



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN
AL CLIENTE EN LAS MYPE COMERCIALIZADORAS DE
PRODUCTOS TEXTILES-CENTRO DE PIURA, 2018**

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

AUTORA

**MARIA ALEXANDRA CUNYARACHE
CHINININ**

ASESORA

**DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE
BRICEÑO**

PIURA – PERÚ

2018



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN
AL CLIENTE EN LAS MYPE COMERCIALIZADORAS DE
PRODUCTOS TEXTILES-CENTRO DE PIURA, 2018**

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

AUTORA

**MARIA ALEXANDRA CUNYARACHE
CHINININ**

ASESORA

**DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE
BRICEÑO**

PIURA – PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgtr. Víctor Helio Patiño Niño

Secretario

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

Asesora

AGRADECIMIENTO

Agradezco sinceramente a Dios por su inmenso amor y su infinita misericordia, por estar siempre conmigo y permitirme progresar y superar mis dificultades.

A mis padres, por sus consejos y apoyo incondicional cada día para desarrollarme como profesional. También a la Dra. Mercedes René Palacios de Briceño por la orientación para el desarrollo de la presente tesis y también a las MYPE quienes me ayudaron a realizar con satisfacción mi estudio de investigación.

DEDICATORIA

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta
este punto y haberme dado salud para
lograr mis objetivos.

A mi bisabuela Celinda

Por ser el ángel celestial, que
siempre estará en mi
recuerdo.

RESUMEN

En la presente investigación titulada “Caracterización de Capacitación y Atención al Cliente de las MYPE Comercializadoras de Productos Textiles-Centro de Piura, 2018” cuyo objetivo general fue: Identificar las características de la Capacitación y Atención al cliente en las MYPE Comercializadoras de Productos Textiles- Centro de Piura, 2018. Se utilizó la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal, para el recojo de información se consideró dos poblaciones: La primera conformada por 33 trabajadores y la segunda conformada por 384 clientes. En cuanto a la encuesta aplicada a los trabajadores se obtuvieron los siguientes datos, un 94% respondió que ha recibido capacitación inicial en su trabajo, un 82% manifiesta que ha recibido incentivos por su desempeño, un 100% afirma que se siente comprometido con el alcance de metas, además de un 94% considera brindar un servicio de calidad, así mismo en la encuesta aplicada a los clientes se obtuvo que un 91% considera que se siente satisfecho con los productos que ofrecen las MYPE, un 76% considera que compra productos de calidad, un 93% manifiesta que las MYPE ofrecen precios adecuados y un 59% considera que el personal de las MYPE ofrecen buena atención hacia el cliente.

Palabras claves: Capacitación, atención al cliente y MYPE

ABSTRACT

In the present investigation entitled "Characterization of training and customer of MSES distributors of products Textiles-Center of Piura, 2018" whose general objective was to: identify the characteristics of the training and attention to the customer in marketing products Textiles - Center of Piura MSES, 2018 Methodology quantitative level, descriptive, non-experimental design and cross-section, was used for the pick up information was considered two populations: the first consists of 33 workers and the second conformed by 384 customers. In terms of the applied survey workers were obtained the following data, 94% responded that it has received initial training in their work, 82% expressed that it has received incentives for performance, 100% says he feels committed with the scope of goals, In addition to 94% per cent considered to provide a quality service, likewise applied survey customers showed that 91% considers that you are dissatisfied with products offered by MSES, 76% believes that you buy products from quality, 93% said that MSES offer adequate prices and a 59% considered that MSES staff offer good service to the customer.

Key words: training, attention to the customer and MSE

CONTENIDO

AGRADECIMIENTO	IV
DEDICATORIA.....	V
RESUMEN	VI
ABSTRACT.....	VII
CONTENIDO.....	VIII
INDICE DE TABLAS	XI
INDICE DE CUADRO	XIII
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	8
2.1 ANTECEDENTES	8
2.1.1. CAPACITACIÓN	8
2.1.2. ATENCIÓN AL CLIENTE	13
2.2. BASES TEÓRICAS	19
2.2.1.1. Definición de capacitación	19
2.2.1.2. Características de capacitación	19
2.2.1.3. Importancia de capacitación	20
2.2.1.4. Beneficios de la capacitación	20
2.2.1.5. Objetivos de la capacitación	21
2.2.1.6. Ventajas de capacitación	22
2.2.1.7. Tipos de capacitación	23
2.2.2. ATENCIÓN AL CLIENTE:	24

2.2.2.1. <i>Definición de Atención al cliente</i>	24
2.2.2.2. <i>Características de la atención al cliente</i>	24
2.2.2.3. <i>Importancia de atención al cliente</i>	25
2.2.2.4. <i>Factores de calidad de atención al cliente</i>	26
2.2.2.5. <i>Estrategias de atención al cliente</i>	27
2.2.2.6. <i>Satisfacción del cliente</i>	27
2.2.2.7. <i>Tratamiento de las situaciones en atención básica</i>	28
III. HIPÓTESIS	29
IV. METODOLOGÍA	30
4.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	30
4.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	31
4.2.1. POBLACIÓN	31
4.2.2. MUESTRA	32
4.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN	35
4.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	37
4.4.1. <i>Técnicas</i>	37
4.4.2. <i>Instrumento</i>	37
4.5. PLAN DE ANÁLISIS	41
4.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA	42
4.7. PRINCIPIOS ÉTICOS	43
V. RESULTADOS	44
5.1. RESULTADOS	44
5.1.1 VARIABLE: CAPACITACIÓN	44

5.1.2 VARIABLE: ATENCIÓN AL CLIENTE.....	51
VI. CONCLUSIONES	74
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	76
ANEXOS.....	81
CUESTIONARIO A LOS TRABAJADORES.....	82
CUESTIONARIO A LOS CLIENTES	84
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN.....	86
MATRIZ DE CONSISTENCIA	101
MATRIZ DE INSTRUMENTO	102
TURNITIN	105
CONSTANCIA NO ADEUDO PROVISIONAL	106
CODIFICACIONES	107

INDICE DE TABLAS

Tabla 5. 1 Capacitación Inicial	44
Tabla 5. 2 Incentivos por desempeño	44
Tabla 5. 3 Incremento de Rendimiento	45
Tabla 5. 4 Recursos de la empresa	45
Tabla 5. 5 Servicio de calidad	46
Tabla 5. 6 Desempeño de funciones	46
Tabla 5. 7 Compromiso en metas	47
Tabla 5. 8 Objetivo de venta.....	47
Tabla 5. 9 Capacitación como educación	48
Tabla 5. 10 Ambiente adecuado	48
Tabla 5. 11 Quejas del cliente	49
Tabla 5. 12 Actitud de vendedora.....	49
Tabla 5. 13 Situaciones Agresivas.....	50
Tabla 5. 14 Identificación empresarial	50
Tabla 5. 15 Remuneración Adecuada.....	51
Tabla 5. 16 Productos competitivos	51
Tabla 5. 17 Satisfacción del Producto	52
Tabla 5. 18 Productos de calidad.....	52
Tabla 5. 19 Precio Adecuado.....	53
Tabla 5. 20 Tiempo de demora.....	53
Tabla 5. 21 Ubicación MYPE	54
Tabla 5. 22 Compras Online.....	54

Tabla 5. 23 Instalación MYPE	55
Tabla 5. 24 Personal suficiente.....	55
Tabla 5. 25 Buena Atención	56
Tabla 5. 26 Saludo de Ingreso	56
Tabla 5. 27 Recomendación MYPE	57
Tabla 5. 28 Productos de temporada	57

INDICE DE CUADRO

<i>Ilustración 1 MYPE</i>	32
Ilustración 2 Distribución de la “n”	34
Ilustración 3 Definición Operacional	36
Ilustración 4 Matriz de Instrumento	40
Ilustración 5 Matriz de Consistencia	42

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación de título “Caracterización de capacitación y atención al cliente en las MYPE comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, 2018”, proviene de la línea de investigación “Caracterización del financiamiento, capacitación, competitividad y rentabilidad de las MYPE”, línea que ha sido asignada por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote a la escuela profesional de Administración.

La investigación queda estructurada de la siguiente forma: CAPÍTULO I se encuentra la Introducción; en el CAPÍTULO II La Revisión de la Literatura; en el CAPÍTULO III Hipótesis; en el CAPÍTULO IV Metodología; CAPÍTULO V Resultados y CAPÍTULO VI Conclusiones.

Las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú son componentes muy importantes del motor de nuestra economía. A nivel nacional, las MYPE brindan empleo al 80% de la población económicamente activa y generan cerca del 40% del producto Bruto Interno (PBI) Es indudable que las MYPE abarcan varios aspectos importantes de la economía de nuestro país, entre los más importantes cabe mencionar su contribución a la generación de empleo, que si bien es cierto muchas veces no lo genera en condiciones adecuadas de realización personal, contribuye de forma creciente en aliviar el alto índice de desempleo que sufre nuestro país.

Según el Ministerio de Trabajo y promoción social. (2008, p.23). El gran número de microempresas y la importante proporción de la Población económicamente activa - PEA que éstas absorben es una característica que el Perú comparte con otras economías. Tanto los 12 países desarrollados como los

subdesarrollados presentan una elevada participación de la microempresa en el universo empresarial así como altas tasas anuales de nacimiento de micro negocios.

Piura a nivel nacional se encuentra en el cuarto lugar, en cuanto a participación empresarial; y respecto a la participación de las MYPE formales, esta es del 3.8%. Piura en los últimos años posee una gran actividad comercial, movida principalmente por las Micro y pequeñas empresas; por lo tanto, son las que generan la mayoría de los puestos de trabajo. (Silupú, 2012)

El Perú ostenta el título de ser el país más emprendedor del mundo, según el General Entrepreneurship Monitor (GEM), Tasa de Actividad Emprendedora (TAE) del Perú es decir, el número de emprendimientos entre la población económicamente activa es de 40.20%, la más alta del planeta; sin embargo, la Cámara de Comercio de Lima (CCL) señaló que el Perú no debe sentirse satisfecho con este nuevo título, pues a decir del gremio empresarial aún se está muy lejos de contar con un estado que promueva las condiciones de competencia en el camino correcto hacia la competitividad nacional. (Diario Gestión, 2016)

Con respecto a la caracterización D, Alessio (2011) 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 siete pasos importantes que son las personas, el material, la maquinaria, ideología, medio ambiente, el método de trabajo y el capital y en el ambiente externo los factores políticos-legales, economía, factores socio-culturales y factores tecnológicos.

Con respecto al ambiente interno de las MYPE rubro comercializadoras de productos textiles del Centro de Piura, se observa que el personal se caracteriza por ser

de clase media - baja, cuenta con estudios técnicos o universitarios, tienen experiencia en ventas y se acomodan fácilmente a sus actividades diarias.

El material de trabajo de las MYPE son: estantes o canastas, maniqués, caja registradora, prendas de vestir (mercadería), vestidos, comprobantes de pago (boletas y facturas), la cual le permite al cliente tener facilidades de pago; algunas de las MYPE cuentan su propia página web, permitiendo así al cliente conocer que ofertas y promociones tiene la MYPE.

Los equipos utilizados por las MYPE del rubro comercializadoras de productos textiles, son las computadoras, la cual permiten el registro diario de las ventas, y mantienen el inventario actualizado, se visualiza y actualizan los precios, registro de prendas de vestir, también encontramos el servicio de post que se utiliza cuando se realizan compras y así pueda emitirse los comprobantes de pago (boleta o factura).

Con respecto a la infraestructura del local de las MYPE, tiene un lugar ordenado, limpio, con almacén propio, materiales propios en caja, además de ello, cada canasta se encuentra con su respectivo precio facilitándole al cliente la compra de productos.

La cultura del personal de las MYPE de estudio se basa en dar un buen trato a los clientes que ingresan a la empresa, es por ello, que desde el momento de entrada se le brinda al cliente la amabilidad y el saludo de bienvenida, la cual hace que el cliente se sienta bien recibido al finalizar con la atención se le agradece al cliente por su compra y se espera vuelva pronto.

Los propietarios o encargados de las MYPE, son personas que se proyectan a poder seguir creciendo empresarialmente, utilizando mejor sus recursos, tales como,

su conocimiento en el mundo de los negocios, los recursos monetarios que influyen en la compra de nueva mercadería o la adquisición de productos faltantes para la empresa.

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 el Ministerio de Trabajo, Superintendencia de Administración Tributaria, Superintendencia de Registros Públicos, Ministerios de Industria, Turismo, Ministerios de la Producción. Estas instituciones cumplen como funciones, para ejercerlas, emiten normas y regulaciones, así el Estado interviene en la economía mediante la política monetaria y fiscal, así como mediante regulaciones de distintos mercados como el laboral (sueldos mínimos, derechos y obligaciones del trabajador y empresario, contratación temporal, etc.) y los mercados financieros.

Con la nueva ley ataca varios de los problemas de las MYPE, como la informalidad, la falta de capital humano capacitado, los altos costos para innovar, ya no se definirá el tipo de empresa por su número de trabajadores si no solo por el tamaño de sus ventas. De este modo una microempresa podrá contratar más personas que las diez a las que antes estaba limitada. Desde ahora una microempresa será la que tiene ventas anuales hasta por un máximo de 150 UIT (S/. 555 mil) y una pequeña empresa la que vende entre 150 UIT (S/. 555 mil) y 1.700 (S/. 7'290.000) (Grippa, 2014)

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 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 en salud a través del SIS, cobertura previsional e indemnización por 10 días de remuneración al cumplir un año de servicios, con un tope de 90 días de remuneración. (SUNAT, 2014)

Con respecto al factor económico, se tiene que analizar la forma cómo la empresa se inserta a la sociedad, la productividad y distribución de los bienes y servicios, así se considerará la evolución de los sueldos y salarios que actúa sobre la capacidad de consumo; la tasa de inflación y su evolución, se presenta como una baja en las utilidades de las empresas, el poder adquisitivo de las personas, el hecho de que la economía esté en un ciclo de expansión, crecimiento o recesión incide considerablemente en las expectativas de las empresas y sus proyectos de inversión. (Núñez, 2014)

Con respecto a los factores socioculturales, se incluye las pautas culturales dominantes, el nivel educativo, la tasa de crecimiento de la población, la distribución por edades, el nivel de formación general y específica, los sistemas de valores, las normas de conductas que influyen en la demanda de ciertos sectores. (Hernández, 2010)

De acuerdo a la investigación caracterizada, se puede enunciar el problema como ¿Qué características tiene la capacitación y atención al cliente en las MYPE

comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, 2018?, para esta investigación se establece el objetivo general, el cual se basa en identificar las características de la capacitación y atención al cliente en las MYPE comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, 2018, pretendiendo alcanzar los siguientes objetivos específicos: *(a) Determinar la importancia de la capacitación en las MYPE comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, 2018. (b) Conocer los beneficios de la capacitación en las MYPE comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, 2018. (c) Determinar la importancia de la atención al cliente en las MYPE comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, 2018. (d) Determinar los factores de calidad de atención al cliente en las MYPE comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, 2018.*

Para la investigación la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal, además de ello, se empleará como tipo de recojo de datos, las encuestas. La investigación queda delimitada desde la perspectiva temática por las variables “Capacitación” y “Atención al cliente”; desde la perspectiva geográfica: Centro de Piura; desde la perspectiva psicográfica se está trabajando con microempresas comerciales del rubro C, las cuales son comercializadoras de productos textiles en el presente año 2018.

Esta investigación se justifica en el ámbito práctico por que se realiza con la finalidad de lograr determinar la caracterización que tiene la capacitación y la atención al cliente en las MYPE de productos textiles en el Centro de Piura; además porque permite cumplir con un requisito que la ULADECH ha establecido para la obtención del título profesional.

La justificación teórica se basa en que se han considerado diversos autores que hacen referencia a las variable de estudio: Capacitación y Atención al cliente; así mismo se fundamenta con antecedentes a nivel internacional, nacional y local, relacionados a las dos variables de investigación.

Metodológicamente la investigación se justifica ya que se aplicará metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información.

Además, se justifica debido a que la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU), a través de la Nueva Ley Universitaria 30220-2014; para la obtención del título universitario, se presenta y sustenta un trabajo de investigación.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1. Capacitación

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

Mérida (2013) Presentó su tesis titulada: “Diagnóstico de necesidades de capacitación del personal de la Dirección de Área de Salud de la Cabecera Departamental de Huehuetenango”, en la Universidad Rafael Landívar de Guatemala, cuya investigación es de tipo descriptiva, la población fue de 119 colaboradores y no se aplicó ningún método de selección de muestra debido a que se trabajó con la totalidad de colaboradores a través de la técnica del censo, que según del Cid, Méndez y Sandoval (2011), es el procedimiento de investigación propuesto para estudiar la totalidad de los elementos de una población-universo, utilizó como instrumentos la entrevista con 45 preguntas abiertas y cerradas dirigida a los jefes de departamentos y el cuestionario con preguntas cerradas, de opción múltiple y preguntas con respuesta categorizada o de escala, dirigida al personal operativo y administrativo, siendo sus principales conclusiones: que los resultados del diagnóstico de necesidades de

capacitación aplicado al personal de la dirección en estudio, le permitieron identificar 6 áreas de interés institucional: sistematización, relaciones interpersonales, computación, clima organizacional, redacción y archivo y calidad del servicio, la mayoría de colaboradores administrativos necesitan de mayor inversión de tiempo en formación y capacitación sobre los aspectos técnicos del puesto que desempeñan, debido a la falta de conocimiento / experiencia al momento de ingresar a la entidad. También el estudio revela que un número significativo de colaboradores operativos y administrativos, no han recibido instrucciones sobre la ejecución de tareas que tienen a su cargo y cuando existieron, fueron de manera verbal, además la mayoría de encuestados operativos comentan la inexistencia de un manual de funciones, dificultando la ejecución de tareas ya que no se cuenta con especificaciones claras sobre las tareas que deben realizar.

Sosa (2014) Realizó una tesis titulada “Propuesta de un programa de capacitación y desarrollo para el docente del Instituto Tecnológico del Nororiente (ITECNOR), ubicado en los llanos de La Fragua, Zacapa”, presentada en La Universidad Rafael Landívar-Guatemala, la investigación fue de tipo Mixto cuantitativo – cualitativo, la población estuvo conformada por 12 sujetos de investigación, utilizó como instrumento para recopilar los datos cualitativos con un Grupo Focal (GF), y cuantitativos un diagnóstico de necesidades de capacitación (DNC), permitiéndole obtener resultados en habilidades, conocimientos y actitudes, así como determinar necesidades, habilidades y fortalezas de los docentes, concluyendo que los datos lograron determinar los elementos que debe contener el programa de capacitación para el personal docente, los cuales se obtuvieron en los resultados de la investigación.

Según las necesidades se hace evidente reforzar la actitud en los docentes debido a que no se brinda un servicio de calidad y no se trabaja en equipo, también se hace indiscutible que se debe actualizar las estrategias de enseñanza y crear un mismo plan de trabajo debido a que no existen lineamientos para llevar un mismo formato por parte de dirección académica, las estrategias se aplican en la docencia, por lo que se necesita reforzar los conocimientos en estrategias modernos que se aplican en la actualidad en el proceso enseñanza y aprendizaje, ya que si no se capacita se obtendrá el resultado de deficiencias en la calidad en el área de didáctica y pedagogía.

Romero (2013) en su tesis “Caracterización de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro compra/venta de ropa para adultos de Huacho, año 2013”, tuvo como objetivo determinar y describir las principales características de la capacitación de las MYPE de sector comercio- rubro compra/venta de ropa para adultos de Huacho, aplicando la investigación cuantitativa – descriptiva a una muestra de 10 MYPE de una población de 20 MYPE del rubro compra y venta para adultos, se concluye que: El 90% no recibieron capacitación, el 70% no capacitaron a su personal; sin embargo, el 90% considera que la capacitación es una inversión.

Ramírez (2013) En su tesis “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la Rentabilidad de las Micros y Pequeñas empresas Sector Comercio Rubro Mueblería del Distrito de Manantay - Periodo 2009 – 2010”, presentada a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (Pucallpa), teniendo como objetivo evaluar descriptivamente las variables capacitación y desempeño laboral, por lo cual la metodología empleada es de tipo descriptiva, explicativa, cuantitativa, de campo y transversal y concluyo definiendo que la capacitación es una inversión y como tal se

tienen que implementar programas de capacitación adecuados, claros y pertinentes, las mismas que permitirán mejorar la productividad y competitividad de las MYPE.

Trujillo (2014) realizó la investigación titulada “Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro venta minorista de productos textiles (bazar) del distrito de Huaraz, 2014”, presentada a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote de Piura. La investigación es de tipo descriptiva, diseño transaccional, la población estuvo conformada por 24 MYPE la técnica empleada fue la encuesta y de la observación directa, mediante cuestionario estructurado de 20 preguntas. Dentro de los resultados se obtuvo con respecto a la atención al cliente que el 53.33% de los trabajadores opinaron que no les dan importancia a las quejas que les hacen llegar los clientes, resultado que discrepa con mencionado por Blanco (2007), quien considera que las quejas que son positivas para mejorar la empresa que las recibe porque representan una oportunidad de mejorar la calidad de atención al cliente; finalmente la mayoría de los trabajadores desconocen la manera correcta de atender los clientes y no están en la capacidad de resolver los problemas que se presentan a diario es por eso no le dan la debida importancia a las quejas que éstos les hacen llegar.

Paredes (2015) En su investigación sobre “Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro confecciones de prendas de vestir del distrito de Nuevo Chimbote, 2013” obtuvo las siguientes conclusiones: la mayoría de los representantes legales encuestados de las MYPE sector servicios de confecciones en Nuevo Chimbote son personas adultas, mujeres con estudios profesionales técnicos, la mayoría de los representantes legales encuestados de las MYPE sector servicios de confecciones de prendas en Nuevo Chimbote tienen más de

3 años en el mercado con 1-3 trabajadores porque tienen un segmento de mercado pequeño para poder cumplir con sus actividades y servicios solo necesitan a un mínimo personal, pudiendo cambiar en temporadas festivas y tienen como objetivo principal generar ingresos para sus familias ya que es la razón principal de su negocio.

Velasco (2014) En su tesis “Capacitación de personal y servicio al cliente en las MYPE, Rubro Restaurantes – Chifa (Piura), Año 2012, presentada a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, teniendo como objetivo determinar las características de la capacitación de personal y el servicio al cliente en las MYPE, rubro restaurantes - Chifa (Piura), Año 2012, para lo cual hará uso de la investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, llegando a la conclusión que a partir de la investigación realizada, se ha podido identificar que la capacitación personal y el servicio al cliente mantienen características enfocadas en el cliente, así con respecto a la variable capacitación se ha identificado que el nivel de capacitación en el que se encuentran los trabajadores es bueno en una escala de deficiente a excelente, por otro lado los criterios para evaluar la capacitación son el desempeño, la productibilidad, la atención al cliente y el manejo de insumos de los trabajadores en restaurantes chifas.

Palacios (2014) en su trabajo de investigación titulada “Caracterización de Capacitación y Competitividad en las MYPE rubro ropa de bebés del mercado modelo de Piura, 2013”, tesis presentada a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote-Piura; es una investigación descriptiva con un diseño transversal, con una muestra de 23 trabajadores y 50 clientes correspondientes a 09 MYPE del sector rubro ropa de bebés en el sector de Blas Atienza del mercado modelo de Piura, concluye que la

capacitación que se brinda no es planificada y que se imparte anualmente o cuando ingresa nuevo personal.

Medina (2014) Realizó una investigación titulada “Financiamiento y capacitación en las MYPE servicios – rubro restaurantes de la Provincia de Piura 2012”, presentada a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, la metodología empleada fue descriptiva, con un diseño no experimental y bajo un enfoque cuantitativo, la población considerada fueron 85 restaurantes, siendo la muestra de 45 restaurantes.

La investigación concluye que el tipo de capacitación que realizan a los colaboradores de las MYPE servicio – rubro restaurantes de Piura, es la capacitación pre ingreso, lo cual implica que una persona aprenda una responsabilidad mediante su desempeño real, en muchas MYPE este tipo de capacitación es la única clase de capacitación disponible y generalmente incluye la asignación de los nuevos empleados a los trabajadores o los supervisores experimentados que se encargan de la capacitación real, uno de los factores que influyen en la capacitación de los colaboradores de las MYPE servicio – rubro restaurantes de la Provincia de Piura, es que la capacitación motiva al personal para trabajar más, los que entienden su puesto demuestran un mejor espíritu de trabajo, y el simple hecho de que la dirección superior confíe lo suficiente en sus capacidades para invertir dinero en sus capacitaciones.

2.1.2. Atención al Cliente

Reyes (2014) En su trabajo de investigación denominado “Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación SHARE, sede Huehuetenango”, tesis para optar el título profesional de administradora de empresas

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

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 de 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 - empresa y esta pueda lograr una fidelización con los clientes por el servicio que presta.

Perdomo (2013) Realizó un trabajo de investigación titulado “La Calidad de Atención al cliente del Centro de Negocios Norte del Banco Casa Propia en Barquisimeto en Venezuela, periodo 2013”, presentada a la Universidad del Oriente (Venezuela), llegó a las siguientes conclusiones: Se observó que la situación del servicio brindado en el Centro de Negocios Banco Casa Propia, en los que se refiere a

la calidad de los productos por la entidad, es baja o poca satisfactoria, ya que los mismos no cubren totalmente las expectativas de los clientes, debiendo a que no son tan competitivos; Por otro lado, por medio de los cuestionarios realizados a los clientes y empleados, se puede determinar el nivel de satisfacción en lo que respecta: a) La apariencia personal de los empleados de la entidad, es un aspecto que infunde confianza y credibilidad al usuario, b) Existe un personal altamente calificado para brindar una buena atención al cliente, c) La entidad cuenta con un sistema de reclamos el cual permite ofrecer respuestas a los clientes de manera rápida sobre cualquier reclamo.

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, cada empresa debe mostrar la eficiencia y eficacia de su organización, el apoyo de las instituciones y organizaciones, estatales o no, que están comprometidas con la atención al cliente, la empresa debe contar con un área de atención al usuario o al cliente los cuales serán atendidos por personal de las áreas de atención al cliente de dicha organización, el índice de rotación del personal es continuo, originando un clima laboral tenso ya que muchas veces el personal no está capacitado para asumir nuevas responsabilidades, y por ende este sea observado por sus clientes, originando malestar ante los usuarios, es evidente que la existencia de un

adecuado u óptimo clima organizacional repercutirá positivamente en el desempeño del trabajador y de la empresa en general.

Rubio (2014) En su tesis titulada “Calidad en el Servicio de Atención al Cliente de las MYPE Rubro Financiero del Distrito de Otuzco, Provincia de Otuzco, año 2013”, presentada a la Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote (Trujillo), teniendo como objetivo determinar las características de la Calidad en el Servicio de Atención al cliente que brindan las MYPE rubro financiero, a sus clientes Microempresarios del Distrito de Otuzco, Provincia de Otuzco, Año 2013, con una metodología descriptiva de diseño no experimental, la cual concluyó, que el 55% de los clientes encuestados tiene entre 3 a 5 años de trabajar con la MYPE, también el 60% califica a la MYPE con una regular calidad de atención asimismo el 45% califica a la MYPE con un buena trato, el 50% opina que es muy importante el asesoramiento antes y después de cada operación, el 50% califico a la MYPE con un buen indicador económico (tasas de interés, facilidades de pago y tipos de préstamo).

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.

Orosco y Orosco (2014) En su tesis titulada “La comunicación y el servicio de atención al cliente en la corporación Belcorp - Piura”, presentada a la Universidad Nacional de Piura, teniendo como objetivo conocer los rasgos más significativos (Fortalezas y Debilidades) del encuentro psicológico (Comunicación) y del Servicio de Atención al Cliente de la empresa Belcorp – Piura, siendo este estudio de tipo descriptivo, diseño no experimental, y concluyendo que el servicio de atención percibido por los clientes de la empresa Belcorp, en sus dimensiones: Tangibilidad, Confiabilidad, Capacidad de Respuesta, Garantía y Empatía, muestra el nivel de satisfacción bueno: 68.8% tiene el nivel de comunicación bueno, y el 12.6% nivel muy bueno.

Gómez (2013) En su tesis titulada “Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las MYPE, rubro restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013”, cuyo objetivo general es: Determinar las características de la capacitación de personal y el servicio al cliente de las MYPE del rubro restaurantes en la ciudad de Chulucanas en el año 2013, teniendo como resultados: según las principales características de la MYPE: de acuerdo a la encuesta realizada en relación a los años de funcionamiento el 67% de las MYPE tienen menos de 10 años, el 57% de las MYPE son formales, en cuanto al personal que labora se evidencia que el 62% del recurso humano son

trabajadores permanentes, los trabajadores manifiestan que si cuenta con los recursos necesarios para un buen desempeño en sus actividades, en un 84%, al preguntarles a los clientes si quienes lo atienden cuentan con los recursos para su atención, manifestaron el 89% que sí, los clientes manifiestan que los trabajadores utilizan bien sus recursos disponibles para brindar el servicio, un 55% está de acuerdo. Por último los clientes manifiestan que su nivel de satisfacción es alto en un 50%.

Vela (2014) realizó una 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 proyección en el mundo moderno, implica partir del cliente y de conocer sus expectativas sobre 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.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Variable Capacitación

2.2.1.1. Definición de capacitación

Guerrero (2015) es un proceso estructurado y organizado por medio del cual se suministra información y se proporcionan habilidades a una persona para que desempeñe a satisfacción un trabajo determinado, ha existido desde las sociedades primitivas cuando los mayores enseñaban a los jóvenes y niños a trabajar.

Según Mendoza (2015) la capacitación es un proceso mediante el cual el personal adquiere habilidades que ayudan al logro de los objetivos de la organización, debido a que este proceso está vinculado a diversos propósitos organizacionales, la capacitación proporciona a los empleados conocimientos y destrezas específicas e identificables para que los apliquen en sus puestos actuales.

Dolan (2008) manifiesta que la capacitación del empleado consiste en un conjunto de actividades cuyo propósito es mejorar su rendimiento presente o futuro, aumentando su capacidad a través de la mejora de sus conocimientos, habilidades y actitudes. Así mismo el programa de capacitación implica brindar conocimientos, que luego permitan al trabajador desarrollar su labor y sea capaz de resolver los problemas que se le presenten durante su desempeño.

2.2.1.2. Características de capacitación

Blaque (2009) capacitación es un proceso intermedio que, en la forma o menos directa, apunta a lograr a que quienes trabajan con excelencia que el sistema requiere; es un servicio interno de la organización que se cumplirá bajo cualquier forma cada vez que alguien deba conocer una tarea, desarrollar una habilidad o asumir una actitud.

2.2.1.3. Importancia de capacitación

Según Rodríguez (2008) la capacitación de personal es un proceso que se ve relacionado con el mejoramiento y el crecimiento de las aptitudes de los individuos y de los grupos que forman parte de la organización, esta no se puede subestimar con frecuencia, los directivos consideran que es variable en tiempo de bonanza económica, pero que lo primero que se debe reducir o eliminar cuando hay problemas económicos.

Chiavenato (2013), dice que de alguna forma, se podría decir que: “el principal desafío de los administradores de recursos humanos es lograr el mejoramiento de las organizaciones de la cual forman parte, haciéndolas más eficientes y más eficaces” Arias y Herrera (2011) sostiene que una función del día con día de toda organización, deberá ser el poder desarrollar al máximo el potencial de la gente, administrando el recurso humano en forma integral o total, en el marco de una cultura laboral de respeto, de formación y crecimiento mutuo, la capacitación es un proceso continuo, porque aun cuando al personal de nuevo ingreso se le dé la inducción en forma adecuada, con frecuencia es preciso entrenarlos o capacitarlos en las labores para las que fueron contratados y/o proporcionarles nuevos conocimientos necesarios para el desempeño de un puesto.

2.2.1.4. Beneficios de la capacitación

Deleria (2011) considera que la capacitación a todos los niveles constituye una de las mejores inversiones en recursos humanos y una de las principales fuentes de bienestar para el personal y la organización.

Cómo Beneficia la capacitación a las organizaciones:

- Conduce a rentabilidad más alta y a actitudes más positivas.
- Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.

- Crea mejor imagen.
- Produce actitudes más positivas.
- Mejora la relación jefes-subordinados.
- Se promueve la comunicación a toda la organización.
- Reduce la tensión y permite el manejo de áreas de conflictos.
- Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- Contribuye a la formación de líderes y dirigentes.
- Incrementa la productividad y calidad del trabajo.

Cómo beneficia la capacitación al personal:

- Ayuda al individuo para la toma de decisiones y solución de problemas.
- Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.
- Contribuye positivamente en el manejo de conflictos y tensiones.
- Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas.
- Sube el nivel de satisfacción con el puesto.
- Permite el logro de metas individuales.
- Disminuye temores de incompetencia o ignorancia.
- Desarrolla un sentido de progreso en muchos campos.

2.2.1.5. Objetivos de la capacitación

Según Rodríguez (2007) considera los siguientes objetivos:

- a) Productividad: Las actividades de capacitación de desarrollo no solo deberían aplicarse a los empleados nuevos sino también a los trabajadores con experiencia, la instrucción puede ayudar a los empleados a incrementar su rendimiento y desempeño en sus asignaciones laborales actuales.

- b) **Calidad:** Los programas de capacitación y desarrollo apropiadamente diseñados e implantados también contribuyen a elevar la calidad de la producción de la fuerza de trabajo, cuando los trabajadores están mejor informados acerca de los deberes y responsabilidades de sus trabajos y cuando tienen los conocimientos y habilidades laborales necesarios son menos propensos a cometer errores costosos en el trabajo.
- c) **Planeación de los Recursos Humanos:** La capacitación y desarrollo del empleado puede ayudar a la compañía y a sus necesidades futuras del personal.
- d) **Prestaciones Indirectas:** Muchos trabajadores, especialmente los gerentes consideran que las oportunidades educativas son parte del paquete total de remuneraciones del empleado, y esperan que la compañía pague los programas para aumentar los conocimientos y habilidades necesarias.
- e) **Salud y Seguridad:** La salud mental y la seguridad física de un empleado suelen estar directamente relacionados con los esfuerzos de capacitación y desarrollo de una organización, la capacitación adecuada puede ayudar a prevenir accidentes industriales, mientras que en un ambiente laboral seguro puede conducir actividades más estables por parte del empleado.

2.2.1.6. Ventajas de capacitación

Werther (1995) considera que la capacitación genera ventajas:

- Mejora el conocimiento de tareas, procesos y funciones en todos los niveles de la organización.
- Promueve el desarrollo profesional y personal de los empleados.
- Incrementa la productividad, rendimiento y la calidad del trabajo realizado.

- Mejora el clima y aumenta la satisfacción del personal.
- Ayuda al personal a identificarse con los objetivos organizacionales.
- Proporciona información respecto de las necesidades futuras de la organización.

2.2.1.7. Tipos de capacitación

Según Rodríguez (2007) Se divide en cuatro grandes grupos:

a) Capacitación para el trabajo

Va dirigida al trabajador que va a desempeñar una nueva actividad, ya sea por ser de reciente ingreso o por haber sido promovido o reubicado dentro de la misma empresa.

b) Capacitación de pre ingreso

Se hace con fines de selección y busca brindar al nuevo personal los conocimientos, habilidades o destrezas que necesita para el desempeño de su puesto.

c) Capacitación promocional

Busca otorgar al trabajador la oportunidad de alcanzar puestos de mayor nivel jerárquico.

d) Capacitación en el trabajo

Es una serie de acciones encaminadas a desarrollar actividades y mejorar actitudes en los trabajadores. Se busca lograr la realización individual, al mismo tiempo.

2.2.2. Atención al cliente:

2.2.2.1. Definición de Atención al cliente

Serna (2010) define que la atención al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer mejor a sus competidores, las necesidades y expectativas a sus clientes externos. De esta definición deducimos que la atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa.

Díaz (2011) afirma que la atención al cliente es fundamental ya que es un punto central de amabilidad con el propósito de satisfacer las expectativas del cliente. Por ejemplo, nunca se debe hacer esperar a un cliente. En el caso que este por teléfono, debe de regresar a la llamada cada 30 segundos para que el cliente sepa que lo están atendiendo.

2.2.2.2. Características de la atención al cliente

Gómez (2008) afirma que entre las características más comunes se encuentran las siguientes:

- a) Es intangible, no se puede percibir con los sentidos.
- b) Es perecedero, se produce y consume instantáneamente.
- c) Es continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
- d) Es integral, todos los colaboradores forman parte de ella.

Lorette (2015) informa que las características de la atención al cliente son:

- Habilidades de escucha, un representante de servicio de atención al cliente debe poder escuchar las necesidades del mismo. Toma nota y resume las palabras del cliente para repetirlas y que así haya entendimiento.

- Habilidades de pregunta, aquellos que están en servicio de atención al cliente saben que hacer las preguntas correctas puede arrojar las respuestas necesarias para resolver el problema.
- Responsable, para trabajar en el servicio de atención al cliente, se debe tener responsabilidad. Ésta es bilateral, ya que cubre la responsabilidad en la concurrencia, el servicio, lealtad y actitud. También cubre la habilidad del agente de tomar responsabilidad por los errores y resultados.
- Sensible, cada necesidad, pregunta o preocupación es resuelta en el servicio de atención al cliente de calidad. Saltar una pregunta porque la respuesta no se sabe puede dejar a un cliente sintiéndose ignorado. Muchas consultas relacionadas al servicio son multifacéticas por lo que es importante responder completamente a una consulta antes de seguir con otra.

2.2.2.3. Importancia de atención al cliente

El servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más exista, los clientes tienen mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismos son quienes tendrán la última palabra para decidir.

La importancia se puede guiar por los siguientes aspectos, mencionados por Anónimo (2013):

- a) La competencia es cada vez mayor, por ende los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado.

- b) Los competidores se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación.
- c) Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido.
- d) Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores. Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos.
- e) Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que nos recomiende con otros consumidores.
- f) Es primordial tomar en cuenta dichos aspectos, ya que si se logran entender adecuadamente cada uno de ellos y, aplicarlos de la manera correcta se logrará tener una ventaja competitiva.

2.2.2.4. Factores de calidad de atención al cliente

Parasuraman, Zaithlam y Barry (2009) los factores que determinan la calidad de atención al cliente son:

- La accesibilidad: El servicio es fácil de obtener, en lugares accesibles, y en el momento adecuado.
- La comunicación: El servicio y las condiciones comerciales son descritas de manera precisa y en términos fáciles de comprender por el consumidor.

- La capacidad del personal: El personal posee las habilidades y conocimientos necesarios de los servicios y productos que ofrece.
- La cortesía y amabilidad: El personal es cortés, amable, respetuoso y atento.
- La credibilidad: La empresa y sus empleados son confiables y quieren ayudar realmente a los clientes.

2.2.2.5. Estrategias de atención al cliente

Rolpn (1997) señala que los elementos a considerar para establecer una estrategia de servicios son:

- a) Tener que identificar con exactitud quien es el cliente y las necesidades, así como los deseos que este realmente tiene.
- b) Se tiene que identificar las fortalezas y debilidades que los competidores y con ello establecer un servicio al cliente mejor que la competencia, para lograr una ventaja competitiva.
- c) Conocer las características, costumbres y posibilidades de los clientes.

2.2.2.6. Satisfacción del cliente

Harrington (1997) Señala que “el nivel de satisfacción del cliente es directamente proporcional a la diferencia entre el desempeño percibido de una organización y las expectativas del cliente”. Para lograr la satisfacción del cliente es necesario reconocer necesidades básicas:

- 1. Necesidad de ser comprendido:** Aquellos que eligen un servicio necesitan sentir que están comunicando en forma efectiva. Esto significa que se interpretan en forma correcta el mensaje que se envían. Las

emociones o barreras del lenguaje pueden interponerse e impedir una comprensión adecuada.

2. Necesidad de ser bien recibido: Ninguna persona que esté tratando con usted y se sienta como una extraña regresara, la gente necesita saber que usted se alegra de verla y que su asunto es importante para usted.

3. Necesidad de sentirse importante: El ego y la autoestima son poderosas necesidades humanas. A todos nos gusta sentirnos importantes, cualquier cosa que usted haga para hacer que el invitado se sienta especial será un paso en la dirección correcta.

4. Necesidad de comodidad: Los clientes necesitan comodidad física: un lugar donde esperar, descansar hablar o hacer negocios, también necesitan comodidad psicológica, la seguridad de que les atenderá de una forma adecuada y la confianza en que sus necesidades serán satisfechas.

2.2.2.7. Tratamiento de las situaciones en atención básica

Zwilling (2013), las personas encargadas de ofrecer el servicio deben mostrar responsabilidad ante las quejas de los clientes dando información, respuesta y orientación básica de productos en el punto de venta.

Martínez (2011), el cliente exige ser escuchado, comprendido y reconocido en todos los sectores del mercado, por lo que todas las empresas deben estar preparadas para satisfacer estas exigencias, conocer las opiniones de sus clientes y ser cada día más rentables, en cualquier empresa la productividad se mide en términos de satisfacción del cliente, por lo que su atención cobra una especial relevancia.

III. HIPÓTESIS

Según Fernández Sampieri (2012) las investigaciones de tipo descriptivo enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.

IV. METODOLOGÍA

4.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El nivel de investigación es DESCRIPTIVA porque específica, enumera la importancia y características de cada una de las variables. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner en manifiesto su estructura o comportamiento. (Sabino, 2012)

La investigación presenta un tipo CUANTITATIVO porque se utiliza procedimientos cuando la preponderancia del estudio de los datos se basa en la cuantificación y cálculo de los mismos. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el enfoque cuantitativo usa procedimientos estandarizados (que sean aceptados por una comunidad científica); tales datos se representan numéricamente y son analizados por medios estadísticos.

El diseño de la investigación fue NO EXPERIMENTAL de corte TRANSVERSAL, porque se realiza si manipular las variables, es decir, cuando el investigador se limita a observar los acontecimientos sin intervenir en los mismos. “La investigación no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente variables, lo que se hace en este tipo de investigación es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, después de analizarlos” (Hernández, Fernández y Baptista, 2003)

4.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

4.2.1. Población

Las unidades económicas en estudio son 6 MYPE Comercializadoras de Productos Textiles en el Centro de Piura.

La variable capacitación, queda conformada por 33 personas (trabajadores), siendo parte de un grupo de recursos humanos de las MYPE.

En el caso de la variable atención al cliente, es de población infinita, susceptible a técnicas y fórmulas estadísticas, se considera sólo a los clientes que visitan las MYPE de estudio ubicadas en el Centro de Piura.

Criterios de Inclusión:

- Colaboradores de las MYPE Comercializadoras de Productos Textiles del Centro de Piura.
- Clientes de las MYPE Comercializadoras de Productos Textiles del Centro de Piura.
- Personas que le gusten vestir a la moda.
- Personas que tengan recursos monetarios para adquirir los productos.

Criterios de Exclusión:

- Ser menores de 18 años.
- Clientes que no quieran ser partícipes de la investigación.

4.2.2. Muestra

Para la variable Capacitación, la muestra es por conveniencia conforme lo dicho por Linares (2013) cuando una población es menor de 50 se considera $N=n$; entonces la muestra para la variable capacitación es $n=33$.

Ilustración 1 MYPE

N°	NOMBRE		DIRECCIÓN	RUC	N° DE TRABAJADORES
	LEGAL	COMERCIAL			
1	COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS TEXTILES S.A.C	La Fábrica	Calle Libertad N° 663	20123337906	6
2			Calle Libertad N° 538	20123337906	4
3	CORPORACION MG TEXTIL S.A.C.	La Grande	Calle Libertad N° 512	20514382302	6
4			Av. Sánchez Cerro N°745	20514382302	6
5	GEORDIS SHOPPING CENTER	Geordis	Av. Grau N° 348	20493715195	5
6	CORPORACION KEBIR S.A.C.	Avalanch	Calle Arequipa N° 731	20601070368	6
Elaboración: Propia					33

Respecto a la variable Atención al Cliente la determinación de la muestra fue dada por la aplicación de la siguiente fórmula estadística:

Tamaño de la muestra para la población infinita, según Ochoa (2015)

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

Donde:

Z = (Valor Estadístico)	1.96
Z ²	3.8416
p = Personas que no compren en las MYPE (50%)	0.50
q = Personas que compren en las MYPE (50%)	0.50
Margen de error (5%)	0.05
Nivel de confianza (95%)	0.95

n= Tamaño de la muestra

p: Variabilidad negativa

q= Variabilidad positiva

Z= Valor obtenido mediante los niveles de confianza. Es un valor constante que si no se tiene su valor se toma en relación al 95% de confianza equivale a 1.96 o en relación al 99% de confianza que equivale a 2.58 valor que queda a criterio del investigador.

e= Limite aceptable de error

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

n = 384 clientes

Distribuidos de la siguiente manera:

Ilustración 2 Distribución de la “n”

Estrato	Tamaño de la Muestra
MYPE 1	64
MYPE 2	64
MYPE 3	64
MYPE 4	64
MYPE 5	64
MYPE 6	64
TOTAL	384

Elaboración: Propia

4.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN

VARIA BLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA	METODOLOGÍA
C A P A C I T A D O N	Es un proceso estructurado y organizado por medio del cual se suministra información y se proporcionan habilidades a una persona para que desempeñe a satisfacción un trabajo determinado. Ha existido desde las sociedades primitivas cuando los mayores enseñaban a los jóvenes y niños a trabajar. (Guerrero, 2015)	IMPORTANCIA	La dimensión “Importancia” será medida con sus indicadores (Productividad, Desempeño, Habilidades, Mejora de resultados), con el método de la encuesta, y el instrumento del cuestionario, con escala nominal.	DESEMPEÑO	NOMINAL	TIPO: CUANTITATIVO NIVEL: DESCRIPTIVO DISEÑO: NO EXPERIMENTAL TRANSVERSAL TÉCNICA: ENCUESTA
				PRODUCTIVIDAD		
				HABILIDADES		
				MEJORA DE RESULTADOS		
		BENEFICIOS	La dimensión “Beneficios” será medida con sus indicadores (Conocimiento, Mejor Imagen, Actitud y Satisfacción), con el método de la encuesta, y el instrumento del cuestionario, con escala nominal.	CONOCIMIENTO		
				MEJOR IMAGEN		
				ACTITUD		
				SATISFACCIÓN		

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA	METODOLOGÍA
ATENCIÓN AL CLIENTE	Es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer mejor a sus competidores, las necesidades y expectativas a sus clientes externos. (Serna, 2010)	IMPORTANCIA	La dimensión “Importancia” será medida con sus indicadores (Competencia, Calidad, Precio), con el método de la encuesta, y el instrumento del cuestionario, con escala nominal y ordinal.	COMPETENCIA	NOMINAL Y ORDINAL	TIPO: CUANTITATIVO NIVEL: DESCRIPTIVO DISEÑO: NO EXPERIMENTAL TRANSVERSAL TÉCNICA: ENCUESTA
				CALIDAD		
				PRECIO		
		FACTORES	La dimensión “Factores” será medida con sus indicadores (Accesibilidad, Comunicación, Capacidad, Amabilidad, Credibilidad), con el método de la encuesta, y el instrumento del cuestionario, con escala nominal y ordinal.	ACCESIBILIDAD		
				COMUNICACIÓN		
				CAPACIDAD		
				AMABILIDAD		
				CREDIBILIDAD		

Ilustración 3 Definición Operacional

4.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

4.4.1. Técnicas

- a) Encuesta: La elaboración de la encuesta pretendió establecer las características de capacitación y atención al cliente de las MYPE comercializadoras de productos textiles.

4.4.2. Instrumento

- a) Cuestionario: Respecto a la variable capacitación, la encuesta fue aplicada a 33 trabajadores de la MYPE comercializadoras de productos textiles bajo estudio, con un total de 15 preguntas las cuales se basan en una escala de medición nominal; con respecto a la variable Atención al cliente, fue aplicada a 384 clientes, el cuestionario consta de 13 preguntas con escala de medición nominal y ordinal; las encuestas aplicadas, han sido de carácter anónimo.

MATRIZ DE INSTRUMENTOS

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Indicadores	Técnica/Instrumento	Nº de ítems	Ítems			
¿Qué características tiene la capacitación y atención al cliente en las MYPE-comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, 2018?	Identificar las características de la Capacitación y Atención al cliente en las MYPE Comercializadoras de Productos Textiles-Centro de Piura, 2018. -Determinar la importancia de la capacitación en las MYPE comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, 2018. -Conocer los beneficios de	Según Fernández Sampieri (2012) las investigaciones de tipo descriptivo enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las	CAPACITACIÓN	DESEMPEÑO	Encuesta	1	¿Recibiste capacitación antes de ingresar a trabajar a la MYPE?			
						2	¿Has recibido algún incentivo de acuerdo a tu desempeño?			
						3	¿La capacitación ha incrementado su rendimiento laboral?			
						4	¿Considera usted que los recursos que posee la empresa son suficientes para realizar su trabajo?			
							Cuestionario	HABILIDADES	5	¿Considera usted que brindas un servicio de calidad?
								6	¿Desempeñas con facilidad tus funciones?	
								7	¿Se siente comprometido para el alcance de metas?	
								8	¿Cumples con los objetivos de venta de la empresa?	
								9	¿Consideras que la capacitación es una forma de educar al trabajador?	
				MEJORA DE RESULTADO						
				CONOCIMIENTO						

<p>capacitación en las MYPE comercializadoras de productos textiles- Centro de Piura, 2018.</p> <p>-Determinar la importancia de la atención al cliente en las MYPE comercializadoras de productos textiles- Centro de Piura, 2018.</p> <p>-Determinar los factores de calidad de atención al cliente en las MYPE comercializadoras de productos textiles- Centro de Piura, 2018.</p>	<p>características de la situación problemática</p>		MEJOR IMAGEN	Encuesta	10	¿Consideras que el ambiente de la MYPE es el adecuado para el servicio que ofrece?	
			ACTITUD		Cuestionario	11	¿Has tenido alguna queja por parte del cliente?
						12	¿Considera que ha mejorado su actitud de vendedora?
						13	¿Tienes capacidad para responder antes situaciones agresivas?
						14	¿Te sientes identificado(a) con la empresa?
						15	¿Consideras que tu remuneración va de acuerdo a tu producción?
		16		¿Los productos que ofrece la MYPE, es diferente al de la competencia?			
		ATENCIÓN AL CLIENTE		COMPETENCIA		17	¿El producto comprado satisface sus necesidades?
				CALIDAD		18	¿Considera que los productos son de calidad?
				PRECIO		19	¿Está de acuerdo con el precio que paga en las prendas de vestir?
				ACCESIBILIDAD		20	¿Cuánto tiempo demoran en atenderlo?
				COMUNICACIÓN		21	¿Está de acuerdo con la ubicación de la MYPE?
22	¿Le gustaría poder realizar compras online?						

				CAPACIDAD	Encuesta	23	¿Considera que las instalaciones de la MYPE es el adecuado?
				AMABILIDAD		Cuestionario	24
				CREDIBILIDAD	25		¿Consideran que los trabajadores brindan una buena atención?
					26		¿Recibe el saludo cuando ingresa a la empresa?
					27		¿Porque recomendarías esta empresa a otras personas?
						28	¿Considera que compra productos de temporada?

Ilustración 4 Matriz de Instrumento

4.5. PLAN DE ANÁLISIS

Debido a que la investigación es descriptiva, se hará uso de frecuencias descriptivas, se calculará frecuencias, porcentajes, media, los cuáles serán incorporados o ingresados al programa de Excel, incluyendo tablas, gráficas y resultados.

La información recopilada se presentara sin ser manipulada, y se respetara la propiedad intelectual.

4.6. Matriz de Consistencia

Variable	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnica	Instrumento
Caracterización de Capacitación y Atención Al Cliente en las MYPE Comercializadoras de Productos Textiles- Centro De Piura, 2018	¿Qué características tiene la capacitación y atención al cliente en las MYPE comercializadoras de productos textiles- Centro de Piura, 2018?	Objetivo General: Identificar las características de la Capacitación y Atención al cliente en las MYPE Comercializadoras de Productos Textiles- Centro de Piura, 2018.	-Según Fernández Sampieri (2012) las investigaciones de tipo descriptivo enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática	CAPACITACIÓN	IMPORTANCIA	DESEMPEÑO	ENCUESTA	CUESTIONARIO
		PRODUCTIVIDAD						
		HABILIDADES						
		MEJORA DE RESULTADOS						
		BENEFICIOS			CONOCIMIENTO			
					MEJOR IMAGEN			
		ATENCIÓN AL CLIENTE		IMPORTANCIA	ACTITUD			
					SATISFACCIÓN			
					COMPETENCIA			
				FACTORES	CALIDAD			
					PRECIO			
					ACCESIBILIDAD			
COMUNICACIÓN								
CAPACIDAD								
AMABILIDAD								
CREDIBILIDAD								

Ilustración 5 Matriz de Consistencia

4.7. Principios Éticos

Bermúdez (2013), los principios éticos son el punto de partida de cualquier argumentación que le permite legitimar acciones y procedimientos. La investigación está basada en una ética que asegure los derechos de las personas, ha considerado tomar como referente, los conceptos utilizados en la investigación. En ese sentido, debemos tomar en cuenta sobre aquellas normas que como investigadores debemos respetar para que nuestros actos o resultados se vean reflejados en nuestra ética profesional.

La presente investigación se realizó respetando: La propiedad intelectual, los resultados no se han manipulado ni alterado para el beneficio del investigador y se ha juzgado con imparcialidad. Además, se respetaron los derechos del autor. En esta investigación se realizó de acuerdo a cuatro principios éticos básicos, a saber, el respeto por las personas, la beneficencia, la no maleficencia y la justicia. Se da por sentado habitualmente que estos principios guiaron la preparación concienzuda de propuestas para los estudios descriptivos. En circunstancias diversas, pueden expresarse en forma diferente y se les puede otorgar una importancia diferente, y su aplicación, de absoluta buena fe, puede tener efectos diferentes y provocar decisiones o cursos de acción diferentes. Estos principios se han debatido y elucidado intensamente en las últimas décadas, y el objetivo de estas es que se apliquen a la investigación.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

5.1.1 Variable: capacitación

Objetivo específico1: Determinar la importancia de la capacitación en las MYPE comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, 2018

Tabla 5. 1
Capacitación Inicial

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	31	94
No	2	6
Total	33	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores
Elaboración propia

En la tabla 5.1 denominada “Capacitación Inicial” se observa que el 94% de los trabajadores si ha recibido capacitación inicial, mientras un 6% no ha recibido capacitación inicial.

Tabla 5. 2
Incentivos por desempeño

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	27	82
No	6	18
Total	33	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores
Elaboración propia

En la tabla 5.2 denominada “Incentivos por desempeño”, se observa que un 82% si recibe incentivos que van de acuerdo al desempeño de su trabajo, mientras un 18% no ha recibido ningún incentivo.

Tabla 5. 3
Incremento de Rendimiento

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	32	97
No	1	3
Total	33	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores
Elaboración propia

En la tabla 5.3 denominada “Incremento de Rendimiento”, se observa que el 97% considera que la capacitación ha mejorado su rendimiento laboral, mientras un 3% manifiesta que no hay mejoras de rendimiento.

Tabla 5. 4
Recursos de la empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	28	85
No	5	15
Total	33	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores
Elaboración propia

En la tabla 5.4 denominada “Recursos de la empresa”, se presentó que el 85% de los colaboradores manifiesta que si cuentan con los recursos suficientes para realizar su trabajo, mientras un 15% no cuentan con recursos suficientes para cumplir sus funciones diarias.

Tabla 5. 5
Servicio de calidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	31	94
No	2	6
Total	33	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores
Elaboración propia

En la tabla 5.5 denominada “Servicio de calidad”, se presentó que el 94% de los colaboradores considera que si brinda un servicio de calidad, mientras un 6% manifiesta no brindar un buen servicio.

Tabla 5. 6
Desempeño de funciones

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	100
No	0	0
Total	33	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores
Elaboración propia

En la tabla 5.6 denominada “Desempeño de funciones”, se presentó que el 100% de los colaboradores considera que cumplen con facilidad sus funciones.

Tabla 5. 7
Compromiso en metas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	100
No	0	0
Total	33	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores
Elaboración propia

En la tabla 5.7 denominada “Compromiso en metas”, se presentó que el 100% de los colaboradores se siente comprometido con el alcance de metas.

Tabla 5. 8
Objetivo de venta

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	32	97
No	1	3
Total	33	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores
Elaboración propia

En la tabla 5.8 denominada “Objetivo de venta”, se presentó que el 97% de los trabajadores cumple con el objetivo de venta, mientras un 3% no cumple con el objetivo de venta de la empresa.

Objetivo específico 2: Conocer los beneficios de la capacitación en las MYPE comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, 2018

Tabla 5. 9

Capacitación como educación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	100
No	0	0
Total	33	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores
Elaboración propia

En la tabla 5.9 denominada “Capacitación como educación”, se presentó que el 100% de los colaboradores considera que la capacitación es una forma de educar al trabajador.

Tabla 5. 10

Ambiente adecuado

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	70
No	10	30
Total	33	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores
Elaboración propia

En la tabla 5.10 denominada “Ambiente adecuado”, se presentó que el 70% de los colaboradores de los trabajadores considera que el ambiente de la MYPE es el adecuado para el servicio que brinda, mientras un 30% considera que la MYPE no cuenta con un ambiente adecuado para el servicio que brinda.

Tabla 5. 11
Quejas del cliente

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	64
No	12	36
Total	33	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores
Elaboración propia

En la tabla 5.11 denominada “Quejas del cliente”, se presentó que el 64% de los colaboradores ha tenido alguna queja por parte del cliente, mientras que el 36% de los colaboradores no ha recibido quejas por parte del cliente.

Tabla 5. 12
Actitud de vendedora

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	100
No	0	0
Total	33	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores
Elaboración propia

En la tabla 5.12 denominada “Actitud de vendedora”, se presentó que el 100% de los colaboradores ha mejorado su actitud de vendedora

Tabla 5. 13
Situaciones Agresivas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	32	97
No	1	3
Total	33	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores
Elaboración propia

En la tabla 5.13 denominada “Situaciones Agresivas”, se presentó que el 100% de los colaboradores tiene la capacidad de responder ante situaciones agresivas.

Tabla 5. 14
Identificación empresarial

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	100
No	0	0
Total	33	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores
Elaboración propia

En la tabla 5.14 denominada “Identificación empresarial”, se presentó que el 100% de los colaboradores se siente identificado (a) con la empresa.

Tabla 5. 15

Remuneración Adecuada

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	79
No	7	21
Total	33	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores
Elaboración propia

En la tabla 5.15 denominada “Remuneración Adecuada, se presentó que el 79% de los colaboradores considera que su remuneración va de acuerdo a su producción.

5.1.2 Variable: Atención al cliente

Objetivo específico3: Determinar la importancia de la atención al cliente en las MYPE comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, 2018

Tabla 5. 16

Productos competitivos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	360	94
No	24	6
Total	384	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

En la tabla 5.16 denominada “Productos Competitivos”, se presentó que el 94% de los clientes considera que los productos que ofrece la MYPE son diferentes al de la competencia, mientras un 6% considera que los productos no son diferentes.

Tabla 5. 17

Satisfacción del Producto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	349	91
No	35	9
Total	384	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

En la tabla 5.17 denominada “Satisfacción del producto”, se presentó que el 91% de los clientes encuestados considera que los productos comprados si satisfaces sus necesidades, mientras un 9% considera que el producto no satisface sus necesidades.

Tabla 5. 18

Productos de calidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	299	78
No	85	22
Total	384	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

En la tabla 5.18 denominada “Productos de calidad”, se presentó que el 72% de los clientes encuestados considera que los productos que compra son de calidad, mientras un 22% considera que no compra productos de calidad.

Tabla 5. 19

Precio Adecuado

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	359	93
No	25	7
Total	384	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

En la tabla 5.19 denominada “Precio adecuado”, se presentó que el 93% de los clientes encuestados considera que el precio que paga es el adecuado, mientras que el 7% considera que el precio que paga por las prendas de vestir no es el adecuado.

Objetivo específico 4: Determinar los factores de calidad de atención al cliente en las MYPE comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, 2018

Tabla 5. 20

Tiempo de demora

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1-5 minutos	348	90
6-10 minutos	34	9
11-20 minutos	2	1
Total	384	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

En la tabla 5.20 denominada “Tiempo de demora”, el 90% de los clientes encuestados manifestó que las MYPE tardan entre 1-5 minutos, mientras un 9% manifestó que tardan entre 6-10 minutos y un 1% manifestó que tardan en atender entre 11-20 minutos.

Tabla 5. 21
Ubicación MYPE

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	329	86
No	55	14
Total	384	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

En la tabla 5.21 denominada “Ubicación MYPE”, se presentó que el 86 % de los clientes encuestados considera que la ubicación de la MYPE es el adecuado, mientras que un 14% manifiesta que la ubicación de la MYPE no es el adecuado.

Tabla 5. 22
Compras Online

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

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

En la tabla 5.22 denominada “Compras Online”, se presentó que el 74 % de los clientes encuestados si le gustaría poder realizar compras online, mientras un 26% no le gustaría realizar compras online.

Tabla 5. 23
Instalación MYPE

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	336	88
No	47	12
Total	384	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

En la tabla 5.23 denominada “Instalación MYPE”, se presentó que el 88% de los clientes encuestados considera que las instalaciones de la MYPE son adecuadas para el servicio que brindan, y un 12% considera que no son adecuadas.

Tabla 5. 24
Personal suficiente

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	295	77
No	89	23
Total	384	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

En la tabla 5.24 denominada “Personal Suficiente”, se presentó que el 77% de los clientes encuestados considera que las MYPE si cuentan con personal suficiente para la atención al cliente, y un 23% considera que las MYPE no cuentan con personal suficiente para la atención.

Tabla 5. 25
Buena Atención

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	225	59
No	159	41
Total	384	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

En la tabla 5.25 denominada “Buena Atención”, se presentó que el 59% de los clientes encuestados considera que los trabajadores si brinda una buena atención, mientras un 41% considera que en las MYPE no brindan buena atención al cliente.

Tabla 5. 26
Saludo de Ingreso

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	217	57
No	167	43
Total	384	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

En la tabla 5.26 denominada “Saludo de Ingreso”, se presentó que el 57% de los clientes encuestados ha manifestado que si recibe el saludo cuando ingresa a las MYPE, mientras un 43% manifiesta no recibir el saludo correspondiente al ingreso de la MYPE.

Tabla 5. 27

Recomendación MYPE

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Calidad del producto	161	42
Buena atención del personal	58	15
Variedad de prendas de vestir	165	43
Total	384	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

En la tabla 5.27 denominada “Recomendación MYPE”, respecto a la calidad del producto un 42% recomienda la MYPE, respecto a la buena atención del personal un 15% recomienda la MYPE y respecto a la variedad de prendas de vestir un 43% recomienda la MYPE.

Tabla 5. 28

Productos de temporada

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	307	80
No	77	20
Total	384	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes
Elaboración propia

En la tabla 5.28 denominada “Productos de temporada”, se presentó que el 80 % de los clientes encuestados considera que compra productos de temporada, mientras un 20% manifiesta no comprar productos de temporada.

5.2. Análisis de resultados

Variable: capacitación

Respecto a la primera variable, en la tabla 5.1 denominada “Capacitación Inicial”, se obtuvo que de los 33 colaboradores encuestados, el 94% indicó que si se realiza capacitaciones iniciales, mientras que un 6% manifiesta no recibir capacitaciones al ingreso de su trabajo. Resultado cercano a Pinedo (2011), quien determinó que los colaboradores si recibieron capacitación siendo está una investigación según su tesis: *“Caracterización del financiamiento, la competitividad, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio-rubro renovadoras de calzado del distrito de Callería-provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010”*. Por otro lado, así mismo contrasta con los resultados obtenidos de Romero (2013) en su tesis *“Caracterización de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro compra/venta de ropa para adultos de Huacho, año 2013”*, se concluyó que: el 90% no recibieron capacitación.

En la tabla 5.2 denominada “Incentivos por desempeño” un 82% manifestó que si recibe algún tipo de incentivos de acuerdo a su desempeño, mientras un 18% manifiesta que no se brinda ningún tipo de incentivos, según Ramírez (2013) En su tesis *“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la Rentabilidad de las Micros y Pequeñas empresas Sector Comercio Rubro Mueblería del Distrito de Manantay - Periodo 2009 – 2010”*, concluyó que la capacitación es una inversión y como tal se tienen que implementar programas de capacitación adecuados, claros y pertinentes, las mismas que permitirán mejorar la productividad y competitividad de las MYPE, mientras que para Fleishman & Bass (1976) argumentan que la satisfacción en el trabajo se ve afectada estrechamente por la cantidad de

recompensas que las personas reciben en sus puestos y el nivel de desempeño se ve afectado por la base que sustenta el alcance de recompensas.

En la tabla 5.3 denominada “Incremento de Rendimiento”, se observó que un 97% considera que la capacitación ha incrementado su rendimiento laboral, mientras que un 3% manifiesta lo contrario respecto a esta pregunta. Paredes (2015), en su investigación denominada “*Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro confecciones de prendas de vestir del distrito de nuevo Chimbote, 2013*”, concluyó que el 80% cree que la capacitación mejora la competitividad, mientras que Harvard R. (2011) en su trabajo titulado: “*La capacitación*” resalta que: Aunque está pensada para mejorar la productividad de la organización, tiene importantes efectos sociales, genera en los empleados los conocimientos, destrezas y aptitudes adquiridos a través de las empresas las cuales ayudan a incrementar su rendimiento en la empresa.

En la tabla 5.4 denominada “Recursos de la empresa”, se observó que un 85% de los colaboradores respondió que la empresa si posee los recursos necesarios para el desempeño de sus funciones, mientras que un 15% manifiesta la carencia de dichos recursos por parte de la MYPE. Gómez (2013) En su tesis sobre “*Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las MYPE, rubro restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013*”, concluyó que un 84% de los trabajadores manifiestan que si cuenta con los recursos necesarios para un buen desempeño en sus actividades diarias. Por otro lado Gonzales (2014) explica que hoy en día las empresas deben de contar con equipos de punta necesarios que les permita obtener información confiable y que les ayude a la toma de decisiones, además de ello para el autor Sánchez (2017) en su investigación titulada

“Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención del cliente del hospedaje “El otro primavera” del distrito de Sullana Año 2017”, concluyó en su investigación que el 40% de los hospedajes cuenta con los recursos para brindar un buen servicio.

En la tabla 5.5 denominada “Servicio de Calidad”, se observó que un 94% de los colaboradores considera que si brindan un servicio de calidad, mientras que un 6% manifestó lo contrario. Moreira (2013) en su investigación titulada *“Necesidades de Capacitación Profesional del Personal Administrativo de la Universidad Cristiana Latinoamericana Extensión Guayaquil para Mejorar la Calidad de Servicio”*, llegó a las siguientes conclusiones, que el 91% del personal en atención al cliente sería un factor importante para mejorar la calidad de servicio, así mismo el 99% del personal administrativo consideran que al tener capacitación continua se mejoraría la calidad de servicio en la atención al cliente, además Trujillo (1988) nos dice que la gestión de la calidad son los procesos orientados a administrar la calidad en una empresa, además el Portal web Soluciones de negocio (s.f) los beneficios de la gestión de calidad es que los clientes se sienta mejora atendidos y en definitiva los beneficios de la empresa se incremente.

En la tabla 5.6 denominada “Desempeño de funciones” un total del 100% de los encuestados considera que si desempeña con facilidad sus funciones. Chiavenato (2013) manifiesta que de alguna forma se podría decir que: “el principal desafío de los administradores de recursos humanos es lograr el mejoramiento de las organizaciones de la cual forman parte, haciéndolas más eficientes y más eficaces, además para Herrera (2011) sostiene que una función del día con día de toda organización, deberá ser el poder desarrollar al máximo el potencial de la

gente, administrando el recurso humano en forma integral o total, en el marco de una cultura laboral de respeto, de formación y crecimiento mutuo.

En tabla 5.7 denominada “Compromiso en Metas”, se observó que el 100% de los colaboradores de las MYPE se sienten comprometidos con el alcance de metas. Por lo tanto Ruges (2005) considera la capacitación como “el conjunto de actividades encaminadas a proporcionar conocimientos, desarrollar habilidades y modificar actitudes del personal para que desempeñen mejor su trabajo” para Dessler (1998) la capacitación consiste en proporcionar a los empleados nuevos o actuales, las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo.

En la tabla 5.8 denominada “Objetivos de venta”, se observó que un 97% de los trabajadores si cumple con los objetivos de venta de la empresa, mientras un 3% manifiesta no poder alcanzar estos objetivos empresariales. Trujillo (2009) en su investigación titulada “*Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector Industrial-rubro confecciones de ropa deportiva del distrito del Cercado de la provincia de Arequipa, periodo 2008-2009*”, concluye que el 15% de los representantes legales de las MYPE encuestados dijeron que sus trabajadores fueron capacitados, lo cual significa que estos, pueden mejorar profesionalmente en su campo de trabajo, además según el autor Dessler (1998) la capacitación consiste en proporcionar a los empleados, nuevos o actuales, las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo.

En la tabla 5.9 denominada “Capacitación como educación” se observó que un total del 100% de los encuestados manifiesta que la capacitación es una forma de educar al trabajador. Ramírez (2013) en su tesis denominada “*Caracterización del financiamiento, la capacitación y la Rentabilidad de las Micros y Pequeñas*

empresas Sector Comercio Rubro Mueblería del Distrito de Manantay - Periodo 2009 – 2010”, concluyo definiendo que la capacitación es una inversión y como tal se tienen que implementar programas de capacitación adecuados, claros y pertinentes, las mismas que permitirán mejorar la productividad y competitividad de las MYPE, Según Deleria (2011) en su investigación acerca de “*Beneficios de la capacitación*” manifiesta que la capacitación mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles, se agiliza la toma de decisiones y solución de problemas, además Werther (1995) en su investigación del tema “*Ventajas de la capacitación*”, manifiesta que la capacitación mejora el conocimiento de tareas, procesos y funciones en todos los niveles de la organización.

En la tabla 5.10 denominada “Ambiente adecuado”, se observó que el 70% de los trabajadores considera que el ambiente de la MYPE es el adecuado para el servicio que ofrece, mientras que un 30% ha considerado lo contrario. Anónimo (citado por Solórzano & Aceves 2013): Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, si no también, buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido, Rubio (2016) quien concluye que la percepción de la calidad de atención en base a los factores demográficos es altamente significativa, además según Rodríguez (2007) en su investigación denominada “*objetivos de capacitación*”, salud y seguridad: La salud mental y la seguridad física de un empleado suelen estar directamente relacionados con los esfuerzos de capacitación y desarrollo de una organización, la capacitación adecuada puede ayudar a prevenir accidentes industriales, mientras que en un ambiente laboral seguro, puede conducir actividades más estables por parte del empleado.

En la tabla 5.11 denominada “Quejas del cliente”, se observó que el 64% de los trabajadores manifiesta haber recibido alguna queja por parte del cliente, mientras que un 36% manifiesta lo contrario. Este resultado contrasta con Ramos (2017) en su tesis titulado “*Caracterización de la competitividad y atención al cliente de las MYPE Rubro Zapatería del Centro de Piura, Año 2017*”, concluye que de los 384 clientes encuestados, el 58% indica que la empresa busca el bienestar de los consumidores, lo cual coincide con Calderón (2013) donde indica en su tesis que los clientes necesitan sentir confort, atención oportuna, atender a sus necesidades, velar por que la atención sea buena de principio a fin, buscando siempre el bienestar y la comodidad de los clientes, además Obando (2015) obtiene que el 41% donde aplica a atención personalizada, esto demuestra que como negocio a los representantes les interesa que sus trabajadores den una buena atención al cliente ya que así sus clientes se sentirán satisfechos de la buena atención que se les brinde.

Por otro lado Archive (2014), en todo negocio siempre existirán las quejas y reclamos por parte del cliente, ya sea que se trate de un cliente muy exigente, o seamos nosotros mismos los que hayamos cometido algún error, Blanco (2007), considera que las quejas son positivas para la empresa porque estas representan una oportunidad de mejorar la calidad de atención al cliente, mientras que Zwilling (2013) en su investigación “Tratamiento de las situaciones en atención básica”: las personas encargadas de ofrecer el servicio deben mostrar responsabilidad ante quejas de los clientes dando información, respuesta y orientación básica de productos en el punto de venta.

En la tabla 5.12 denominada “Actitud de vendedora”, se observó que el 100% de los trabajadores encuestados considera haber mejorado su actitud de vendedora. Este resultado contrasta con el autor Ramos (2017) en su tesis titulado “*Caracterización de la competitividad y atención al cliente de las MYPE Rubro Zapatería del Centro de Piura, Año 2017*”, concluye que con respecto a la actitud del personal con el cliente los representantes de las micro y pequeñas empresas indica que el 70% tienen buena actitud con el cliente, cuyo resultado coincide con Castillo (2014) obtiene que el 40% tiene buena actitud y Gómez (2013) obtiene que el 55% tiene buena actitud con el cliente.

En la tabla 5.13. Denominada “Situaciones agresivas”, se observó que el 97% de los colaboradores encuestados tiene capacidad para responder ante situaciones agresivas y un 3% no tiene la capacidad necesaria responder ante este tipo de situaciones. Silva (2013) en su estudio denominado “*Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las medianas y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía en el distrito de Catacaos provincia de Piura departamento de Piura 2011*”, concluyó que las MYPE ven a la capacitación como una inversión, y que está les ha ayudado a obtener rentabilidad en su empresa a través de la capacitación, obteniendo los medios adecuados por el sector artesanía realizaron alguna capacitación para los trabajadores de sus empresas. Rubio (2016) considera que la calidad del servicio que se brinda a un cliente, es dado por diferentes factores, logrando que esta sea altamente significativa, por otra parte Uriol (2013) considero que las MYPE aplicaban poco interés por las políticas de calidad, Ramos (2017) considero que es muy importante

la buena atención al cliente, por lo tanto toda acción se genere valor debe ser en beneficio del cliente.

En la tabla 5.14 denominada “Identificación personal”, se observó que un total del 100% se siente identificado (a) con la empresa, este resultado contrasta con el autor López (2010) en su trabajo titulado “*Capacitación o desarrollo de personal*”, la cual resalta que: Es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal, además la capacitación: busca perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo, en función de las necesidades de la empresa, en un proceso estructurado con metas bien definidas, mientras que el autor Trujillo (2014) menciona que la capacitación en atención al cliente es entendida como el incremento de habilidades y conocimientos para brindar un mejor servicio e incrementar las ventas, pero la mayoría de los trabajadores desconocen la manera correcta de atender los clientes y no están en la capacidad de resolver los problemas que se presentan a diario, es por eso no les dan la debida importancia a las quejas que estos les hacen llegar.

En la tabla 5.15 denominada “Remuneración adecuada”, se observó que el 79% considera que si recibe una remuneración adecuada su producción, pero sin embargo un 21% manifiesta lo contrario respecto a la interrogante. Guerrero (2017) en su investigación titulada “*Caracterización de la capacitación y el compromiso laboral en las MYPE Rubro Hotelero, Canchaque-Piura, año 2017*”, concluyó que el 68.75% de los trabajadores encuestados manifestaron que el salario que reciben si es el justo con las labores que realizan, mientras que Robbins (2009) manifiesta

que los sueldos o salarios, incentivos y gratificaciones son la compensación que los empleados reciben a cambio de su labor.

Variable: Atención al cliente

En la tabla 5.16 denominada “Productos competitivos”, se observó que el 94% de los clientes encuestados considera que la MYPE si ofrecen productos diferentes al de la competencia, mientras un 6% manifiesta que las MYPE ofrecen productos parecidos al de la competencia. Salazar (2012) donde indica en su tesis que las características del producto obedecen a un conjunto de atributos o características tangibles e intangibles bajo una forma fácilmente reconocible e identificable que el comprador puede aceptar para satisfacer sus necesidades, esto permite que la empresa pueda utilizar los atributos del producto como una fuerte estrategia para obtener clientes que se fidelicen con el producto y que se satisfagan sus necesidades con el producto comprado, este resultado contrasta con el de Soto (2012) donde indica en su tesis que el diseño del producto en una empresa se caracteriza por ser el proceso donde se crean nuevos productos para ser vendidos por una empresa.

Por otro lado Dieter (2013) considera que el diseño del producto es de suma importancia para el desarrollo y supervivencia de las empresas, Anónimo (2013) en su investigación denominada “*Importancia de la atención al cliente*”, concluyó que la competencia es cada vez mayor, por ende los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado.

En la tabla 5.17 denominada “Satisfacción del producto”, se observó que el 91%, de 384 clientes encuestados considera que los productos que compra si satisface sus necesidades, mientras que un 9% muestra negatividad ante esta pregunta. Resultado cercano a Joubert (2014) quien manifiesta que existe una brecha en la gestión de las personas con la empresa, y estas poseen mejores condiciones para enfrentar implementaciones de la calidad. Por otra parte Barquero y Rodríguez (2007) hablan de la calidad como una oferta de valor hacia el cliente.

En la tabla 5.18 denominada “Productos de calidad”, se observó que el 78% de un total de 384 clientes encuestados manifestó que la MYPE cuenta con productos de calidad, pero sin embargo un 22% manifiesta que las MYPE no cuentan con productos de calidad, según Guevara (2014) donde indica en su tesis que la misión suprema de toda empresa debe ser el mayor nivel de satisfacción para los clientes y usuarios, pues éstos con sus compras permiten que la empresa siga existiendo y creciendo, generando de tal forma beneficios para sus integrantes (propietarios, directivos y empleados, un consumidor con poder se convierte en un cliente leal si se le ofrecen productos y servicios calibrados a sus necesidades, este resultado es opuesto a la opinión de Perdomo (2013) en su tesis titulada *“La calidad de atención al cliente del Centro de Negocios Norte del Banco Casa Propia en Barquisimeto en Venezuela, periodo 2013”* concluyo que la situación del servicio brindado en el Centro de Negocios Norte del Banco Casa Propia en lo que se refiere a calidad del producto por la entidad es baja o poca satisfecha, ya que lo mismo no cubre totalmente las expectativas de los clientes.

Por otro lado, Agurto (2016), indica que la satisfacción del cliente es un término propio del marketing que hace referencia a la satisfacción que tiene un

cliente con respecto a un producto que han comprado o un servicio que ha recibido, cuando un cliente compra un producto o recibe un servicio y luego éste no llega a cumplir con sus expectativas, entonces quedará insatisfecho, difícilmente volverá a comprar, y muy probablemente hablará mal de en frente de los consumidores.

En la tabla 5.19 denominada “Precio Adecuado”, se observó que de los 384 clientes encuestados un 93% manifiesta que está de acuerdo con el precio que paga en las prendas de vestir, pero sin embargo un 7% manifiesta todo lo contrario respecto al precio de las prendas de vestir considerándolo como un precio no adecuado a la calidad de la prenda de vestir. Este resultado contrasta con el aporte de Escudero (2011) quien precisa que fijar el precio se debe tener en cuenta con los objetivos de rentabilidad, volumen y crecimiento de ventas, servicios al cliente y también debe servir como estrategia ante la competencia, por otro lado Aniorte (2013) los competidores presentan precios igualitarios al igual que en términos de calidad, se debe generar una diferenciación, así mismo para el autor Solórzano y Aceves (2013) señalan que en los principios de la atención al cliente, se distinguen que toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente, garantizándola por medio de cantidad, calidad, tiempo y precio, Blanco (2007) donde menciona que el precio es el elemento más discriminatorio cuando no tiene otro al que acudir, esto cuando el cliente no es capaz de pagar el precio designado porque la calidad del producto no justifica dicho precio, pero si la calidad lo justifica el cliente siente mayor libertad para aludirlo y considerar otros aspectos como la calidad del servicio, amabilidad, cercanía, etc.

En la tabla 5.20 denominada “Tiempo de demora”, de un total de 384 clientes encuestados un 90% manifestó que el tiempo de espera en atención oscila

entre 1-5 minutos, un 9% manifiesta que está en promedio de 6-10 minutos y un 1% entre 11-20 minutos. Por lo cual para el autor Arrue (2014) donde indica en su tesis que los clientes quieren que los atiendan rápido, por el canal que ellos elijan y que no tengan que repetir su consulta o reclamo en cada oportunidad de contacto, la continuidad de la atención permite la continuidad del negocio el cual la protege de los impactos y de las interrupciones que en el negocio se puedan presentar, mientras que Rosas (2014) indica que el nivel nacional las grandes empresas enfocan la calidad de servicio al cliente como algo primordial para el desarrollo y la expansión de estas, ya que en una de las más importantes tareas que comprenden el trabajo diario.

En la tabla 5.21 denominada “Ubicación MYPE”, un 86% de los clientes encuestados manifiesta que está de acuerdo con la ubicación de la MYPE, mientras un 14% no se encuentra de acuerdo con la ubicación de la MYPE, según el autor Harrington (1997) los clientes necesitan comodidad física: un lugar donde esperar, descansar hablar o hacer negocios, también necesitan comodidad psicológica, la seguridad de que les atenderá de una forma adecuada y la confianza en que sus necesidades serán satisfechas, este resultado contrasta con el autor Rubio (2016) quien concluye que la percepción de la calidad de atención en base a los factores demográficos es altamente significativa.

En la tabla 5.22 denominada “Compras Online”, de los resultados obtenidos de 384 clientes encuestados el 74% manifestó que le gustaría poder realizar compras online, sin embargo un 26% de los encuestados manifestó que no le gustaría poder realizar compras online. Por otro lado Gómez (2018) en su investigación titulada *“Caracterización de capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro librerías*

del centro de Piura, año 2018”, la cual concluyó que de 384 clientes encuestados el 91.1% indicaron que se debe implementar el servicio de compras por internet., además Ramos (2017) quien precisa que la atención al cliente es la pirámide fundamental, por tanto se incorpora la seguridad como una oferta de valor en los centros comerciales de zapaterías del mercado modelo central de Piura.

En la tabla 5.23 denominada “Instalación MYPE”, de los resultados obtenidos de 384 clientes encuestados un 88% considera que las instalaciones de la MYPE es el adecuado para el servicio que brinda, sin embargo un 12% considera lo contrario respecto a esta pregunta. Por lo cual Rubio (2016) quien concluye que la percepción de la calidad de atención en base a los factores demográficos es altamente significativa.

Por otro lado se tiene que Barquero y Rodríguez (2007) hablan de la atención como una oferta de valor hacia el cliente, mientras Covarrubias (2014) en su tesis sobre la *“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector textil - rubro confecciones del emporio comercial gamarra, la victoria, provincia de lima, departamento de Lima - periodo 2012-2013”* obtuvo los siguientes resultados: La mayoría invirtió en mantenimiento y/o modificación en el local y la minoría lo invirtió en capital, y una tercera parte no opina, además Reyes (2014) en su investigación titulada *“Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente en la asociación SHARE, sede Huehuetenango”* concluyó que la satisfacción de la calidad del servicio es aceptable en aspectos de: 79% de instalaciones.

En la tabla 5.24 denominada “Personal Suficiente”, se observó un 77% de 384 clientes encuestados, considera que las MYPE cuentan con personal suficiente para la atención a los clientes, mientras un 23% manifiesta que existe carencia de personal en estas MYPE. Por lo cual Paredes (2015) en su investigación sobre “*Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro confecciones de prendas de vestir del distrito de nuevo Chimbote, 2013*” concluye que la mayoría de los representantes legales encuestados de las MYPE sector servicios de confecciones de prendas en Nuevo Chimbote tienen más de 3 años en el mercado con 1-3 trabajadores porque tienen un segmento de mercado pequeño para poder cumplir con sus actividades y servicios solo necesitan a un mínimo personal, pudiendo cambiar en temporadas festivas y tienen como objetivo principal generar ingresos para sus familias ya que es la razón principal de su negocio, mientras que Subauste (2013) en su investigación titulada “*Clima Laboral en el área de atención al cliente en EMAPA Cañete-San Vicente de Cañete año 2013*” el cual concluyó que la existencia de un adecuado u óptimo clima organizacional repercutirá positivamente en el desempeño del trabajador y de la empresa en general, esta definición es contrastada por Soto (2012) en su tesis donde indica que como se está viviendo en los últimos tiempos con lo que es el reclutamiento del recurso humano de la empresa, no es un secreto que ya la mayoría de empresas no hacen la selección del personal por su capacidad y preparación más bien por cantidad.

En la tabla 5.25 denominada “Buena Atención”, se observó un 59% de un total de 384 clientes encuestados, considera los trabajadores si brindan una buena atención al cliente, mientras un 41% manifiesta que no se brinda una buena atención

a los clientes de las MYPE. Este resultado es similar a la opinión del autor Jiménez (2014) que concluye que la atención y la empatía de los empleados en su mayoría es buena y en cuanto a la amabilidad en su mayoría los clientes la consideran regular, por lo cual Balarezo (2015) determinó que el 84% sienten que su satisfacción está ligada a una buena atención personalizada por parte de las MYPE.

En la tabla 5.26 denominada “Saludo de Ingreso”, el 57% del total de 384 clientes encuestados manifestó que los colaboradores brindan el saludo correspondiente al ingresar a la MYPE, mientras que un 43% manifiesta que no reciben el saludo por parte de los colaboradores de las MYPE, sin embargo para Pérez (2007) quien precisa que el éxito competitivo de las empresas actuales va más allá de atraer y captar clientes para que adquieran sus productos y servicios, se centran también en lograr su satisfacción y fidelización para maximizar los beneficios económicos, estos resultados contrastan con Guerra (2015) quien afirmó que los puntos de venta directo de lácteos poseen baja calidad de atención al cliente, por otro lado Chamorro (2016) precisa que la amabilidad es considerada una clave de atención al cliente.

En la tabla 5.27 denominada “Recomendación MYPE”, se observó que de un total de 384 clientes encuestados un 42% recomendaría la MYPE por la calidad del producto, un 15% lo recomendaría por una buena atención por parte del personal y un 43% lo recomendaría por las variedades de prendas de vestir, por lo cual el autor Balarezo (2015) quien determinó que un 88% de los encuestados tienen la necesidad de que las empresas brinden una buena atención además de un buen producto que satisfaga sus necesidades y expectativas, por otro lado Vela (2014)

donde indica en su tesis que todo el análisis que gira en torno a la calidad y la satisfacción se basa en las percepciones del cliente acerca del servicio.

En la tabla 5.28 denominada “Productos de Temporada”, se observó que un 80% de 384 clientes encuestados considera que las MYPE compra productos de temporada, y un 20% considera que no compra productos de temporada, por lo cual el autor Gómez (2013) en su investigación titulada “*Modelo de servicio de atención al cliente con apoyo tecnológico año 2013*”, concluyó que los modelos de servicios al cliente tiene 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-empresa y esta pueda lograr fidelización con clientes por el servicio que presta, además Martínez (2011) en su investigación denominada “*Tratamiento de las situaciones en atención básica*” manifiesta que el cliente exige ser escuchado, comprendido y reconocido en todos los sectores del mercado, por lo que todas las empresas deben estar preparadas para satisfacer estas exigencias, conocer las opiniones de sus clientes y ser cada día más rentables, en cualquier empresa la productividad se mide en términos de satisfacción del cliente, por lo que su atención cobra una especial relevancia.

VI. CONCLUSIONES

Respecto a la importancia de la capacitación en las MYPE comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, se determinó que son muy importantes, por que ha permitido a los trabajadores, brindar una buena atención a los clientes, conocer el producto que venden, desempeñarse correctamente en sus funciones diarias, adquirir habilidades en su puesto de trabajo, adquirir conocimientos acerca de las ventas; la cual ha permitido la mejora de la productividad de la MYPE.

En cuanto a los beneficios de la capacitación en las MYPE comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, se conoció que los principales beneficios son: Mejora del conocimiento en el puesto, dominio de situaciones conflictivas, logro de metas empresariales e incremento de la productividad en la MYPE.

Respecto a la importancia de la atención al cliente en las MYPE comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, se determinó que el cliente es la fuente principal de ingreso de las MYPE, es por ello, que es necesario brindarle una excelente atención, ofreciéndoles productos de calidad y de precio accesible; además las MYPE, deben ofrecer un valor agregado para así poder lograr la fidelización del cliente y diferenciarnos de la competencia.

Respecto a los factores de calidad de atención al cliente en las MYPE comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, se determinó que son: la accesibilidad que tiene las MYPE respecto a su ubicación, la comunicación y amabilidad del trabajador hacia el cliente, el precio y calidad de las prendas de vestir.

La capacitación y atención al cliente es entendida como el incremento de habilidades y conocimientos para brindar un mejor servicio e incrementar las ventas. Es por eso que el objetivo principal de esta tesis fue, identificar las características de la capacitación y atención al cliente. En respuesta ante este objetivo, los resultados obtenidos nos muestran que las MYPE comercializadoras de productos textiles, si realizan capacitación a sus trabajadores, pero sin embargo solo se realizan al inicio del contrato, lo cual se recomienda monitorear consecutivamente a los empleados para que estos puedan ofrecer un mejor servicio de calidad a los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADANAQUÉ. (2013). *Capacitación y Rentabilidad en las MYPE Servicio - Rubro Hospedajes de Piura*. Piura. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034286>
- ARCHIVE. (2014). *Como manejar los reclamos y quejas*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/como-manejar-las-quejas-o-reclamos-del-cliente/>
- COVARRUBIAS. (2014). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector textil - rubro confecciones del emporio comercial gamarra, la victoria, provincia de lima, departamento de Lima - periodo 2012-2013*. Lima-Perú.
- GÓMEZ. (2013). *Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las MYPE, rubro restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013*. Piura-Chulucanas. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034143>
- GÓMEZ. (2013). *Modelo de Servicios de Atención al Cliente con Apoyo Tecnológico*. Chile.
- GUERRERO. (2015). *Programa de Capacitación en Inteligencia Emocional con Técnicas Cognitivo-conductuales para los Directivos de Educación*. Venezuela. Obtenido de <http://magfrhh.blogspot.com/2017/04/entrenamiento-y-desarrollo-de-personal.html>

- GUERRERO. (2017). *Caracterización de la capacitación y el compromiso laboral en las MYPE Rubro Hotelero, Canchaque-Piura, año 2017*. Canchaque-Piura. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043102>
- MARTÍNEZ. (2011). *Tratamiento de la atención al cliente*. Obtenido de https://www.certiaeditorial.com/mf1329_1-atencion-basica-al-cliente_p381919.htm
- MEDINA. (2014). *Financiamiento y Capacitación en las MYPE Servicios - Rubro Restaurantes de la Provincia de Piura*. Piura. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034211>
- MENDOZA. (2015). *La capacitación en las organizaciones*. Lima-Perú. Obtenido de <http://www.minsa.gob.pe/publicaciones/pubs/Gescap/0c.htm>
- MÉRIDA. (2013). *Diagnóstico de Necesidades de Capacitación del Personal de la Dirección de Área de Salud de la Cabecera Departamental de Huehietenango*. Universidad Rafael Landívar de Guatemala, Guatemala, Guatemala. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Merida-Miriam.pdf>
- MOREIRA. (2013). *Necesidades de Capacitación Profesional del Personal Administrativo*. Guayaquil Ecuador.
- OROSCO, O. Y. (2014). *La comunicación y el Servicio de Atención al Cliente en la Corporación Belcorp*. Piura.

- PALACIOS. (2014). *“Caracterización de Capacitación y Competitividad en las MYPE rubro ropa de bebés del mercado modelo de Piura, 2013”*. Obtenido de <https://docplayer.es/56015276-Universidad-catolica-los-angeles-chimbote-facultad-de-ciencias-contables-financieras-y-administrativas-escuela-profesional-de-administracion.html>
- PAREDES. (2015). *Caracterización del Financiamiento en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios-rubro confecciones de prendas de vestir*. Chimbote.
- PERDOMO. (2013). *La Calidad de Atención al cliente del Centro de Negocio Norte del Banco Casa Propia en Barquisimeto en Venezuela*. Venezuela.
- PÉREZ. (2014). *La calidad de Atención al Cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la Empresa Restaurante campestre SAC*. Chiclayo.
- PINEDO. (2011). *“Caracterización del financiamiento, la competitividad, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio-rubro renovadoras de calzado del distrito de Callería-provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010”*. Pucallpa-Perú. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000025209>
- PUESCAS. (2015). *Caracterización del Financiamiento y Capacitación en las MYPE del Sector Productivo, Rubro Confección de Polos*. Chimbote.
- RAMÍREZ. (2013). *Caracterización del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas sector comercio rubro mueblería del Distrito de Manantay*. Pucallpa.

- RAMOS. (2017). *Caracterización de la competitividad y atención al cliente de las MYPE Rubro Zapatería del Centro de Piura, Año 2017*. Piura-Perú.
- REYES. (2014). *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación SHARE, sede Huehuetenango*. Guatemala.
- REYES. (2014). *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente en la asociación SHARE, sede Huehuetenango*. Huehuetenango-Guatemala.
- ROMERO. (2013). *Caracterización de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro compra/venta de ropa para adultos de Huacho, año 2013*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/954/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_RENTABILIDAD_ACOSTA_FLORES_FILOMENA.pdf?sequence=4
- RUBIO. (2013). *Calidad en el Servicio de Atención al Cliente de las MYPE, Rubro Financiero del Distrito de Otuzco*. Trujillo. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035863>
- SANCHEZ. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención del cliente del hospedaje “El otro primavera” del distrito de Sullana Año 2017*. Sullana-Perú. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045987>
- SILVA. (2013). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las medianas y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía en el distrito de Catacaos provincia de Piura departamento de Piura 2011*. Piura-Perú.

SOSA. (2014). *Propuesta de un programa de capacitación y desarrollo para el docente del Instituto Tecnológico del Nororiente (ITECNOR)*. Universidad Rafael Landívar, Guatemala, Guatemala. Obtenido de <http://studylib.es/doc/7131384/propuesta-de-un-programa-de-capacitaci%C3%B3n-y-desarrollo-par>

SUBAUSTE. (2013). *Clima Laboral en el Área de Atención al cliente de EMAPA Cañete - San Vicente de Cañete*. Lima.

TRUJILLO. (2009). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector Industrial-rubro confecciones de ropa deportiva del distrito del Cercado de la provincia de Arequipa, periodo 2008- 2009*. Arequipa-Perú.

TRUJILLO. (2014). “*Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro venta minorista de productos textiles (bazar) del distrito de Huaraz, 2014*”. Huaraz-Perú. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1060/MYPE_S_CAPACITACION_%20CAMPOS_PIMENTEL_MICHELLY_SHIRLEY.pdf?sequence=1

VELA. (2014). *Influencia de la Calidad del Servicio al Cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas Tottus*. Piura.

VELASCO. (2014). *Capacitación de personal y servicio al cliente en las MYPE, Rubro Restaurantes-Chifa*. Piura. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035631>

ANEXOS



CUESTIONARIO A LOS TRABAJADORES



“CARACTERIZACIÓN DE CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE COMERCIALIZADORAS DE PRODUCTOS TEXTILES-CENTRO DE PIURA, 2018”

Estimado participante tenga Ud. mis más cordiales saludos, soy estudiante de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Piura, pertenezco a la Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativas, acudo a Ud. con el fin de recopilar información para una investigación sobre las características de la capacitación y atención al cliente de las MYPE comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, 2018”. Para ello Ud. Deberá marcar con aspa (x) la respuesta que considere pertinente. Este cuestionario es de carácter anónimo y se le agradecerá por su apoyo.

1. ¿Has recibido capacitación antes de ingresar a trabajar a la MYPE?
 SI
 NO
2. ¿Has recibido algún incentivo de acuerdo a tu desempeño?
 SI
 NO
3. ¿La capacitación ha incrementado su rendimiento laboral?
 SI
 NO
4. ¿Considera Usted que los recursos que posee la empresa son suficientes para realizar su trabajo?
 SI
 NO
5. ¿Considera Usted que brinda un servicio de calidad?
 SI
 NO
6. ¿Desempeñas con facilidad tus funciones?
 SI
 NO

7. ¿Se siente comprometido para el alcance de metas?
 SI
 NO
8. ¿Cumples con los objetivos de venta de la empresa?
 SI
 NO
9. ¿Considera Usted que la capacitación es una forma de educar al trabajador?
 SI
 NO
10. ¿Considera Usted que el ambiente de la MYPE es el adecuado para el servicio que brinda?
 SI
 NO
11. ¿Has tenido alguna queja por parte del cliente?
 SI
 NO
12. ¿Considera Usted que ha mejorado su actitud de vendedora?
 SI
 NO
13. ¿Tienes capacidad para responder ante situaciones agresivas?
 SI
 NO
14. ¿Te sientes identificado (a) con la empresa?
 SI
 NO
15. ¿Considera Usted que tu remuneración va de acuerdo a tu producción?
 SI
 NO



CUESTIONARIO A LOS CLIENTES



“CARACTERIZACIÓN DE CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE COMERCIALIZADORAS DE PRODUCTOS TEXTILES-CENTRO DE PIURA, 2018”

Estimado participante tenga Ud. mis más cordiales saludos, soy estudiante de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Piura, pertenezco a la Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativas, acudo a Ud. con el fin de recopilar información para una investigación sobre las características de la capacitación y atención al cliente de las MYPE comercializadoras de productos textiles-Centro de Piura, 2018”. Para ello Ud. Deberá marcar con aspa (x) la respuesta que considere pertinente. Este cuestionario es de carácter anónimo y se le agradecerá por su apoyo.

1. ¿Los productos que ofrece la MYPE, es diferente al de la competencia?

- SI
 NO

2. ¿El producto comprado satisface sus necesidades?

- SI
 NO

3. ¿Considera Usted que los productos son de calidad?

- SI
 NO

4. ¿Está de acuerdo con el precio que paga en las prendas de vestir?

- SI
 NO

5. ¿Cuánto tiempo demoran en atenderlo?

- 1-5 Minutos
 6-10 Minutos
 11-20 Minutos

6. ¿Está de acuerdo con la ubicación de la MYPE?

- SI
 NO

7. ¿Le gustaría poder realizar compras online?

- SI
 NO

8. ¿Considera Usted que las instalaciones de la MYPE es el adecuado para el servicio que brinda?

- SI
 NO

9. ¿Considera Usted que la cantidad de personal es suficiente para atención a los clientes?

- SI
 NO

10. ¿Considera Usted que los trabajadores brindan una buena atención?

- SI
 NO

11. ¿Recibe el saludo cuando ingresa a la empresa?

- SI
 NO

12. ¿Por qué recomendarías esta empresa a otras personas?

- Calidad del Producto
 Buena Atención del personal
 Variedad de prendas de vestir

13. ¿Consideras que compra productos de temporada?

- SI
 NO

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos Manuel Gimocchio Vega,
identificado con DNI 02867439, MAGÍSTER EN
ADM. Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS :

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: ENCUESTA, elaborado por MARÍA ALEXANDRA CUNYARACHE CHININÍO a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES COMERCIALIZADORAS DE PRODUCTOS TEXTILES-CENTRO DE PIURA, 2018", que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 24 de Junio 2018


Lic. Adm. Carlos M. Gimocchio Veg
CLAD. 0888

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con VARIABLE CAPACITACIÓN	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiéscente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. ¿Recibiste capacitación antes de ingresar a trabajar a la MYPE?	/			/		/	Si () No (/)
2. ¿Has recibido algún incentivo de acuerdo a tu desempeño?	/			/		/	Si () No (/)
3. ¿La capacitación ha incrementado su rendimiento laboral?	/			/		/	Si () No (/)
4. ¿Considera Usted que los recursos que posee la empresa son suficientes para realizar su trabajo?	/			/		/	Si () No (/)
5. ¿Considera Usted que brinda un servicio de calidad?	/			/		/	Si () No (/)
6. ¿Desempeñas con facilidad tus funciones?	/			/		/	Si () No (/)
7. ¿Se siente comprometido para el alcance de metas?	/			/		/	Si () No (/)
8. ¿Cumples con los objetivos de venta de la empresa?	/			/		/	Si () No (/)
9. ¿Considera Usted que la capacitación es una forma de educar al trabajador?	/			/		/	Si () No (/)
10. ¿Considera Usted que el ambiente de la MYPE es el adecuado para el servicio que brinda?	/			/		/	Si () No (/)


 Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Veg
 CLAD. 0888

11. ¿Has tenido alguna queja por parte del cliente?	/			/		/	Si () No (✓)
12. ¿Considera Usted que ha mejorado su actitud de vendedora?	/			/		/	Si () No (✓)
13. ¿Tienes capacidad para responder antes situaciones agresivas?	/			/		/	Si () No (✓)
14. ¿Te sientes identificado (a) con la empresa?	/			/		/	Si () No (✓)
15. ¿Considera Usted que tu remuneración va de acuerdo a tu producción?	/			/		/	Si () No (✓)


 Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Veg.
 CLAD. 0888

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. ¿Los productos que ofrece la MYPE, es diferente al de la competencia?	/			/		/	Si () No (/)
2. ¿El producto comprado satisface sus necesidades?	/			/		/	Si () No (/)
3. ¿Considera Usted que los productos son de calidad?	/			/		/	Si () No (/)
4. ¿Está de acuerdo con el precio que paga en las prendas de vestir?	/			/		/	Si () No (/)
5. ¿Cuánto tiempo demoran en atenderlo?	/			/		/	Si () No (/)
6. ¿Está de acuerdo con la ubicación de la MYPE?	/			/		/	Si () No (/)
7. ¿Le gustaría poder realizar compras online?	/			/		/	Si () No (/)
8. ¿Considera Usted que las instalaciones de la MYPE es el adecuado para el servicio que brinda?	/			/		/	Si () No (/)
9. ¿Considera Usted que la cantidad de personal es suficiente para la atención a los clientes?	/			/		/	Si () No (/)
10. ¿Considera Usted que los trabajadores brindan una buena atención?	/			/		/	Si () No (/)


 Lic. Adm. Carlos M. Ghocchio Ve.
 CLAD. 0888

11. ¿Recibe el saludo cuando ingresa a la empresa?	/			/		/	Si () No (/)
12. ¿Por qué recomendarías esta empresa a otras personas?	/			/		/	Si () No (/)
13. ¿Considera que compra productos de temporada?	/			/		/	Si () No (/)


 Lic. Adm. Carlos M. Cinocchio Ve.
 CLAD. 0998

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, IVAN GUZMAN CASTRO,
identificado con DNI 07227308, MAGÍSTER EN
DOCENCIA, CURRÍCULO E INVESTIGACION :

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: ENCUESTA, elaborado por CUNYARACHE CHIMININ MARIA ALEXANDRA, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES COMERCIALIZADORAS DE PRODUCTOS TEXTILES-CENTRO DE PIURA, 2018", que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 25 Julio 2018


Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
GLAD N° 5107

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con VARIABLE CAPACITACIÓN	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. ¿Recibiste capacitación antes de ingresar a trabajar a la MYPE?	X			X		X	Si () No (X)
2. ¿Has recibido algún incentivo de acuerdo a tu desempeño?	X			X		X	Si () No (X)
3. ¿La capacitación ha incrementado su rendimiento laboral?	X			X		X	Si () No (X)
4. ¿Considera Usted que los recursos que posee la empresa son suficientes para realizar su trabajo?	X			X		X	Si () No (X)
5. ¿Considera Usted que brinda un servicio de calidad?	X			X		X	Si () No (X)
6. ¿Desempeñas con facilidad tus funciones?	X			X		X	Si () No (X)
7. ¿Se siente comprometido para el alcance de metas?	X			X		X	Si () No (X)
8. ¿Cumples con los objetivos de venta de la empresa?	X			X		X	Si () No (X)
9. ¿Considera Usted que la capacitación es una forma de educar al trabajador?	X			X		X	Si () No (X)
10. ¿Considera Usted que el ambiente de la MYPE es el adecuado para el servicio que brinda?	X			X		X	Si () No (X)


Wg. IVAN GUZMAN CASTRO
CLAD N° 5107

11. ¿Has tenido alguna queja por parte del cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No(<input checked="" type="checkbox"/>)
12. ¿Considera Usted que ha mejorado su actitud de vendedora?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No(<input checked="" type="checkbox"/>)
13. ¿Tienes capacidad para responder antes situaciones agresivas?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No(<input checked="" type="checkbox"/>)
14. ¿Te sientes identificado (a) con la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No(<input checked="" type="checkbox"/>)
15. ¿Considera Usted que tu remuneración va de acuerdo a tu producción?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No(<input checked="" type="checkbox"/>)


 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. ¿Los productos que ofrece la MYPE, es diferente al de la competencia?	X			X		X	Si () No (X)
2. ¿El producto comprado satisface sus necesidades?	X			X		X	Si () No (X)
3. ¿Considera Usted que los productos son de calidad?	X			X		X	Si () No (X)
4. ¿Está de acuerdo con el precio que paga en las prendas de vestir?	X			X		X	Si () No (X)
5. ¿Cuánto tiempo demoran en atenderlo?	X			X		X	Si () No (X)
6. ¿Está de acuerdo con la ubicación de la MYPE?	X			X		X	Si () No (X)
7. ¿Le gustaría poder realizar compras online?	X			X		X	Si () No (X)
8. ¿Considera Usted que las instalaciones de la MYPE es el adecuado para el servicio que brinda?	X			X		X	Si () No (X)
9. ¿Considera Usted que la cantidad de personal es suficiente para la atención a los clientes?	X			X		X	Si () No (X)
10. ¿Considera Usted que los trabajadores brindan una buena atención?	X			X		X	Si () No (X)


 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

11. ¿Recibe el saludo cuando ingresa a la empresa?	X			X		X	Si () No (X)
12. ¿Por qué recomendarías esta empresa a otras personas?	X			X		X	Si () No (X)
13. ¿Considera que compra productos de temporada?	X			X		X	Si () No (X)


 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Edith Soranny Cruz Bautista,
identificado con DNI 02847742, MAGÍSTER EN
Dirección y Gestión Empresarial:

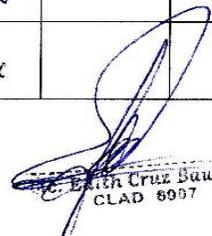
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: ENCUESTA, elaborado por María Alexandra Cunyarache Chinenin, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES COMERCIALIZADORAS DE PRODUCTOS TEXTILES-CENTRO DE PIURA, 2018", que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 27 Julio 2018


~~Edith Soranny Cruz Bautista~~
CLAD 6907

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con VARIABLE CAPACITACIÓN	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. ¿Recibiste capacitación antes de ingresar a trabajar a la MYPE?	X			X		X	Si () No (X)
2. ¿Has recibido algún incentivo de acuerdo a tu desempeño?	X			X		X	Si () No (X)
3. ¿La capacitación ha incrementado su rendimiento laboral?	X			X		X	Si () No (X)
4. ¿Considera Usted que los recursos que posee la empresa son suficientes para realizar su trabajo?	X			X		X	Si () No (X)
5. ¿Considera Usted que brindas un servicio de calidad?	X			X		X	Si () No (X)
6. ¿Desempeñas con facilidad tus funciones?	X			X		X	Si () No (X)
7. ¿Se siente comprometido para el alcance de metas?	X			X		X	Si () No (X)
8. ¿Cumples con los objetivos de venta de la empresa?	X			X		X	Si () No (X)
9. ¿Considera Usted que la capacitación es una forma de educar al trabajador?	X			X		X	Si () No (X)
10. ¿Considera Usted que el ambiente de la MYPE es el adecuado para el servicio que brinda?	X			X		X	Si () No (X)


 E. Cruz Santos
 CLAD 8097

11. ¿Has tenido alguna queja por parte del cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
12. ¿Considera Usted que ha mejorado su actitud de vendedora?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
13. ¿Tienes capacidad para responder antes situaciones agresivas?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
14. ¿Te sientes identificado (a) con la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
15. ¿Considera Usted que tu remuneración va de acuerdo a tu producción?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (<input checked="" type="checkbox"/>)


 Cruz Bautista
 CLAD 6097

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. ¿Los productos que ofrece la MYPE, es diferente al de la competencia?	X			X		X	Si () No (X)
2. ¿El producto comprado satisface sus necesidades?	X			X		X	Si () No (X)
3. ¿Considera Usted que los productos son de calidad?	X			X		X	Si () No (X)
4. ¿Está de acuerdo con el precio que paga en las prendas de vestir?	X			X		X	Si () No (X)
5. ¿Cuánto tiempo demoran en atenderlo?	X			X		X	Si () No (X)
6. ¿Está de acuerdo con la ubicación de la MYPE?	X			X		X	Si () No (X)
7. ¿Le gustaría poder realizar compras online?	X			X		X	Si () No (X)
8. ¿Considera Usted que las instalaciones de la MYPE es el adecuado para el servicio que brinda?	X			X		X	Si () No (X)
9. ¿Considera Usted que la cantidad de personal es suficiente para la atención a los clientes?	X			X		X	Si () No (X)
10. ¿Considera Usted que los trabajadores brindan una buena atención?	X			X		X	Si () No (X)


 Cruz Bautista
 CLAD 6007

11. ¿Recibe el saludo cuando ingresa a la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
12. ¿Por qué recomendarías esta empresa a otras personas?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
13. ¿Considera que compra productos de temporada?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si () No (<input checked="" type="checkbox"/>)


 Cruz Bautista
 CLAD 6007

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Variable	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnica	Instru mento
Caracterización de Capacitación y Atención Al Cliente en las MYPE Comercializadoras de Productos Textiles- Centro De Piura, 2018	¿Qué características tiene la capacitación y atención al cliente en las MYPE comercializadoras de productos textiles- Centro de Piura, 2018?	Objetivo General: Identificar las características de la Capacitación y Atención al cliente en las MYPE Comercializadoras de Productos Textiles- Centro de Piura, 2018.	-Según Fernández Sampieri (2012) las investigaciones de tipo descriptivo enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática	CAPACITACIÓN	IMPORTANCIA	DESEMPEÑO	ENCUESTA	CUESTIONARIO
		PRODUCTIVIDAD						
		HABILIDADES						
		MEJORA DE RESULTADOS						
		BENEFICIOS			CONOCIMIENTO			
					MEJOR IMAGEN			
		ATENCIÓN AL CLIENTE		IMPORTANCIA	ACTITUD			
					SATISFACCIÓN			
					COMPETENCIA			
				FACTORES	CALIDAD			
					PRECIO			
					ACCESIBILIDAD			
					COMUNICACIÓN			
					CAPACIDAD			
AMABILIDAD								
CREDIBILIDAD								

MATRIZ DE INSTRUMENTO

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Indicadores	Técnica/Instrumento	Nº de ítems	Ítems
¿Qué características tiene la capacitación y atención al cliente en las MYPE comercializadoras de productos textiles- Centro de Piura, 2018?	Identificar las características de la Capacitación y Atención al cliente en las MYPE Comercializadoras de Productos Textiles- Centro de Piura, 2018. -Determinar la importancia de la capacitación en las MYPE comercializadoras de productos textiles- Centro de Piura, 2018. -Conocer los beneficios de capacitación en las	Según Fernández Sampieri (2012) las investigaciones de tipo descriptivo enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características	CAPACITACIÓN	DESEMPEÑO	Encuesta	1	¿Recibiste capacitación antes de ingresar a trabajar a la MYPE?
				PRODUCTIVIDAD		2	¿Has recibido algún incentivo de acuerdo a tu desempeño?
						3	¿La capacitación ha incrementado su rendimiento laboral?
				HABILIDADES		4	¿Considera usted que los recursos que posee la empresa son suficientes para realizar su trabajo?
						5	¿Considera usted que brindas un servicio de calidad?
				MEJORA DE RESULTADO		6	¿Desempeñas con facilidad tus funciones?
						7	¿Se siente comprometido para el alcance de metas?
				CONOCIMIENTO		8	¿Cumples con los objetivos de venta de la empresa?
				MEJOR IMAGEN		9	¿Consideras que la capacitación es una forma de educar al trabajador?
						10	¿Consideras que el ambiente de la MYPE es el adecuado para el servicio que ofrece?

<p>MYPE comercializadoras de productos textiles- Centro de Piura, 2018.</p> <p>-Determinar la importancia de la atención al cliente en las MYPE comercializadoras de productos textiles- Centro de Piura, 2018.</p> <p>-Determinar los factores de calidad de atención al cliente en las MYPE comercializadoras de productos textiles- Centro de Piura, 2018.</p>	de la situación problemática		ACTITUD	Encuesta	11	¿Has tenido alguna queja por parte del cliente?		
			SATISFACCIÓN		12	¿Considera que ha mejorado su actitud de vendedora?		
					13	¿Tienes capacidad para responder antes situaciones agresivas?		
		ATENCIÓN AL CLIENTE	COMPETENCIA		Cuestionario	14	¿Te sientes identificado(a) con la empresa?	
			CALIDAD			15	¿Consideras que tu remuneración va de acuerdo a tu producción?	
			PRECIO	16		¿Los productos que ofrece la MYPE, es diferente al de la competencia?		
			ACCESIBILIDAD	17		¿El producto comprado satisface sus necesidades?		
			COMUNICACIÓN	18		¿Considera que los productos son de calidad?		
			CAPACIDAD	19		¿Está de acuerdo con el precio que paga en las prendas de vestir?		
				20		¿Cuánto tiempo demoran en atenderlo?		
				21		¿Está de acuerdo con la ubicación de la MYPE?		
							22	¿Le gustaría poder realizar compras online?
							23	¿Considera que las instalaciones de la MYPE es el adecuado?

						24	¿Considera que la cantidad de personal es suficiente para la atención a los clientes?
				AMABILIDAD	Encuesta	25	¿Consideran que los trabajadores brindan una buena atención?
						26	¿Recibe el saludo cuando ingresa a la empresa?
				CREDIBILIDAD	Cuestionario	27	¿Porque recomendarías esta empresa a otras personas?
						28	¿Considera que compra productos de temporada?

TURNITIN

Turnitin Erp University

https://turnitin.com/t_inbox.asp?aid=70789338&lang=es&session-id=d546ff869d92a55b6d6eeaed34644eb6

Entregar archivo Informe de calificación en línea | Editar la configuración del ejercicio | Correo electrónico sin remitentes

<input type="checkbox"/>	AUTOR	TÍTULO	SIMILITUD	NOTA	RESPUESTA	ARCHIVO	Nº DEL TRABAJO	FECHA
<input type="checkbox"/>	Cunyarache Chinin ...	CUNYARACHE CHINININ	0%		•		987773639	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Paz Temoche Paz Temo...	PAZ TEMOCHE	0%		•		987787902	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Saavedra Mendoza Saa...	SAAVEDRA MENDOZA	0%		•		987765588	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Ayosa Chumacero Ayos...	AYOSA CHUMACERO	4%		•		987782865	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Mendoza Avila Mendoz...	MENDOZA AVILA	6%		•		987782319	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Jaramillo Valle Jara...	JARAMILLO VALLE	7%		•		987775534	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Castro De Mújica Cas...	CASTRO DE MÚJICA	9%		•		987998059	06-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Medina Chunga Medina...	MEDINA CHUNGA	13%		•		987777570	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Montalban Ramos Mont...	MONTALBAN RAMOS	13%		•		987776544	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Minga Inga Minga Ing...	MINGA INGA	14%		•		987772891	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Gonzales Carrión Gon...	GONZALES CARRIÓN	15%		•		987766264	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Valdiviezo Robledo V...	VALDIVIEZO ROBLEDO	17%		•		987765155	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Crisanto Yacila Cris...	CRISANTO YACILA	19%		•		987769509	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Valverde Juarez Valv...	Valverde Juarez	24%		•		987998262	06-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Delgado Nanquen Delg...	DELGADO NANQUEN	27%		•		987765955	05-ago.-2018
<input type="checkbox"/>	Campos Huaman4 Campo...	CAMPOS HUAMAN4	30%		•		990311796	15-ago.-2018

Windows Taskbar: 22:08 15/08/2018

CONSTANCIA NO ADEUDO PROVISIONAL

USER: 45757402

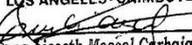
Nro: 082018-00006883
Fecha: 13-08-2018 10:05

CONSTANCIA DE NO ADEUDO PROVISIONAL

El Área de Cobranzas hace Constar que el alumno(a) CUNYARACHE CHINININ MARIA ALEXANDRA, con código de matrícula 0811130023, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no tiene deuda pendiente a la fecha.

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

PIURA, 13 DE AGOSTO DEL 2018.

 UNIVERSIDAD CATOLICA
LOS ANGELES - CHIMBOYE

Giuliana Lisseth Moscol Carbajal
UNIDAD DE CAJA PIURA

 UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES - CHIMBOYE

Sra. Ana Silvia Chuyes
ESPECIALISTA SUR

V°B° CAJA

V°B° BIBLIOTECA (*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA (*)

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

CODIFICACIONES

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES

1. ¿Recibiste capacitación antes de ingresar a trabajar a la MYPE?
SI (1)
NO (2)
2. ¿Has recibido algún incentivo de acuerdo a tu desempeño?
SI (1)
NO (2)
3. ¿La capacitación ha incrementado su rendimiento laboral?
SI (1)
NO (2)
4. ¿Considera Usted que los recursos que posee la empresa son suficientes para realizar su trabajo?
SI (1)
NO (2)
5. ¿Considera Usted que brindas un servicio de calidad?
SI (1)
NO (2)
6. ¿Desempeñas con facilidad tus funciones?
SI (1)
NO (2)
7. ¿Se siente comprometido para el alcance de metas?
SI (1)
NO (2)
8. ¿Cumples con los objetivos de venta de la empresa?
SI (1)
NO (2)
9. ¿Considera Usted que la capacitación es una forma de educar al trabajador?
SI (1)
NO (2)
10. ¿Considera Usted que el ambiente de la MYPE es el adecuado para el servicio que brinda?
SI (1)
NO (2)

11. ¿Has tenido alguna queja por parte del cliente?

SI (1)

NO (2)

12. ¿Considera Usted que ha mejorado su actitud de vendedora?

SI (1)

NO (2)

13. ¿Tienes capacidad para responder ante situaciones agresivas?

SI (1)

NO (2)

14. ¿Te sientes identificado (a) con la empresa?

SI (1)

NO (2)

15. ¿Considera Usted que tu remuneración va de acuerdo a tu producción?

SI (1)

NO (2)

LIBRO DE CÓDIGOS

Variable: Capacitación

PREGUNTA	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11		12		13		14		15		
ENCUESTA	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	1		1		1			2		2	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		
2	1		1		1		1			2	1		1		1		1			2		2	1		1		1		1		
3	1		1		1		1		1		1		1		1		1			2	1		1		1		1		1		
4	1		1			2		2	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		
5	1		1		1		1		1		1		1		1		1			2		2	1		1		1		1		
6	1			2	1		1		1		1		1		1		1		1			2	1		1		1		1		
7	1		1		1		1		1		1		1		1		1			2	1		1		1		1		1		
8	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1			2	1		1		1		1		
9		2		2	1		1		1		1		1		1		1			2	1		1		1		1		1		
10	1		1		1			2	1		1		1		1		1		1			2	1		1		1		1		
11	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		
12	1			2	1		1		1		1		1		1		1				2	1		1		1		1		1	
13	1		1		1			2	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		
14	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1			1		1		1		1		2	
15	1		1		1		1		1		1		1		1		1			2	1		1		1		1		1		
16	1			2	1			2	1		1		1		1		1		1			2	1		1		1		1		
17	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		
18	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1			2	1		1		1		1	2	
19	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		
20	1		1		1			2	1		1		1		1		1		1			2	1		1		1		1		
21	1		1		1		1		1		1		1			2	1			2	1		1		1		1		1		
22	1			2	1		1		1		1		1		1		1		1			2	1		1		1		1		
23	1			2	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	2	
24	1		1		1		1		1		1		1		1		1			2		2	1		1		1		1		
25	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		
26	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		
27	1		1		1		1		1		1		1		1		1			2	1		1		1		1		1	2	
28	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		
29	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		
30	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	2	
31	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	2	
32	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	2	
33	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		2	1		1	
f1	32	1	28	5	31	2	27	6	31	2	33	0	33	0	32	1	33	0	23	10	21	12	33	0	32	1	33	0	26	7	
TOTAL	33		33		33		33		33		33		33		33		33		33		33		33		33		33		33		
%	97%	3%	85%	15%	94%	6%	82%	18%	94%	6%	100%	0%	100%	0%	97%	3%	100%	0%	70%	30%	64%	36%	100%	0%	97%	3%	100%	0%	79%	21%	
TOTAL	100%		100%		100%		100%		100%		100%		100%		100%		100%		100%		100%		100%		100%		100%		100%		

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS CLIENTES

1. ¿Los productos que ofrece la MYPE, es diferente al de la competencia?
SI (1)
NO (2)
2. ¿El producto comprado satisface sus necesidades?
SI (1)
NO (2)
3. ¿Considera Usted que los productos son de calidad?
SI (1)
NO (2)
4. ¿Está de acuerdo con el precio que paga en las prendas de vestir?
SI (1)
NO (2)
5. ¿Cuánto tiempo tardan en atenderlo?
1-5 minutos (1)
6-10 minutos (2)
11-20 minutos (3)
6. ¿Está de acuerdo con la ubicación de la MYPE?
SI (1)
NO (2)
7. ¿Le gustaría poder realizar compras online?
SI (1)
NO (2)
8. ¿Considera Usted que las instalaciones de la MYPE es el adecuado para el servicio que brinda?
SI (1)
NO (2)
9. ¿Considera Usted que la cantidad de personal es suficiente para la atención a los clientes?
SI (1)
NO (2)

10. ¿Considera Usted que los trabajadores brindan una buena atención?

SI (1)

NO (2)

11. ¿Recibe el saludo cuando ingresa a la empresa?

SI (1)

NO (2)

12. ¿Por qué recomendarías esta empresa a otras personas?

SI (1)

NO (2)

13. ¿Consideras que compra productos de temporada?

SI (1)

NO (2)

LIBRO DE CÓDIGOS

Variable: Atención al Cliente

PREGUNTA	1		2		3		4		5			6		7		8		9		10		11		12			13	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	1-5 Min	6-10 Min	11-20 Min	SI	NO	Calidad Producto	Buena Atención	Variedad Prendas	SI	NO										
1	1		1			2	1		1			1		1		1		1		1		2	1				1	
2	1		1		1		1		1			1			2	1		1			2	1				3	1	
3	1		1			2	1		1			1			2	1		1		1		1			2		1	
4	1			2	1		1		1			1		1	2	1				2		2				3		2
5	1			2	1		1		1			1		1			2	1		1						3	1	
6	1		1		1		1		1				2	1			2	1			2	1				3	1	
7	1		1		1		1		1		3	1			2	1			2	1			2	1				2
8	1			2	1			2	1			1		1		1		1			2	1		1			1	
9	1		1		1		1		1			1			2	1		1			2		2		2		1	
10	1		1			2		2	1			1		1				2	1			2				3	1	
11	1			2	1		1		1			1		1		1		1		1			2	1				2
12	1		1		1			2	1				2	1		1	2	1		1		1				3	1	
13	1		1		1		1		1			1		1		1		1			2		2	1			1	
14	1			2	1		1		1			1			2	1		1		1		1				3	1	
15	1		1		1			2	1			1		1		1		1			2		2	1				2
16	1			2		2	1		1			1		1			2	1		1			2		2		1	
17	1		1		1		1		1				2	1		1			2	1		1		1			1	

18	1		1		1		1		1		1		1		1		2		2		3		2	
19	1		1		1		1		1		1		1		1		1				3	1		
20	1		1		1		1		1		1		1			2		2			3	1		
21	1		1		1		1			2	1		1		1		2	1			3	1		
22	1		1		1		1		1		1			2	1		1		1	2		3		2
23	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1			1		
24	1		1		1			2	1		1		1		1				2			3	1	
25	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1			2
26	1		1		1			2	1		1		1			2	1		1		1		1	
27	1		1		1		1		1		1		1			2		2				3	1	
28	1		1		1			2	1		1			2	1			2	1		1			2
29	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1			1
30	1		1		1		1		1		1			2	1			2		2	1			2
31	1		1		1		1		1		1		1		1		1				2		1	
32	1		1		1			2	1		1			2	1		1		1		1		1	2
33	1		1		1		1		1		1			2	1			2		2	1			1
34	1		1			2	1		1		1		1			2	1		1		1			2
35	1		1		1		1		1		1		1			2		2	1		1			2
36	1		1		1		1		1			2	1			2		2		2	1			2
37	1		1		1		1		1		1		1			2	1			1				2
38	1		1		1		1		1			2	1		1		1		1		1			1
39	1		1		1		1		1			2	1		1		1			2	1			1
40	1		1		1		1		1			2	1		1			2	1		1			1
41	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1			1
42	1		1		1		1		1		1		1		1				2			3		2
43	1		1		1				1		1		1		1		2	1		1			1	

44	1		1		1		1		2		1		1		2	1		1		2	1		1	
45	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	
46	1		1		1		1		1		1		1		2		2		3		2			
47	1		1		1		1		1		2	1		2	1		2	1		1		1		
48	1		2	1		1		1		1		1		1		2		2	1		1		1	
49	1		1		1		1		2		1		2	1		1		2		3	1			
50	1		1		2	1		3	1		2	1		2	1		1		1		2		1	
51	1		1		2	1		1		1		2	1		1		2	1		1		1		
52	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	
53	1		1		1		1		1		1		1		2		2	1		3		2		
54	1		1		1		1		2	1		1		1		1		1		1		2		
55	1		1		1		1		1		2	1		2		2	1		2		1		1	
56	1		1		1		1		1		2	1		1		2	1		1		2		1	
57	1		1		1		1		1		1		1		2	1		1		1		1		
58	1		1		1		2		2		1		1		2		2	1		3	1			
59	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	
60	1		1		1		1		1		1		1		2	1		1		1		1		
61	1		1		1		1		1		1		1		2	1		2	1		3	1		
62	1		1		1		1		1		1		1		1		2		3		2		1	
63	1		1		1		2		1		2	1		2	1		1		3	1				
64	1		1		1		1		1		1		1		2	1		3	1					
65	1		1		1		1		1		1		1		1		2		3		2		1	
66	1		1		1		1		1		1		1		2	1		1		3	1			
67	1		2	1		1		1		1		1		1		2		3		2		1		
68	1		1		2	1		2		2	1		1		1		1		3	1				
69	1		1		1		1		1		1		1		2	1		3	1					

70	1		1		1		1		1		1		1		1		2			3		2	
71	1		1		1		1		1		1		1			2	1			3	1		
72	1		1		1		1		1		1		1			2	1		2		1		
73	1		1		1			2		1		1		1			2		2	1		2	
74	1		1		1		1			1			2		1		1			3	1		
75	1		1		1		1			1		1		1			1		1			2	
76		2	1			2	1			2		1		1			2	1			1		
77		2	1		1		1			1		1		1			1			2	1	1	
78	1		1		1		1			1		1		1			1		2		3	2	
79	1		1		1		1			1		1		1			1		1			1	
80	1		1		1			2	2	1		1		1			1		2		3	1	
81	1		1		1		1			1		1		1			1		1			2	
82		2	1		1		1			1		1		1			1		2		3	1	
83	1		1		1		1			1		1		1			2	1		1		1	
84	1		1		1			2	1		1		1			2	1		1		2	3	2
85		2	1			2	1			1			2		1		1		1		1	1	
86	1		1		1		1			1		1		1			2		2	1		2	
87	1		1		1		1			1		1		1			1				3	2	
88		2	1			2	1			1		1		1			1		2	1		1	
89	1		1		1		1			1		1		1			2	1		1		2	
90		2		2	1		1			1		1		1			1		2		3	1	
91	1		1		1		1			1		1		1			2	1			3	2	
92	1		1		1			2		1			2		1		1			2		3	1
93		2	1		1		1				2		1		1			1		2		3	1
94	1		1		1		1			1		1			2	1		1		2		3	2
95	1		1		1		1			1		1			2	1		1		2		3	1

96		2	1		1		1		1			2		2	1			2	1			3		2	
97		2	1		1		1		1			2	1		1		1			2			1		
98		2	1		1		1		1			2	1		1		1		1					2	
99		2	1		1		1		1			2	1		1			2		2			3		2
100	1		1			2	1		1			2	1		1			2	1		1			1	
101	1		1		1		1		1		1		1		1			2		2	1			1	
102		2	1		1		1		1		1		1		1			2	1				3	1	
103	1		1			2	1		1		1		1		1			2		2			3	1	
104		2	1		1			2	1		1		1		1		1		1		1				2
105	1		1		1		1		1		1		1			2	1			2			3	1	
106	1		1		1				2	1		1		1		1		1			2				2
107	1		1		1		1				2	1		1		1			2	1				1	
108	1		1			2	1		1		1			2	1		1		1				3	1	
109	1		1		1		1		1		1		1		1			2	1						2
110	1			2	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1
111	1		1			2	1		1		1		1		1		1		1				3		2
112	1		1		1		1		1		1		1		1			2		2	1			1	
113	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1				3		2
114	1		1			2	1		1		1		1		1			2	1				1		
115	1		1		1		1		1		1		1		1			2	1						2
116	1		1		1		1		1			2	1		1			2	1		1		3		2
117	1		1		1		1		1			2	1		1		1			2	1		3	1	
118	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1			2			2
119	1		1		1		1		1		1		1			2		2		2	1			1	
120	1		1		1		1		1		1		1		1			2	1		1				2
121	1		1			2	1		1		1		1		1			2		2			3	1	

122	1		1		1		2	1		1		1		1		1		2	1		1			2
123	1		1		1		1		1		1		1		1		2		2	1			1	
124	1		1		1		1		1		2	1		1		1		1			2			2
125	1			2	1		1		1		2	1		1		1			2			3	1	
126	1		1		1		1			2		2	1		1		1			2		2		2
127	1		1		1		1		1		2	1		1			2	1				3	1	
128	1		1		1		1		1		2	1		1		1		1		1			1	
129	1		1		1		1		1		2	1		1			2		2			3	1	
130	1		1		1		1		1		2		2	1		1		1		1			1	
131	1		1		1		1		1		1		1		1		2	1				3	1	
132	1		1		1		1			2	1		1			2	1			2	1		1	
133	1		1			2	1		1		1		1		1		2		2			3	1	
134	1		1		1		1		1		1		1		1		1			2	1			2
135	1		1		1		1		1		1		1		1		2	1				3	1	
136	1		1		1		1		1		1		1		1		1			2	1		1	
137	1		1		1		1		1		1		1		1		2	1				3	1	
138	1		1			2		2	1		1		1		1		1			2	1			2
139	1		1		1			2	1		1		2	1		1		2	1			3	1	
140	1		2		1			2	1		1		1		1		1			2	1			2
141	1				1		1		1		1		1		1		2	1			2		1	
142	1		1		1			2	1			2	1		1		1			2	1			2
143	1		1			2	1		1		1		2		2	1		2	1		1		1	
144	1		1		1		1		1		1		1			2	1			2			3	2
145	1		1		1		1			2	1			2	1		2	1		1			1	
146	1		1		1		1		1			2		2	1		1		1			3	1	
148	1		1		1		1		1		1		1		1		1			2	1			2

149	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1				
150	1		1		1		1		1		2		1		1		1		2		3		1		
151	1		1			2		1		1		1		1		1		1		1			2		
152	1		1		1		1			2		1		1		1		2		2		1			
153	1		1		1			2		1		1		1		1		2		2		3		1	
154	1		1		1		1		1		1		1			2		1		1			2		
155	1			2		1		1		1		1		1		1		2				3		1	
156	1		1		1		1		1		1		1		1		2		1			3		1	
157	1		1			2		1		1			2		1		1		2			3		1	
158	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		
159	1		1		1		1			2		1		1		2		2		2		1		2	
160	1		1			2		1		1		1		1		1		1		1		1		1	
161	1		1		1		1		1		1		1		1		1		2			3		2	
162	1		1		1		1		1		1		1			2		1		1		1		1	
163	1		1		1		1		1		1		1		1			2		1		1		1	
164	1		1		1		1		1		1			2		1		1		2		2		2	
165	1		1		1		1		1		1		1		1		1					3		1	
166	1		1		1		1		1		1		1		1		2		1		1		1		
167	1		1		1			2		1			2		1		2		1		2		1		2
168	1			2		1		1		1		1		1			2		1			3		1	
169	1		1		1		1		1		1		1		2		2		2		2		1		
170	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		
171	1		1			2		2		1		1		1		1		2		2			3		2
172	1		1			2		1		1		1		1		2		2		1		1		1	
173	1		1			2		1			2		1		1			2		2		2		1	
174	1		1		1		1			2		2		2		2		1		1			3		1

175	1		1		1		1			2	1		1		1			2	1			1			
176	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1			1			
177	1		1		1		1		1		1		1		1			2			3		2		
178	1		1		1		1		1		1		1		1		1			2		1			
179	1		1		1		1		1		1		1			2		2			3	1			
180		2	1		1		1	2		1		1		1		1		1		1		1			
181	1		1		1		1			2	1		1		1		2	1			3	1			
182	1			2	1		1		1		1			2		2	1			2	1		2		
183	1			2		2	1		1		1		1			2	1			2		3	1		
184	1		1		1		1		1		1		1		1		2		2	1		1			
185	1		1		1			2	1		1			2	1			2	1		2		3	1	
186	1		1			2	1		1			2	1		1		1		1		1		1		
187	1		1		1		1		1		1		1		1			2	1			3	1		
188	1			2	1		1		1		1		1		1		1			2		1			
189	1		1		1		1		1		1		1		1		1				3	1			
190	1		1			2	1		1		1		1		1			2		2		2	1		
191	1		1		1		1			2	1		1		1		1			2		1			
192	1		1		1		1		1		1		1		1			2	1		1		1		
193	1		1			2	1		1		1		1		1			2			3	1			
194	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1			1			
195	1		1		1		1		1		1		1			2		2		2	1		1		
196	1		1		1		1		1			2	1		1		1			2	1		1		
197	1		1		1			2	1		1			2	1		1			2			3	1	
198	1		1			2	1		1		2	1		1			2		2		2		3	1	
199	1		1		1		1		1		1		1			2	1			2		3	1		
200	1		1		1		1		1		1		1			2		2	1		1		1		

201	1			2		2	1		1			1		1				2	1		1			1	
202	1		1		1		1		1		1		1		1			1			2			1	
203	1		1		1		1		1			2	1		1			2	1		1			1	
204	1		1		1		1			2		1		1		1			2			3	1		
205	1		1			2	1		1			1		1			2	1		1					2
206		2	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1			1	
207	1		1			2	1		1		1		1			2		2	1		1			1	
208	1		1		1		1		1		1		1		1			2		2			3	1	
209	1		1		1		1		1		1			2	1		1		1			2		1	
210	1		1		1		1				2	1		1			2		2	1			2		1
211	1		1		1		1				2	1		1		1		1		1			3	1	
212	1		1			2	1		1		1		1		1			2	1		1			1	
213	1		1		1		1				2	1		1		1		1		1			3	1	
214	1		1		1		1		1			2	1		1		1		1			3	1		
215	1		1		1		1		1		1		1		1			2	1		1			1	
216	1		1			2	1		1		1		1		1		1			2	1			1	
217	1			2	1		1		1		1		1		1			2	1		1				2
218	1		1		1		1		1		1		1		1		2	1		1			3	1	
219	1		1			2	1		1		1		1			2		2		2		2		3	1
220	1		1		1		1		1		1		1			2	1		1		1			1	
221	1		1		1		1		1			2	1			2		2	1		1			1	
222	1		1		1		1		1		1		1			2	1		1			2		1	
223	1		1		1		1		1		1		1		1		1			2	1			1	
224	1		1		1		1		1		1		1		1			2	1				3	1	
225	1		1		1		1		1		1		1		1		1			2			3	1	
226	1		1		1			2			2	1			2	1			2	1			2		2

227	1		1		1		1		1		1			2	1		1			2	1			1			
228	1		1		1		1		1		1			2	1			2	1					3	1		
229	1		1		1		1		1		1			2	1		1			2		2		1			
230	1			2	1		1		1		1		1			2		2	1					3	1		
231	1		1			2	1		1		1		1			2	1		1		1				1		
232	1		1		1		1				2	1		1			2		2		2		2		1		
233	1		1			2	1		1		1		1		1			2	1					3	1		
234		2	1		1		1		1			2	1			2		2		2	1				1		
235	1		1		1		1		1		1		1		1			2	1			2			1		
236	1		1			2	1		1		1		1		1				2	1						2	
237	1		1		1		1		1		1		1		1				2				3	1			
238	1		1		1		1		1		1		1			2		2		2		2			1		
239	1		1		1			2	1			2	1		1			2	1			2			3	1	2
240	1			2	1		1		1		1		1		1			2		2		2			1		
241	1		1		1		1		1			2	1		1		1		1	1				3	1		
242	1		1		1		1		1			2		2	1			2		2		2				2	
243	1		1		1		1		1			2	1		1		1		1		1				1		
244	1		1			2	1		1			2	1		1			2		2				3	1		
245	1		1		1		1				2	1		1		1			2	1					1		
246	1		1		1		1			2	1		1		1		1			2		2				2	
247	1		1		1		1		1		1		1		1			2	1		1				1		
248	1		1			2	1			2			2	1		1			2	1			2			3	1
249	1		1		1		1		1			2	1		1			2	1			2			2	1	
250	1		1		1		1		1		1		1		1				2	1					1		
251	1		1		1		1				1			2	1		1			2		2		2			2
252	1		1		1		1		1			2		2	1	2	1			1		1				1	

253	1		1		1		1		1			2	1		1		2		2		2		1				
254	1		1		1		1		1			2	1			2	1		1		1			1			
255		2	1		1		1		1		1		1		1		1		1					2			
256	1		1	2	1		1		1			2	1		1			2	1		1			1			
257	1		1		1		1		1		1				2	1		1			2			1			
258	1		1		1		1		1		1				2		2		2				3		2		
259	1		1		1			2	1			1			2	1		1		1		1		1			
260	1		1		1		1				2	1			1			2		2	1		2		1		
261	1		1			2	1		1		1		1		1				2	1					2		
262	1		1			2	1		1			2	1			2		2	2	1				3	1		
263	1		1		1		1		1		1		1		1			2	1		1			1		1	
264	1		1		1		1		1			2	1			2	1			2		2				2	
265	1		1		1		1		1		1		1			2		2	1					3	1		
266	1		1			2	1		1		1		1			2		2		2	1				1		
267	1		1		1		1		1		1		1		1			1			2				1		
268	1			2	1		1		1		1	2	1			2	1			2				3	1		
269	1		1			2	1		1		1		1	2	1			2		2	1				3	1	
270	1		1		1		1		1		1		1		1				2		2				1		1
271			1			2	1		1		1		1		1		1							3			2
272		2	1		1		1		1		1		1			2		2		2		2			1		
273	1		1			2		2	1		1			2	1			2	1		1		1			1	
274	1		1		1		1				2		2		2	1		1			2	1					2
275	1		1		1		1				2		2	1		1			2	1					3	1	
276	1		1			2	1		1			2	1		1		1			2	1					1	
277	1		1		1		1		1	2		1		1		1		1			1			2		1	
278	1		1		1		1		1		1		1			2		2		2	1					1	

279	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		3	1	
280	1		1		2	1		1		1		1		1		2		2	1			1	
281	1		2		2	1		1		2	1		2	1		1		1		1		1	
282	1		1		1		1		1		1		1		2		2				3	1	
283	1		1		1		1		2	1		1		1		1		1		1		1	
284	1		1		1		1		1		1		1		2		2				3	1	
285	1		1		1		1		1		1		2		2		2	1			3	1	
286	1		1		1		1		1		1		2		2		2		2		3	1	
287	1		1		2	1		1		1		1		1		2		2			3	1	
288	1		1		1		1		1		1		2		2	1		1			1		1
289	1		1		1		1		1		2	1		1		1		2		2		1	
290		2	1		2		2	1		1		1		1		1		1		1		1	
291	1		1		1		1		1		2	1		1		2		2			3	1	
292	1		1		1		1		1		1		1		1		2	1			1		1
293	1		1		2	1		1		1		1		1		2		2			3	1	
294	1		2		2	1		1		2	1		1		1		1				3	1	
295	1		1		2	1		1		1		1		1		2	1	2			3	1	
296	1		1		2	1		1		1		1		1		1		1			3	1	
297	1		1		1		1		1		2	1		2		2		2		2		1	
298	1		1		1		1		1		1		1		1		2	1			1		1
299	1		1		1		1		1		1		1		2		2				3	1	
300	1		1		1		1		1		1		1		1		2				3	1	
301	1		1		2	1		2		1		1		1		2	1				3	1	
302	1		1		1		1		1		2		2	1		2	1		1			1	
303	1		1		1		1		1		1		1		2	1					3	1	
304	1		1		1		1		1		1		1		2		2				3	1	

305	1		1		1		1		1		1		1		1		1		2		1					
306	1		1		1		1		1		1		1		1			2	1			1				
307	1		1		1		1		1		2		2	1		1			2			1				
308	1		1		1		1		1		1		1			2	1			2			1			
309	1		1			2	1		1		1		2	1		1			2		2			1		
310		2	1		1		1			2		2	1			2	1		1		1			1		
311	1			2	1		1		1			2		2		2		2	1				3	1		
312	1		1		1		1		1		1		1			2	1			2			3	1		
313	1		1			2	1		1		1		1		1		1					3	1			
314	1		1		1		1		1		1		1			2	1		1				3	1		
315	1		1		1		1		1			2	1		1			2		2			3	1		
316	1		1			2	1		1			2	1		1		1		1		1			1		
317	1		1		1		1		1			2	1		1		1				2			1		
318	1		1			2	1		1		1		1		1			2		2		2		1		
319	1		1		1		1			2		1		1		1		1		1		1			1	
320	1		1		1		1		1			2	1			2	1						3	1		
321	1		1			2	1		1			2	1		1		1			2			3	1		
322	1		1		1		1		1			2	1			2	1		1			2		1		
323	1			2	1		1		1		1		1			2		2	1				3	1		
324	1		1		1		1		1		1		1			2	1			2		2		1		
325	1		1		1		1		1			2		2	1		1		1			2		1		
326		2	1		1		1		1			2	1		1			2		2	1			1		
327	1		1			2	1		1		1		1			2	1		1				3	1		
328	1		1			2	1		1		1		2	1		1		1			2	1			1	
329	1		1			2	1		1		1		1		1			2	1		1			1		
330	1		1		1		1		1		1			2	1		1			2			3	1		

331	1		1		1		1		1		2		2	1		1		2	1			3	1	
332	1		1		1		1		1			2	1		1		1		1			3	1	
333	1		1		1		1				2		2	1		1		2		2		3	1	
334	1			2		2	1			2		1		1			2	1		1		1		1
335	1		1		1		1		1		1		1		2	1		2	1		1		1	
336	1		1			2	1		1		1			2	1		1			2		3	1	
337	1			2	1		1		1		1		1			2		2	1			3	1	
338	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1			3	1	
339	1		1			2	1		1		1		1		1		1			2		3	1	
340		2		2		2	1		1			2	1		1		1		2	1		3	1	
341	1		1		1			2	1		1		1		1		1			2		3	1	
342	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	
343	1		1		1		1		1		1		1		1			2		2		3	1	
344	1		1			2	1		1		1		1		1		1		1		1		1	
345	1		1			2	1		1		1			2	1		1		1			3	1	
346	1		1		1		1		1			2	1		1			2		2	1		1	
347	1		1		1		1		1			2	1		1		1		1			3	1	
348	1		1		1		1		1		1		1		1			2	1		1		1	
349	1		1		1		1				2		2	1			2	1			2		3	1
350	1			2		2	1			2		2	1		2	1		2	1		1		1	
351	1		1		1		1				2	1		1		1			2			3	1	
352	1		1			2	1		1			2	1		1		1		1		1		1	
353	1		1			2	1		1		1		1		1			2		2		3	1	
354	1		1			2	1		1		1		1		2	1		2		2		3	1	
355		2	1		1		1		1		1			2	1		1		2		2		3	1
356	1		1			2	1		1		1		1		1		1			2	1		1	

357	1		1		1		1		1			2	1			2	1			2			3	1			
358	1		1		1		1		1		1		1			2	1		1		1			1			
359	1		1		1		1			2		2	1			2		2	1				3	1			
360	1		1		1		1		1		1		1		1			2	1		1			1			
361	1		1			2	1		1		1			2	1			2	1		1			3	1		
362	1			2	1		1		1			2	1		1			2	1		1			1			
363		2	1		1		1		1		1		1		1			1			2			3	1		
364	1		1		1	2	1			2		1		1		1			2	1		1			1		
365	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1			1			
366	1		1		1		1		1		1		1		1		1			2	1			1			
367	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1			1			
368	1		1		1		1		1		1			2	1			2	1					3	1		
369	1		1			2	1		1			1			2	1			2	1		1		1		1	
370	1			2	1		1			2		2	1		1		1		1		1			3	1		
371	1		1			2	1		1			2	1		1			2	1		1		1		1		
372	1		1		1		1		1			2	1		1		1		1		1			3	1		
373	1		1		1		1		1		1		1			2		2	1					3	1		
374	1		1		1		1		1		1		1			2	1		1		1			3	1		
375	1		1			2	1		1		1		1		1		1		1		1			3	1		
376	1			2	1		1		1			1			2	1		1			2	1			3	1	
377	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		
378	1		1		1		1		1		1		1			2	1		1		1			3	1		
379	1		1		1		1		1			1			2	1		1		1		1			3	1	
380	1		1			2	1		1		1		1		1		1		1		1			3	1		
381	1		1		1		1		1			2		2		2	1		1					3	1		
382	1		1		1		1			2		1		1		1		1		1		1			1		

383	1		1		1		1		1				2	1		1		1		1		1		1		1		
384	1		1			2	1		1				2	1		1			2	1		1				3	1	
f1	360	24	349	35	299	85	359	25	348	34	2	329	55	285	99	337	47	295	89	225	159	217	167	161	58	165	307	77
TOTAL	384		384		384		384		384			384		384		384		384		384		384			384		384	
%	94%	6%	91%	9%	78%	22%	93%	7%	90%	9%	1%	86%	14%	74%	26%	88%	12%	77%	23%	59%	41%	57%	43%	42%	15%	43%	80%	20%
TOTAL	100%		100%		100%		100%		100%			100%		100%		100%		100%		100%		100%			100%		100%	