



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TÍTULO:

**“CAPACITACIÓN Y CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE
LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO RUBRO VENTAS DE
ROPA PARA DAMAS DISTRITO DE AGUAS VERDES, 2017”.**

**TRABAJO DE INVESTIGACION PARA OPTAR GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER
EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

AUTOR:

CARMEN PRECIADO BALTAZAR AUGUSTO

ORCID: 0000-0003-2368-4014

ASESOR:

MGTR. LIC. ADM. GHENKIS AMILCAR EZCURRA ZAVALAETA

ORCID: 0000-0002-9894-2180

TUMBES – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR:

CARMEN PRECIADO BALTAZAR AUGUSTO

ORCID: 0000-0003-2368-4014

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Tumbes, Perú.

Asesor:

MGTR. LIC. ADM. GHENKIS AMILCAR EZCURRA ZAVALA

ORCID: 0000-0002-9894-2180

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de
Administración, Escuela Profesional de Administración, Tumbes, Perú.

JURADO

Guerrero Garcia, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel

ORCID: 0000-0001-6769-1959

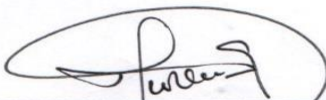
Aguilar Chuquizunta, Darwin

ORCID: 0000-0001-6721-620X

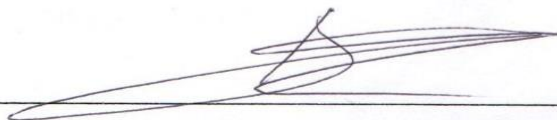
HOJA DE FIRMA DE JURADO



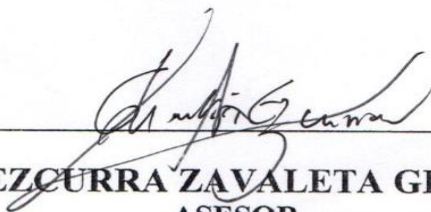
MGTR. LIC. ADM. GALVANI GUERRERO GARCIA.
PRESIDENTE
ORCID 0000-0003-1038-1866



MGTR. LIC. MIGUEL VILLARREYES GUERRA
MIEMBRO
ORCID 0000-0001-6769-1959



MGTR. LIC. ADM. DARWIN AGUILAR CHUQUIZUTA
MIEMBRO
ORCID 0000-0001-6721-620X



MGTR. LIC. ADM. EZCURRA ZA VALETA GHENKIS AMILCAR.
ASESOR
ORCID 0000-0002-9894-2180

DEDICATORIA

Dedico este esfuerzo a Dios por permitir dar inteligencia necesaria para desarrollar este trabajo de investigación, también agradecer a todos mis familiares que con su apoyo estoy logrando la meta de terminar mi carrera de administración.

Agradecer a mi esposa porque que me motivo a estudiar esta carrera, que siempre estuvo como proyecto de cumplir unas de mis metas y que quede como ejemplo que para estudiar no hay barreras, ni siquiera la edad sea un obstáculo para llegar a ser un profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a nuestro Dios por la vida y por su protección, por permitir el estudio de mi carrera. A mis familiares y esposa por su apoyo incondicional de dar el ánimo necesario, así cumplir con mis objetivos y lograr las metas trazadas.

Agradecer a todos docentes por las tutorías de los trabajos de investigación y conocimientos transmitidos

Baltazar Augusto Carmen Preciado

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “CAPACITACIÓN Y CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO RUBRO VENTA DE ROPA PARA DAMAS, DISTRITO DE AGUAS VERDES, AÑO 2017”; tuvo como problema general ¿Cuáles son las características de la capacitación y Calidad de servicios de las MYPES del Sector comercio Rubro venta de ropa en el Distrito de aguas verdes, año 2017?, en cual tiene como objetivo general Determinar la capacitación y la calidad de servicio al cliente de las MYPES del Sector comercio Rubro venta de ropa en el Distrito de aguas verdes, año 2017. La investigación tipo cuantitativo, de nivel Descriptivo, correlacional, causal y explicativo y Diseño no experimental descriptivo de corte transversal, y para poder realizarlo se escogió una muestra de 97 trabajadores de una población, el cual se le aplicó el cuestionario con estructura y la técnica encuesta, en la variable capacitación tiene un promedio de 0% en lo que demuestra que los resultados son obtenidos eficazmente, y si hablamos de la variable competitividad tiene un promedio de 0% según el índice de logro de la calificación que encontramos en la escala de medición, el cual indica que carecen de capacitación y calidad de servicio en el sector.

Palabras Claves: Capacitación y Calidad de Servicio, MyPes

ABSTRACT

This research work entitled "TRAINING AND QUALITY OF CUSTOMER SERVICE IN THE MYPES OF THE SECTOR TRADE RUBRO SALE OF CLOTHES FOR LADIES, DISTRITO DE AGUAS VERDES, YEAR 2017"; had as a general problem What are the characteristics of the training and Quality of services of the MYPES of the Trade sector Sector sale of clothing in the District of green water, year 2017 ?, in which it has like general objective To determine the qualification and the quality of service to the client of the MYPES of the Trade sector Sector sale of clothes in the District of green waters, year 2017. The research type quantitative, Descriptive level, correlational, causal and explanatory and non-experimental descriptive design of cross section, and to be able to do it a sample of 97 workers from a population was chosen, which was applied the questionnaire with structure and survey technique, in the training variable it has an average of 0% in which it shows that the results are obtained effectively, and if we talk about the competitiveness variable has an average of 0% according to the index of achievement of the rating that we find in the scale of measurement, which indicates that they lack training and quality of service in the sector.

Key Words: Training and Quality of Service, MyPes

INDICE

| | |
|---|------|
| 1. TÍTULO DE LA TESIS..... | i |
| 2. EQUIPO DE TRABAJO..... | ii |
| 3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR..... | iii |
| 4. AGRADECIMIENTO..... | iv |
| 5. DEDICATORIA..... | v |
| 6. RESUMEN..... | vi |
| 7. ABSTRACT..... | vii |
| 8. CONTENIDO..... | viii |
| 9. ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y CUADROS..... | ix |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 11 |
| II. REVISIÓN DE LA LITERATURA..... | 10 |
| III. HIPÓTESIS..... | 16 |
| IV. METODOLOGÍA..... | 16 |
| 4.1 Diseño de la Investigación..... | 16 |
| 4.2 Población y muestra..... | 16 |
| 4.3 Definición y Operacionalización de Variables e Indicadores..... | 19 |
| 4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos..... | 22 |
| 4.5 Plan de Análisis..... | 22 |
| 4.6 Matriz de Consistencia..... | 23 |
| 4.7 Principios Éticos..... | 24 |
| V. RESULTADOS..... | 24 |
| 5.1 Resultados..... | 24 |
| 5.2 Análisis de Resultados..... | 25 |
| VI. CONCLUSIONES..... | 28 |
| VII. REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS..... | 29 |
| VIII. ANEXOS..... | 30 |

INDICE DE GRAFICOS Y TABLAS

| | |
|---|-----------|
| <i>Tabla 01.</i> ¿En el último año ha recibido Capacitación?? | 39 |
| <i>Tabla 02.</i> ¿El negocio cuenta con las instalaciones adecuadas, y atractivas, Además de la presentación del personal? | 40 |
| <i>Tabla 03.</i> ¿El personal siempre estuvo atento a sus deseos y necesidades? | 41 |
| <i>Tabla 04.</i> ¿Considera que el servicio y los productos que se ofrece el negocio son confiables y garantizados? | 42 |

I. Introducción

Esta investigación titulada **“Capacitación y calidad de servicio al cliente de las MYPEs del sector comercio rubro venta de ropa para damas en el distrito de aguas verdes 2019,** Tuvo como problema de investigación ¿Existe relación entre la capacitación y calidad de servicio al cliente de las MYPEs del sector comercio rubro venta de ropa para damas en el distrito de Aguas Verdes?, y como objetivo general se planteó ddeterminar la relación entre la capacitación y calidad de servicio al cliente de las MYPEs del sector comercio rubro venta de ropa para damas en el distrito de Aguas Verdes., 2019, El tipo de Investigación a utilizar es descriptiva con muestreo probabilístico, estudio de carácter cuantitativo y el diseño de la Investigación es no experimental del sector comercio rubro ventas de ropa para damas distrito de Aguas Verdes, la muestra para la variable de Capacitación la muestra fue de 30 trabajadores, y para la variable de Calidad de servicio la muestra fue también de 30 personas, y se usó como técnica de recolección de datos el cuestionario y como instrumento la encuesta. Esta investigación se justifica en lo práctico, porque se utilizará mecanismos que permitan encaminar y conocer al rubro ventas de ropa para damas, Distrito de Aguas Verdes, desde los aspectos de la necesidad de Capacitación de servicio al cliente que tienen las personas que laboran en los comercios de ropa, Según (Batista 2006) “indica que, por la aplicación sistematizada del proceso de investigación, encaminada a la detección de datos cuantitativos, determinaron las características sin vulneración alguna, y se recogen los datos en un solo momento, en este caso en ventas de ropa”. Así mismo permitió visualizar cual es el estado de las tiendas de ropa pudiendo aplicar estrategias diferentes para mejorar el desarrollo de la Capacitación para una mejor calidad de servicio al cliente.

II. Revisión De La Literatura

2.1. Antecedentes Capacitación

En tiempos remotos se dieron los primeros indicios de entrenamiento la alfabetización se limitaba a ciertos grupos y se llevaba a cabo mediante la transmisión verbal esto se hacía de generación en generación, indicando y supervisando la generación de los oficios de esta forma se llevaba a cabo la capacitación (; Siliceo, Capacitación y desarrollo de personal, 2004)

La capacitación se constituyó como una fórmula para controlar secretos de los oficios para proteger el status social y económico de comerciantes y artesanos. (Siliceo, Capacitación y desarrollo de personal, 2004)

Antecedentes Internacionales

Cuando llego la revolución industrial la capacitación se modernizo creando objetivos, al adquirir los empresarios nuevos conocimientos fueron entrenando a sus trabajadores en diversas actividades.

La Industrialización creó un cambio que se dio con objetivos y métodos esto dio paso a el aumento de la demanda de mano de obra capacitada.

A raíz de la primera guerra mundial donde se entrenó a las personas no solo para las ventas sino para que sepan utilizar el armamento bélico en esos tiempos en Estados Unidos se creó una fórmula que se conoce con el método de los cuatro pasos: explicar, demostrar, ejecutar y verificar (Siliceo, Capacitación y desarrollo de personal, 2004)

Local

Según Luis Martín Pérez Lozada (2015) en su proyecto de tesis titulado “Caracterización de la Capacitación y rentabilidad en las MYPEs del sector servicios, en el rubro hoteles en la provincia de Zorritos, 2015”; donde se concluye que los resultados alcanzados después de la aplicación del instrumento de la encuesta se determinó que el 62% de los trabajadores de las Mypes no ha recibido ningún tipo de capacitación, además en la rentabilidad los administradores o dueños manifiestan el 100% que es rentable, también manifiestan un 90% que las empresas del rubro de estudio dejan de ser rentables por la competencia, un 68,5% afirma que la empresa crecerá si se innova. Se recomienda para mejorar la rentabilidad y competitividad se debe de invertir o designar una parte de su presupuesto en capacitar a sus trabajadores.

Edison Ortiz C. (2013) para optar el grado de Licenciado en Administración titulada “Plan de capacitación para mejorar el desempeño de los trabajadores operativos del gimnasio Feijoó de la ciudad de Tumbes” en la Universidad Nacional de Tumbes, en el cual concluyeron lo siguiente: Al analizar los principales beneficios de la implementación del plan de capacitación concluimos en que no solo impactan en el ámbito económico, al mejorar la satisfacción del cliente con el desempeño de los trabajadores y fidelizarlos con la empresa, sino que también tienen impacto en el desarrollo personal de cada trabajador quienes notan la diferencia en sus capacidades para afrontar diversos problemas, para ejecutar su trabajo y relacionarse con los clientes

2.2 Calidad de Servicio al Cliente

Antecedentes Internacionales

Posso (2010) realizó una 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) determinó a las siguientes conclusiones que el cliente conozca las necesidades de su propio negocio o organización, tratado de innovar formas de atención que sea del agrado del consumidor final y lograr un acercamiento de fidelidad de integración en el buen servicio al cliente.

Díaz (2012) realizó una investigación titulada “Evaluación de la calidad deservicio como estrategia financiera para impulsar la productividad en el mercado bancario de ciudad de Bolívar –Estado de Bolívar año 2012”, empleó la metodología transaccional descriptiva que se presentó en la Universidad Nacional experimental de Guayana (Venezuela) determinó que la atención en las agencias financieras tienen una baja aceptación y aprobación por lo consumidores y se recomienda tener mayor control en esta área.

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) determinó que la buena atención que se puede brindar al consumidor tiene como finalidad se centralizar en mantener a los consumidores contentos y sin resentimientos. Establecer estrategias que logren tener resultados de clientes insatisfechos. Los modelos de servicio al cliente tienen que incluir estrategias para obtener la

opinión de los clientes, establecer nuevas políticas que este en acorde del cliente.

Antecedentes Nacionales

Moreno (2012) realizó una investigación titulada “Medición de la calidad de atención al cliente en el restaurant La cabaña de don Parce año 2012” que se presentó en la Universidad de Piura (Piura), empleó la metodología descriptiva y llegó a las siguientes conclusiones, la atención al cliente y su satisfacción son temas que en la mayoría de empresas pasan a un segundo plano. Muchas personas en la nación invierten en un negocio al considerarlo sencillo y rentable; sin embargo, muchos fracasan, y los propietarios pierden su capital. Ello sucede en gran medida porque no se ha contemplado la verdadera dimensión del servicio, la cual implica calidad, confiabilidad, buena atención, limpieza, amabilidad, precios acordes con el servicio, entre otros. Sólo de esa manera se podrá tener clientes satisfechos y fieles al negocio.

Subauste (2013) realizó una investigación titulada “Clima laboral en el área de atención al cliente de EMAPA Cañete –San Vicente de Cañete año 2013” que se presentó en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (Lima), 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.

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”, 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.

Cueva (2015) realizó una 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.

Gallardo y Mori (2016), desarrollaron el estudio “Nivel de calidad del servicio y el nivel de satisfacción del cliente Coeficiente de Correlación R, concluyendo el trabajo con la

Aceptación de la hipótesis: La Calidad del Servicio tiene una relación favorable en el nivel de Satisfacción del Cliente Premium Interbank Tienda Principal de Trujillo en el Primer Semestre del año 2016 (p. 38-43).

III. Hipótesis

Existe relación entre la Falta de capacitación y la Calidad de Servicio al Cliente en los trabajadores de la tienda de ropa.

IV. Metodología:

4.1. Diseño de Investigación

El diseño de la Investigación es no experimental

Tipo de investigación

El tipo de Investigación a utilizar es descriptiva

Nivel de Investigación

Muestreo probabilístico, estudio de carácter cuantitativo

4.2. Población y Muestra

Lugar y período de la investigación

Distrito Aguas Verdes, Departamento de Tumbes, provincia de Zarumilla, Perú; durante el período desde octubre hasta diciembre de 2018.

Variable de Capacitación

Universo: las tiendas

Muestra: los trabajadores

P1: La población para la variable Capacitación es considera finita, está conformada por el personal de ventas de las mypes en el distrito de Aguas Verdes rubro tienda de ropa, siendo treinta las MYPEs dedicadas al servicio ya mencionado.

Para el cálculo de la muestra para la variable cuando el universo es finito en este caso 97 tiendas de ropa de damas debidamente legalizadas con un promedio de 3 vendedores por tienda nos da un monto de 291 personas utilizaremos la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 (N-1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N = Total de la población

Z α = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)

d = precisión (en su investigación use un 5%)

Para la variable de Servicio al cliente

Universo: infinito

Muestra: Clientes

P2: La población para la variable, Calidad de Servicio al cliente se considera infinita está conformada por los clientes potenciales que vendrían a ser de los habitantes del mismo Distrito, y de nuestros hermanos Ecuatorianos.

Por otra parte, Hernández, Fernández y Baptista, (2010) dicen que cuando las poblaciones de

variables son infinitas, entonces no se conocen las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de las variables Calidad de servicio al cliente, en ambos casos se aplicó la siguiente fórmula estadística infinita:

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

Donde:

n= muestra

z= 1.96%

p = probabilidad a favor considerada 50%(0.5)

q = probabilidad en contra 50% (0.5)

e = Error permitido (0.05%)

4.3. Definición y Operacionalización de la Variables

| Variable | Definición Conceptual | Definición operacional | | | |
|--|---|---|--|---|--|
| | | Dimensión | Definición | Indicador | ITEMS |
| Capacitación en calidad de servicio al cliente | <p>La capacitación constituye el núcleo de un esfuerzo continuo diseñado para mejorar las Competencias de las personas y en consecuencia, el desempeño de la organización. Teniendo este un proceso cíclico y continuo que pasa por cuatro etapas que son: El Diagnóstico, El diseño, La Implementación y la Evaluación.</p> <p>la calidad de servicio al cliente es “el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminados a identificar las necesidades de los clientes en la compra, logrando de este modo cubrir sus expectativas y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes</p> | Conocimiento de la cortesanía | Atención, amabilidad y respeto del personal de Contacto | Conocimiento Empatía | ¿En el último año ha recibido Capacitación? Si () No () Si ha contestado Si cuantas has recibido en el último año 1 () 2 () más de 2 () |
| | | Conocimiento de la Comunicación | Escuchar y mantener informados a los clientes empleando un lenguaje que pueda entenderse | Información adecuada Escuchar y entender Solución a reclamos Atención personalizadas | ¿En qué consistió la capacitación recibida? a. Para mejorar tus conocimientos en el puesto b. Para mejorar tus relaciones con tus compañeros , jefe, estabilidad emocional |
| | | Conocimiento de la fiabilidad | Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. | Realiza bien el servicio Su palabra es confiable No discrimina al cliente | |
| | | Conocimiento de la Profesionalidad | Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento de la ejecución | Disciplina Cumplimiento de sus funciones | La capacitación recibida ha sido efectiva Si () No () |
| | | Conocimiento de la capacidad de respuesta | Agilidad y eficacia a la hora de satisfacer las necesidades de los clientes | Disposición de ayuda Disposición para responder preguntas Conocimiento del Servicio | |

| VARIABLE | DIMENSION | INDICADOR | ITEMS |
|----------------------------|------------------------|--|--|
| Calidad de Servicio | Elementos tangibles | Grado en que los clientes perciben las instalaciones, equipos personal de negocio o centro de atenciones | ¿El negocio cuenta con las instalaciones adecuadas , y atractivas , además de la presentación del personal. 5. Totalmente de acuerdo 4. De acuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 2. En desacuerdo 1. Totalmente en desacuerdo |
| | Capacidad de respuesta | Grado de disposición para ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido | ¿El personal siempre estuvo atento a sus deseos y necesidades? 5. Totalmente de acuerdo 4. De acuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 2. En desacuerdo 1. Totalmente en desacuerdo |
| | Seguridad | Grado de inspirar confianza y credibilidad | ¿Considera que el servicio y los productos que se ofrece el negocio son confiables y garantizados? 5. Totalmente de acuerdo 4. De acuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 2. En desacuerdo 1. Totalmente en desacuerdo |

4.4. Técnicas e Instrumentos

Técnicas:

Para Alelu, López, & Rodríguez, (s.f.) se empleó la técnica de la encuesta que fue aplicada a los clientes de los establecimientos del Distrito de Aguas Verdes durante el año 2017.

Instrumentos:

Para García, (2002) El temario o cuestionario vienen a ser preguntas manifestadas de manera ordenada, precisa y clara, de las dimensiones de cada una de las variables en investigación, que plantea la encuesta. Triangula mediante los objetivos específicos y el marco teórico de la investigación, con las respuestas que se logran del modelo de muestra.

Para nuestro trabajo de investigación se utilizó la Técnicas Investigación de campo

Encuestas y el instrumento usado fue el cuestionario

Para la variable de Capacitación 30 encuestas y Calidad de servicio al cliente 30 encuestas

Técnicas y Recolección de datos

Fuentes de información

Tipo primario, debido a que la información se obtuvo directamente de los empleados y los clientes.

Métodos

Los métodos fueron de tipo empírico estadístico.

Técnicas

Los tipos de técnicas empleadas para la recolección de datos fueron la observación, el fichaje y el test.

Instrumentos

Se utilizó una hoja de recolección de datos, y un cuestionario elaborados por el autor, tomando en consideración la operacionalización de las variables.

4.5. Plan de análisis

Para Alarcón & Gutiérrez, el plan de análisis detalla variables Capacitación y Calidad de Servicio y como serán mostradas, señalando los tipos y técnicas estadísticas a dar uso. Se recolecto los datos mediante el instrumento (encuesta), se tabularon y graficaron de manera estructurada y exacta de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se usó del programa de hojas de cálculo Excel 2013. Luego se realizó el análisis del instrumento. Programa SPSS versión 21 y validado por expertos mediante la técnica de (sistema en procedimiento de juicio por experto) por especialistas,

4.6. Matriz de Consistencia

| PROBLEMA | OBJETIVOS | VARIABLES | POBLACIÓN Y MUESTRAS | METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN | INSTRUMENTO Y PROCEDIMIENTO |
|--|---|---|---|---|--|
| <p>General: ¿Cuáles son las principales características de la capacitación y calidad de servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio -rubro venta de ropa para damas distrito de aguas verdes, 2017?</p> | <p>General: \ Describir las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio -rubro venta de ropa damas en el distrito de aguas verdes, 2017. Específicos: \ Determinar las principales características de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio -rubro ventas de ropa para damas en el distrito de aguas verdes. \ Determinar las características de la capacitación y calidad de servicio al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa para damas en el distrito de aguas verdes.</p> | <p>La Capacitación y calidad de servicio al cliente</p> | <p>Población: La población en estudio consta de un total de 03 trabajadores de la tienda karisma del distrito de aguas verdes (Fuente: SUNAT de tumbes / -2017). Muestra: La muestra es censal debido a que la población fue pequeña, siendo un total de 03 trabajadores encuestado</p> | <p>Tipo de investigación: Fue descriptivo porque se relataran las características respecto a la capacitación y calidad de servicio al cliente que se ha aplicado en el distrito de aguas verdes en el 2017 Nivel de investigación: Fue de nivel cuantitativo porque se realizó la recolección de datos fundamentadas en la medición de las variables y conceptos las cuales son representadas mediante números que son analizados a través de métodos Estadísticos. Diseño de investigación: Se utilizaron el diseño no experimental (Transaccional o transversal), porque se recolectaron los datos en un solo momento, en un tiempo único</p> | <p>Técnica: - Encuesta Instrumento: - Cuestionario</p> |

4.7. Principios éticos

Se comprende a los principios éticos como las normas que son adecuados como guía para así enfocar a la buena conducta, Existen, sin embargo, numerosos principios éticos divididos a nivel social. Pérez Porto & Merino (2013). En la reciente investigación se tomarán en cuenta los siguientes principios éticos:

- **Accesibilidad:** aproximación o trato a las personas interrogadas o entrevistadas.
- **Búsqueda de la verdad:** forman la mente, con lo que se dice o se siente.
- **Coherencia:** vinculaciones de una cosa con otras.
- **Compromiso:** palabra dada o fe.
- **Perseverancia:** solidez y estabilidad en la adquisición de los propósitos.

V. Resultados

5.1 Resultados

CUADRO N°1

Empresa según En el último año ha recibido Capacitación
en MYPEs rubro tienda de ropa de damas -Aguas Verdes

| X_1 | f_1 | h_1 | $h_1 \%$ |
|-----------------------|-------|-------|----------|
| Totalmente de acuerdo | 30 | 1 | 100% |
| | 30 | 1 | 100% |

Fuente: Encuesta elaboración propia

Interpretando:

F_1 : 30 trabajadores manifiestan que no han sido capacitados

h_4 : 100 % de los trabajadores manifiestan que no han sido capacitados.

5.1.2. Resultados de Variable Calidad de Servicio

CUADRO N°2

Empresa según instalaciones y presentación del personal
Adecuadas y atractivas en MYPEs rubro
Tienda de ropa de damas -Aguas Verdes

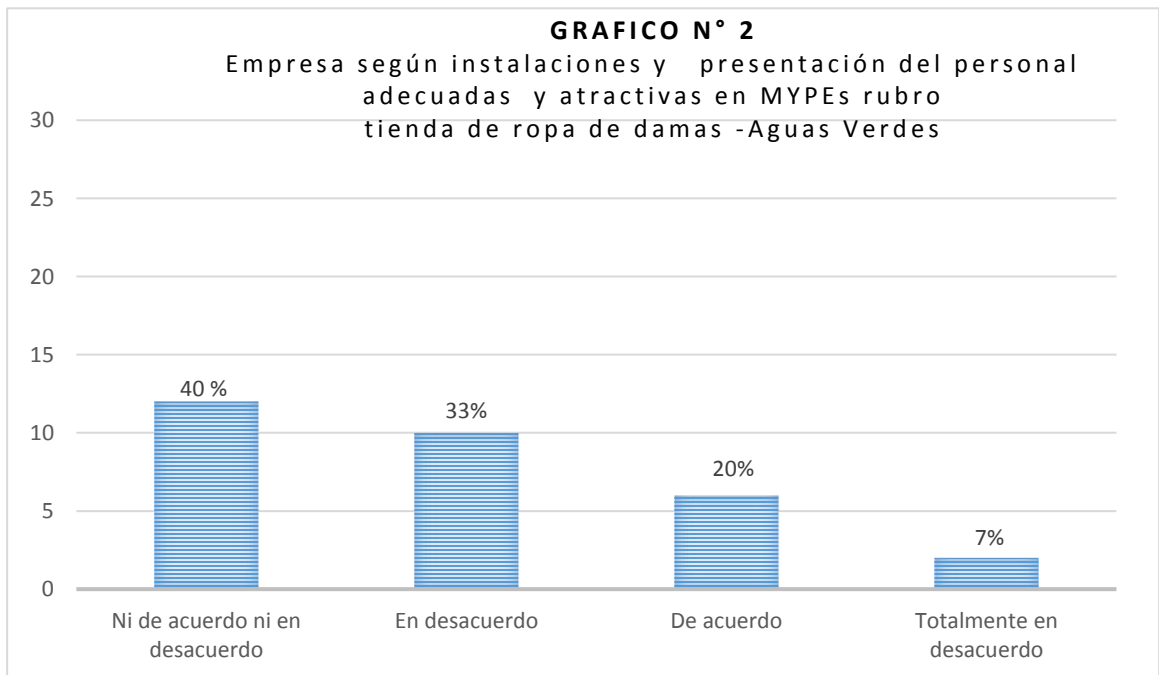
| X_1 | f_1 | h_1 | h_1 % |
|--------------------------------|-------|-------|---------|
| Totalmente de acuerdo | 0 | 0 | 0 |
| De acuerdo | 6 | 0.2 | 20% |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 12 | 0.4 | 40% |
| En desacuerdo | 10 | 0.33 | 33% |
| Totalmente en desacuerdo | 2 | 0.07 | 7% |
| | 30 | 1.00 | 100% |

Fuente: Encuesta elaboración propia

Interpretando:

f_3 ; 12 clientes manifiestan que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con las Instalaciones y presentación del personal.

h_3 : El 40% clientes manifiestan que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con las Instalaciones y presentación del personal.



Instalaciones y presentación del personal adecuadas

Fuente: Elaboración propia

Comentario: En el Grafico N° 1 Observamos que el menor porcentaje de clientes (7%) manifiestan que están totalmente en desacuerdo con las instalaciones y el trato del personal y el mayor porcentaje de clientes (40%) manifiestan que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

CUADRO N°3

Empresa según la atención de sus deseos y necesidades
En MYPEs rubro tienda de ropa de damas -Aguas Verdes

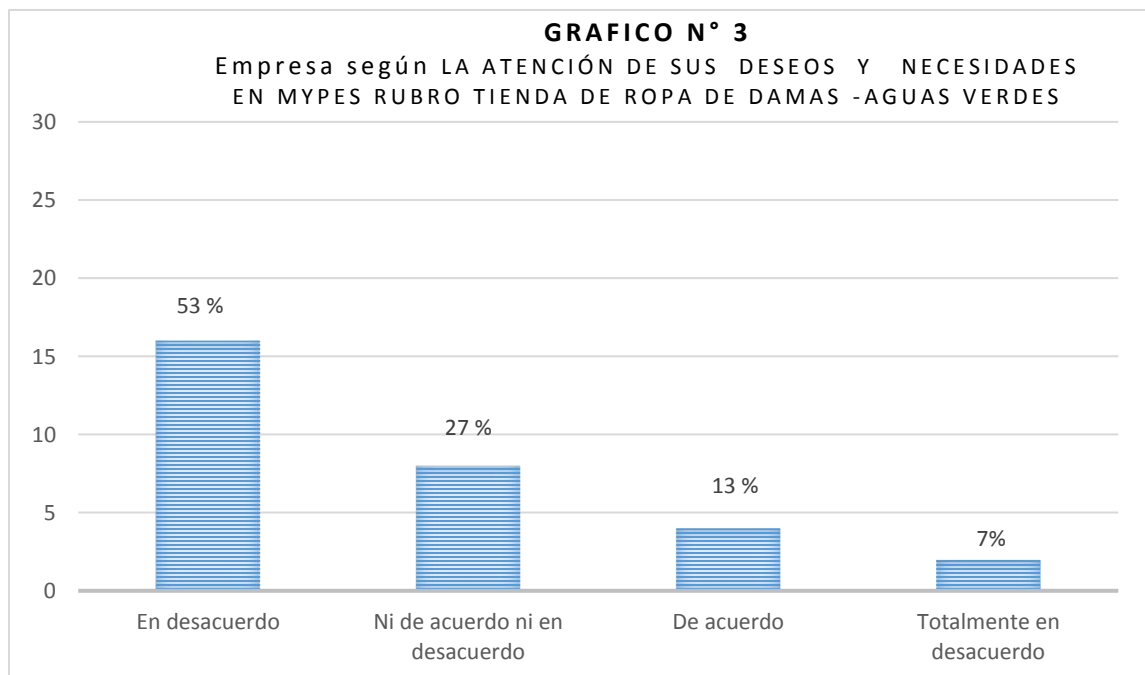
| X_1 | f_1 | h_1 | h_1 % |
|--------------------------------|-------|-------|---------|
| Totalmente de acuerdo | 0 | 0 | 0 |
| De acuerdo | 4 | 0.13 | 13% |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 8 | 0.27 | 27% |
| En desacuerdo | 16 | 0.53 | 53% |
| Totalmente en desacuerdo | 2 | 0.07 | 7% |
| | 30 | 1.00 | 100% |

Fuente: Encuesta elaboración propia

Interpretando:

f_4 : 16 clientes manifiestan que están en desacuerdo con la atención a sus deseos y Necesidades del personal de atención al público

h_4 : 53 % de manifiestan que están en desacuerdo con la atención a sus deseos y Necesidades del personal de atención al público



Según la atención de sus deseos y necesidades

Fuente: Elaboración propia

Comentario: En el Grafico N° 2 Observamos que el menor porcentaje de clientes (7%) manifiestan que están totalmente en desacuerdo con la atención de sus deseos y necesidades por parte del personal y el mayor porcentaje de clientes (53 %) manifiestan que están en desacuerdo.

CUADRO N°4

Empresa según los productos y el servicio que se ofrecen en el negocio son confiables y garantizados en MYPES rubro tienda de ropa de damas -Aguas Verdes

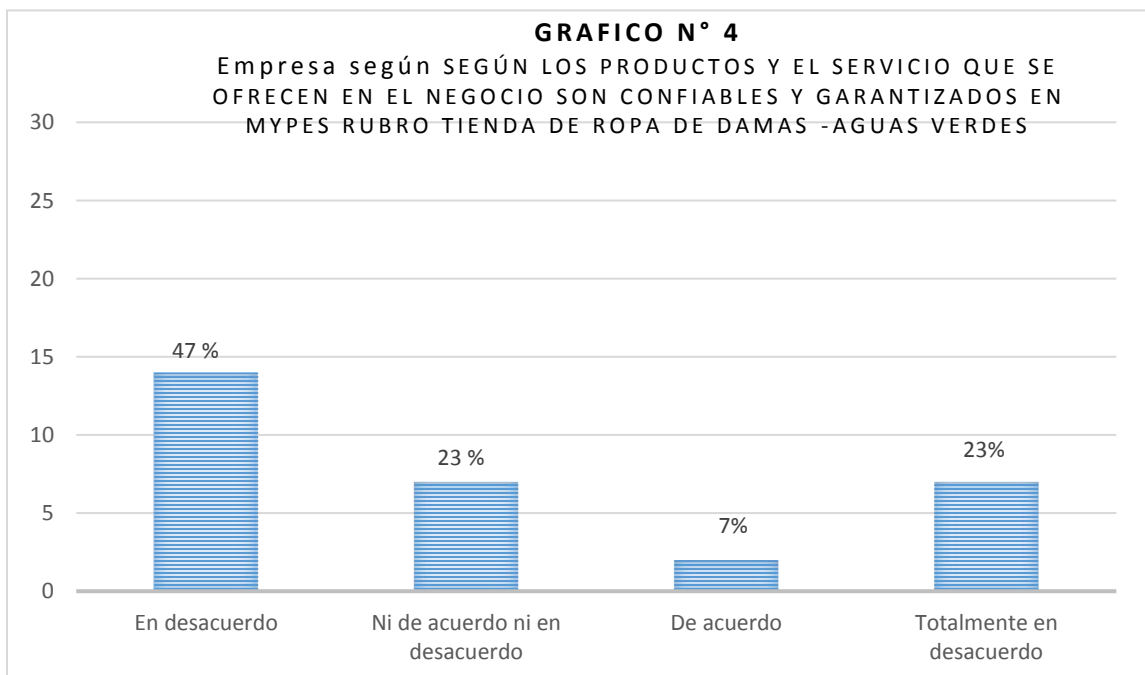
| X_1 | f_1 | h_1 | $h_1 \%$ |
|--------------------------------|-------|-------|----------|
| Totalmente de acuerdo | 0 | 0 | 0 |
| De acuerdo | 2 | 0.07 | 7% |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 7 | 0.23 | 23% |
| En desacuerdo | 14 | 0.47 | 47% |
| Totalmente en desacuerdo | 7 | 0.23 | 23% |
| | 30 | 1.00 | 100% |

Fuente: Encuesta elaboración propia

Interpretando:

f_4 : 14 clientes manifiestan que están en desacuerdo con la confiabilidad y la garantía De los productos y servicios que se ofrecen.

h_4 : 47 % de clientes manifiestan que están en desacuerdo con la confiabilidad y la Garantía de los productos y servicios que se ofrecen.



Según la confiabilidad y la garantía de los productos y servicios que se ofrecen.

Fuente: Elaboración propia

Comentario: En el Grafico N° 3 Observamos que el menor porcentaje de clientes (2%) manifiestan que están de acuerdo con *la garantía de los productos y servicios que se ofrecen* (47 %) manifiestan que están en desacuerdo con *la garantía de los productos y servicios que se ofrecen*.

VI. Conclusiones

- .Determinamos que si hay relación entre capacitación y calidad de servicio al cliente.
- Así también determinamos en las dimensiones Conocimiento de la cortesía, la comunicación, la fiabilidad, la profesionalidad, Conocimiento de la Capacidad de respuesta concluimos los trabajadores no aplican las normas de Atención al cliente porque nunca fueron capacitados
- En la dimensión de elementos tangibles, la dimensión de seguridad los clientes estuvieron en desacuerdo
- Proponer actividades de mejora de la calidad de capacidad de respuesta

Referencias Bibliográficas

Cita APA

Zevallos Valladares, Y. S. (2018). Gestión en la capacitación y la rentabilidad en las Mypes rubro hoteles en Tumbes, 2016.

Citación Chicago Style

Zevallos Valladares, Yaricsa Sellenne. Gestión En La Capacitación Y La Rentabilidad En Las Mypes Rubro Hoteles En Tumbes, 2016. 2018.

Cita MLA

Zevallos Valladares, Yaricsa Sellenne. Gestión En La Capacitación Y La Rentabilidad En Las Mypes Rubro Hoteles En Tumbes, 2016. 2018.

Cita APA

Cordova Melendez, B. A. (2018). Gestión de calidad en la capacitación de las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de electrodomésticos, ciudad de Casma, 2017.

Citación Chicago Style

Cordova Melendez, Bertha Amelia. Gestión De Calidad En La Capacitación De Las Micro Y Pequeñas Empresas, Sector Comercio, Rubro Venta Minorista De Electrodomésticos, Ciudad De Casma, 2017. 2018.

Cita MLA

Cordova Melendez, Bertha Amelia. Gestión De Calidad En La Capacitación De Las Micro Y Pequeñas Empresas, Sector Comercio, Rubro Venta Minorista De Electrodomésticos, Ciudad De Casma, 2017. 2018.

Cita APA

Puell Dioses, E. R. (2018). La capacitación y producción de la empresa langostinera EXAPAL S.R.L., Tumbes, 2016.

Citación Chicago Style

Puell Dioses, Emely Rubby. La Capacitación Y Producción De La Empresa Langostinera EXAPAL S.R.L., Tumbes, 2016. 2018.

Cita MLA

Puell Dioses, Emely Rubby. La Capacitación Y Producción De La Empresa Langostinera EXAPAL S.R.L., Tumbes, 2016. 2018.

Cita APA

Gómez Morán, M. Y. (2018). Caracterización de capacitación y atención al cliente de las Mype rubro librerías del centro de Piura, año 2018.

Citación Chicago Style

Gómez Morán, Mayra Yanira. Caracterización De Capacitación Y Atención Al Cliente De Las Mype Rubro Librerías Del Centro De Piura, Año 2018. 2018.

Cita MLA

Gómez Morán, Mayra Yanira. Caracterización De Capacitación Y Atención Al Cliente De Las Mype Rubro Librerías Del Centro De Piura, Año 2018. 2018.

Cita APA

Saldivar del Aguila, R. A. (2018). CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN MIBANCO S.A. – 2018.

Citación Chicago Style

Saldivar del Aguila, Raúl Alberto. CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN MIBANCO S.A. – 2018. 2018.

Cita MLA

Saldivar del Aguila, Raúl Alberto. CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN MIBANCO S.A. – 2018. 2018

Cita APA

Muñoz Zevallos, N. F. (2018). Calidad de servicio al ciudadano en la Municipalidad distrital de Barranco, Lima 2018.

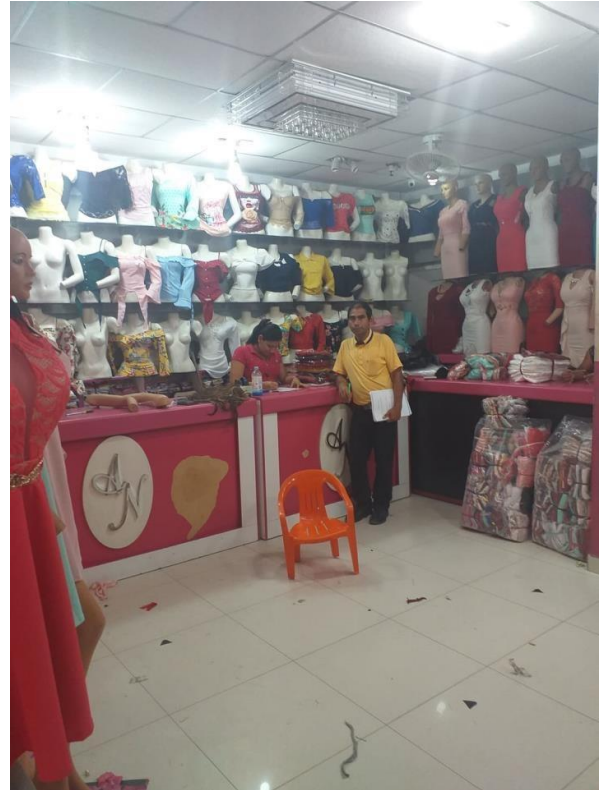
Citación Chicago Style

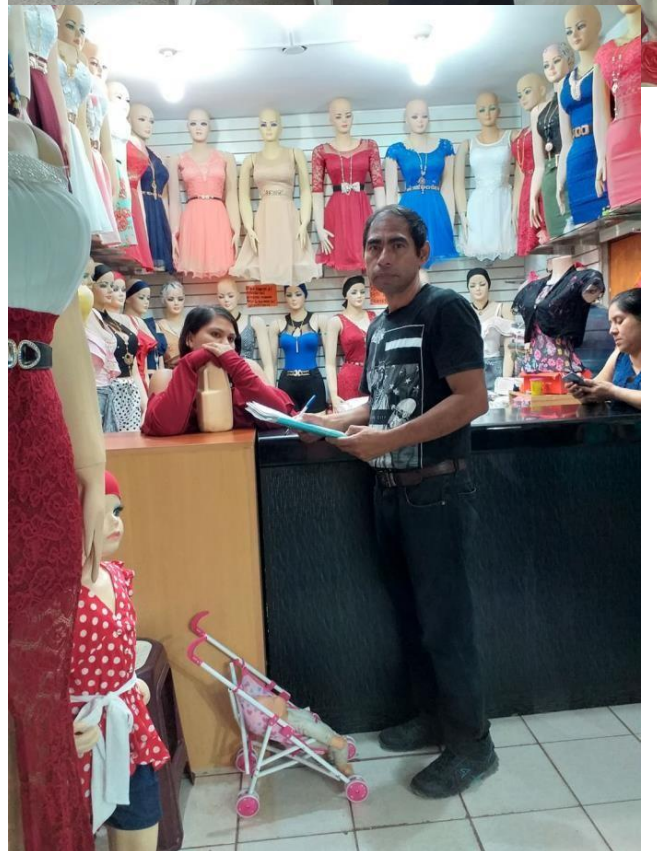
Muñoz Zevallos, Nicole Fiorella. Calidad De Servicio Al Ciudadano En La Municipalidad Distrital De Barranco, Lima 2018. 2018.

Cita MLA

Muñoz Zevallos, Nicole Fiorella. Calidad De Servicio Al Ciudadano En La Municipalidad Distrital De Barranco, Lima 2018. 2018.

Anexos









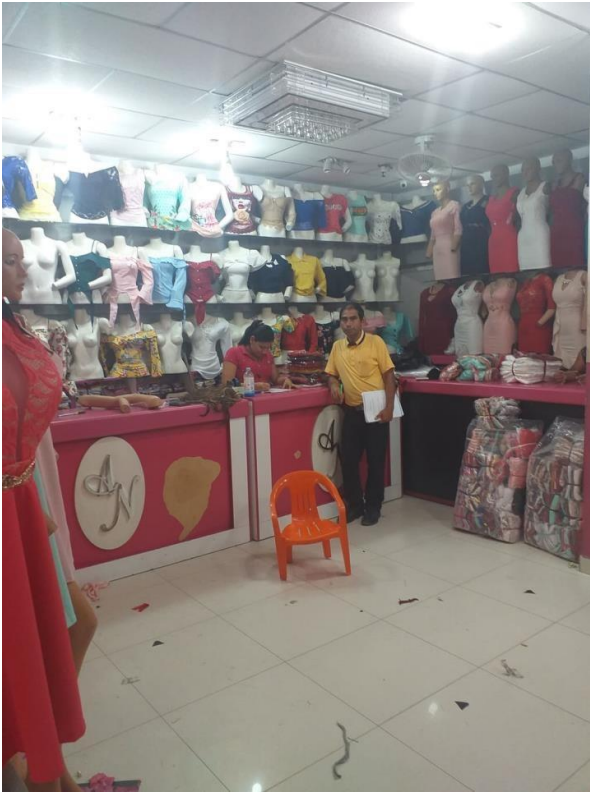
SERVICIO AL CLIENTE

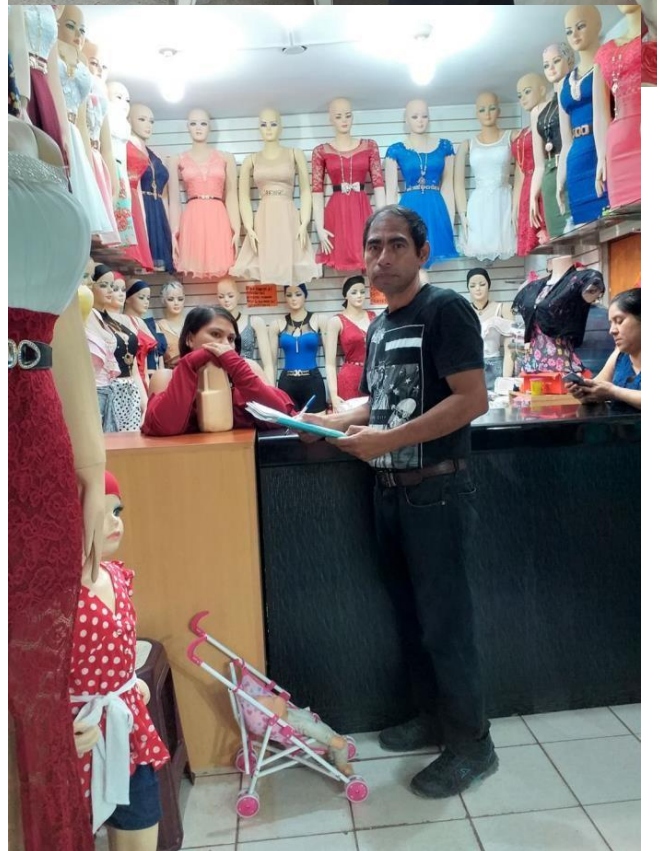






CAPACITACION









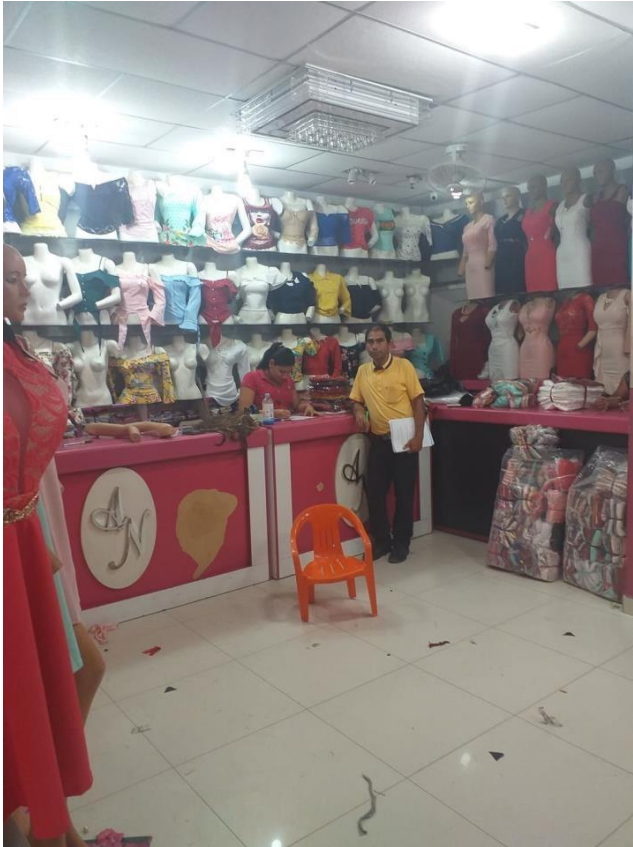
SERVICIO AL CLIENTE











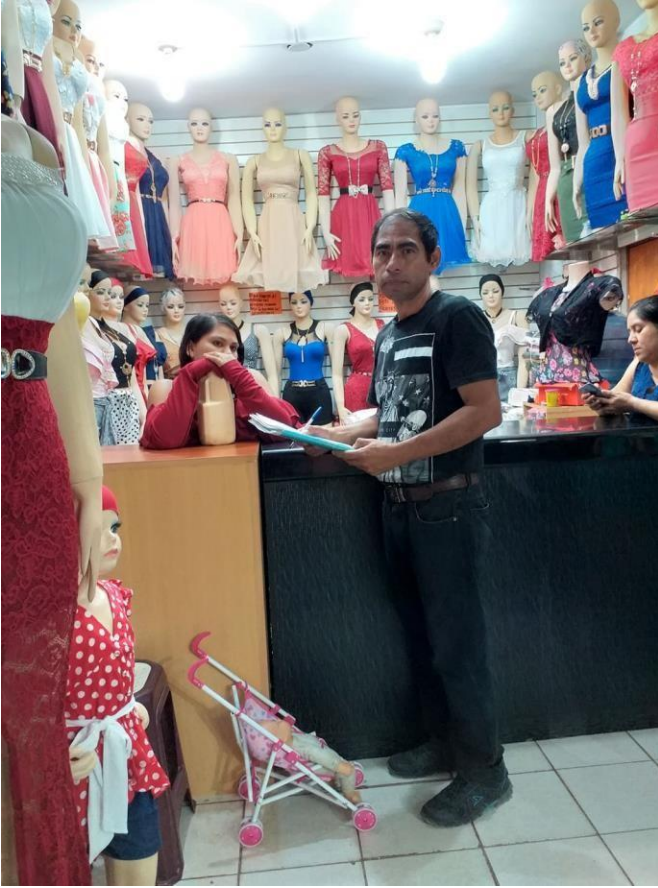


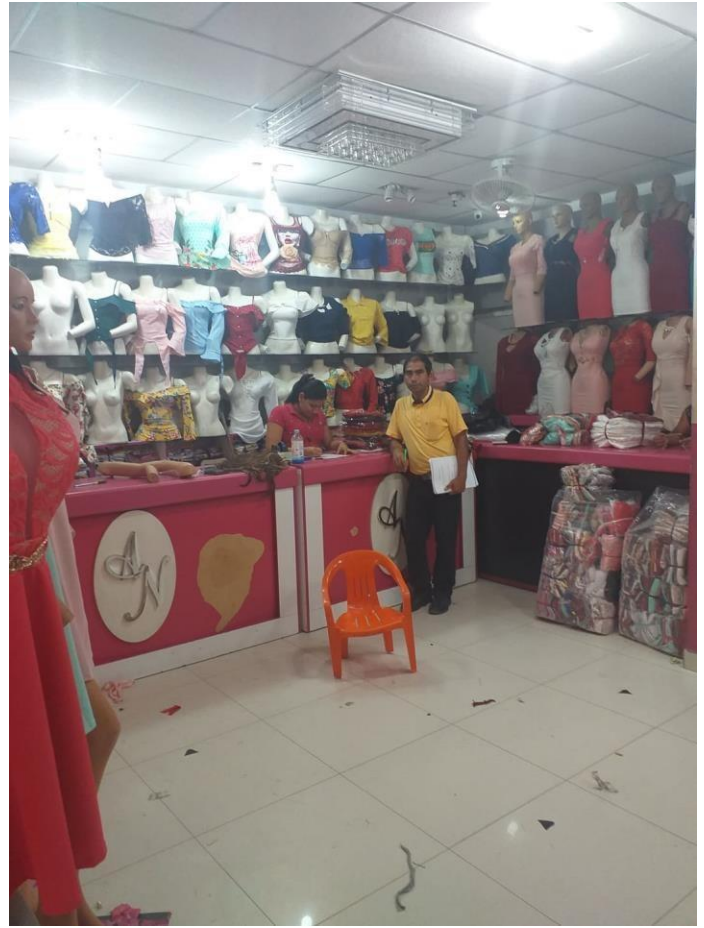






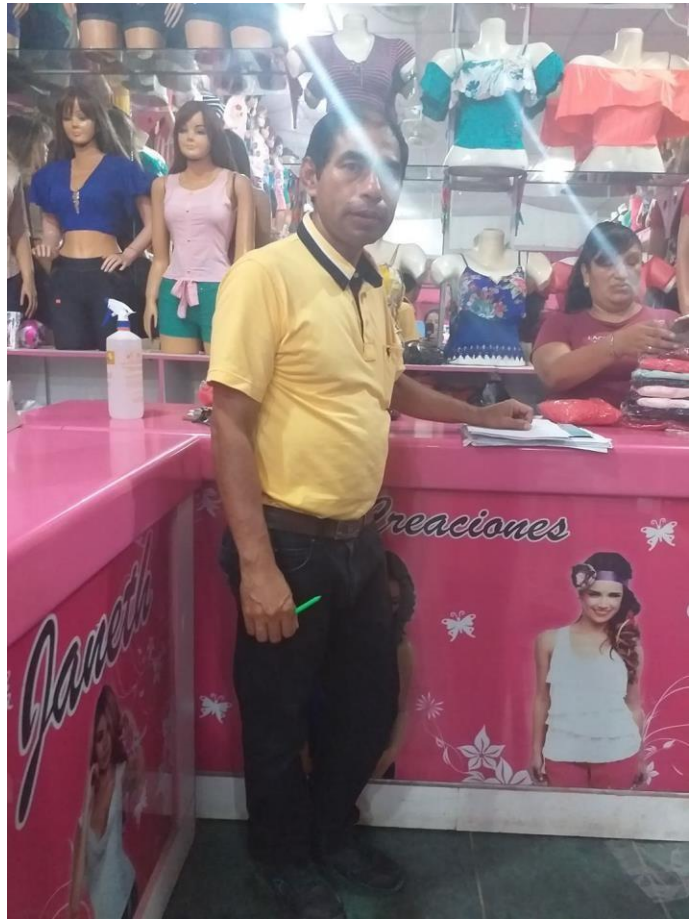












SERVICIO AL CLIENTE









