



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN AL
CLIENTE DE LAS MYPE SECTOR SERVICIO RUBRO DISCOTECAS
CATACAOS – PIURA, AÑO 2017**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTOR

SEMINARIO MONZON JHONATAN EDMUNDO

ORCID: 0000-002-5582-9399

ASESOR

Mgr. PELAEZ CAMACHO HECTOR IVAN

ORCID: 0000-002-5384-1037

PIURA – PERU

2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN AL
CLIENTE DE LAS MYPE SECTOR SERVICIO RUBRO DISCOTECAS
CATACAOS – PIURA, AÑO 2017**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTOR

SEMINARIO MONZON JHONATAN EDMUNDO

ORCID: 0000-002-5582-9399

ASESOR

Mgr. PELAEZ CAMACHO HECTOR IVAN

ORCID: 0000-002-5384-1037

PIURA – PERU

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Seminario Monzón Jhonatan Edmundo

ORCID: 0000-002-5582-9399

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

ASESOR

Mgtr. Peláez Camacho Héctor Ivan

ORCID: 0000-002-5384-1037

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

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

HOJA FIRMADA POR JURADO Y ASESORA

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro

Miembro

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

Miembro

ORCID: 0000-0001-7372-741X

Mgtr. Peláez Camacho Héctor Ivan

Asesor

ORCID: 0000-002-5384-1037

AGRADECIMIENTO:

Primordialmente a Dios por brindarme salud, sabiduría y la fortaleza necesaria para poder culminar satisfactoriamente mi trabajo de investigación, A las MYPE y a todas las personas que me cedieron su apoyo y ayuda para poder llevar a cabo la realización de la presente tesis.

DEDICATORIA:

Al divino creador Dios , por permitirme haber llegado en este momento tan lindo de mi vida , por todos los triunfos, y también las derrotas que me han enseñado a valorar mucho más las cosas , a mi esposa, a mi hija y a mis padres que me guiaron en todo momento con sus consejos , por el amor que me brindan , por su apoyo incondicional que me muestran , a mis hermanos que siempre están al pendiente de mis resultados sean buenos o malos y el apoyo que me brindan , todo este trabajo de investigación está dedicado a todos ustedes mencionados que con su apoyo y conocimientos han hecho este momento una de las experiencias más inolvidables de mi vida.

RESUMEN

El presente estudio de investigación tuvo como Objetivo principal Identificar las características de la capacitación y atención al cliente en las MYPE de servicio, rubro discotecas de Catacaos, año 2017. Se utilizó una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal; la población está constituida por una variable infinita donde se seleccionó una muestra de 167 clientes en lo que concierne a la variable Atención al cliente y 3 Propietarios con 17 empleados en la variable capacitación; a las cuales se les aplicó dos cuestionarios de preguntas, constituidas por 9 preguntas para la variable capacitación y 10 preguntas para la variable atención al cliente; utilizando la técnica de la encuesta, a través de preguntas elaboradas y estructuradas.

Para el análisis se empleó las técnicas de análisis estadístico descriptivo, es un estudio transversal, de nivel cuantitativo y diseño no experimental.

Después de aplicar la encuesta de preguntas elaboradas y estructuradas a los clientes, propietarios y empleados se obtuvieron los siguientes resultados: Podemos rescatar que respecto a la variable capacitación el porcentaje más relevante se obtuvo en la pregunta tabla 5 ya que el 80% de los trabajadores y propietarios encuestados manifiesta que con la capacitación a los trabajadores de la MYPE van hacer vender más y respecto a la variable atención al cliente el porcentaje más relevante se obtuvo en la tabla 11 ya que el 71.3% de los clientes encuestados manifestaron que la Mype no atiende de manera rápida a sus clientes.

Palabras Claves: Capacitación, Atención al cliente, MYPE

SUMMARY

The present research entitled Characterization of the training and customer service of the MYPE sector service sector club catacaos - Piura, year 2017, established the objective of determining the characteristics of the training and customer service of the MYPE in Catacaos Piura, year 2017.

The descriptive level research methodology was used, with a non-experimental, cross-sectional design.

The population consisted of the MYPE of the category of nightclubs in Catacaos, in total 03 MYPE with its 20 collaborators and an unknown 167 of clients, the data collection technique was the survey, the instrument was and the questionnaire.

Among the main conclusions is regarding the training variable, managers do take into account the training of workers, and consider this very important for the benefit of the company, with respect to the variable Customer service consider that workers should Being fast and providing a quality service accompanied by modern technology that differentiates me from the competition, giving good promotions that make customers loyalty with the company.

Keywords: Training, Attention al Client, MYPE

CONTENIDO

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
CONTENIDO	viii
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE CUADROS	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
II REVISION DE LA LITERATURA	20
2.1 Antecedentes	20
2.1.1 Variable Capacitación	20
2.1.2 Variable Atención al cliente	24
2.2 Bases Teóricas de la Investigación	30
2.2.1 Variable Capacitación	30
2.2.1.1 Características de la capacitación	30
2.2.1.2 Ventajas de la Capacitación	33
2.2.1.3 Beneficios de capacitación	34
2.2.2 Variable Atención al Cliente	35
2.2.2.1 Características Atención al cliente	35
2.2.2.2 Factores Atención al cliente	36
2.2.2.3 Importancia de Atención al Cliente	38
III HIPOTESIS	39

IV	METODOLOGÍA	40
4.1	Diseño de la Investigación	40
4.2	Población y Muestra	40
4.3	Matriz de Operacionalización	44
4.4	Instrumentos de recolección	46
4.5	Plan de Análisis	46
4.9	Principios Éticos	49
V	RESULTADOS	50
5.2	Análisis de resultados	50
VI	CONCLUSIONES	76
VII	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	79
VIII	ANEXOS	81

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Aumento de Eficacia	50
Tabla 2 Mejoramiento de imagen de la Empresa.....	51
Tabla 3 Clima Organizacional	52
Tabla 4 Mejora de relaciones en la empresa	53
Tabla 5 Aumenta la productividad.....	54
Tabla 6 Mejoramiento de la calidad	55
Tabla 7 Mejor comunicación con la MYPE.....	56
Tabla 8 Identificación de fines y logros de la empresa	57
Tabla 9 Relación jefe y trabajador.....	58
Tabla 10 Amabilidad.....	59
Tabla 11 Rapidez en la Atención	60
Tabla 12 Ambiente agradable.....	61
Tabla 13 Comodidad.....	62
Tabla 14 Seguridad.....	63
Tabla 15 Higiene	64
Tabla 16 La Competencia	65
Tabla 17 Buena Atención.....	66
Tabla 18 Satisfacción del servicio.....	67
Tabla 19 Buen Servicio.....	68

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Relación de las MYPE	41
Cuadro 2 Fuente de Información.....	42
Cuadro 3 Matriz de Operacionalizacion.....	44
Cuadro 4 Matriz de consistencia.....	48
Cuadro 4 Matriz de indicadores.....	85

I. INTRODUCCIÓN

La investigación denominada “Caracterización de la capacitación y atención al cliente de la MYPE sector servicio rubro discotecas Catacaos – Piura, año 2017”; la cual se desenvuelve siguiendo la línea de investigación admitida por la Universidad Los Ángeles de Chimbote dada para la Escuela Profesional de Administración.

En estos últimos años la manera de hacer empresa se ha ido cambiando de manera importante ya que los clientes buscan llevar ahora el mejor producto y aun precio justo, los clientes ahora son más insistentes y buscan un servicio que satisfagan todas las expectativas y necesidades.

Hacer empresa en nuestro país es un negocio rentable siempre y cuando se sepa administrar y llevarlo por el camino correcto tal como ir definiendo primero los objetivos, ir armando las estrategias y la capacitación al personal son tres aspectos básicos que todo empresario deben tener presente de ahí se van derivando otros conceptos como la calidad del producto o servicio, la atención, el precio, el posicionamiento, etc. Si como gerente y dueño de la organización se llevar esos conceptos en la práctica mi empresa va a tener un éxito asegurado en el mercado.

Es por ello que hoy las organizaciones deben invertir capital en capacitación al personal, ya que es una táctica o estrategia precisa para hacerle frente a la competencia, hacer que el personal explote su talento y fidelizarse con la empresa dando todo de sí, y lo más importante hacer que el cliente se sienta cómodo con nuestro servicio.

Más del 80% de las micro y pequeñas empresas peruanas realizan actividades de

modo intuitivo y no tienen las herramientas necesaria para hacerle frente a los mercados mayores desarrollados o mejor dicho globalizados como el que estamos viviendo .

El empresario peruano tiene uno de los niveles de emprendimiento más altos en el mundo, pero el acceso a capacitación en el segmento MYPE es muy bajo, entre el 15% y 20%. Esto genera una gran brecha ya que actualmente por lo que el mundo paga más es por productos con un factor de innovación y el peruano promedio de la micro y pequeña empresa no ha llegado a conceptualizar cómo calzar esos elementos dentro de su modelo de negocio. (Terrones, 2014)

Conforme a datos contundentes del Instituto Nacional de Estadística, el distrito de Catacaos en el año 2016 tenía una población de 70610 habitantes, y se proyecta que para el año 2018 será de 71764 habitantes. Es fijo precisar que la población en el distrito de Catacaos va en aumento y es una de las ciudades con mayor cultura y tradición teniendo como principal atracción en los ingresos en la gastronomía y orfebrería, ocasionando que turistas internos y externos apunten en catacaos como una ciudad atractiva para visitar. (2016)

Con respecto a la caracterización se indica que las MYPE de estudio deben ser analizadas teniendo en cuenta el ambiente interno y externo de las mismas, donde en el ambiente interno se estudian aspectos importantes que son las personas, la maquinaria, medio ambiente.

En el ambiente externo los factores políticos-legales, economía, factores socio-culturales y factores tecnológicos. Alessio (2011)

El consumidor de las MYPE en Catacaos Piura, ha ido en crecimiento ya que hoy

en día observamos negocios pequeños como discotecas, restaurantes, joyerías, chifas, librerías, tiendas de ropa, etc. Haciendo que estos negocios cuenten con un gran número de clientes fidelizados, el cual estos clientes se sienten contentos y motivados por la calidad de servicio recibido, trayendo consigo la mejora de los empresarios día a día y así satisfacer de manera correcta a sus clientes. Podemos decir en resumen que de la demanda es la cantidad de bienes y servicios que el cliente desea obtener.

El empresario de los negocios en Catacaos no invierten en su personal, y me baso en la capacitación que actualmente deben de recibir en un mundo tan competitivo de negocios en el que vivimos, debe ser primordial que el empleado reciba capacitaciones y esto se debe en gran parte al descuido de los dueños o gerentes de las empresas ya que se resignan con lo precaria o abundante ganancias que se puedan generar, y por lo tanto no invierten en el costo de financiación en una capacitación al empleado.

Estos gerentes o cabezas principales de las compañías solo subsisten el día a día, el presente sin estimar el futuro, sabiendo así que la capacitación al empleado es un mecanismo de vital importancia para ofrecer una buena atención al cliente y asegurar el éxito de la compañía.

La Atención al Cliente es la proporción de beneficios y/o servicios que los consumidores están dispuestos a obtener para cubrir sus exigencias o antojos, quienes asimismo, tienen la aptitud de pago para realizar la compra a una cantidad establecida y en un lugar decretado.

El tema de investigación “discotecas”, son lugares de diversión en los cuales la gente va a pasar un rato entretenido mayormente para salir de la rutina de un día común en casa, contamos con 3 discotecas los cuales ofrecen un mismo servicio y la población

acude de manera seguida especialmente con más énfasis los fin de semana. (Thompson, 2016).

El éxito que obtiene una empresa se debe al capital humano bien incentivado y remunerado. Todos los empresarios deben poner énfasis en este punto ya que reclutar buen personal es una labor primordial de una compañía. (Entrepreneur, 2013)

Los equipos utilizado por una de las MYPE del rubro discoteca ENCUENTROS son equipos modernos por ejemplo televisores, equipo de sonido, luces entre otras cosas, este es el último en haber aperturado utilizan computadoras para registrar las ventas, mantener el inventario al día, ver los precios, pedidos, ect. También encontramos el post que es utilizado cuando los clientes realicen compras al crédito, el área de caja que emite las boletas y/o facturas de los consumidores, mientras que en la otras 2 MYPE carecen algún de tecnología emitiendo boletas y facturas manualmente.

Con respecto a la infraestructura de los locales es un lugar ordenado, limpio, con una buena distribución de mesas, etc. Con buena iluminación en todos los ambientes para gozar de un lugar acogedor.

La cultura del personal de las MYPE de estudio se basa en dar un buen trato a los clientes que ingresan a la empresa, tener un trato cordial, es decir saludar al cliente, inmediatamente preguntar que está buscando o necesitando, al finalizar la atención despedir amablemente, invitándolo a que regrese.

Los propietarios o encargados de las MYPE son personas que se proyectan en utilizar todos los recursos y esfuerzos para hacer crecer su negocio, muchos de ellos son negocios familiares que son continuados de generación en generación, que buscan

sobresalir en el mundo de los negocios el cual es muy competitivo y que se necesita estar a la vanguardia para permanecer en el mercado.

A nivel de ambiente externo o macroambiente, se encuentra el factor político legal constituido por el conjunto de leyes, ordenanzas y reglamentos establecidos por los órganos gubernamentales como Ministerio de Trabajo, Superintendencia de Administración Tributaria, Superintendencia de Registros Públicos, Ministerio de Industria, Turismo, Ministerio de la Producción. (García, 2015)

Las microempresas se encuentran en el Régimen Laboral Especial contemplado en el Decreto Legislativo N° 1086 (Texto Único Ordenado aprobado por Decreto Supremo N° 007-2008-TR) y su reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 008-2008-TR, este se aplica a todos los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, que presten servicios en las MYPE, así como a sus conductores y empleadores. (SUNAT, 2014)

El reglamento incluye los derechos de una remuneración mínima vital (RMV), jornada de trabajo ocho horas, descanso semanal y en días feriados, remuneración por trabajo de sobretiempo, descanso vacacional por quince días, cobertura de seguridad social en salud a través del SIS, cobertura previsional e indemnización por 10 días de remuneración al cumplir el año de servicios, con un tope de 90 días de remuneración. (SUNAT, 2014)

Con respecto al factor económico, la Municipalidad de Catacaos viene organizando actividades que tienen como objetivo impulsar la inversión privada, de la consolidación empresarial, de servicios a la productividad, al comercio y al apoyo del empleo para más personas. (Gutiérrez 2014)

Se tiene que analizar la forma cómo la empresa se inserta a la sociedad, la producción y

distribución de los bienes y servicios, así se considerará la evolución de los sueldos y salarios que actúa sobre la capacidad de consumo; el hecho de que la economía esté en un ciclo de expansión, crecimiento o recesión incide considerablemente en las expectativas de las empresas y en sus proyectos de inversión. (Núñez, 2014)

En lo Socio Cultural dentro de las celebraciones en el distrito de Catacaos, tenemos a dos como las más resaltantes que son: Semana Santa y el Carnaval que se celebra el 20 de enero, en ambas fiestas llegan una gran multitud de turistas del interior y exterior a mirar estas festividades, lo cual atribuye un dominio económico muy resaltante en dicho distrito, hoteles repletos, restaurantes llenos, ventas en constante movimiento, aumenta la demanda para los distintos servicios de las MYPE.

En la Tecnología no todos las discotecas resaltan por innovar nuevas tendencias en la tecnología e incursionar en arduos cambios que sean del gusto del público que nos venga a visitar. (Loyulio, Marzo 2016)

Al inicio las discotecas del distrito de Catacaos Piura, no tenían servicio con tecnología, solo se limitaban algunos a tener una pista de baile, mozos, y nada más y los medios de pago se hacían siempre en efectivo, en la actualidad ya que la tecnología aumenta a pasos agigantados, vemos que las discotecas han ido creciendo en el uso de Tecnología para ofrecer al cliente un servicio variado y cómodo, pedidos a través de tables o teléfonos móviles, televisores con imágenes de las canciones que tocan, también los modos de pago han ido evolucionando hoy en día vemos que las discotecas tienen sistemas para pagar el consumo con tarjeta de crédito y de débito por seguridad de los consumidores que muchas veces no quieren llevar dinero a la mano.

Los valores ecológicos son otro aspecto de importancia relevante, reflejo del nivel de desarrollo y de educación de la sociedad actual, muchas MYPE del rubro discotecas

del centro de catacaos no están comprometidas con la responsabilidad social para crecimiento de su comunidad ya que en estos tiempos esto está tomando más relevancia. De acuerdo a la situación antes caracterizada, se puede enunciar el problema como: ¿Qué características tiene la capacitación y atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de Catacaos Piura, año 2017?

Donde se contempla el siguiente objetivo general: Establecer las características de Capacitación y Atención al Cliente de la MYPE sector servicio rubro discotecas Catacaos – Piura, año 2017. Y tiene como objetivos específicos (a) Conocer las ventajas de la capacitación de las MYPE Sector Servicio Rubro Discoteca en Catacaos (Piura), año 2017. (b) Identificar los beneficios de la Capacitación al personal de las MYPE Sector Servicio Rubro Discoteca en Catacaos (Piura), año 2017. (c) Describir los factores de Atención al Cliente de las MYPE Sector Servicio Rubro Discoteca en Catacaos (Piura), año 2017. (d) Conocer la importancia de Atención al Cliente en las MYPE Sector Servicio Rubro Discoteca en Catacaos (Piura), año 2017.

Por la tanto la presente investigación se justifica de manera práctica porque el 99,6% de las empresas existentes en el Perú son consideradas pequeñas y medianas, según información difundida por el Instituto Nacional de Estadística e Informática. La información indica que en Perú existían, a junio de 2015, 1.913.275 empresas, de los cuales el 99,6% son micro, pequeñas y medianas, de acuerdo a los criterios instituidos por las nuevas categorías establecidas en la "Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial", promulgada el 2 de julio del 2015 (INEI, 2015).

Es por este motivo que se realizó la investigación ya que las MYPE muestran problemas con relación a la capacitación y atención al cliente y se necesita hacer un

análisis para determinar cuáles son las características de la capacitación y atención al cliente en las MYPE de la rubro discotecas, a fin de que el encargado pueda diseñar estrategias que sean relevantes para el actuar futuro de la compañía, que ayuden a mejorar la capacitación y atención al cliente. Además, se justifica porque esta indagación servirá como plataforma para otros estudios de investigación, y porque es un requisito que ULADECH ha determinado para la obtención del título profesional de la escuela de Administración.

En la actualidad las empresas deben mantenerse en constante adaptación frente a las diversificaciones del medio ambiente, por esa razón se justifica de forma teórica el estudio de la capacitación y atención al cliente en las MYPE ya que estas dos variables, permiten determinar los criterios por excelencia que permiten alinear y evaluar el desempeño, y poder así lograr que las MYPE puedan posicionarse en el mercado y sostenerse en el tiempo y crecer consecutivamente.

Por otro lado, se asentarán las bases para investigaciones a futuro que podrán ser utilizadas por los empresarios MYPE u otro funcionario que trabajen en ambientes similares. Desde el punto de vista teórico, esta indagación generará meditación y discusión sobre la comprensión que existente del área investigada, como dentro del contorno de las ciencias administrativas, ya que de alguna manera u otra, se comparan en teorías. La presente investigación es importante dado que se dirige a las MYPE comerciales dado que representan el 98% en el país según estudios de INEI.

La investigación se justifica porque aplicó una metodología descriptiva donde se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de datos, y se diseñó un cuestionario para el recojo de la información que ha sido validado, y que es de valioso apoyo para obtener la información necesaria con respecto a las MYPE de estudio.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Capacitación

Castañeda (2014), realizó el Tema de Investigación, “Capacitación a MYPE servicios”, perteneciente a la Universidad “Pontificia Universidad Javeriana”, (Colombia), donde la Metodología de la Investigación es Explorativa. El autor finaliza que las consecuencias del proyecto de investigación permiten reconocer que los resultados del trabajo de campo permiten reconocer aquellas disputas laborales competencias Laborales que son fundamentales y sustanciales para adecuar, preparar a los miembros del área de ventas por medio del crecimiento de un objetivo Maestro de Capacitación por Competencias, buscando siempre una mayor rendimiento y ejercicio de los mismos.

Martínez (2015), realizó el Tema de Investigación, “Capacitación del Recursos Humanos para Empresas de servicio del Nuevo Milenio”, perteneciente a la “Universidad Autónoma de Nuevo León” (México), donde la Metodología de la Investigación es descriptiva. El autor finaliza en el desarrollo y valoración, descripción del puesto se desarrolló una oposición a la modificación de acuerdo a otras encuestas publicadas anteriormente en la empresa en basa que la capacitación, se aumentó en una forma Irregular por la situación económica, la organización ha dado pasos pero no ha concluido para el seguimiento del mismo.

Ayala (2015), realizo el Tema de Investigación “Plan de Capacitación Para Mejorar el Desempeño de los Trabajadores Operativos del Restaurant Sport Club”,

perteneciente a la Universidad Privada “Antenor Orrego”(Trujillo), donde la Metodología de la Investigación es Descriptiva. El auto concluye que al analizar los principales beneficios de la implementación del plan de capacitación concluimos en que no solo impactan en el ámbito económico.

Torres (2015) realizo una investigación en la Universidad de el Salvador, para optar el grado de Licenciado en Administración de Empresas, titulada “Diagnostico para la creación de un plan de capacitación que permita la implementación de estrategias para mejorar la calidad en el servicio al cliente en el sector de restaurantes de primera categoría” , tiene como objetivo general es realizar un diagnóstico para la creación de un plan de capacitación que permita la implementación de estrategias para mejorar la calidad en el servicio al cliente en el sector de restaurantes de primera categoría en la ciudad de san miguel. La investigación fue descriptiva, de tipo correlacionar que consta de un diseño no experimental y las técnicas empleadas fueron la encuesta y observación directa. Llegando a la conclusión de que el sector de restaurantes de primera categoría no cuenta con procesos de capacitación planificados, solamente se realizan capacitaciones de manera eventuales para mejorar algunas deficiencias que se presentan en el trato con los clientes, las cuales son impartidas por los mismos encargados, pero están se realizan de manera espontánea. Asimismo, se recomienda realizar procesos de capacitación planificadas que permita mejorar la calidad en el servicio a los clientes, desarrollo de las habilidades y destrezas, resolución conflictos, comunicación con los clientes, y relaciones interpersonales, aprovechando oportunidades de crecimiento como la expansión de la infraestructura para brindar un servicio de mejor calidad.

Águila (2016), realizó el tema de Investigación “Diagnóstico Empresarial para Capacitaciones Vivenciales y su Importancia Valorativa a Nivel de las Medianas y Grandes Empresas”, perteneciente a la “Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo”(Chiclayo), donde la Metodología de la Investigación es de Tipo Explorativo y a la vez Descriptivo, con alcance de investigación variado, cuantitativo y cualitativo. El creador enfatiza que las capacitaciones vivenciales establecen actualmente una innovadora forma de capacitación y su importancia reside en las conexiones entre el individuo, sus compañeros de labores y el ambiente que los rodea, prosperando así la integración y el rendimiento del equipo de trabajo dentro una compañía. Los frutos obtenidos pudieron evidenciar que existe un gran interés y la necesidad por parte de las pequeñas y grandes empresas de realizar capacitaciones vivenciales por estimarlas como innovadoras y originales, además de ello la expectativa es muy buena, pero faltan compañías que puedan ofrecer este trabajo en estas ciudades actualmente.

Paredes (2017), el Tema de Investigación “Capacitación Empresarial y Su Incidencia en la Gestión Administrativa de la Empresa American Metal S.AC, correspondiente a la “Universidad Privada de Pucallpa” (Pucallpa), en la cual la Metodología de la Investigación es Descriptivo Correlacionar. El creador describe que la proyección de una estrategia de capacitación empresarial por parte del área administrativa interviene significativamente en el desenvolvimiento del nivel de producción de los empleados de la compañía American Metal S.A.C.

La elaboración de la capacitación empresarial por parte del área administrativa en los empleados que pertenecen a la empresa American Metal S.A.C contribuye de manera positiva al crecimiento del reconfortamiento de las habilidades

en gerencia: aplicación de liderazgo, aplicación de dirección, manejo de personal, manejo interpersonal, buenas relaciones con los empleados, mejor competencias profesionales, mejor ámbito laboral, compañía competitiva, menos estrés laboral, identificación de los productos por parte empleados, y satisfacción de necesidades de los usuarios, productos de muy buena calidad, aceptación en el mercado, cumplimiento con lo ofrecido.

Román (2016), realizó el Tema de Investigación “Caracterización de la Capacitación y Competitividad en la Mype de Servicio Rubro Restaurantes” perteneciente a la Universidad Católica “Los Ángeles de Chimbote” (Piura). Tuvo como objetivo general, determinar y describir las principales características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro restaurantes del distrito de Piura, 2014.

Chávez (2016), realizó el Tema de Investigación “Caracterización de la Capacitación del Personal en la Mype de Comercialización Rubro Pesca de la Localidad de Paita”, perteneciente a la Universidad Católica “Los Ángeles de Chimbote” (Piura), donde la Metodología de la Investigación es Descriptiva. El autor concluye que en la actualidad el dilema que afrontan las MYPE pesqueras están involucradas con la capacitación del empleado en las MYPE, por lo cual se encuentra una desventaja ya que no se está poniendo a la vanguardia en cuanto a técnicas que te permita competir con mercados comerciales y a su vez tener un mejor rendimiento competitivo, se necesita la capacitación de los empleados para el logro de resultados con eficacia en la calidad del producto.

Guerrero (2016), el Tema de Investigación “Caracterización de Capacitación y Rentabilidad de la Mype Sector Servicio Rubro Restaurantes”, perteneciente a la Universidad Católica “Los Ángeles de Chimbote”, (Piura), la Metodología usada es la de Investigación es Descriptiva. El autor concluyó que los propietarios de las MYPE en su mayor parte son varones cuyas edades oscilan entre 18 a 40 años y tienen menos de 9 años en el negocio. En esta investigación se concluyó que las MYPE necesitan conocer la motivación de los empleados con el fin de incrementar la productividad del conjunto.

2.1.2 Atención al Cliente

Galarza (2015), investigación titulada “Estudio de Factibilidad para la creación de una Microempresa que ofrece servicios de entretenimiento y cuidado al Cliente de Calidad para jóvenes en la ciudad de Guayaquil, trabajo presentado por la Universidad de Guayaquil , 2015. Donde el autor finaliza nos situamos con un mercado cada vez más riguroso, que obliga reunir nuestros trabajos en ello. Si bien es cierto, la asistencia de crecidos niveles de calidad de servicio constituye un plan primordial para el objetivo y para la supervivencia de la organización en el presente entorno competitivo.

Díaz (2014), investigación titulada “Evaluación de la calidad de servicio como estrategia financiera para impulsar la productividad en el mercado bancario de ciudad de Bolívar –Estado de Bolívar año 2014”, empleó la metodología transaccional descriptiva que se presentó en la Universidad Nacional experimental de Guayana (Venezuela) y llegó a las siguientes conclusiones, la situación actual de la atención al cliente en las instituciones financieras no son las más aceptadas por los clientes, de allí que se debe supervisar y evaluar con el propósito determinar cuáles

son los elementos precisos que obstaculizan la plena realización de esta programación de calidad, en cuanto a la opinión y/o nivel de satisfacción del cliente acerca de la calidad de servicio que le ofrece el mercado bancario, los datos presentan opiniones encontradas. Como instrumentos se aplicaron dos cuestionarios de tipo encuesta, uno para los trabajadores bancarios y otro para los clientes del mercado bancario, donde se permite concluir que ambas poblaciones conocen e interpretan la relevancia de la calidad del servicio y su significado para el proceso productivo de estas organizaciones financieras. De allí que se deba revisar la implementación de la programación de la calidad del servicio ya que es vital para poder mantenerse y competir en el mercado bancario.

Posso (2014) investigación titulada “Análisis, formulación y elaboración del modelo de atención al cliente del departamento de Gestión de Infraestructura Codensa S.A. ESP año 2010”, empleó la metodología descriptiva que se presentó en la Universidad Tecnológica de Pereira (Colombia) y llegó a las siguientes conclusiones, se hace necesario conocer las necesidades propias del cliente correspondiente al negocio o la empresa, buscando la forma de crear un modelo de atención más acorde con la satisfacción de las mismas y capaz de integrar los elementos necesarios para la prestación de un servicio de alta calidad que afiance la relación cliente – vendedor. Para la formulación de los modelos se toma varios elementos de diagnóstico y la comparación de modelos existentes aplicados a negocios de la misma línea dentro de la empresa, identificando aquellos que proporcionan un mayor valor agregado a cada negocio y de esta forma aplicarlos, lo que conlleva a una reestructuración en las actividades y en los recursos del departamento en estudio, capaces de brindar la coeficiencia adecuada para prestar un servicio óptimo. Al

compilar la información de los modelos de los otros negocios, con la identificación de las necesidades de los clientes del sector al cual se atiende y teniendo en cuenta los objetivos de la compañía, de la subgerencia y en sí del departamento, se plantea un modelo para la operación con sus áreas de apoyo para la prestación de un servicio de calidad.

Gómez (2013) realizó una investigación titulada “Modelo de servicio de atención al cliente con apoyo tecnológico año 2013”, empleó la metodología transaccional que se presentó en la Universidad de Chile(Chile) y llegó a las siguientes conclusiones, un buen servicio al cliente se centra en incrementar la satisfacción mientras disminuye o minimiza el conflicto del cliente. Implementar un modelo negocios que se centre en una atmósfera de servicio es esencial para la mayoría de empresas del mundo. Los modelos de servicio al cliente tienen que incluir estrategias para obtener la opinión de los clientes, retener a clientes molestos o insatisfechos y actualizar continuamente las políticas y servicios para cumplir las necesidades de los clientes.

Díaz y Soto (2016), Realizaron una Investigación Titulada “La Atención y Satisfacción del cliente en la Discoteca Magno, en la ciudad de Chiclayo 2016, trabajo presentado por la Universidad Santo Toribio de Mocache. Empleó la metodología descriptiva y llegó a las siguientes conclusiones, es importante realizar un cambio sobre el clima laboral dentro del área de atención al cliente de las empresas y que repercuta en toda la organización siendo principalmente en beneficio de los clientes, lograr alcanzar su satisfacción y que este indicador contribuya con la sostenibilidad de la empresa a largo plazo. Cada empresa debe mostrar la eficiencia y eficacia de su organización, el apoyo de las instituciones y organizaciones estatales.

Pérez (2014) realizó una investigación titulada “La calidad de atención al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante campestre SAC Chiclayo año 2014”, empleó la metodología descriptiva- analítica que se presentó en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (Chiclayo) y llegó a las siguientes conclusiones, los resultados estudiados en la calidad del servicio revelan que la empresa ofrece un servicio bueno, atiende moderadamente las necesidades de sus clientes, sin embargo, puede mejorar la prestación de su servicio para adelantarse al requerimiento y así superar las expectativas del cliente, mientras la empresa ofrezca un mejor servicio los ingresos aumentarán mejorando sus resultados económicos. El servicio al cliente en la empresa se encuentra en un nivel aceptable de prestación de un servicio, debido a las mejoras que ha ido implementando de un periodo a otro, la empresa es consciente que los clientes de hoy son más exigentes, y se requiere de una mayor preparación para la atención al cliente personalizado, a una excelente atención al público esto repercute en los ingresos de la empresa y esta pueda lograr una fidelización con los clientes por el servicio que presta.

Arrue (2014) investigación titulada “Análisis de la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de Opsitel Loreto desde la percepción del usuario período junio a setiembre año 2014” que se presentó en la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana (Loreto), empleó la metodología correlacional y llegó a las siguientes conclusiones, el nivel de calidad de los servicios de atención brindados por la oficina desconcentrada de OSIPTEL Loreto, en esta percepción de calidad incide en la satisfacción de los usuarios en el ámbito de la orientación de los servicios públicos de telecomunicaciones. Éste es un aspecto

de gran significancia el cual tiene como objetivo mejorar la atención a los usuarios, desarrollando acciones que atenúen la diferencia que existe entre lo que espera el usuario del organismo regulador (expectativas) y lo que realmente recibe de éste, dado que la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, son temas que han traspasado la barrera de la empresa privada y actualmente están tomando relevancia, sobre todo a nivel latinoamericano, en los procesos de modernización que está viviendo el sector público. Los resultados de la investigación señalan que la percepción de la calidad del servicio de atención se encuentra en el rango de satisfacción baja (62%), siendo una escala de calificación que podría considerarse como adecuado para el usuario, pero no suficiente respecto al servicio recibido en todo el proceso en la oficina desconcentrada del OSIPTEL Loreto.

Vela (2015) investigación titulada “Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas Tottus año 2015” que se presentó en la Universidad Nacional de Piura (Piura), empleó la metodología correlacional y llegó a las siguientes conclusiones, esta investigación contiene los resultados del proceso investigativo que se desarrolló en tiendas de cadenas Tottus, para así mejorar y darnos cuenta de las necesidades de los clientes, para brindar buenas soluciones de valor agregado y un nivel de excelencia que los satisfaga, y de esta manera garantice su lealtad y maximice el valor generado por cada uno de los clientes que visitan tiendas de cadenas Tottus, ya que para toda proyección en el mundo moderno, implica partir del cliente y de conocer sus expectativas sobre las cuales se montan los servicios de excelencia, que en última instancia es el objetivo finalista de la investigación, porque se recomienda enmarcar los resultados en una buena calidad de servicio como una

actividad reiterativa, donde cobra más valor la investigación en la medida que se constituye en el punto de partida del diseño de los servicios como procesos de mejoramiento continuo.

Cueva (2015) investigación titulada “Evaluación de la calidad de atención al cliente del hotel Los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones año 2015” que se presentó en la Universidad de Piura (Piura), empleó la metodología descriptiva y llegó a las siguientes conclusiones, aunque existen numerosas definiciones de calidad de servicio, la mayoría de ellas se centran en alcanzar las necesidades y los requerimientos de los consumidores y conocer hasta qué punto el servicio prestado alcanza sus expectativas. Entonces, entendemos que el conocimiento, tanto de las percepciones como de las expectativas de los clientes, debe ser el punto de partida de una investigación que pretenda medir la calidad de servicio percibido. Bajo esta premisa, se eligió al modelo SERVQUAL, el cual define la calidad de servicio como la brecha existente entre las expectativas y percepciones que tiene el cliente antes y después de recibir el servicio. Cuando más positiva sea esta brecha, se podrá concluir que se está satisfaciendo correctamente las expectativas del cliente, y en muchos casos, los resultados demuestran que no sólo se satisfacen esas características buscadas en un cierto servicio, sino que se le logra sorprender al cliente, que, en términos de servicio, es lo que permite fidelizarlo.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1 Variable Capacitación

Mata (2014), refiere y considera que la capacitación constituye un proceso continuo y sistemático que tiene como finalidad brindar el conocimiento y destrezas necesarias para que el individuo pueda desarrollar sus funciones en un puesto de trabajo.

Guglielmetti, (2016), nos quiere dar a entender por concepto de capacitación que el personal que labora en la empresa se siente realizado y puede tomar decisiones inmediatas ya que tiene las habilidades necesarias para hacerlo. Podemos decir también que la capacitación va a ser que la empresa va a crecer ya que los trabajadores están actualizados y preparados a los cambios posibles que genera el mercado, ya que en los negocios actuales los mercados no son estáticos se mueven o cambian debido al factor de la tecnología, y es por ello que los trabajadores de diferentes organizaciones deben estar al tanto de ello, y eso en gran medida se logra capacitándolos.

2.2.1.1 Características de la Capacitación

Anta Solutions S.A.C. (2018) Al trabajar de la mano con gerentes de diferentes compañías y situaciones, hemos encontrado nueve características que enseñan un programa de capacitación triunfante que se puede incorporar como elementos en las estrategias de su propio programa de capacitación para su personal.

a) Gestión eficaz del Programa:

Un programa entretenido de alta calidad inicia con una persona, con un campeón. Llamaremos a esta persona el director del programa. El administrador o

gerente es la persona idónea para llevar a cabo este programa, debe ser un líder de mente abierta, motivador, comprensivo y contar con un programa bueno, preciso para que los trabajadores lo lleven a cabo y poder desarrollar sus propias habilidades para el beneficio de la empresa.

b) Evaluación de Necesidades

Al comenzar, el director del programa debe ser idóneo en identificar las necesidades de una empresa. Aquí es donde entra en juego la curiosidad: deben tomarse un tiempo para entender el pasado, el presente y la orientación futura. En este punto el gerente se ve las necesidades de los que está pasando la empresa para tomar las decisiones a tiempo, y eliminar las fallas o carencias que pueden existir., por ejemplo si el punto de ventas es bajo es porque el personal no está haciendo bien su tarea, y necesita una capacitación, esto podría dar solución al aumento de ventas.

c) Alineación

Una vez identificadas las necesidades, tienen que estar ordenadas con las iniciativas de las empresas. El gerente o encargado de la empresa debe alinear las necesidades o problemas de la organización de acuerdo a su importancia, y así apoyar a los objetivos.

d) Objetivos y Métricas

Establecer una estrategia de evaluación comparativa para llevar una evaluación del progreso hacia sus objetivos y asegurarse de que los datos e informes estén sencillamente disponibles para suministrar la información que se requiere.

e) Liderazgo

La aceptación del liderazgo se obtiene más rápidamente cuando el director de programa ha podido identificar las necesidades de la empresa, alinearlas con el negocio y desarrollar metas que proporcionen resultados positivos.

f) Creatividad

A lo largo de los años he descubierto que los programas de capacitación que tienen algún tipo de creatividad la empresa va a ser mejor en la producción , la iniciativa , decisión de los trabajadores siempre es importante para la empresa porque va a llegar a cumplir sus objetivos en un tiempo menor de lo previsto.

g) Marketing y Comunicación.

Tener una estrategia de marketing es una parte importante de su implementación y una unidad esencial de un programa exitoso de aprendizaje y desarrollo. Debe existir comunicación entre todas las áreas de la empresa, así el personal sabe lo que sucede en su entorno que labora, sabe de los problemas o aciertos que cuenta la empresa, el marketing es importante porque es un estudio de las empresas, como va mi competencia en el mercado, y así poder permanecer en el mercado y ser una marca líder en mi producto o servicio.

2.2.1.2. Ventajas de la Capacitación

Mayhew (2013) El provecho de la formación de los trabajadores va desde la selección del personal para ser considerados como un empleador efectivo.

Las principales ventajas de la capacitación consisten en medios que permiten aumentar la eficacia tanto para la empresa como para sus trabajadores y proporciona resultados como:

- **Aumento de la eficacia organizacional:** Nos indica que las capacitaciones al personal en su conjunto se basan en conocimientos; capacitando a los empleados va hacer que estos se desarrollen de manera más eficiente.
- **Mejoramiento de la imagen de la empresa:** La imagen que proyecten los colaboradores es la imagen que recibe el cliente sobre la empresa, un personal capacitado siempre va dar un nivel de imagen alto.
- **Mejores relaciones en la empresa:** La capacitación brinda habilidades a los empleados que pueden ayudar a mejorar las falencias encontradas, crear un mejor clima laboral y una mejor relación con los jefes.
- **Aumento de la productividad:** El proceso de capacitación asegura el desarrollo de la productividad y de este resultado se puede determinar que una empresa mejora y la empresa lo verá reflejado en la productividad.
- **Mejoramiento de la calidad de los productos y servicios:** Un personal capacitado e incentivado va ser que desarrolle más seguridad en sus labores puesto que siente preparado para enfrentar el día a día ante los clientes lo cual va traer mejoras en la calidad de servicio.

2.2.1.3 Beneficios de la capacitación.

López (2015) nos indica que los beneficios de la capacitación ayuda al individuo en la resolución de inconvenientes y en la toma de decisiones e incrementa la seguridad, la posición asertiva y el crecimiento de las empresas.

Nos detalla los siguientes beneficios básicos:

- **Progreso de comunicación del área a todos los niveles:** Motivar a un personal mediante capacitaciones que permitan obtener nuevos conocimientos permite que exista una mejor comunicación en la compañía y se hable en un lenguaje claro y entendible dentro de la empresa.
- **Ayuda al trabajador a identificarse con los fines y logros de la empresa:** Capacitación es una estrategia que tienen las compañías para con sus trabajadores y a su vez lograr identificar fines y logros así como también problemas, alcanzar sus metas. Capacitar a un trabajador es básico y necesario para que puedan realizar sus trabajos de manera más precisa, exacta y sobre todo con la calidad que se tiene que desarrollar.
- **Progresión la correlación superior –subordinados:** Motivar al personal mediante capacitaciones que permitan obtener nuevos conocimientos estrecha lazos entre subordinado y jefe ya que asegura que el empleado siente que su jefe se preocupa por ellos.

2.2.2.- Atención al Cliente

Hernández (2014), Atención al cliente es la unión de funciones relacionadas que propone un suministrador con el fin de que el cliente tenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Gómez (2015), La idea que se tenía del servicio al cliente era el agrado de las necesidades y expectativas del cliente, fundamentalmente amabilidad, atención.

En lo actual, se tiene una nueva idea de servicio y dice que es una táctica empresarial guiada hacia la anticipación de las exigencias del valor agregado de los clientes, buscando asegurar el compromiso tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores.

2.2.2.1.- Características de Atención al Cliente

Violante (2015), mencionó cinco características de Atención y el buen Servicio al cliente:

- **Ser honorable:** A los usuarios les gusta saber qué sucede con tu producto y sobre todo puntualmente lo que van a adquirir. No pretendas de extremar sus características para vender mucho más, solo conseguirás decepcionar a los usuarios que ya te compraron y no querrán volver a comprarte.
- **Cumplir:** Redacta a lo minúsculo que tu producto o servicio lo que debes hacer es cumplir con lo que has ofrecido. Si dices que tu producto es capaz de

hacer jugo en cinco minutos con 23 segundos, debes conseguirlo en el tiempo establecido sin pasarte un minuto.

- **Ser Transparente:** De ningún modo hay que tratar de incomodar al cliente. En cuanto más inmediatos y abiertos sean los procesos y tu confianza con él, más complacido va estar.

- **Ser Predecible:** Nos quiere decir que no debes ser inventor. Se refiere a que concedas la calidad de producto o servicio en la forma que el cliente está acostumbrado. Si cada lunes envías un folleto con detalle de tus productos a tus usuarios, debes cumplir sin fallar.

- **Honrar tu Palabra:** si tienes que hacer un devolución o cambiar un producto porque el primero que vendiste salió fallado, hazlo, debes de respetar tus garantías porque por reservarte unas cuantas monedas podrías perder a un consumidor que nunca más va a regresar.

2.2.2.2.- Factores que Intervienen en Atención al Cliente

Crece Negocios (2015): Nos dice que los factores de atención al cliente son primordiales en una empresa.

Nos detalla los siguientes Factores:

- **Amabilidad:**

Amabilidad hace referencia al trato agradable. Se da, por ejemplo, cuando los trabajadores atienden al cliente con una sonrisa sincera, cuando le hacen saber que están para servirlo, cuando le hacen sentir que están genuinamente interesados en satisfacerlo antes que en venderle, etc.

- **Rapidez en la Atención:**

Es la prontitud con la que se le ejecutan los pedidos al comprador, se le otorga su producto, o se le atienden sus inquietudes o reclamos. Se da, por ejemplo, cuando se tienen métodos simples y eficaces, cuando se tiene un número capaz de personal, cuando se le capacita al personal para que brinden una adecuada y rápida atención, etc.

- **Ambiente Agradable:**

Es un ambiente encantador en donde el consumidor se siente cómodo. Se da, por ejemplo, cuando los empleados le brindan al cliente un trato incondicional y cordial, cuando el local tiene un buen decorado, buen sistema de iluminación, una melodía acogedora y encantadora, etc.

- **Comodidad:**

Comodidad hace referencia a la comodidad que se le brinda al cliente cuando visita el local. Se da, por ejemplo, cuando el local cuenta con espacios lo suficientemente amplios como para que el cliente se sienta a gusto, sillas o sillones cómodos, mesas amplias, estacionamiento vehicular, un lugar en donde pueda guardadas sus pertenencias, etc.

- **Seguridad:**

Seguridad hace mención a la seguridad que existe en el local y que, por tanto, se le da al cliente al momento de visitarlo.

- **Higiene:**

Hace mención al aseo que hay en el establecimiento en los empleados. Se da, por ejemplo, cuando los baños del local se encuentran siempre aseado,

cuando no hay papeles en el piso, cuando los empleados están bien limpios , con el uniforme o la vestimenta impecable y las uñas recortadas, etc.

2.2.2.3 Importancia de Atención al Cliente

Karler (2014) dice que la importancia de ofrecer una buena atención al cliente radica en los siguientes pasos:

a) La competencia es cada vez mucho más grande y la variedad de productos ofertados en el mercado es más diversa, por lo que se hace primordial brindar un valor agregado.

b) Buena atención a los clientes son cada vez más rigurosos, ya no solo buscan calidad y precio, sino también una buena atención, un ambiente cómodo, una rápida atención, un trato personalizado.

c) Si un consumidor queda insatisfecho por el servicio o la atención recibida es muy factible que se hable mal y cuente su mala experiencia a otros clientes.

d) Si un cliente reciben un buen servicio o atención es muy seguro que vuelva a adquirir los productos y regresen de nuevo.

III.- HIPOTESIS:

De acuerdo las investigaciones descriptivas se enfocan en la descripción de una realidad o un contexto; sin modificar el contenido de la misma, por lo que al no indicar relación o incidencia no es necesario el planteamiento de hipótesis, se formula hipótesis cuando la investigación de estudio quiere probar una suposición y no solo descubrir rasgos característicos de una establecida situación. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

El diseño de investigación es de tipo descriptivo porque permite recopilar y describir la naturaleza del segmento demográfico y las propiedades de las variables identificadas, se busca identificar las propiedades de Capacitación y Atención al Cliente de las MYPE rubro discotecas del de Catacaos Piura año 2017.

Es de nivel cuantitativo se han examinado los datos de manera científica, en forma numérica, con ayuda de la estadística. Se han recogido y analizado los datos resaltantes de las variables estudiadas. Además se estudiaron las propiedades y fenómenos de la problemática de manera objetiva y así los resultados se pueden generalizar.

El diseño utilizado es no experimental ya que la investigación se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado, para luego analizarlos. Por lo tanto, en este diseño no se construye una situación específica si no que se observa las que existen. También fue de corte transversal porque la magnitud y características de las variables se pueden estimar en un momento determinado.

4.2. Población y muestra

4.2.1. Población

Las unidades económicas en estudio son 3 discotecas; de acuerdo a las variables analizadas se tiene: la variable capacitación presenta características de población finita debido a que se considera a los 20 trabajadores; personas

mayores de 18 años, que tengan una antigüedad laboral mayor o igual a un año, en lo que es al nivel de instrucción que sean del nivel secundario, técnico o universitario; y con experiencias en ventas, quienes en su conjunto representan al total de la población.

Para la caracterización de la variable Atención al Cliente se considera como población infinita, debido a que se trata de personas mayores (18 años), que residen en lugares aledaños al centro de Catacaos, con capacidad adquisitiva de compra.

4.2.2 Muestra

En el presente trabajo, se ha determinado dentro del sector de MYPE del rubro discotecas en Catacaos Piura año 2017, considerando un promedio de 3 unidades económicas.

Cuadro 1: Relación de las MYPE

MYPE	DIRECCIÓN	RUC	NOMBRE	Nº TRABAJADORES
Discoteca Papos	Jr. Real 456	20522645309	Félix Valdiezo Mendoza	7
Discoteca Encuentros	Jr. Real 594	10449619451	Martha Gómez Villegas	7
Discoteca fundo Río Verde	Jr. Comercio cuadra 1 S/N	20631274340	Maricarmen Vegas Ugaz	6

Elaboración Propia

Dado a que se ha recaudado información sobre las diferentes variables, por lo tanto las personas a las que se acudió para la recopilación de la

información fueron diversas, lo que se encuentra identificado en el Cuadro 2

Cuadro 2 Fuente de información

Variable	Fuente de información	Población	Muestra
Capacitación	Personal y Propietario	Finita	20
Atención al cliente	Clientes	Infinita	167

Elaboración: propia

Con respecto a la población de la variable Capacitación, se tiene que en promedio 03 MYPE cuenta con (7, 7, y 6) trabajadores, lo que totaliza entre las cuatro un total de 20 trabajadores, constituyendo una población finita. Su muestra está dada por los 20 trabajadores ya que no supera los 50 individuos, entonces tomamos de referencia el total de población. Linares (2013).

Para la variable Atención al cliente la muestra fue concedida por aplicación de fórmula estadística que estará conformada por los 167 clientes. Ya que se considera una población infinita. La muestra de clientes se calculará con la siguiente fórmula: Ochoa (2015)

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

Dónde:

Z^2 = Grado de confiabilidad (1.81) = 93%

e = Margen de error (7%)

p = Probabilidad que ocurra (0.5)

q = Probabilidad que no ocurra (0.5)

Reemplazamos valores:

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

$$n = 167$$

Por lo que el tamaño de la muestra será de 167 clientes.

Z=Valor obtenido mediante niveles de confianza que a queda a criterio del investigador el nivel de confianza con el que desea trabajar.

TABLA DE APOYO AL CALCULO DEL TAMAÑO DE UNA MUESTRA POR NIVELES DE CONFIANZA									
Certeza	95%	94%	93%	92%	91%	90%	80%	62.27%	50%
Z	1.96	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65	1.28	1	0.6745
Z ²	3.84	3.53	3.28	3.06	2.86	2.72	1.64	1.00	0.45
e	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.10	0.20	0.37	0.50
e ²	0.0025	0.0036	0.0049	0.0064	0.0081	0.01	0.04	0.1369	0.25

Criterios de inclusión y Exclusión

Para la variable capacitación se encierra al personal de sexo masculino o femenino, mayores de 18 años, con una antigüedad laboral mayor a 1 año. Se descarta a los trabajadores en situación de práctica.

Para la variable atención al Cliente se incluye a clientes de las MYPE excluyendo a clientes que presenten características o razones de no querer participar en la investigación.

4.3 Matriz de operacionalizacion

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Metodología	Fuente
CAPACITACIÓN	Refiere y considera que la capacitación constituye un proceso continuo y sistemático que tiene como finalidad brindar el conocimiento y destrezas necesarias para que el individuo pueda desarrollar sus funciones en un puesto de trabajo. (Cabral, 2013)	Ventajas	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de Eficacia. - Mejoramiento de imagen de la empresa. - Clima organizacional. - Mejora de relaciones en la empresa. - Aumenta la Productividad. - Mejoramiento de la calidad. 	Tipo: Descriptivo Nivel: cuantitativo Diseño: no experimental Corte : transversal	Propietario y Empleados
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> - Mejor comunicación con la MYPE - Identificación de fines y logros de la empresa. - Relación jefe y trabajador. 		

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Metodología	Fuentes
ATENCIÓN DEL CLIENTE	<p>Atención al cliente es la unión de funciones relacionadas que propone un suministrador con el fin de que el cliente tenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.</p> <p>Hernández (2014)</p>	Factores	<ul style="list-style-type: none"> -Amabilidad. - Rapidez en la Atención. - Ambiente agradable. - Comodidad. - Seguridad. - Higiene. 	<p>Tipo: Descriptivo Nivel: Cuantitativo Diseño: no experimental Corte : transversal</p>	Clientes
		Importancia	<ul style="list-style-type: none"> -La competencia. -Buena Atención -Satisfacción del servicio. -Buen servicio. 		

4.4 Instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, que busco recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, no modifica el entorno ni controlo el proceso que estuvo en observación. Los datos se obtuvieron a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. La técnica fue cuantitativa dado que los datos se recopilaron sobre una parte de la población denominada tamaño muestra de sujetos y se elaboró en función a las variables, dimensiones e indicadores de la matriz de consistencia de la investigación, según León (2013) para luego determinar las cantidades numéricas y porcentuales. Para el recojo de la información de la investigación se aplicó un cuestionario que consto de 09 preguntas para los propietarios y trabajadores 10 preguntas para los clientes obtenidas a partir de la realización de la operacionalización de las variables. El cuestionario utilizo un listado de preguntas escritas que se entregaron a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Este instrumento fue validado por tres expertos profesionales en Administración y colegiados.

4.5 Plan de Análisis

El plan de análisis accedió dar respuesta a la investigación realizada. En primer lugar se realizó un trabajo de campo que permitió determinar las MYPE se estudiarían del rubro discotecas que hay en distrito de Catacos. Una vez establecida la cantidad de MYPE se procedió a detallar la población y con la que se iba a trabajar.

Posteriormente de saber la muestra total, se realizó un cuestionario que fue entregado a los propietarios, trabajadores y clientes de las diferentes MYPE. Una vez elaborado el cuestionario se envió una solicitud a los dueños de las empresas para que permitan realizar el cuestionario respectivo. Una vez realizado, se procedió a ejecutar la tabulación de los datos obtenidos de acuerdo a cada variable, luego se va realizar el análisis y la interpretación empleando el sistema Microsoft Office Windows 7 conjuntamente con el programa Excel, llegando al análisis, se procedió a realizar las conclusiones finales.

4.6. Matriz de consistencia

Título	Problema General	Objetivo General	Variable	Hipótesis	Técnicas / Instrumentos
Caracterización de la Capacitación y Atención al Cliente de la MYPE sector rubro discotecas Catacaos Piura ; Año 2017	¿Qué característica tiene la capacitación y la Atención al Cliente en las MYPE sector servicio, rubro discotecas Piura 2017?	Describir las principales características de Capacitación y Atención al Cliente, de las MYPES del Sector Servicio Rubro Discotecas en Catacaos – Piura en el periodo 2017.		Fernández y Baptista (2014), la investigación por ser descriptiva no registra hipótesis	Encuesta / Cuestionario
		Objetivos Específicos a) Conocer las ventajas de la capacitación de las MYPE Sector Servicio Rubro Discoteca en Catacaos (Piura), año 2017. b) Identificar los beneficios de la Capacitación al personal de las MYPE Sector Servicio Rubro Discoteca en Catacaos (Piura), año 2017. c) Describir los factores de Atención al Cliente de las MYPE Sector Servicio Rubro Discoteca en Catacaos (Piura), año 2017. d) Conocer la importancia de Atención al Cliente en las MYPE Sector Servicio Rubro Discoteca en Catacaos (Piura), año 2017.	Capacitación		

4.7. Principios éticos

Benites (2016), los principios éticos son el punto de inicio de cualquier argumentación que permita certificar acciones y procedimientos. La investigación basada en una ética que asegure los derechos de las personas, ha considerado tomar como referente, los conceptos utilizados en la investigación.

En la investigación se considera la autenticidad de resultados por sobre todas las cosas, en cualquier circunstancia, así se acudió y concurrirá al mayor número posible de fuentes, para un alto conocimiento de los hechos. Se respeta la posesión intelectual, la privacidad, resguardando la identidad de las personas que participan en el estudio. Además, se refutarán las conclusiones prejuiciosas, manipuladas y discriminatorias. Por otro lado la investigación se realiza con libertad de criterio, limpieza intelectual, rectitud y responsabilidad social.

Por otra parte, teniendo en cuenta que la gran mayoría de los datos manejados son de carácter público, pueden ser conocidos y utilizados por diversos analistas sin mayores reservas, se ha incluido su contenido sin alteraciones, salvo aquellas necesarias por la aplicación de la metodología para el estudio requerido en esta investigación. Igualmente, se mantiene intacto el contenido de las contestaciones, manifestaciones y opiniones recogidas de los empleados y funcionarios que han colaborado contestando las encuestas a efectos de instaurar la relación causa-efecto de las variables. Además, se ha creído beneficioso mantener en discreción la identidad de los mismos con el propósito de lograr imparcialidad en los resultados.

V.- RESULTADOS

5.1 Resultados

5.1.1 variable Capacitación

- a) Objetivo específico número 1: Conocer las ventajas de la capacitación de las MYPE Sector Servicio Rubro Discoteca en Catacaos (Piura), año 2017.

Tabla 1

Aumento de eficiencia		
Categoría	F	%
Si	11	55.0%
No	9	45.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta realizada a propietarios y empleados
Elaboración Propia.

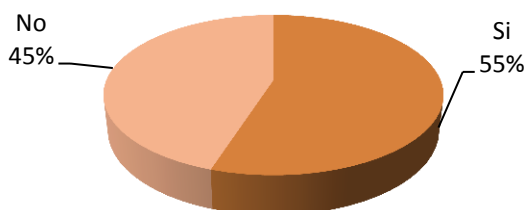


Figura 1: Diagrama circular que representa la percepción de trabajadores y propietario sobre aumento de eficiencia.

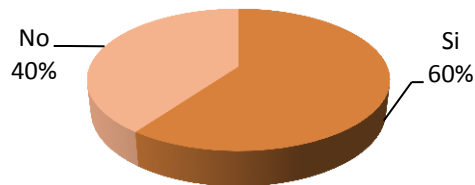
Fuente: Tabla 1

En la tabla 1, denominada “aumento de eficacia” se aprecia de acuerdo a la percepción de los trabajadores que el 55% si consideran que la capacitación aumenta la eficacia, mientras que un 45% consideran que la capacitación no aumenta la eficacia.

Tabla 2

Mejoramiento de imagen de la empresa		
Categoría	F	%
Si	12	60.0%
No	8	40.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta realizada a propietarios y empleados
Elaboración Propia.



*Figura 2: Diagrama circular que representa la percepción de trabajadores y propietario sobre mejoramiento de imagen en la empresa.
Fuente: Tabla 2*

En la tabla 2, denominada “mejoramiento de la imagen en la empresa” se aprecia de acuerdo a la percepción de los trabajadores que el 60% si consideran que la capacitación va a permitir proyectar una mejor imagen al público, mientras que un 40% no consideran que la capacitación vaya a permitir proyectar una mejor imagen al público.

Tabla 3

Clima Organizacional		
Categoría	F	%
Si	13	65.0%
No	7	35.0%
Total	20	100.0%

Encuesta realizada a propietarios y empleados
Elaboración Propia.

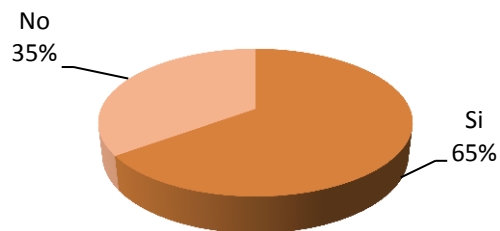


Figura 3: Diagrama circular que representa la percepción de trabajadores y propietario sobre clima organizacional.

Fuente: Tabla 3

En la tabla 3, denominada “clima organizacional” se aprecia de acuerdo a la percepción de los trabajadores que el 65% si consideran que la capacitación va a mejorar el clima laboral y que trabajen de manera conjunta, mientras que un 35% no consideran que la capacitación vaya a mejorar el clima laboral y que trabajen de manera conjunta.

Tabla 4

Mejora de Relaciones en la empresa		
Categoría	F	%
Si	13	65.0%
No	7	35.0%
Total	20	100.0%

Encuesta realizada a propietarios y empleados
Elaboración Propia.

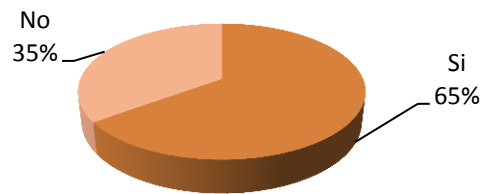


Figura 4: Diagrama circular que representa la percepción de trabajadores y propietario sobre mejora de relaciones en la empresa.

Fuente: Tabla 4

En la tabla 4, denominada “mejora de relaciones en la empresa” se aprecia de acuerdo a la percepción de los trabajadores que el 65% si consideran que gracias a la capacitación va a permitir mejorar la relación con el gerente o administrador, mientras que un 35% no consideran que con la capacitación permita mejorar la relación con el gerente o administrador.

Tabla 5

Aumenta la productividad		
Categoría	f	%
Si	16	80.0%
No	4	20.0%
Total	20	100.0%

Encuesta realizada a propietarios y empleados
Elaboración Propia.

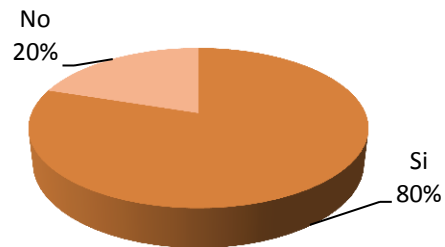


Figura 5: Diagrama circular que representa la percepción de trabajadores y propietario sobre aumenta la productividad.

Fuente: Tabla 5

En la tabla 5, denominada “aumenta la productividad” se aprecia de acuerdo a la percepción de los trabajadores que el 80% si consideran que gracias a la capacitación las MYPES venderían más, mientras que un 20% no consideran que con la capacitación las MYPES venderían más.

Tabla 6

Mejoramiento de la Calidad		
Categoría	f	%
Si	10	50.0%
No	10	50.0%
Total	20	100.0%

Encuesta realizada a propietarios y empleados
Elaboración Propia.

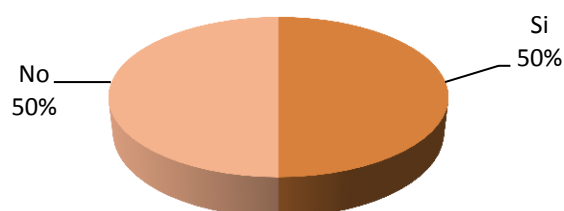


Figura 6: Diagrama circular que representa la percepción de trabajadores y propietario sobre mejoramiento de la calidad.

Fuente: Tabla 6

En la tabla 6, denominada “mejoramiento de la calidad” se aprecia de acuerdo a la percepción de los trabajadores que el 50% si consideran que la capacitación va a permitir mejorar la calidad en el servicio, mientras que el otro 50% no consideran que con la capacitación se vaya a mejorar la calidad en el servicio.

b) Objetivo específico número 2: Identificar los beneficios de la Capacitación al personal de las MYPE Sector Servicio Rubro Discoteca en Catacaos (Piura), año 2017.

Tabla 7

Mejor comunicación con la MYPE		
Categoría	F	%
Si	13	65.0%
No	7	35.0%
Total	20	100.0%

Encuesta realizada a propietarios y empleados
Elaboración Propia.

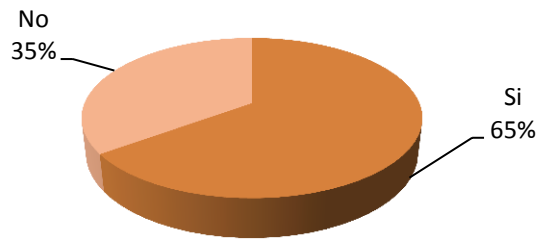


Figura 7: Diagrama circular que representa la percepción de trabajadores y propietario sobre mejor comunicación con la MYPE.

Fuente: Tabla 7

En la tabla 7, denominada “Mejor comunicación con la MYPE” se aprecia de acuerdo a la percepción de los trabajadores que el 65% si consideran la capacitación conlleva a una mejor comunicación en la MYPE, mientras que un 35% no consideran que la capacitación conlleve a una mejor comunicación en la MYPE.

Tabla 8

Identificación de fines y logros de la empresa

Categoría	f	%
Si	10	50.0%
No	10	50.0%
Total	20	100.0%

Encuesta realizada a propietarios y empleados
Elaboración Propia.

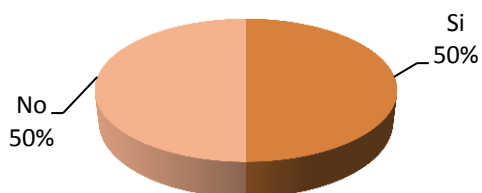


Figura 8: Diagrama circular que representa la percepción de trabajadores y propietario sobre identificación de fines y logros de la empresa.

Fuente: Tabla 8

En la tabla 8, denominada “Identificación de fines y logros de la empresa” se aprecia de acuerdo a la percepción de los trabajadores que el 50% si consideran con la capacitación te vas a sentir más identificado con la MYPE, mientras que el otro 50% no consideran que con la capacitación te vas a sentir más identificado con la MYPE.

Tabla 9

Relación Jefe Trabajador		
Categoría	f	%
Si	9	45.0%
No	11	55.0%
Total	20	100.0%

Encuesta realizada a propietarios y empleados
Elaboración Propia.

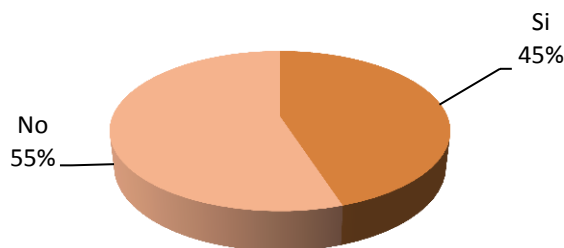


Figura 9: Diagrama circular que representa la percepción de trabajadores y propietario sobre relación jefe trabajador.

Fuente: Tabla 9

En la tabla 9, denominada “Relación jefe trabajador” se aprecia de acuerdo a la percepción de los trabajadores que el 55% no consideran que con la capacitación se puede llevar una buena relación entre jefe y, mientras que el 40% si consideran que con la capacitación se puede llevar una buena relación entre jefe y empleados

5.1.2 variable Atención al Cliente

- c) Objetivo específico 3: Describir los factores de Atención al Cliente de las MYPE Sector Servicio Rubro Discoteca en Catacaos (Piura), año 2017.

Tabla 10

Amabilidad		
Categoría	F	%
Si	105	62.9%
No	62	37.1%
Total	167	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes
Elaboración propia.

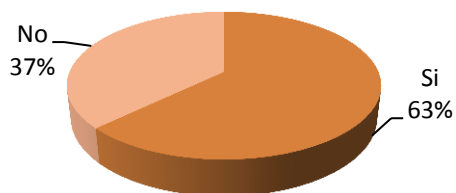


Figura 10: Diagrama circular que representa la percepción de los clientes sobre amabilidad.

Fuente: Tabla 10

En la tabla 10, denominada “Amabilidad” se aprecia de acuerdo a la percepción de los clientes que el 62.9 % si consideran que el personal es amable y cortés, mientras que el 37.1 % no consideran que el personal sea amable y cortés.

Tabla 11

Rapidez en la Atención		
Categoría	f	%
Si	48	28.7%
No	119	71.3%
Total	167	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes
Elaboración propia.

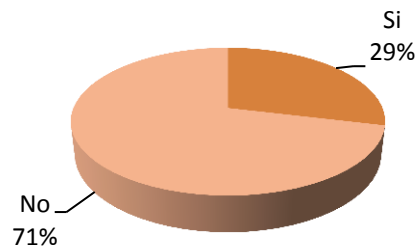


Figura 11: Diagrama circular que representa la percepción de los clientes sobre rapidez en la atención.

Fuente: Tabla 11

En la tabla 11, denominada “Rapidez en la atención” se aprecia de acuerdo a la percepción de los clientes que el 71.3% no consideran que sea atendido de manera inmediata al momento de pedir algún consumo o servicio, mientras que el 28.7 % si consideran que son atendidos de manera inmediata al momento de pedir algún consumo o servicio.

Tabla 12

Ambiente Agradable		
Categoría	f	%
Si	105	62.9%
No	62	37.1%
Total	167	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes
Elaboración propia.

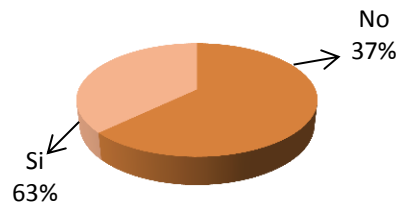


Figura 12: Diagrama circular que representa la percepción de los clientes sobre ambiente agradable.

Fuente: Tabla 12

En la tabla 12, denominada “Ambiente agradable” se aprecia de acuerdo a la percepción de los clientes que el 62.9 % si consideran el ambiente donde se ofrecen los servicios sea agradable, mientras que el 37.1% no consideran que el ambiente donde se ofrecen los servicios son agradables.

Tabla 13

Comodidad		
Categoría	f	%
Si	97	58.1%
No	70	41.9%
Total	167	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes
Elaboración propia.

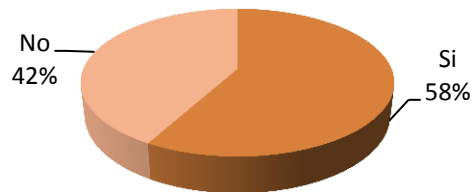


Figura 13: Diagrama circular que representa la percepción de los clientes sobre comodidad.

Fuente: Tabla 13

En la tabla 13, denominada “Comodidad” se aprecia de acuerdo a la percepción de los clientes que el 58.1% si se sienten cómodos en las instalaciones de las MYPE, mientras que el 41.9 % no consideran que se sienten cómodos en las instalaciones de las MYPE.

Tabla 14

Seguridad		
Categoría	f	%
Si	78	46.7%
No	89	53.3%
Total	167	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes
Elaboración propia.

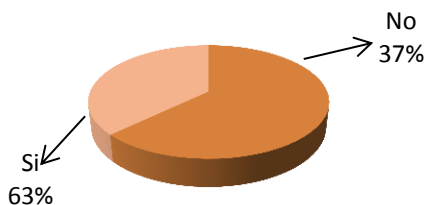


Figura 14: Diagrama circular que representa la percepción de los clientes sobre Seguridad.

Fuente: Tabla 14

En la tabla 14, denominada “Seguridad” se aprecia de acuerdo a la percepción de los clientes que el 53,3 % no consideran que la MYPE cumpla con los requisitos de seguridad ante cualquier eventualidad, mientras que el 46.7% si consideran que la MYPE cumple con los requisitos de seguridad ante cualquier eventualidad.

Tabla 15

Higiene		
Categoría	f	%
Si	97	58.1%
No	70	41.9%
Total	167	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes
Elaboración propia.

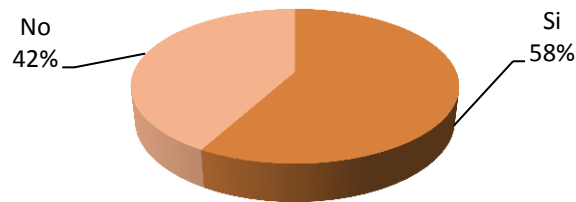


Figura 15: Diagrama circular que representa la percepción de los clientes sobre Higiene.

Fuente: Tabla 15

En la tabla 15, denominada “Higiene” se aprecia de acuerdo a la percepción de los clientes que el 58.1% si consideran que las instalaciones del local se encuentren limpias, mientras que el 41.9 % no consideran que las instalaciones del local están limpias.

d) Conocer la importancia de Atención al Cliente en las MYPE Sector Servicio Rubro Discoteca en Catacaos (Piura), año 2017.

Tabla 16

La competencia		
Categoría	f	%
Si	96	57.5%
No	71	42.5%
Total	167	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes
Elaboración propia.

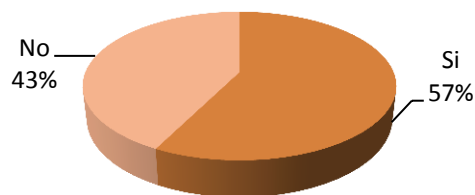


Figura 16: Diagrama circular que representa la percepción de los clientes sobre La competencia.

Fuente: Tabla 16

En la tabla 16, denominada “La competencia” se aprecia de acuerdo a la percepción de los clientes que el 57.5 % si consideran que las MYPE les ofrecen mejores productos que la competencia, mientras que el 42.5 % no consideran que las MYPE ofrecen mejores productos que la competencia.

Tabla 17

Buena Atención		
Categoría	F	%
Si	50	29.9%
No	117	70.1%
Total	167	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes
Elaboración propia.

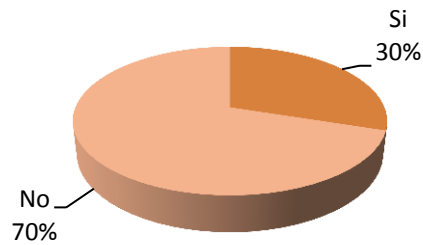


Figura 17: Diagrama circular que representa la percepción de los clientes sobre Buena Atención.

Fuente: Tabla 17

En la tabla 17, denominada “Buena Atención” se aprecia de acuerdo a la percepción de los clientes que el 70.1 % no consideran que reciban una buena atención, mientras que el 29.9 % si consideran que reciben una buena atención por parte de las MYPE.

Tabla 18

Satisfacción del Servicio		
Categoría	f	%
Si	66	39.5%
No	101	60.5%
Total	167	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes
Elaboración propia.

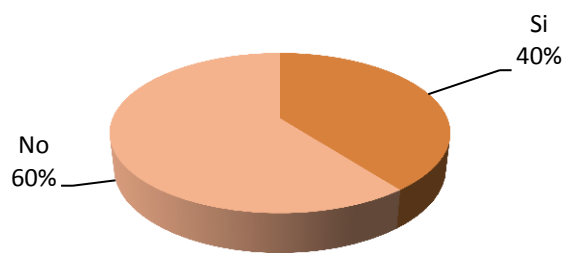


Figura 18: Diagrama circular que representa la percepción de los clientes sobre Satisfacción del servicio.

Fuente: Tabla 18

En la tabla 18, denominada “Satisfacción del servicio” se aprecia de acuerdo a la percepción de los clientes que el 60.5 % no consideran que se sientan satisfechos con el servicio, mientras que el 39.5% si consideran que se sienten satisfechos con el servicio.

Tabla 19

Buen Servicio		
Categoría	f	%
Si	52	31.1%
No	115	68.9%
Total	167	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes
Elaboración propia.

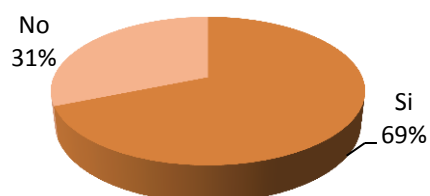


Figura 18: Diagrama circular que representa la percepción de los clientes sobre Buen Servicio.

Fuente: Tabla 19

En la tabla 19, denominada “Buen Servicio” se aprecia de acuerdo a la percepción de los clientes que el 68.9 % no consideran que les ofrecen un producto y servicio de calidad, mientras que el 31.1% si consideran que les ofrezcan un producto y servicio de calidad.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Variable Capacitación

- En la tabla número 1 denominada “Aumento de Eficiencia”. Precisa que el 55.0 % de encuestados considera que la capacitación al trabajador aumenta su eficiencia. Mayhew (2013) Nos indica que las capacitaciones al personal en su conjunto se basan en conocimientos; capacitando a los empleados va hacer que estos se desarrollen de manera más eficiente. Se infiere que se puede observar que los propietarios no capacitan al personal por falta de conocimientos ya que ellos tampoco tienen muy en claro lo que es una capacitación por ello no hay eficiencia en los trabajadores.
- En la tabla número 2 denominada “Mejoramiento de la imagen de la Empresa” precisa que el 60.0 % de los encuestados manifiesta que la capacitación si mejoraría la imagen de la MYPE. Mayhew (2013)determina que la imagen que proyecten sus colaboradores es la imagen que percibe el cliente sobre la empresa un personal capacitado siempre va dar un nivel de imagen alto. Se infiere que el la MYPES de estudio como el personal no está debidamente capacitado muchas veces el cliente no se lleva una buena imagen de la empresa ya que hay dificultades en la atención.
- En la tabla número 3 denominada “Clima Organizacional” precisa que 65.0 % de los encuestados manifiesta que la capacitación si mejoraría el clima entre los trabajadores y que trabajen de manera conjunta en la MYPE. Mayhew (2013) nos dice que la capacitación laboral es una prioridad para

enriquecer los conocimientos crear alternativas de solución e identidad cultural la cual conlleva a un mejor trabajo en equipo.

- En la tabla número 4 denominada “Mejora de relaciones en la empresa” precisa que el 65.5% la relación con los jefes mejoraría gracias a la capacitación. Mayhew (2013) Quien redacta que la capacitación brinda habilidades a los empleados que pueden ayudar a mejorar las falencias encontradas, crear un mejor clima laboral y una mejor relación con los jefes.
- En la tabla número 5 denominada “Aumento de la Productividad” precisa que el 80.0% de los encuestados si cree que la capacitación a los empleados va hacer que ellos vendan más. Mayhew (2013) quien nos indica que el proceso de capacitación asegura el desarrollo de la productividad, de este resultado se puede determinar que el personal de la MYPE mejora y la empresa lo verá reflejado en la productividad.
- En la tabla número 6 denominada “Mejoramiento de calidad” precisa que el 50% de los encuestados si cree que la capacitación si va mejorar la calidad de servicio en la MYPE. Mayhew (2013) nos detalla que un personal capacitado e incentivado va ser que se desarrolle con más seguridad en sus labores puesto que se siente preparado para enfrentar el día a día ante los clientes lo cual va traer mejoras en la calidad de servicio.

Las tablas antes analizadas permiten demostrar el objetivo específico número 1 Conocer las ventajas de la capacitación de las MYPE Sector Servicio Rubro Discoteca en Catacaos (Piura), año 2017, donde se

identificado que el 80.0 % de los encuestados manifiesta que un personal capacitado se va sentir identificado con la empresa, va adquirir y enriquecer conocimiento que se verán reflejados en su productividad siendo este el resultado más prevaeciente.

- En la tabla número 7 denominada “Mejor comunicación con la MYPE” precisa que el 65.0% manifiesta que si considera que la capacitación conlleve a una buena comunicación en la MYPE. López (2015) indica que motivar al personal mediante capacitaciones que permitan obtener nuevos conocimientos permite que exista una mejor comunicación en la compañía y se hable en un lenguaje claro y entendible dentro de la empresa. Se infiere que las MYPES estudiadas que por no contar con capacitaciones existe una buena comunicación en la empresa pero que podría mejorar con un plan de capacitaciones que pudieran convencer a los que 50.0 % de encuestados que respondió negativamente.
- En la tabla número 8 denominada “Identificación de fines y logros de la empresa” precisa que el 50.0% de encuestados manifiesta que puede identificar con la capacitación los fines y logros de la empresa, López (2015) capacitación es una estrategia que tienen las compañías para con sus trabajadores y a su vez lograr identificar fines y logros así como también problemas, alcanzar sus metas. Capacitar a un trabajador es básico y necesario para que puedan realizas sus trabajos de manera más precisa, exacta y sobre todo con la calidad que se tiene que desarrollar.
- En la tabla número 9 denominada “Relación Jefe y Trabajador” precisa que el 55.0% de encuestados manifiesta que no depende de la capacitación para

llevar una buena relación con los jefes. López (2015) indica que motivar al personal mediante capacitaciones que permitan obtener nuevos conocimientos estrecha lazos entre subordinado y jefe ya que asegura que el empleado siente que su jefe se preocupa por ellos. Se infiere que las MYPES estudiadas a pesar de no contar con capacitaciones existe una buena relación entre jefe y empleados pero que podría ser mejor con una implementación de programas de capacitaciones.

Las tablas antes analizadas permiten conocer el objetivo específico número 2 que considera Identificar los beneficios de la Capacitación al personal de las MYPE Sector Servicio Rubro Discoteca en Catacaos (Piura), año 2017 donde el resultado que prevalece es 50.0 % que manifiesta que la capacitación MYPE si ayuda al empleado a identificarse con los fines y logros de la empresa.

5.2.2. Variable Atención al cliente

- En la tabla número 10 denominada “Amabilidad” precisa que el 62.9% si considera que el personal que lo atiende en la MYPE es amable. Crece Negocios (2015) Nos explica que es necesario atender a nuestros clientes con una sonrisa y saludo ser amables con el trato ya que los clientes en la actualidad buscan un lugar donde sean tratados y atendidos de la mejor manera. Se infiere que los empleados de las MYPES estudiadas a pesar carecer de algunas cosas y no tener una preparación adecuada si son amables y cordiales en el momento de la atención.

- En la tabla número 11 denominada “Rapidez en la atención” precisa que el 71.3% considera que la MYPE no es rápida al momento de su atención. Crece Negocios (2015) explica que una atención rápida es una buena estrategia que impacta al consumidor y genera emociones positivas que permitirán que el cliente se sienta contento porque no tendrá que esperar tiempos largos para ser atendido.
- En la tabla número 12 denominada “Ambiente Agradable” precisa que el 62.9% piensa que si es agradable el ambiente donde la Mype ofrece sus servicios. Crece Negocios (2015) indica que en la un ambiente agradable es primordial que debe proyectar la empresa porque a pesar de carecer de muchas cosas y el cliente se siente cómodo en ese ambiente y se queda consumiendo el producto ofertado.
- En la tabla número 13 denominada “Comodidad” precisa que el 58.1% de encuestados manifiesta que si se siente cómodo en las instalaciones la MYPE no se preocupa por fidelizar a sus cliente. Crece Negocios (2015)nos indica que el cliente se enfrenta a muchas motivaciones que le puede ofrecer la empresa un lugar cómodo y donde el cliente se sienta feliz muy aparte de las fallas que pueda presentar siempre va ser que los usuarios se identifiquen con nuestros productos.
- En la tabla número 14 denominada “Seguridad” precisa que el 53.3% considera que la MYPE no cumple con los requisitos de seguridad ante cualquier eventualidad. Crece Negocios (2015) nos indica que una empresa debe invertir en contar con un local adecuado y bonito que brinde seguridad al cliente, con instalaciones amplias y modernas que hagan que los

consumidores sientan que están yendo a un lugar seguro y que pagar por estar allí vale la pena.

- En la tabla número 15 denominada “Higiene” precisa que el 58.1% considera que si están limpias las instalaciones de la MYPE. Crece Negocios (2015) nos indica que contar con un local limpio harán que los consumidores se lleven una buena impresión de la MYPE van a sentir que los productos consumidos son limpios y de calidad.

Las tablas antes analizadas permiten explicar el objetivo específico número 3 que considera describir los factores de Atención al Cliente de las MYPE Sector Servicio Rubro Discoteca en Catacaos (Piura), año 2017, donde el resultado que prevalece es 71.3 % que manifiesta que la MYPE no son rápidas al momento de atender trayendo consigo la incomodidad del cliente y dificultades en la atención

- En la tabla número 16 denominada “La competencia” precisa que el 57.5% de los encuestados considera que la MYPE si ofrece mejores productos que la competencia Karler (2014) manifiesta que toda empresa debe conocer a la competencia y tratar de ir mejorando el producto ofrecido para que así el cliente pueda diferenciar la calidad ante nuestra competencia y obtén por nuestros productos.

- En la tabla número 17 denominada “Buena Atención” precisa que el 70.1% manifiesta que no recibe buena atención por parte la MYPE. Karler (2014) indica que en la actualidad debido a la gran cantidad de competidores que están pugnando por tener la preferencia de los clientes están enfocándose

mucho en dar una atención de calidad que haga que el cliente regrese a consumir. Se infiere ya que en la MYPES de estudio se vende solo por intuición y muchas veces con apuro y desgano ya que los empleados no se sienten motivados.

- En la tabla número 18 denominada “Satisfacción de servicio” precisa que el 60.5 % de los encuestados manifiesta que no se siente satisfecho con el servicio que le ofrece la MYPE. Karler (2014) nos indica que todo estudio que gira entorno a la calidad y satisfacción del consumidor se basa en las perspectivas del comprador acerca del servicio ofrecido. Se difiere que el cliente no se encuentra satisfecho debido a que el personal no está bien capacitado para salir de situaciones difíciles que se presentan.

- En la tabla número 19 denominada “Buen servicio” precisa que el 68.9 % de encuestados manifiesta que no recibe buen servicio por parte de la MYPE.

Karler (2014) manifiesta que toda empresa debe capacitar a su personal para dar ofrecer un buen servicio a los clientes ya que ellos se sentirán seguros al en su compra, no es agradable para los consumidores que te atienda una persona y luego venga otra a que le repitas lo que ya pidió

Las tablas antes analizadas permiten exponer el objetivo número 4 Conocer la importancia de Atención al Cliente en las MYPE Sector Servicio Rubro Discoteca en Catacaos (Piura), año 2017, donde prevalece que el 70.1% de clientes manifiesta que la MYPE no le ofrece buena atención.

VI. CONCLUSIONES

- En relación al primer objetivo específico ventajas en las MYPE rubro discotecas de Catacaos Piura, queda establecido de la siguiente manera: La mayor parte considera que un personal capacitado aumentaría sus niveles de productividad generando más ventas; por otro lado más de la mitad considera que la capacitación es importante para mejorar el clima organizacional y que trabajen de manera conjunta; de la misma manera piensan que gracias a la capacitación mejoraría la relación con el gerente o administrador; también se aprecia que un poco más de la mitad considera que la capacitación va ayudar a mejorar la imagen de la empresa; y a su vez el trabajador aumente su eficacia en la organización y por último la mitad cree que la capacitación es necesaria para mejorar la calidad de los productos y servicios.

Por lo tanto las MYPE de estudio deben poner atención en capacitar constantemente a sus trabajadores para que así aumente la productividad y eficacia de los mismos. Para ello se recomienda que las MYPE deben implementar programas de capacitación en su plan organizacional para enriquecer los conocimientos de los trabajadores.

- Con relación a los beneficios de la capacitación en las MYPE estudiadas la mayoría piensa que la capacitación nos conlleva a una mejor comunicación con la empresa; mientras tanto más de la mitad piensa que no depende de la capacitación para llevar una buena relación entre jefe y empleados y por último la mitad cree que con la capacitación se va identificar mejor los fines y logros de la empresa. Con respecto a los beneficios de la capacitación se recomienda poner énfasis en capacitar al personal para llevar una mejor comunicación en

las MYPE que traería consigo una mejor identificación de los fines y logros de la empresa.

- Respecto a los factores de atención en las MYPE rubro discotecas de Catacaos Piura; se puede apreciar que la mayoría piensa que no es atendido de manera inmediata al momento de pedir algún consumo o servicio, además de ello más de la mitad piensa que el personal de las MYPE evaluadas si son amables y cortés en su atención asimismo que el ambiente es agradable al momento de ofrecer algún servicio, por otro lado un poco más de la mitad considera que las instalaciones si se encuentran correctamente limpias, asimismo la misma cantidad de clientes considera que si se sienten cómodos en las instalaciones de las MYPE; por último la minoría piensa que no se cumplen los requisitos de seguridad ante cualquier eventualidad.

Por lo tanto las MYPE en estudio deben tomar en cuenta la rapidez en la atención para que los clientes no se sientan insatisfechos por el tiempo de demora que surge al momento de realizar algún pedido o consumo y además de ello tomar las medidas de prevención y seguridad para el bienestar de los clientes ante cualquier eventualidad, es por ello que se recomienda que las MYPE incrementen estrategias para mejorar la rapidez en la Atención al cliente.

- En lo que concierne a la importancia de atención al cliente en las MYPE estudiadas, la mayor parte considera que no reciben una buena atención; más de la mitad piensan que las MYPE no les ofrecen un producto y servicio de calidad, además de ello un poco más de la mitad no se sienten satisfechos con

el servicios que se les brinda; y por último la minoría consideran que las MYPE si les ofrecen mejores productos que la competencia.

Es por ello que las MYPE deben mejorar su atención hacia los clientes ya que estos no se están sintiendo satisfechos en la calidad de atención que estas le brindan y además del buen servicio que los clientes deben recibir, es así que se recomienda que las MYPE en estudio deben capacitar al personal en temas relacional al buen trato y atención que se le debe brindar al cliente para que estos se sientan satisfechos con el servicio que se les brinda.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguila. (2016). “Calidad de Servicio y Grado de Satisfacción del Cliente en el Restaurant Pizza Hut en el centro Comercial Mega Plaza Lima”, perteneciente a la Universidad “Señor de Sipán”, (Chiclayo)

Vela (2014), realizó el Tema de Investigación “Influencia de la Calidad de Atención y Servicio al Cliente en los Niveles de Ventas de Tiendas de Cadena Claro Tottus, perteneciente a la Universidad Privada “Antenor Orrego”(Trujillo), donde la Metodología de la Investigación es Descriptiva.

Ipanaqué (2015), realizó el Tema de Investigación “Calidad y Atención al Cliente del Servicio en el Restaurant La Lomita Tambogrande”, perteneciente a la “Universidad Nacional de Piura”, (Piura), donde la Metodología de la Investigación es Descriptiva.

Donde el autor finaliza nos situamos con un mercado cada vez más riguroso, que obliga reunir nuestros trabajos en ello. Si bien es cierto, la asistencia de crecidos niveles de calidad de servicio constituye un plan primordial para el objetivo y para la supervivencia de la organización en el presente entorno competitivo.

Ladines (2016), realizó el Trabajo de Investigación de “Caracterización de la Atención al Cliente en las MYPE servicio Rubro Restaurantes”, perteneciente a la Universidad Católica

Los Ángeles de Chimbote (Piura), donde la Metodología de la Investigación es Cuantitativa Descriptiva.

Gore (2013) “La capacitación Laboral y la Construcción del Conocimiento en las Organizaciones, perteneciente a la “Universidad de Buenos Aires”

Guerrero (2016) “Caracterización de Capacitación y Rentabilidad de la Mype Sector Servicio Rubro Restaurantes”, perteneciente a la Universidad Católica “Los Ángeles de Chimbote”, (Piura)

Chanava (2016) Realizó el Tema de Investigación “Caracterización de la Capacitación del Personal en la Mype de Comercialización Rubro Pesca de la Localidad de Paita“, perteneciente a la Universidad Católica “Los Ángeles de Chimbote” (Piura)

Ipanaqué (2015) “Calidad del Servicio al Cliente en el Restaurant La Lomita Tambogrande”, perteneciente a la “Universidad Nacional de Piura”, (Piura)

Ladines (2016) Realizó el Trabajo de Investigación de “Caracterización de la Calidad del Servicio y la competitividad en las Mypes Comerciales Rubro Ópticas”, perteneciente a la Universidad Católica “Los Ángeles de Chimbote” (Piura).

Cabrera (2015) Realizó el Tema de Investigación “Evaluación de la Calidad de Atención al Cliente en las Empresas Lácteas”, perteneciente a la “Universidad de Nariño” (Colombia).

Carpio (2013) “Estrategias de Atención al Cliente Para Posicionar los Servicios de Intec CA. En la Web 2.0, perteneciente a la Universidad José Antonio Páez (Venezuela)

ANEXOS



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

CUESTIONARIO

Buenos días/tardes, el presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado “**Caracterización de la Capacitación y Atención al Cliente de las Mype rubro Discotecas en el centro de Catacaos, año 2017**”. Se le agradece, marcar con total libertad de criterio con un aspa (X) dentro del paréntesis.

VARIABLE CAPACITACIÓN

1. ¿Consideras que con la capacitación al trabajador de la MYPE aumenta su eficiencia?
Si () No ()

2. ¿Consideras que la capacitación al personal de la MYPE va permitir proyectar una mejor imagen al público?
Si () No ()

3. ¿Crees que la capacitación en la MYPE va mejorar el clima laboral y que trabajen de manera conjunta?

Si () No ()

4. ¿Piensas que tu relación con el gerente o administrador va mejorar gracias a la capacitación?

Si () No ()

5. ¿Considera usted que con la capacitación de los trabajadores de la MYPE estos venderían más?

Si () No ()

6. ¿Piensa usted que la capacitación va mejorar la calidad de servicio de la MYPE?

Si () No ()

7. ¿Piensas que la capacitación conlleva a una mejor comunicación en la MYPE?

Si () No ()

8. ¿Crees que con la capacitación te vas a identificar mejor con la empresa?

Si () No ()

9. ¿Piensa usted que depende de la capacitación para llevar una buena relación con entre jefe y empleados?

Si () No ()



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

CUESTIONARIO

Buenos días/tardes, el presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado “**Caracterización de la Capacitación y Atención al Cliente de las Mype rubro Discotecas en el centro de Catacaos, año 2017**”. Se le agradece, marcar con total libertad de criterio con un aspa (X) dentro del paréntesis.

VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

1. ¿Es amable y Cortez el personal que labora en la MYPE?

Si () No ()

2 ¿Es atendido de manera inmediata por la MYPE a la hora de pedir algún consumo o servicio?

Si () No ()

3 ¿Es agradable el ambiente donde la MYPE ofrece sus servicios?

Si () No ()

4 ¿Se siente cómodo con las instalaciones de la MYPE?

Si () No ()

5 ¿Considera que la MYPE cumple con los requisitos de seguridad ante cualquier eventualidad?

Si () No ()

6 ¿Considera que las instalaciones del local están limpias?

Si () No ()

7. ¿Considera usted que la MYPE le ofrece mejores productos que la competencia?

Si () No ()

8 ¿Recibe buena Atención por parte de la MYPE?

Si () No ()

9 ¿Se siente satisfecho con el servicio que le brinda la MYPE?

Si () No ()

10 ¿Cree usted que la MYPE le ofrece un producto y servicio de calidad?

Si () No ()

Matriz de Indicadores

Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Fuente
CAPACITACIÓN	Ventajas	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de Eficacia. - Mejoramiento de imagen de la empresa. - Clima organizacional. - Mejora de relaciones en la empresa. - Aumenta la Productividad. - Mejoramiento de la calidad. 	Nominal	Propietario y Empleados
	Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> - Mejor comunicación con la MYPE - Identificación de fines y logros de la empresa. - Relación jefe y trabajador. 	Nominal	

Variables	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Fuentes
ATENCIÓN DEL CLIENTE	Factores	<ul style="list-style-type: none"> -Amabilidad. - Rapidez en la Atención. - Ambiente agradable. - Comodidad. - Seguridad. - Higiene. 	Nominal	Clientes
	Importancia	<ul style="list-style-type: none"> -La competencia. -Buena Atención -Satisfacción del servicio. -Buena producto y servicio. 	Nominal	

VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

Ítems relacionados con capacitación	¿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
1. ¿Consideras que la capacitación al trabajador de las MYPE aumenta su eficacia?	/			/		/	SI () NO ()
2. ¿Considera que la capacitación al personal de las MYPE va permitir proyectar una mejor imagen al público?	/			/		/	SI () NO ()
3. ¿Crees que la capacitación en las MYPE va mejorar el clima laboral y que trabajen de manera conjunta?	/			/		/	SI () NO ()
4. ¿piensas que tu relación con el gerente o administrador va mejorar gracias a la capacitación?	/			/		/	SI () NO ()
5. ¿Considera usted que con la Capacitación va mejorar la calidad de servicio de las MYPE?	/			/		/	SI () NO ()
6. ¿Piensa usted que la capacitación va mejorar la calidad de servicio de las MYPE?	/			/		/	SI () NO ()
7. ¿Piensas que la capacitación conlleva a una mejor comunicación en las MYPE?	/			/		/	SI () NO ()
8. ¿Cree que con la capacitación te vas a identificar mejor con la empresa?	/			/		/	SI () NO ()
9. ¿Piensa usted que depende de la capacitación para llevar una buena relación entre jefe y empleados?	/			/		/	SI () NO ()

Ítems relacionados con Atención 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
1. ¿Es amable y Cortez el personal que labora en la MYPE?	/			/		/	SI () NO (X)
2. ¿Es atendido de manera inmediata por la MYPE a la hora de pedir algún consumo o servicio?	/			/		/	SI () NO (X)
3. ¿Es agradable el ambiente donde la MYPE ofrece sus servicios?	/			/		/	SI () NO (X)
4. ¿Se siente cómodo con las instalaciones de la MYPE?	/			/		/	SI () NO (X)
5. ¿Considera que la MYPE cumple con los requisitos de seguridad ante cualquier eventualidad?	/			/		/	SI () NO (X)
6. ¿Considera que las instalaciones del local están limpias?	/			/		/	SI () NO (X)
7. ¿Considera usted que la MYPE le ofrece mejores productos que la competencia?	/			/		/	SI () NO (X)
8. ¿Recibe buena Atención por parte de la MYPE?	/			/		/	SI () NO (X)
9. ¿Se siente satisfecho con el servicio que le brinda la MYPE?	/			/		/	SI () NO (X)
10. ¿Cree usted que la MYPE le ofrece un producto y servicio de calidad?	/			/		/	SI () NO (X)



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Hector Orlando Arica Elacujo, identificado con
DNI N° 02786302, con el grado de Magister en Docencia Universitaria

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos cuestionario , elaborado por la estudiante **JHONATAN EDMUNDO SEMINARIO MONZÓN**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación “CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA MYPE SECTOR SERVICIO RUBRO DISCOTECAS CATACAOS – PIURA, AÑO 2017” 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. Arica Cervio Hector Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246

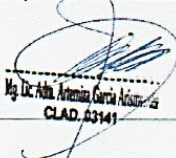
Piura, junio 2019.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, ARACELIZO GARCIA ARISCHENBIXE, identificado
con DNI 02638934, con el grado de Magister en GERENCIA EMPRESARIAL

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 el
estudiante JHONATAN EDMUNDO SEMINARIO MONZÓN, para efecto de su
aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de
investigación: "CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN AL
CLIENTE DE LAS MYPE SECTOR SERVICIO RUBRO DISCOTECAS, CATACAOS
-PIURA, AÑO 2017", 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.


Mag. Dr. Aracelizo García Arisquenbixe
CLAD 03141

Piura, junio 21019



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Victor Helio Patiño Niño, identificado con
DNI N° 02860873, con el grado de Magister en Administración

Por medio de la presente hago constatar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos Cuestionario, elaborado por la estudiante **JHONATAN EDMUNDO SEMINARIO MONZÓN**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación "CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA MYPE SECTOR SERVICIO RUBRO DISCOTECAS CATACAOS – PIURA, AÑO 2017" 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.



MA VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO

Piura, junio 2019.

LIBRO DE CÓDIGOS

VARIABLE CAPACITACIÓN

Propietarios y empleados		E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	Frecuencia		Porcentaje	Total %	Total Encuestas	
P1	Si	1	1	1	1	1	1					1	1		1		1					1	Si	11	55%	100%	20
	No							1	1	1	1			1		1		1	1	1			No	9	45%		
P2	Si	1	1	1	1		1	1	1	1		1			1		1	1					Si	12	60%	100%	20
	No					1					1		1	1		1			1	1	1		No	8	40%		
P3	Si	1	1	1	1		1	1			1			1			1	1	1	1	1		Si	13	65%	100%	20
	No					1			1	1		1	1		1	1							No	7	35%		
P4	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1		1			1					Si	13	65%	100%	20
	No										1			1		1	1		1	1	1		No	7	35%		
P5	Si	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1			1	1		Si	16	80%	100%	20
	No						1	1										1	1				No	4	20%		
P6	Si		1	1	1	1	1		1		1	1	1			1							Si	10	50%	100%	20
	No	1						1		1				1	1		1	1	1	1	1		No	10	50%		
P7	Si	1	1	1	1	1	1		1		1	1	1			1		1			1		Si	13	65%	100%	20
	No							1		1				1	1		1		1	1			No	7	35%		
P8	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1			1										Si	10	50%	100%	20
	No										1	1		1	1	1	1	1	1	1	1		No	10	50%		
P9	Si	1	1	1	1		1	1	1	1								1					Si	9	45%	100%	20
	No					1					1	1	1	1	1	1	1		1	1	1		No	11	55%		

VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

Cliente	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Total	
P1	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	27
	No				1											1				1											No	4
P2	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	25
	No				1						1				1					1					1						No	5
P3	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	30
	No																														No	0
P4	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	28
	No											1									1										No	2
P5	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	29
	No								1																						No	1
P6	Si	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	28
	No			1																1											No	2
P7	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	29
	No												1																		No	1
P8	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	24
	No								1				1		1			1			1		1								No	6
P9	Si		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	26
	No	1																1								1					No	4
P10	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	30
	No																														No	0

Clientes		31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	Total			
P1	Si																															Si	0		
	No	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	No	30	
P2	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	Si	29	
	No																										1							No	1
P3	Si	1	1	1		1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		1	1		1	1	1	1	1	1	Si	24	
	No				1			1					1					1					1				1							No	6
P4	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	30
	No																																		No
P5	Si	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1		1	1	1	1	Si	27	
	No									1																	1			1					No
P6	Si	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	28
	No			1																1															No
P7	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	30
	No																																		No
P8	Si		1	1	1	1		1	1		1	1	1	1		1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	Si	24	
	No	1					1			1					1				1						1										No
P9	Si		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	Si	27
	No	1																1										1							No
P10	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	30
	No																																		No

Clientes	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	Total	
P1	Si		1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1		1													1	1	Si	14
	No	1									1				1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1			No	15
P2	Si	1	1	1	1	1		1	1	1		1	1		1	1	1		1	1		1	1	1		1		1	1		Si	23
	No						1				1			1				1			1				1		1			1	No	7
P3	Si	1	1	1	1		1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	27
	No					1			1			1																			No	3
P4	Si	1		1	1	1	1		1	1	1	1	1		1	1		1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	Si	24
	No		1					1						1			1					1							1		No	6
P5	Si	1	1	1						1				1	1	1	1	1													Si	11
	No				1	1	1	1	1		1	1	1						1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	No	19
P6	Si		1		1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	25
	No	1		1		1				1				1																	No	5
P7	Si	1	1	1		1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	27
	No				1				1					1																	No	3
P8	Si	1	1		1	1	1	1						1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1		1	1	1	Si	26
	No											1				1					1						1				No	4
P9	Si	1	1		1	1	1							1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1	Si	21
	No			1					1	1	1	1	1								1					1					No	9
P10	Si	1	1	1	1	1		1	1		1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1		1	1		1	Si	25
	No						1			1							1									1			1		No	5

Cientes	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	Total	
P1	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	30
	No																															No
P2	Si	1	1	1	1	1		1		1	1		1		1	1		1	1					1			1	1	1	1	Si	19
	No						1		1			1		1			1			1	1	1	1		1	1					No	11
P3	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1		1		1	1	1	1	1	1	Si	25
	No									1				1				1			1		1								No	5
P4	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	28
	No															1	1														No	2
P5	Si	1	1	1	1	1					1	1	1					1	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	Si	19
	No						1	1	1	1	1				1	1	1	1				1	1								No	11
P6	Si	1	1	1	1		1	1		1	1		1	1		1	1	1		1	1	1		1	1		1	1	1	1	Si	22
	No					1		1			1			1				1				1			1		1		1		No	8
P7	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	30
	No																														No	0
P8	Si	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	Si	27
	No								1							1													1		No	3
P9	Si	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	28
	No						1									1															No	2
P10	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				1	1		1		1		1	1	1	1	1	Si	24
	No															1	1	1				1		1		1				No	6	

Clientes	121	122	123	124	125	126	127	128	129	130	131	132	133	134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144	145	146	147	148	149	150	Total	
P1	Si	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	29
	No		1																												No	1
P2	Si	1	1	1	1	1	1		1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	Si	26
	No							1			1					1										1					No	4
P3	Si	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	27
	No		1									1									1										No	3
P4	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	30
	No																														No	0
P5	Si	1	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	29
	No								1																						No	1
P6	Si	1	1		1	1	1	1	1					1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	24
	No			1						1	1	1	1							1											No	6
P7	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	27
	No										1						1	1													No	3
P8	Si	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	Si	28
	No									1														1							No	2
P9	Si		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1					1	1	1	1	Si	24
	No	1																1						1	1	1	1				No	6
P10	Si	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1		1	1				1	1	Si	25
	No															1										1	1	1			No	2

Cientes		151	152	153	154	155	156	157	158	159	160	161	162	163	164	165	166	167	Total	
P1	Si										1	1	1	1	1				Si	5
	No	1	1	1	1	1	1	1	1	1						1	1	1	No	12
P2	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	17
	No																		No	0
P3	Si	1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	15
	No				1				1										No	2
P4	Si	1	1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	Si	15
	No					1				1									No	2
P5	Si	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1		1	1		1	Si	14
	No									1				1			1		No	3
P6	Si	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Si	16
	No			1															No	1
P7	Si	1	1	1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	Si	15
	No						1				1								No	2
P8	Si	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1			1	1	Si	14
	No									1					1	1			No	3
P9	Si		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		Si	15
	No	1																1	No	2
P10	Si	1	1	1	1		1	1		1	1	1	1						Si	10
	No					1			1					1	1	1	1	1	No	7

CLIENTES			Total Encuestas
P1	Si	105	167
	No	62	
P2	Si	48	167
	No	119	
P3	Si	105	167
	No	62	
P4	Si	97	167
	No	70	
P5	Si	78	167
	No	89	
P6	Si	97	167
	No	70	
P7	Si	96	167
	No	71	
P8	Si	50	167
	No	117	
P9	Si	66	167
	No	101	
P10	Si	52	167
	No	115	

FOTOGRAFIAS:

