.

En el artículo 18.2 del reglamento de LEY 29783 - DECRETO SUPLENTO Nº 005-2012-TR, establece al equipo de protección personal como uno de los requisitos principales para poder realizar un trabajo de alto riesgo por tal motivo la ropa de seguridad industrial es obligatorio.

a) Ropa de Trabajo. Cuando se elija ropa de trabajo, se tendrá que tomar en consideración los peligros a los cuales el trabajador puede estar exhibido y se seleccionará aquellos tipos de ropa de trabajo que reduzcan los peligros al mínimo.

- La ropa de trabajo no debe presentar peligro de engancharse o de ser atrapado, por las piezas de las máquinas en actividad.

- No se debe portar en los bolsillos objetos afilados o con puntas, ni materiales explosivos o inflamables.

- Es obligación del trabajador el uso de la ropa de trabajo dotado por la empresa, mientras dure el día de trabajo.

#### b) Ropa Protectora.

- Es la ropa especial, que debe ponerse como protección contra ciertos riesgos específicos y en especial contra la manipulación de sustancias cáusticas o corrosivas y que no protegen la ropa ordinaria de trabajo.

- Los vestidos protectores y capuchones, para el personal expuesto a sustancias corrosivas u otras sustancias dañinas, serán de caucho o goma.

- Para trabajos de fundición, se dotan de trajes o mandiles de asbesto y posteriormente se usan trajes de algodón aluminizado, que refringe el calor.

- Para trabajos en equipos que emanan radiación (rayos x), se utilizan mandiles de plomo.

En el trabajo se puede producirse un sinnúmero de vidas perdidas entre las horas laborales, además de otras numerosas lisiaduras y accidentes involuntarios. Las pérdidas de una empresa por no implementar con la ropa adecuada para su personal se pueden ver expuestas tanto en vidas como en dinero. Los riesgos en el trabajo se asocian con el uso de maquinaria, por lo que las lecciones en asuntos de seguridad y operación pueden ayudar a que el trabajo sea más seguro para el trabajador.

El objetivo principal del vestuario laboral para la industria es salvaguardar de cualquier inminente riesgo al que se puede ver reducido su portador. Sin embargo, lo que lleven algunos puestos para su seguridad no puede ser suficiente. Siguiendo las normas precisas sobre la ropa de seguridad y en las acciones preventivas, como una capacitación en seguridad, probablemente será posible asegurarse de que un trabajador hace su trabajo seguro y definitivamente no habrá riesgo de sufrir un gran daño.

Toda ropa de seguridad debe venir claramente expresada en el folleto informativo del fabricante.

#### c) Ropa de protección de alta visibilidad

Ropa destinada a señalar visualmente la presencia del usuario, con el fin de que este sea detectado en situaciones de riesgo, bajo cualquier tipo de luz diurna, o haz de luz artificial. La protección se puede conseguir por el propio material constituyente de la prenda o por la adición a la prenda confeccionada de materiales fluorescentes o con características de retroreflectividad adecuadas.

- Existen tres clases para este tipo de ropa (1, 2 y 3), siendo la clase 3 la que ofrece mayores características de visibilidad y la 1, las menores.
- El color de la ropa debe ser base fluorescente (0 a 3): Indica la clase de la materia visible del retroreflectante y del fluorescente.
- Clase de materia retroreflectante (0 a 2): Indica la clase de materia retroreflectante en función de su coeficiente de retroflexión.

Cuadro 1 Relación de Riesgos

<b>Riesgos</b>	<b>Como ocurre un riesgo</b>	<b>Evaluaciones de seguridad para la elección y utilización del equipo</b>
Acciones generales	Por contacto	Cuando hay un desgaste debido a la utilización
	Desgaste por utilización	Debe ser resistente a las rasgadas
Acciones mecánicas	Por abrasivos de decapado, objetos puntiagudos y cortantes	Resistencia a la penetración
Acciones térmicas	Productos ardientes o fríos, temperatura ambiente	Aislamiento de acuerdo a la temperatura (frio o el calor), mantenimiento de la función protectora
	Contacto con las llamas	Incombustibilidad, resistencia a la llama
	Por trabajos de soldadura	Protección y resistencia a la radiación y a las proyecciones de metales en fusión
Acción de la electricidad	Tensión eléctrica	Aislamiento eléctrico
Acciones químicas	Resistencia a las acciones químicas	Estanquidad y resistencia a las agresiones químicas
Acción de la humedad	Penetración de agua	Permeabilidad al agua
Falta de visibilidad	Percepción insuficiente	Color vivo, retrorreflectivo
Por contaminación	Contacto con productos radiactivos	Estanquidad, aptitud para la descontaminación, resistencia
Incomodidad y molestias al trabajar	Insuficiente confort de uso	Diseño ergonómico: Dimensiones, progresión de las tallas, volumen de superficie, confort, permeabilidad al vapor de agua
Accidentes y peligros para la salud	Mala compatibilidad	Debe predominar la buena calidad de los materiales
	Falta de higiene	Facilidad de mantenimiento
	Adherencia excesiva	Forma ajustada, hechura
Alteración de	Intemperie, condiciones	Resistencia del equipo a las agresiones

la función de protección debida al envejecimiento	ambientales, limpieza, utilización	industriales
		Mantenimiento de la función protectora durante toda la duración de vida del equipo
		Conservación de las dimensiones
Eficacia protectora insuficiente	Mala elección del equipo	Elección del equipo en función de la naturaleza y la importancia de los riesgos y condicionamientos industriales: Respetando las indicaciones del fabricante (instrucciones de uso) Respetando el marcado del equipo (ej: clases de protección, marca correspondiente a una utilización específica)
		Elección del equipo en función de los factores individuales del usuario
	Mala utilización del equipo	Utilización apropiada del equipo y con conocimiento del riesgo
		Respetando las indicaciones del fabricante
	Suciedad, desgaste o deterioro del equipo	Mantenimiento en buen estado
		Controles periódicos
		Sustitución oportuna
		Respetando las indicaciones del fabricante

Fuente: Ley 29783

A través de esta investigación se determinará cuál fue la situación que llevo a los maquicentros a seguirse desarrollando con un público poco exigente a inicios y que empieza su desarrollo empresarial a inicios del 2012 con la explotación de los fosfatos en Bayóvar es aquí donde la ropa industrial se hace un requerimiento importante para las empresas y es aquí que las MYPE TEXTILERAS empiezan a tener un mayor despliegue económico y que para esto tuvieron que formalizarse para poder facturar.

De acuerdo a legislación tributaria Decreto Legislativo N° 1269-2017, según SUNAT se ha creado el Nuevo Régimen MYPE tributario para negocios con ingresos netos que no superen las 1,700 UTI lo que implica simplificar la tributación, reducir de manera sustantiva sus costos y a la vez contribuye a la formalización mediante la declaración de ingresos y sus gastos. Permite, además, un tránsito ordenado y progresivo hacia el régimen general. En este régimen se pueden acoger todas las actividades económicas. (Diario Gestión, 2017)

La presente investigación tiene algunas limitaciones debido a que en la actualidad nacional y mundial está restringiendo en la actualidad el trabajo de las MYPE y el futuro es incierto.

Según la World Health Organization indica “La OMS ha evaluado este brote durante los últimos días y estamos profundamente preocupados, tanto por los niveles alarmantes de propagación y gravedad, como por los niveles alarmantes de inacción. Es por ello que hemos decidido decretar el estado de pandemia” (WHO, 2020)

Ante ello en Perú se tomaron las medidas necesarias para resguardar la salud de todos sus habitantes. Mediante DECRETO DE URGENCIA N° 026-2020 que establece diversas medidas excepcionales y temporales para prevenir la propagación del coronavirus (covid-19) en el territorio nacional. Por lo tanto, se analizarán las características de las Mype antes esas medidas teniendo en consideración los puntos necesarios de esta investigación para que así estas no se puedan ver afectadas

En lo que respecta a lo tecnológico las MYPE tuvieron que actualizar sus estrategias de venta considerando que la tecnología marca un avance importante para ofrecer y vender productos es por ello que las MYPE cuentan con correos electrónicos, Facebook, Instagram y otras apps sociales que ayudan a difundir mejor los negocios teniendo en cuenta que a inicio de los 90 cuando se inicia la actividad textil, la tecnología no era tan prescindible como hoy en día aquellos tiempos se les conocía como maquicentros estos fueron implementados por el gobierno central el mismo que se interesó por capacitar a madres de familia mayormente para tener un ingreso adicional las mismas que hoy en día cuentan con otras generaciones quienes se interesan por capacitarse.

En el aspecto ecológico se está implementando de acuerdo a las normas establecidas para de alguna manera mitigar la contaminación ambiental en la provincia de Sechura, optan por hacer campañas de concientización para cuidar el medio ambiente.

En lo legal están tramitando para patentar su marca de ropa y también se capacitan para conocer el procedimiento de exportación.

La situación descrita anteriormente permitió identificar el problema el cual está referido a: ¿Qué características tiene la capacitación y atención al cliente en las Mype del sector textil –ropa industrial en la Provincia de Sechura Piura año 2018?; así mismo para identificar este problema nos hemos establecido un objetivo general de identificar las características de capacitación y atención al cliente en las Mype del sector textil–ropa industrial en la provincia de Sechura Piura año 2018.

Los objetivos específicos se basan en : (a) identificar el tipo de capacitación en las Mype del sector textil–ropa industrial en la Provincia de Sechura Piura, año 2018; (b) identificar los costos que permite la capacitación en las Mype del sector textil –ropa industrial en la provincia de Sechura Piura año 2018; (c) determinar las estrategias de atención al cliente en las Mype del sector textil –ropa industrial en la provincia de Sechura Piura año 2018; (d) determinar los elementos de la atención al cliente en las Mype del sector textil–ropa industrial en la provincia de Sechura Piura año 2018.

Se plantearon objetivos claros y precisos que llevan a conocer esta importante información, así mismo se empleará la investigación descriptiva, de nivel cuantitativa, diseño no experimental, de corte transversal y se recurrirá la técnica de recojo de datos.

Esta investigación se justifica con la finalidad de determinar las características que poseen las MYPE en términos de capacitación atención al cliente en las Mype del sector textil–ropa industrial en la provincia de Sechura Piura año 2018.

En nuestro país más del 98% de las empresas en el país son micro y pequeñas empresas. Aportan más del 50% del producto bruto interno y son las principales generadoras de empleo en la economía. Sin embargo, alrededor del 74% opera en la informalidad y todas ellas formales e informales se desarrollan con evidentes limitaciones que condicionan su desarrollo. (Wise, 2009)

Por otro lado, el ingeniero Figueroa (2009) describe que en general las personas buscan y se quedan en donde se sienten bien, les ponen atención, todas las personas que atienden públicos deben ser empáticos y atentos con los clientes para que siempre regresen.

Esta investigación también se justifica desde el ámbito metodológico ya que aplicará una metodológica científica y objetiva, que corresponde desarrollar un conjunto de actividades para el proceso de información y análisis de fuentes primarias y secundarias, también se determinó el tamaño de la población y de la muestra. Asimismo, se utilizará un conjunto de herramientas tales como: aplicación de encuestas a través del instrumento de cuestionario, visitas a los diferentes establecimientos que serán importante para el estudio.

## II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Las bases teóricas de esta tesis lo tenemos en la línea de investigación que es la capacitación y la atención al público, son estas las que constituyen el desarrollo del proyecto de investigación.

### 2.1 ANTECEDENTES

#### 2.1.1 Variable: Capacitación.

Según Gurumendi (2017), realizó la investigación titulada “Plan de capacitación en BPM para los restaurantes de la parroquia Yaguachi Nuevo, Cantón Yaguachi”, presentada en la Universidad Estatal de Milagro. Se utilizó la investigación descriptiva y de campo por el método empírico, se concluyó que los empleados de los restaurantes de la Parroquia Yaguachi Nuevo consideran que un plan de capacitación ayudará a fortalecer su negocio. Es importante recalcar que la Agencia de Control y Vigilancia Sanitaria es la encargada de supervisar los restaurantes mediante las normas BPM

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”, presentada a 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.

Moreira (2013) Realizó una investigación titulada “Necesidades de Capacitación Profesional del Personal Administrativo de la Universidad Cristiana Latinoamericana Extensión Guayaquil para Mejorar la Calidad de Servicio” en la Universidad de Guayaquil (Guayaquil - Ecuador), cuyo objetivo principal es : Diagnosticar las necesidades de capacitación profesional del Personal Administrativo de la Universidad Cristiana Latinoamericana extensión Guayaquil, utilizando la metodología de tipo descriptivo, llego a las siguientes conclusiones, que el 91% del personal administrativo manifiesta que al recibir un módulo practico de capacitación en atención al cliente sería un factor importante para mejorar la calidad de servicio; así mismo, el 99% de personal administrativo consideran que al tener capacitación continua se mejoraría la calidad de servicio en atención al cliente.

Justo (2017) en su estudio "Caracterización de la capacitación en micro y pequeñas empresas en el sector de servicios - Sector de restaurantes, Ciudad de Chimbote, 2014” presentado a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, el objetivo fue determinar las principales características de la capacitación en Mype en el sector de servicios en Chimbote, 2014. Fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño No experimental/transversal, Concluyendo que: La mayoría de los representantes tienen entre 31 y 50 años, son mujeres con un título universitario, son propietarias. Todos los negocios pequeños y tienen 7 años, con

1 a 5 trabajadores, son permanentes y creados para generar ganancias. La mayoría de los representantes conocen la capacitación, lo han hecho en los últimos años, de tres a muchas veces, lo consideran una inversión, capacitan a su personal en el servicio al cliente y creen que mejora el rendimiento de la empresa.

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, presentada a la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, (Chimbote), utilizó 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 MYPE no aplican capacitación.

Velasco (2014), En su tesis “Capacitación de personal y servicio al cliente en las MYPE, Rubro Restaurantes – Chifa (Piura), Año 2012”, presentada a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, tiene como objetivo determinar las características de la capacitación de personal y el servicio al cliente en las MYPE, rubro restaurantes - Chifa (Piura), Año 2012, es una investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, llegó a la conclusión que la capacitación personal y el servicio al cliente mantienen características

enfocadas en el cliente, con respecto a la variable capacitación se ha identificado que el nivel de capacitación en el que se encuentran los trabajadores es bueno en una escala de deficiente a excelente, por otro lado los criterios para evaluar la capacitación son el desempeño, la productibilidad, la atención al cliente y el manejo de insumos de los trabajadores en restaurantes chifas.

Revisamos los medios locales y regionales y no se encontró mayor información en referencia a la variable considerando que en la localidad de Sechura es una provincia joven que esta adecuando procedimientos a través de las municipalidades para llegar al sector poblacional que necesita capacitarse.

#### 2.1.2 Variable: Atención al cliente.

Mendoza (2015) en su estudio titulado "Servicio al cliente en restaurantes de la capital municipal de Jutiapa", presentado en la Universidad Rafael Landívar de Guatemala. El objetivo fue: determinar cómo brindan servicio al cliente en los restaurantes de la capital municipal de Jutiapa. Se aplicó un diseño descriptivo y, mientras que las herramientas de recolección de datos. Se llegó a la conclusión de que los gustos de los clientes son los siguientes: higiene, confort y seguridad en la empresa. Si bien las preferencias son: buen servicio, precios cómodos y asequibles, servicio amable, servicio rápido y disponibilidad de todos los productos que ofrecen. El elemento de calidad identificado en el servicio ofrecido por los restaurantes es el aspecto tangible: limpio y en buenas condiciones, aunque no es muy espacioso, tiene buena iluminación y buena ventilación, muebles y equipo en buenas condiciones, así como la presentación de negocios.

Reyes (2014) En su trabajo de investigación denominado "Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación SHARE, sede

Huehuetenango”, tesis para optar el título profesional de administradora de empresa en la Universidad Rafael de Landívar (Guatemala), el cual tuvo como objetivo general: Verificar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango, se utilizando la metodología descriptiva experimental, con la técnica del cuestionario e instrumento de la encuesta y entrevista, los principales resultados y conclusiones fueron que la satisfacción de la calidad del servicio es aceptable en los aspectos de: instalaciones 79%, limpieza general 75%, capacitación del personal 68%, e información adecuada 60%, además los clientes externos perciben la calidad del servicio como en aceptable en un 72%.

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.

Grados, (2018) en su tesis, “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), su objetivo principal fue determinar las características de la Gestión de la Calidad en Atención al cliente en las Mype del sector comercio rubro boutiques para caballeros, empleó la metodología descriptiva, cuantitativa y no experimental y concluyó que: conocen el termino de atención al cliente y la consideran fundamental para que éste regrese al establecimiento, señalan de buena la atención que brindan, además 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.

Rodríguez (2017) en su investigación “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, tuvo por objetivo determinar la Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Investigación tipo descriptivo – correlacional, nivel aplicada, de diseño no experimental/ transversal, concluyó que: La mayoría de las Mype encuestadas están aplicando una gestión de calidad, y usando la técnica de mejora continua, planificando sus actividades. Así mismo, la mayoría prioriza el buen trato al cliente, contribuyendo al aumento de ventas en su negocio.

Orosco y Orosco (2014) En su tesis titulada “La comunicación y el servicio de atención al cliente en la corporación Belcorp - Piura”, presentada a la

Universidad Nacional de Piura, teniendo como objetivo conocer los rasgos más significativos (Fortalezas y Debilidades) del encuentro psicológico (Comunicación) y del Servicio de Atención al Cliente de la empresa Belcorp – Piura, siendo este estudio de tipo descriptivo, diseño no experimental, y concluyendo que el servicio de atención percibido por los clientes de la empresa Belcorp, en sus dimensiones: Tangibilidad, Confiabilidad, Capacidad de Respuesta, Garantía y Empatía, muestra el nivel de satisfacción bueno: 68.8% tiene el nivel de comunicación bueno, y el 12.6% nivel muy bueno.

Medina (2018), en su trabajo de investigación denominada “Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro pollería del distrito de Vice Sechura año 2018”, presentada ante la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote tiene como objetivo conocer qué características tiene la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro Pollería, Distrito de Vice Sechura, año 2018, es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal y concluyó respecto a atención al cliente: se destacó la importancia a través de la fidelización y valoración de los clientes, y se identificó estrategias para mejorar el servicio, implementando canales de atención, comunicación, y satisfacer las necesidades de los clientes. Por lo que se concluyó que en los trabajadores así como los clientes debe existir una estrecha relación en el producto ofrecido y servicio brindado, y la gestión de los recursos utilizados.

## **2.2 MARCO TEÓRICO**

### 2.2.1 Capacitación.

Según Beltrán, (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.

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 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 introducir nuevas oportunidades, pero también solicita de tiempo para mejorar las insuficiencias que puede tener una empresa alcanzando una mayor rentabilidad y creando nuevos presupuestos para el mejor manejo y impulso de las capacitaciones dentro de la MYPE.

### 2.2.2 Atención al cliente.

El servicio al cliente se define como el conjunto de acciones mediante las cuales la empresa administra la relación con sus clientes actuales o potenciales antes o después de la compra del producto y cuyo objetivo final es lograr la satisfacción. Cuanto más se pueda (Ariza & Ariza, 2014)

Con respecto al servicio al cliente, Ariza y Ariza (2014) enfatizaron que el servicio al cliente debe enfocarse en el comportamiento del cliente a fin de

establecer una relación directa con los clientes para que puedan resolver cualquier incidente, o problema que los clientes pueden tener.

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.

#### 2.2.2.1. Estrategias de atención al cliente

Para Cayatopa y Mera (2016), las estrategias de atención al cliente son:

- Servicio Post venta.- Esta estrategia es muy importante porque debemos lograr un grado de satisfacción, mejora continua y una necesidad fundamental de retener a nuestros clientes.
- Información compartida.- Para conocer mejor al cliente, la información que tenemos sobre él debe compartirse con los colaboradores, para comprender mejor el comportamiento del cliente, también se recomienda proporcionar comentarios a la base de datos con gusto, preferencias, etc.

- Cumplimiento de lo prometido.- El hecho de que nuestro cliente nos considere una empresa responsable y seria nos permitirá retener a nuestros clientes y atraer a clientes potenciales
- Capacitación para fortalecer el poder de negociación.- Es importante capacitar a los empleados para un mejor desenvolvimiento cuando se trata de servir al cliente, buscando la fidelización del cliente.
- Comunicación inmediata para los clientes.- Proporcionando atención de calidad para su primera elección en términos de consumo, esto generará una respuesta inmediata a sus comentarios en sus amistades y en las redes sociales.
- Precios competitivos: Ser competitivo con los precios propuestos, para competir primero con la competencia.

#### 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.

### III. HIPÓTESIS

La presente investigación es descriptiva, según los metodólogos señalan que no debe registrarse hipótesis, porque las investigaciones descriptivas enumeran propiedades de cada variable.

Según Hernández (2009); para dicha investigación no es necesario plantear una Hipótesis, puesto que es unas investigaciones de nivel descriptivo por lo tanto no es obligatorio su formulación, por lo que solo se trata de mencionar o buscar la característica y los perfiles de las personas que están involucradas al análisis.

## IV. METODOLOGÍA.

### 4.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

Esta investigación es de nivel descriptivo porque, enumera clasifica y marca las propiedades de cada una de las variables donde se pretende identificar las propiedades de la Formalización y Atención al cliente de las MYPE rubro sector textil –ropa industrial en la provincia de Sechura Piura es de tipo cuantitativo porque los datos se han examinado de modo científico numéricamente, aplicando la estadística que consiste en la recolección y análisis de los datos de cada una de las variables en estudio, nos referimos a la Formalización y Atención al cliente, a la misma vez se ha estudiado las, características, propiedades y ocurrencias de la problemática de forma objetiva en tal sentido que la obtención de los resultados se han podido generalizar; según Hernández, Fernández (2010)

El diseño aplicado en la investigación es no experimental, por la que se aprecia fenómenos tal como se dan en el contexto natural; es de corte transversal porque se mide a la vez el porcentaje de la prevalencia de lo expuesto y del resultado de una muestra poblacional dado en un solo momento temporal; por lo tanto, este diseño nos permite estudiar las características y magnitud de las variables que se dieron en un solo momento; según (Hernández, Fernández y Batista, 2010).

## 4.2 POBLACIÓN

Tal investigación tiene como unidades de análisis a las MYPE del rubro del sector textil –ropa industrial en la provincia de Sechura - Piura y constituyen un total de 3 MYPE.

Cuadro 2 Fuente de Información

<b>Variable</b>	<b>Fuente de Información</b>	<b>Población</b>
Capacitación	Trabajadores	Finita
Atención al Cliente	Clientes	finita

Fuente: Elaboración propia

Para la variable 1, la población está constituida por los trabajadores de las MYPE; que los constituyen un total de 03 Mype, dichos personajes cuentan con las siguientes características Son personas que trabajan en las MYPE del sector textil y que día a día se esfuerzan por cumplir con las metas establecidas. Por la cual nos lleva a una población finita.

Para la Variable 2, la población está constituida por 02 tipos de clientes (clientes fijos clientes temporales) y para esta investigación se consideró como muestra a los clientes fijos que son personas que viven en la provincia de Sechura y sus alrededores, mayormente los clientes son empresarios que se llegaron a posesionar en la provincia de Sechura debido al nuevo sector laboral como es la minería y pesca.

Cuadro 3 Relación Mype

ITEM	NOMBRE DE MYPE	UBICACION	N° DE TRABAJADORES	N° DE CLIENTES
1	1	Sechura	4	13
2	2	Sechura	4	13
3	3	Sechura	4	14

Fuente: Elaboración propia.

### **MUESTRA.**

Es aquella porción de la población la cual ha sido debidamente elegida con el propósito de obtener resultados válidos.

Según Hernández Sampieri (1991), manifiesta que en el caso de la muestra de estudio si esta es menor a cincuenta personas se deberá de considerar la misma cantidad.

Para la variable 1 capacitación se acudirá los trabajadores dicha población es finita y se hará uso encuestando a los 12 trabajadores.

Para la Variable 2 Atención al Cliente se acudirá a los Clientes la misma que es población finita ,por lo que se conoce la cantidad de clientes que en total son 40 personas para atención al cliente.

Los propietarios comentaron que este rubro tiene muy buena acogida en la provincia debido al requerimiento que se tiene por las empresas mineras e industriales instaladas en la zona y a la exigencia de las normas de seguridad que exigen que todo trabajador debe contar con su ropa de seguridad establecida que

cumpla la norma establecida, a raíz de esto se formaron las Mype que hoy en día ya están formalizados.

#### 4.2.1. Criterios de Inclusión:

Las que van a ser consideradas serán personas mayores de 18 años hasta 50 años de edad de ambos géneros.

#### 4.2.2. Criterios de Exclusión:

Las personas que no serán consideradas son trabajadores que faltan constantemente, llegan tarde a trabajar, alguien que esta con licencia de permiso, que apenas tiene una semana en el trabajo; estas personas serán excluidas porque no proporcionaran la información que requerimos.

### 4.3 Definición Operacionalización de las variables e Indicadores

Tabla 1 Matriz de Operacionalización de las variables.

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Fuente	Escala	Metodología
Capacitación	Según Beltrán, (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.	Tipos	Identificar el tipo de capacitación en las Mype del sector textil – ropa industrial en la Provincia de Sechura Piura, año 2018	Cada que tiempo el trabajador recibe capacitación.	Trabajadores	Ordinal	Tipo: cuantitativo Nivel: descriptivo Diseño: No experimental transversal Técnica: Encuesta y análisis documental. Instrumento: Cuestionario y guía de revisión documental
				Considerar el tipo de capacitación que necesita el personal..			
		Costo	Identificar los costos que permite la capacitación en las Mype del sector textil – ropa industrial en la provincia de Sechura Piura año 2018	Que medios utiliza la empresa para la capacitación	Trabajadores		
				Que beneficios obtiene cuando capacita			

Fuente: Elaboración propia

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Fuente	Escala	Metodología
Atención al cliente	Serna (2006) precisa que el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos	Estrategias	Determinar las estrategias de atención al cliente en las Mype del sector textil –ropa industrial en la provincia de Sechura Piura año 2018	Cómo califica la atención al cliente	Clientes	Ordinal	Tipo: cuantitativo  Nivel: descriptivo Diseño: No experimental transversal  Técnica: Encuesta y análisis documental.  Instrumento: Cuestionario y guía de revisión documental
				Qué características posee la Mype que le genera una satisfacción en la atención recibida			
		Elementos	Determinar los elementos de la atención al cliente en las Mype del sector textil–ropa industrial en la provincia de Sechura Piura año 2018	El personal fue claro en darle información del servicio	Clientes		
				Las instalaciones son acogedoras para la atención al cliente			

Fuente: Elaboración propia

#### **4.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.**

Rodríguez (2008) considera que las técnicas son los medios que se emplea para recolectar la información, entre las que se destacan, el cuestionario, entrevistas, encuestas; por lo tanto para poder ejecutar esta investigación se aplicó la técnica de encuesta que ha consistido en recoger todos los datos, haciendo uso del cuestionario como instrumento de preguntas bien diseñadas.

Los resultados se obtuvieron después de la aplicación del conjunto de preguntas bien formuladas, las mismas que se aplicaron para obtener la muestra perspectiva, con el objetivo de conocer las opiniones de estados específicos y sus características. Además para la validación se acudió a los expertos indicados.

Vara (2012), menciona al análisis documental como una técnica empleada para la revisión exhaustiva de los documentos necesarios. Se tendrá acceso a la información documental de las MYPE del sector textil de la Provincia de Sechura – Piura, los cuales nos permitirán recabar la información necesaria para la presente investigación a través del instrumento guía de remisión documental.

#### **4.5 PLAN DE ANALISIS.**

Con la obtención de los datos ya recogidos se ingresaron a Excel y tabulados y graficados de forma ordenada por cada variable de acuerdo a sus dimensiones. Se utilizó la estadística descriptiva, en la que calculo las frecuencias de acuerdo al porcentaje.

Los datos se presentan en tablas graficados y se han interconectado. Luego se ha procedido a la realización del análisis y la interpretación de los datos coleccionados por medio del instrumento de recojo de datos (cuestionario) que se validara con el método juicio del experto.

#### 4.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA.

Cuadro 4 Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACION Y MUESTRA
Caracterización de capacitación y atención al cliente en las MYPE del sector textil-ropa industrial en la Provincia de Sechura Piura, año 2018	¿Qué características tiene la capacitación y atención al cliente en las MYPE del sector textil-ropa industrial en la Provincia de Sechura Piura, año 2018?	<b>OBJETIVO GENERAL.</b>	La presente investigación es descriptiva, según los metodólogos señalan que no debe registrarse hipótesis, porque las investigaciones descriptivas enumeran propiedades de cada variable.	Capacitación y atención al cliente	<b>Tipo:</b> Descriptivo <b>Nivel:</b> Cuantitativo <b>Diseño:</b> No experimental transversal. <b>Técnica:</b> Encuesta y análisis documental. <b>Instrumento:</b> Cuestionario y guía de revisión documental.	12 Trabajadores y 40 clientes de las MYPE del sector textil-ropa industrial en la Provincia de Sechura Piura.
		Identificar las características de capacitación y atención al cliente en las Mype del sector textil-ropa industrial en la provincia de Sechura Piura año 2018.				
		<b>OBJETIVO ESPECÍFICOS</b>				
		(a) identificar el tipo de capacitación en las Mype del sector textil-ropa industrial en la Provincia de Sechura Piura, año 2018; (b) identificar los costos que permite la capacitación en las Mype del sector textil –ropa industrial en la provincia de Sechura Piura año 2018; (c) determinar las estrategias de atención al cliente en las Mype del sector textil –ropa industrial en la provincia de Sechura Piura año 2018; (d) determinar los elementos de la atención al cliente en las Mype del sector textil-ropa industrial en la provincia de Sechura Piura año 2018.				

Fuente: Elaboración propia

#### 4.7 PRINCIPIOS ÉTICOS

Para el desarrollo de la presente investigación fue muy importante respetar los principios éticos ya que nos permiten en todo aspecto, respetar la propiedad intelectual de todos los autores las cuales se ven reflejadas en las citas de autoría según lo estipulado en las normas APA. Los datos incluidos en la investigación fueron de fuentes fidedignas y se respetó el reglamento del código de ética de la investigación.

### V. RESULTADOS.

#### 5.1 Resultados en tablas

#### Resultados de encuestas realizadas a los trabajadores de las Mype de los talleres de costura de una muestra de 12

Tabla 1  
¿Cada que tiempo recibe capacitación?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Trimestral	2	17%
Anual	10	83%
Nunca	0	0%
TOTAL	12	100%

**Fuente:** Según encuesta realizada, elaboración propia, 2018

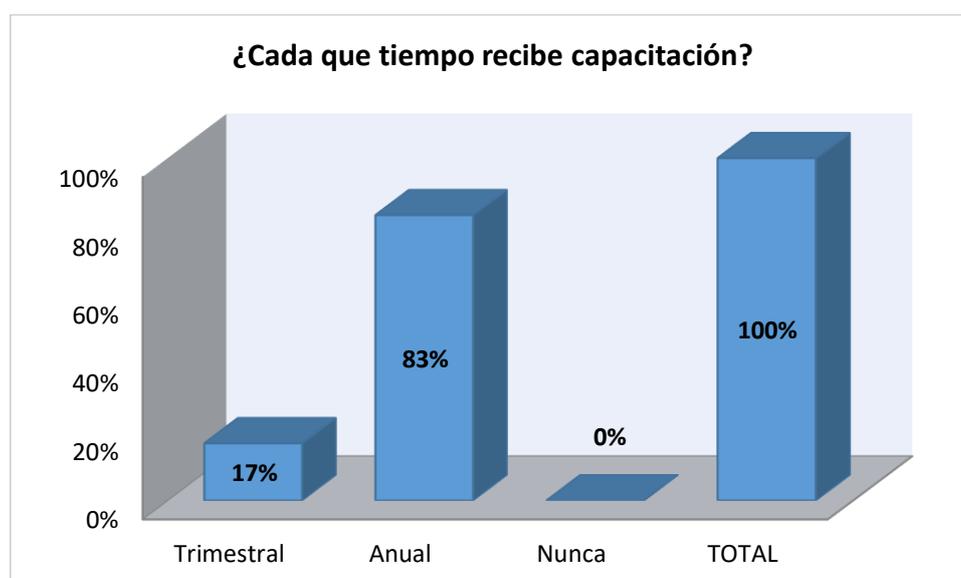


Figura 1: Grafica que representa a: “¿Cada que tiempo recibe capacitación?”

### Interpretación:

Los resultados de la encuesta realizada a los trabajadores dijo que el 17% recibe capacitación trimestral en las Mype de ropa industrial ubicadas en la Provincia de Sechura, el 83% dijeron que obtuvo capacitación anual y el 0% fueron los resultados para nunca.

Tabla 2  
¿Considera usted que necesita capacitación?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
si	10	83%
no	2	17%
nunca	0	0%
TOTAL	12	100%

**Fuente:** Según encuesta realizada, elaboración propia, 2018

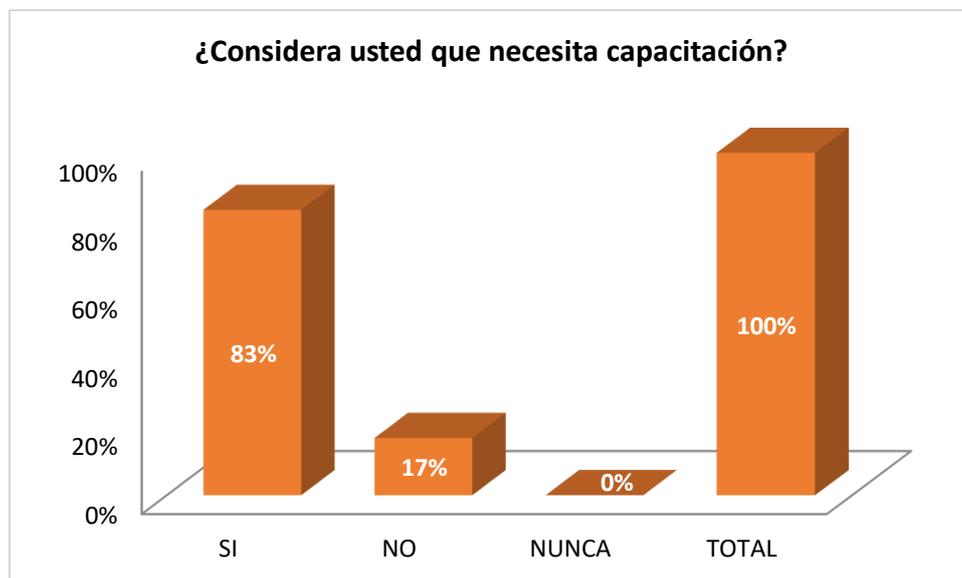


Figura 2: Grafica en mención a: ¿Considera usted que necesita capacitación?

### Interpretación:

Los resultados de la encuesta realizada a los trabajadores de las Mype de ropa industrial ubicadas en la Provincia de Sechura arrojó que el 83% necesita capacitación, el 17% dijeron que nunca necesita porque son prácticos y el 0% fueron los resultados para la respuesta no.

Tabla 3  
¿Qué medios utiliza la empresa para capacitación?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Estatales	4	33%
Privados	8	67%
Ninguna	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: Según encuesta realizada, elaboración propia, 2018

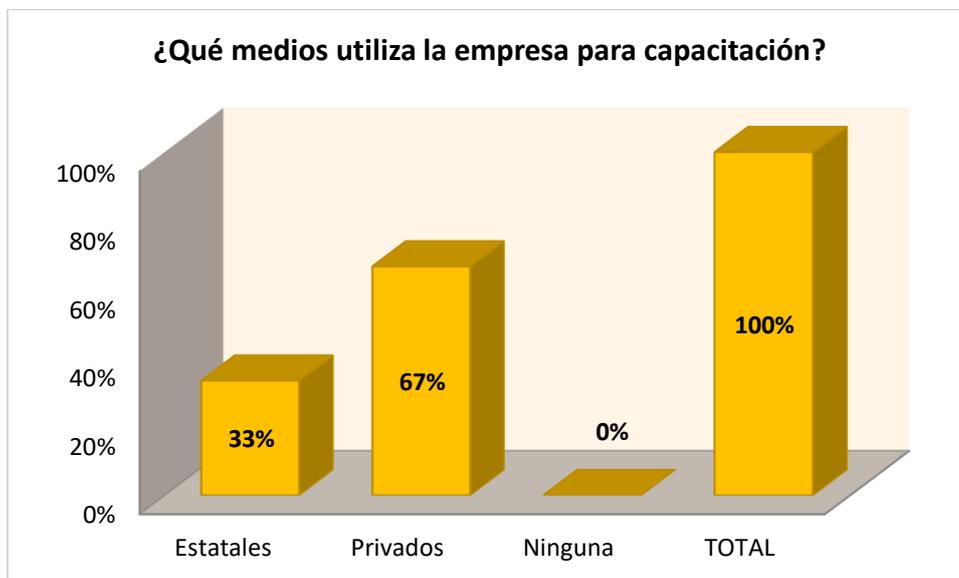


Figura 3: Grafica en mención a: ¿Que medios utiliza la empresa para capacitación?

### Interpretación:

Los resultados de la encuesta realizada a los trabajadores de las Mype de ropa industrial ubicadas en la Provincia de Sechura, el 33% dijo que el medio para capacitarlos fue a través de entidad estatal, el 67 % dijeron que fue el medio privado y el 0% fueron los resultados para la respuesta nunca.

Tabla 4  
¿Qué beneficios obtiene cuando se capacita?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Buena	10	83%
Mala	1	8%
Regular	1	8%
TOTAL	12	100%

Fuente: Según encuesta realizada, elaboración propia, 2018

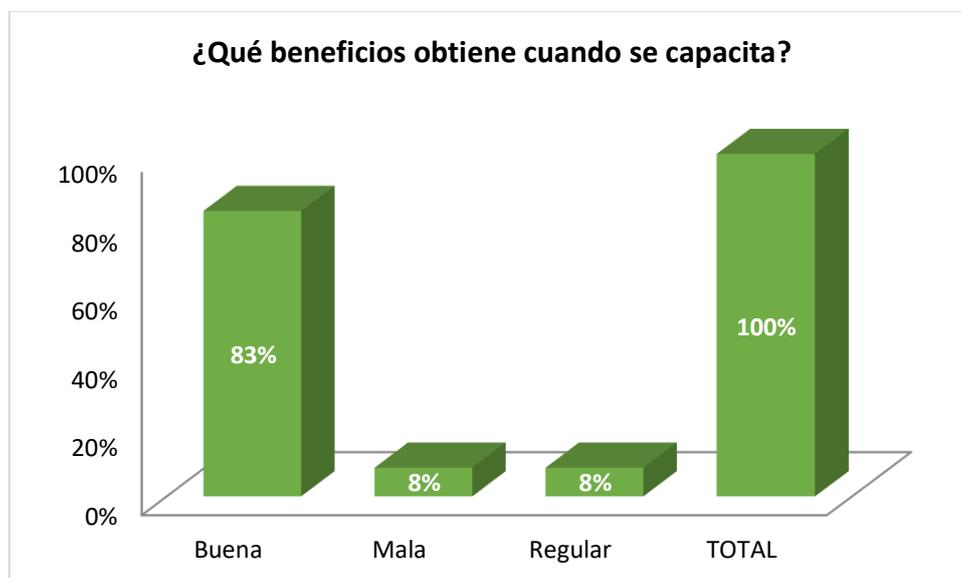


Figura 4: Grafica en alusión a: “¿Qué beneficios obtiene cuando se capacita?”

### Interpretación:

Los resultados de la encuesta realizada a los trabajadores de las Mype de ropa industrial ubicadas en la provincia de Sechura, el 83% dijo que el beneficio al capacitarse es bueno, el 8% dijeron que fue mala y el 8% dijeron que fue regular.

### Resultados aplicados a los clientes de las MYPE del sector textil de la Provincia de Sechura de un total de 40 personas.

Tabla 5  
¿Cómo califica la atención que le dieron?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Buena	25	63
Mala	5	13
Regular	10	25
Total	40	100

**Fuente:** Según encuesta realizada, elaboración propia, 2018

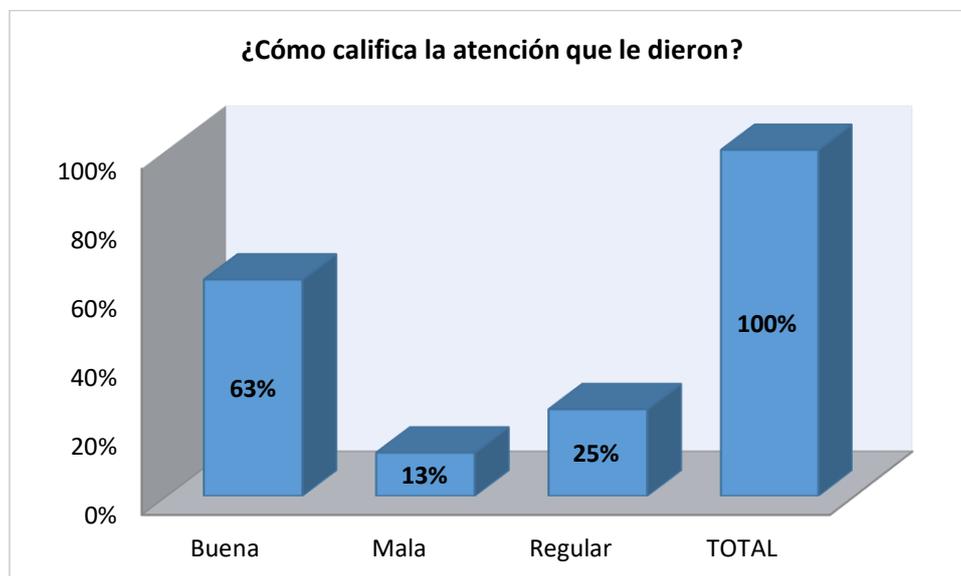


Figura 1: Gráfico que representa a "¿Cómo califica la atención que le dieron?"

### Interpretación:

Los resultados de la encuesta realizada a los clientes de las Mype de ropa industrial ubicadas en la Provincia de Sechura, se obtuvo que el 63% de los encuestados creen que la atención que les dieron fue buena, 13% de los encuestados dijeron que era mala y el 25% regular.

Tabla 6

¿Qué características posee la Mype que le genera una satisfacción en la atención recibida?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Buena	30	75%
Mala	5	13%
Regular	5	13%
Total	40	100%

Fuente: Según encuesta realizada, elaboración propia, 2018

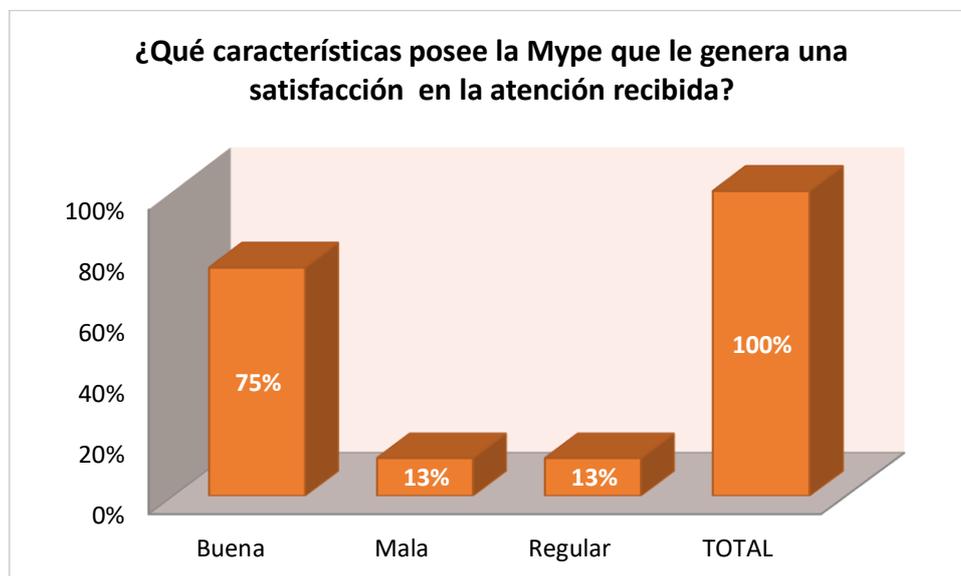


Figura 6: Grafico que describe a: “¿Qué características posee la Mype que le genera una satisfacción en la atención recibida?”

### Interpretación:

Los resultados de la encuesta realizada a los clientes de las Mype de ropa industrial ubicadas en la Provincia de Sechura, se obtuvo que el 75% de los encuestados creen que la Mype posee una característica buena, 13% de los encuestados dijeron que era mala y el 13% cree que es regular.

Tabla 7

¿El personal fue claro en darle información del servicio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	36	90%
A veces	2	5%
Nunca	2	5%
Total	40	100%

Fuente: Según encuesta realizada, elaboración propia, 2018

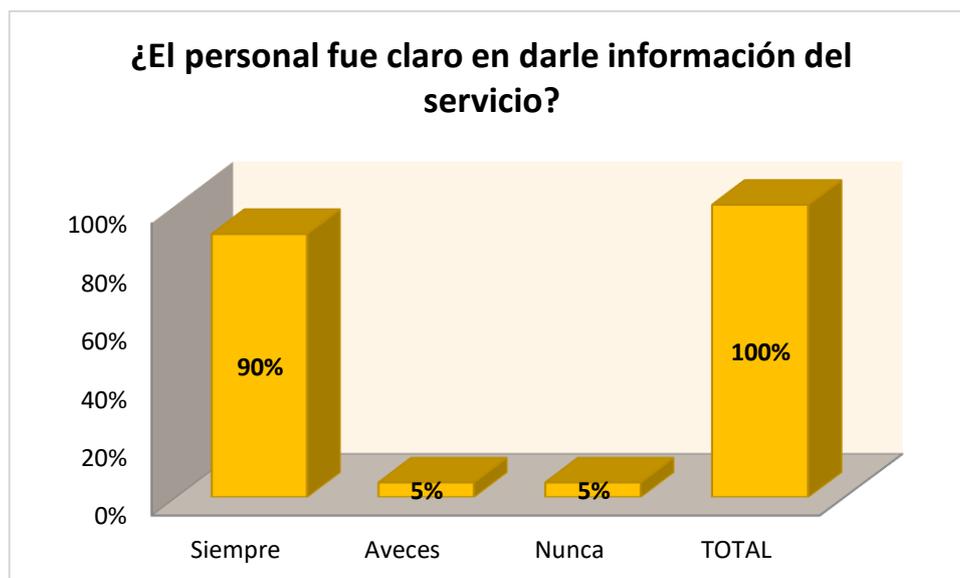


Figura 7: Grafico en alusión a: “¿El personal fue claro en darle información del servicio?”

### Interpretación:

Los resultados de la encuesta realizada a los clientes de las Mype de ropa industrial ubicadas en la Provincia de Sechura, se obtuvo que el 90% de los encuestados creen que el personal de la Mype siempre le dio una información clara del servicio, 5% de los encuestados dijeron que a veces les proporcionaron información y el 5% cree que nunca les dieron buena información del servicio.

Tabla 8

¿Las instalaciones son acogedoras para la atención al cliente?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	36	90%
A veces	3	8%
Nunca	1	3%
TOTAL	40	100%

Fuente: Según encuesta realizada, elaboración propia, 2018

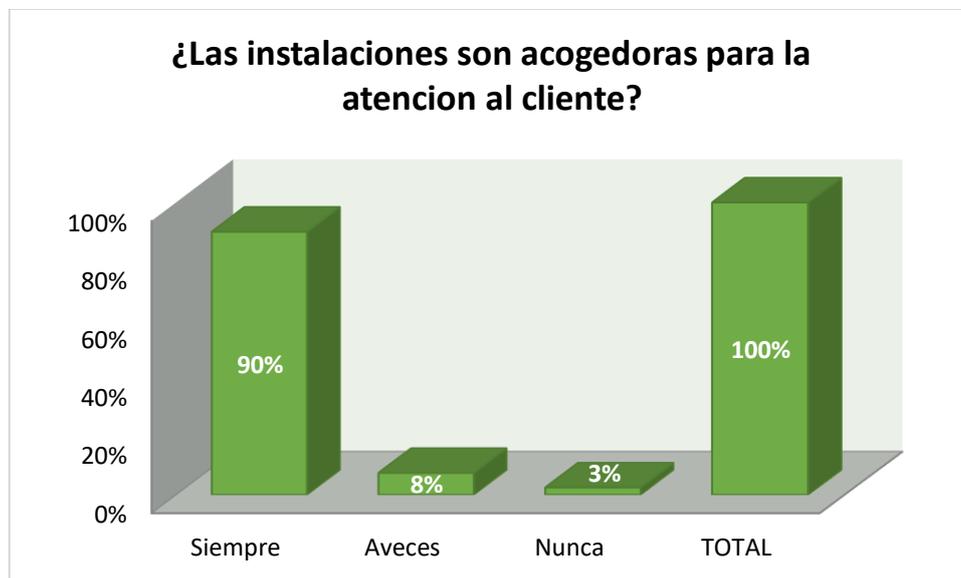


Figura 8: Gráfico que describe a: ¿Las instalaciones son acogedoras para la atención al cliente?

## **Interpretación:**

Los resultados de la encuesta realizada a los clientes de las Mype de ropa industrial ubicadas en la Provincia de Sechura, se obtuvo que el 90% de los encuestados creen que siempre la Mype tiene las instalaciones adecuadas y acogedoras para la atención al cliente el 8% de los encuestados dijeron que a veces son acogedoras y el 3% cree que nunca.

### **5.2. Análisis de resultados**

En la tabla 1 “¿Cada que tiempo recibe capacitación?” Se procesaron los datos y se llegó a la conclusión que en Sechura del 100% de los trabajadores entrevistados respondieron que el 83% obtuvo capacitación anual. Según Beltran, (2015), nos dice la capacitación que se le brinda al personal, ayuda a una mejora continua de sus habilidades y competencias del trabajador es por ello que las empresas hoy en día entendieron que la capacitación es importante para sus colaboradores.

En la tabla 2 “¿Considera usted que necesita capacitación?”, el 83% necesita capacitación fueron los resultados para esta respuesta. Velasco (2014), afirma que es deficiente la capacitación que las MYPE brindan a sus colaboradores, es por ello que se planteó esta pregunta para resaltar la necesidad que existe en los trabajadores.

Tabla 3 ¿Qué medios utiliza la empresa para capacitación?, el 67% dijeron que fue el medio privado. Según Alemán, (2015) manifiesta que es una inversión para la empresa que a corto plazo de resultados por eso menciona ciertos gastos de inversión para la empresa como es honorarios gastos de transportes. etc.

Considerando que las capacitaciones son realizadas en instituciones privadas para obtener mejores resultados.

Tabla 4 “¿Qué beneficios obtiene cuando se capacita?” el 83% dijo que el beneficio al capacitarse es bueno. Según Justo (2017) realiza su estudio en Chimbote rubro restaurant, indica que la respuesta de los resultados de los trabajadores es buena por eso las empresas realizan sus capacitaciones de uno a tres veces al año donde la MYPE hace una inversión con buenos resultados para su personal.

Tabla 5 ¿Cómo califica la atención que le dieron? Los resultados de la encuesta realizada a los clientes de las Mype de ropa industrial ubicadas en la Provincia de Sechura, se obtuvo que el 63% de los encuestados creen que la atención que les dieron fue buena, según Grados, (2018) en su tesis, “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”, conocen el término de atención al cliente y la consideran fundamental para que este regrese al establecimiento, y aquí se utilizan estrategias como atención personalizada por tal motivo hay una buena aprobación por parte de los clientes para regresar constantemente. Otra de las estrategias podemos mencionar a Cayatopa y Mera (2016), donde señala el Servicio Post venta, Información compartida, cumplimiento de lo prometido, comunicación, etc. es por ello que también algunas de la MYPE hoy cuentan con redes sociales, servicios electrónicos para poder cotizar y competir mejor con sus productos ofreciendo precios acordes con el mercado.

Tabla 6 ¿Qué características posee la Mype que le genera una satisfacción en la atención recibida? Los resultados de la encuesta realizada a los se obtuvo que el 75% de los encuestados creen que la Mype posee una característica buena, según Medina (2018), en su trabajo de investigación denominada “Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro pollería del distrito de Vice Sechura año 2018”, se destacó la importancia a través de la fidelización y valoración de los clientes, y se identificó estrategias es aquí que encontramos que el servicio que dan las MYPE es de mucho interés inclusive el cliente manifiesta por ejemplo que el proveedor va y toma las medidas de sus trabajadores para la elaboración de las prendas industriales ya que estas cumplen con estándares de calidad para realizar diferentes tipos de trabajo en la industria.

Tabla 7 “¿El personal fue claro en darle información del servicio?” Los resultados de la encuesta realizada a los clientes de las Mype de ropa industrial ubicadas en la Provincia de Sechura, se obtuvo que el 90% de los encuestados creen que el personal de la Mype siempre le dio una información clara del servicio, y consideran la transparencia como un buen elemento para adquirir el producto. Según Vásquez, (2017) si se requiere obtener una buena atención al cliente debe tomar en cuenta los siguientes elementos: a) Seguridad, b) Comunicación, c) Cortesía, d) Profesionalismo, e) Capacidad de respuesta, f) Fiabilidad. Gracias a estos elementos se puede tener clientes fieles y se puede tener la seguridad que ellos hacen efecto multiplicador para que vengan más clientes.

Tabla 8 ¿Las instalaciones son acogedoras para la atención al cliente? Los resultados de la encuesta realizada a los clientes de las Mype de ropa industrial ubicadas en la Provincia de Sechura, se obtuvo que el 90% de los encuestados creen que siempre la Mype tiene las instalaciones adecuadas. Cruz (2014), realizó una investigación titulada "servicio y atención al cliente en la comercializadora de textiles -UNITEX- de la cabecera departamental de Huehuetenango", quien manifiesta que se debe garantizar la aplicación de elementos de importancia, tales como la satisfacción, expectativas y ambiente e instalaciones agradables, ya que hoy en día hay procedimientos y normas de seguridad industrial que se deben cumplir gracias a ello los clientes se sentirán en confianza llevándose una impresión positiva sobre el producto o servicio gracias a la atención que se esté brindando.

## VI. CONCLUSIONES

Luego de la investigación se concluye que los objetivos de capacitación y atención al cliente establecidos para la tesis, en la primera variable la mayoría de los trabajadores manifestaron conocer el procedimiento del trabajo de confección de manera empírica y que la mayor parte de trabajadores le daba poca importancia a la capacitación, lo que les permite a los dueños de los maquicentros despreocuparse por capacitarlos pero al mismo tiempo analizan la competencia que cada día ofrece el mercado, por ello tratan acceder a nuevos recursos que ofrece el mercado y son los dueños que se sienten obligados a capacitar a sus colaboradores. Sin embargo, la otra parte de los trabajadores encuestados señalaron que es importante la capacitación para MYPE.

Considerando los tipos de la capacitación lo realizan una vez al año creo que es necesario realizarlo con mayor frecuencia para mejorar su productividad considerando que son trabajadores de MYPE y sus beneficios son recortados para que se solventen económicamente y se puedan capacitar de manera independiente.

En lo que respecta a costos tienen en claro los trabajadores que la MYPE tiene que invertir en capacitación ya que es rentable hoy en día para que obtengan mayores ganancias ya que un personal capacitado dará mejores resultados y atenderán mejor a los clientes y estos siempre retornan.

Con respecto a la segunda variable en los beneficios de la Atención al Cliente un poco más de la mitad de los encuestados conoce los beneficios, sin embargo, solo la mitad de ellos manifiestan conocer el procedimiento, y menos de la mitad manifiestan que su Atención al Cliente es regular, por ello se les

recomienda poseer un plan de capacitación para que así realicen buena atención al Cliente.

La consecuencia de las estrategias da como resultados que el cliente se encuentre satisfecho manifestando que la MYPE posee trabajadores con una buena capacitación para brindar una buena Atención; así mismo los dueños saben de los beneficios de la capacitación y están seguros que para tener buena producción se debe de capacitar al personal con el monitoreo del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo; ya por ahora la eficacia es regular y si desean aumentar sus ventas deben aplicar mejores estrategia para mayores resultados y de esta manera aumentar la producción y por ende los ingresos.

Los elementos adicionales aparte de la buena atención y proporcionar una información transparente, también cuentan con instalaciones ambientadas y acogedoras que al mismo tiempo cumplen con las normas establecidas de seguridad las mismas que son inspeccionadas por la municipalidad y defensa civil, estando de acuerdo con el pago de impuestos y sujetas a la supervisión de las entidades correspondientes.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- 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)
- 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
- 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/REPRESANTANTE\\_CAPACITACION\\_EFFIO\\_EFFIO\\_BERTHA\\_ANDREA.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/896/REPRESANTANTE_CAPACITACION_EFFIO_EFFIO_BERTHA_ANDREA.pdf?sequence=1)
- Esperanza, V. M. (2009). Propuesta de un plan de capacitación para el personal que maneja los recursos hospitalarios del hospital metropolitano de Quito. Ecuador.
- Gestión. (18 de Enero de 2017). Gestión. Recuperado el 01 de Junio de 2017, de Gestón: <http://gestion.pe/economia/sunat-regimen-mype-tributario-pagaramenos-impuestos-2179990>
- 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". Chimbte: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9229/ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_KANEMATSU\\_GRADOS\\_JACQUELINE\\_FIORIELLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9229/ATENCION_AL_CLIENTE_KANEMATSU_GRADOS_JACQUELINE_FIORIELLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- INEI. (2013). Micro, Pequeñas y Medianas empresas. Recuperado el 12 de Junio de 2015, de <http://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/micro-pequenas-y-medianas-empresas-concentran-mas-/imprimir/>
- Medina (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las mype rubro pollería del distrito de Vice Sechura año 2018*. Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote

- MENDOZA. (2015). *La capacitación en las organizaciones. Lima-Perú.* Obtenido de <http://www.minsa.gob.pe/publicaciones/pubs/Gescap/0c.htm>
- MOREIRA. (2013). *Necesidades de Capacitación Profesional del Personal Administrativo.* Guayaquil Ecuador.
- OROSCO, O. Y. (2014). La comunicación y el Servicio de Atención al Cliente en la Corporación Belcorp. Piura.
- Producción, M. d. (2015). Anuario Estadístico Industrial, MYPE y Comercio Interno 2015. En Anuario Estadístico Industrial, MYPE y Comercio Interno (pág. 174). Lima.
- REYES. (2014). *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente en la asociación SHARE, sede Huehuetenango.* Huehuetenango-Guatemala.
- Roberto Hernandez Sampieri, C. F. (2010). Metodología de la Investigación. En C. F. Roberto Hernandez Sampieri, Metodología de la Investigación - Quinta Edición (pág. 80). Mexico: Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Reg. Núm. 736.
- 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>
- Rojas, D. G. (2015). Caracterización de la calidad del servicio bajo el modelo de fidelización del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector Comercio-Rubro otras ventas al por menor (Bodegas) en el distrito de Huaraz, 2015. Trujillo.
- Roque, A. M. (2013-2014). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías de la ciudad de Huaraz período 2013-2014. Huaraz.[http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/2615/1/Mayuri\\_bj.pdf](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/2615/1/Mayuri_bj.pdf)
- Sagastegui. (2010). “Caracterización del financiamiento, capacitación y la rentabilidad en el sector servicio – rubro pollerías del distrito de Chimbote. Chimbote.
- Sanchez, L. A. (2015). Caracterización de la calidad del servicio y caracterización en la fidelización de los clientes en las Mype del sector servicios - rubro restaurantes del distrito de Moche, año 2014. Trujillo.

- Thompson, I. (Julio de 2006). moodle2.unid.edu.mx. Recuperado el 14 de Julio de 2017, de moodle2.unid.edu.mx:
- VELASCO. (2014). *Capacitación de personal y servicio al cliente en las MYPE, Rubro Restaurantes-Chifa. Piura.* Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035631>
- WISE, M. I. (2009). UNA MYPE CON CALIDAD. Lima: Nathan Associates Inc; 2009.
- Zuniga, L. A. (2015). Caracterización de la calidad del servicio y del impacto en la fidelización de los clientes de las Mype del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Huanchaco, año 2014. Trujillo.

## **ANEXOS**

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, IVAN GUZMAN CASTRO,  
identificado con DNI 07727308, con el grado de Magister en  
DOCENCIA, CURRÍCULO E INVESTIGACIÓN

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por la estudiante ,ROSA BLANCA CHUNGA CHUNGA, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:

**“CARACTERIZACION DE CAPACITACION Y ATENCION AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR TEXTIL –ROPA INDUSTRIAL EN LA PROVINCIA DE SECHURA 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.

  
Mg. IVAN GUZMAN CASTRO  
CLAD N° 5107

Piura, noviembre del 2018.

*Constancia de validación*

CAPACITACION	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI	NO
Cada que tiempo recibe capacitacion	X			X		X		X
Considera usted que necesita capacitacion.	X			X		X		X
Que medios utiliza la empresa para la capacitación.	X			X		X		X
Que beneficios obtiene cuando se capacita.	X			X		X		X

  
 -----  
 Mg. IVÁN GUZMAN CASTRO  
 CLAD N° 5107

*Cuestionario 1*

ATENCION AL CLIENTE	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI	NO
Como califica la atencion que le dieron.	X			X		X		X
Que característica posee la mype ,que le genera una satisfacion en la atencion recibida	X			X		X		X
El personal fue claro en dar la informacion del servicio	X			X		X		X
Las instalaciones son acogedoras para la atencion de los clientes	X			X		X		X

  
 Ig. IVAN GUZMAN CASTRO  
 CLAD N° 5107

Cuestionario 2

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Victor Helio Paturo Niño,  
identificado con DNI 02860873, con el grado de Magister en  
Administración.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: cuestionario, elaborado por la estudiante ROSA BLANCA CHUNGA CHUNGA, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:

**“CARACTERIZACION DE CAPACITACION Y ATENCION AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR TEXTIL –ROPA INDUSTRIAL EN LA PROVINCIA DE SECHURA 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.

  
Victor Helio Paturo Niño  
MAG. VICTOR HELIO PATURO NIÑO  
RUC: CLAD-02348

Piura, noviembre del 2018.

CAPACITACION	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Cada que tiempo recibe capacitacion	X			X		X		X
Considera usted que necesita capacitacion.	X			X		X		X
Que medios utiliza la empresa para la capacitacion.	X			X		X		X
Que beneficios obtiene cuando se capacita.	X			X		X		X


  
 VICTOR HELIO PAREDES  
 RUC: CLAD-42341

ATENCION AL CLIENTE	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Como califica la atencion que le dieron.	X			X		X		X
Que caracteristica posee la mype que le genere una satisfacion en la atencion recibida	X			X		X		X
El personal fue claro en dar la informacion del servicio	X			X		X		X
Las instalaciones son acogedoras para la atencion de los clientes	X			X		X		X


  
 VICTOR HELIO PATRINO  
 RUC: CLAD-0234



**UNIVERSIDAD LOS ANGELES DE CHIMBOTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CUESTA A CLIENTES DE LAS MYPE DEL SECTOR TEXTIL –ROPA INDUSTRIAL EN LA PROVINCIA DE SECHURA PIU.**

Reciba mis cordiales saludos :

A la vez solicito su colaboración para la realización de la presente encuesta ,por lo que se le agradece complete todo el cuestionario el cual tiene un caracter confidencial.

Este cuestionario recopilara informacion que sera necesario como sustento de la investigacion de capacitacion y atencion al cliente de las mypes del sector textil-ropa industrial en la Provincia de Sechura.

Lea cuidadosamente caada pregunta y marque con un aspa (x) la alternativa que usted crea conveniente.

<b>DATOS ESPECIFICOS</b>				
<b>PREGUNTAS ATENCIÓN AL CLIENTE</b>				
	<b>ESTRATÉGIAS</b>	<b>Buena</b>	<b>Mala</b>	<b>Regular</b>
1	¿Cómo califica la atención al cliente?			
2	¿Qué características posee la Mype que le genera una satisfacción en la atención recibida?			
	<b>ELEMENTOS</b>	<b>Siempre</b>	<b>A veces</b>	<b>Nunca</b>
3	¿El personal fue claro en darle información del servicio?			
4	¿Las instalaciones son acogedoras para la atención al cliente?			



UNIVERSIDAD LOS ANGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ENCUESTA A LOS TRABAJADORES DE LAS MYPE DEL SECTOR TEXTIL –ROPA INDUSTRIAL EN LA PROVINCIA DE SECHURA PIURA

Reciba mis cordiales saludos :

a la vez solicito su colaboracion para la realizacion de la presente encuesta ,por lo que se le agradece complete todo el cuestionario el cual tiene un caracter confidencial.

Este cuestionario recopilara informacion que sera necesario como sustento de la investigacion de capacitacion y atencion al cliente de las mypes del sector textil-ropa industrial en la provincia de sechura

Lea cuidadosamente caada pregunta y marque con un aspa (x) la alternativa que usted crea conveniente.

**DATOS ESPECIFICOS**

**PREGUNTAS PARA CAPACITACIÓN**

TIPOS	Trimestral	Anual	Nunca
1 ¿Cada que tiempo recibe capacitación?			
	Si	No	Nunca
2 ¿Considera usted que necesita capacitación?			
COSTO	Estatales	Privados	Ninguna
3 ¿Qué medios utiliza la empresa para capacitación?			
	Buena	Mala	Regular
4 ¿Qué beneficios obtiene cuando se capacita?			

