



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO
RESTAURANTES DEL DISTRITO DE MORROPÓN,
AÑO 2016**

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

AUTOR:

CARLOS ENRIQUE CAMACHO BERRÚ

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

**PIURA – PERÚ
2019**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPE, RUBRO
RESTAURANTES DEL DISTRITO DE MORROPÓN,
AÑO 2016**

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

AUTOR:

CARLOS ENRIQUE CAMACHO BERRÚ

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

**PIURA – PERÚ
2019**

JURADO EVALUADOR Y ASESORA

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro

Secretario

Lic. Adm. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

Asesora

AGRADECIMIENTO

A las MYPE del rubro restaurante, por brindarme las facilidades de encuestar a sus clientes, y de esta manera obtener información valiosa para el desarrollo de mi investigación.

DEDICATORIA

A mi familia, por ser la estructura y
motivación principal para
desarrollarme a nivel personal y
profesional

A Dios, porque sin su guía, fortaleza y bendiciones
no hubiera podido afrontar las vicisitudes de la
vida.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general establecer las características de la capacitación y la atención al cliente; en la metodología de la investigación su nivel es descriptivo, con un diseño no experimental, de corte transversal. La población está conformada por las 07 MYPES rubro Restaurantes del distrito de Morropòn donde la muestra está conformada por 384 clientes para la variable atención al cliente y para la variable capacitación por los 35 trabajadores de las MYPE; la técnica de recolección de datos es la encuesta, y el instrumento es el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones se determinó en relación a los factores que inciden en la atención al cliente de las MYPE; es la atención rápida, la confiabilidad y la gestión eficiente de la MYPE, ya que de esta manera se logra mantener clientes satisfechos. Las estrategias de atención al cliente; deben estar enfocadas en la fidelización del cliente, esmerándose en la atención brindada, contando con una imagen empresarial evidente que permita la satisfacción global del cliente. Se identificó que los trabajadores consideran importante y necesaria la capacitación; asimismo se manifestó la necesidad de capacitarse en atención al cliente, para brindar un adecuado servicio y lograr la satisfacción de los clientes. Se determinó que los medios de capacitación se brindan por medio de reuniones grupales; ya que no se emplean muchos recursos y se establece un contacto directo con los trabajadores, animándoles a brindar un servicio de calidad, que permita brindar un desempeño adecuado.

Palabras clave: Capacitación y Atención al cliente, MYPE, Restaurantes.

ABSTRACT

The objective of this research was to establish the characteristics of customer service and training; in the methodology of the research its level is descriptive, with a non-experimental, transversal design. The population is made up of the 07 MYPE Restaurants category of the district of Morropón where the sample is made up of 384 clients for the variable customer service and for the variable training by the 35 MYPE workers; the technique of data collection is the survey, and the instrument is the questionnaire. Within the main conclusions was determined in relation to the factors that affect the customer service of MYPE; is the fast attention, reliability and efficient management of the MYPE, since this way it is possible to maintain satisfied customers. Customer service strategies; should be focused on customer loyalty, taking care of the attention given, with a clear business image that allows the client's overall satisfaction. It was identified that workers consider training to be important and necessary; also expressed the need to train in customer service, to provide an adequate service and achieve customer satisfaction. It was determined that the means of training are provided through group meetings; Since many resources are not used and direct contact is established with the workers, encouraging them to provide a quality service that allows adequate performance.

Key words: Customer service, Training, MYPE, Restaurants

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
TABLA DE CONTENIDO	viii
INDICE DE TABLAS	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	8
2.1 Antecedentes	8
2.2 Marco teórico	23
2.2.1. Teoría de Atención al cliente	24
2.2.2. Teoría de capacitación	38
III. HIPÓTESIS	31
3.1 Hipótesis.....	31
IV. METODOLOGÍA.....	32
4.1. Diseño de la investigación	32
4.2.- Población y Muestra	33
4.3 Definición y operacionalización de variables	35
3.4. Técnicas e instrumentos	37
3.5 Plan de análisis.....	37
3.6 Matriz de Consistencia.....	39
3.7 Principios éticos	39
V RESULTADOS.....	40

5.1 Resultados	40
5.2 Análisis de los resultados	62
VI. CONCLUSIONES	75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	77
ANEXOS	82
8.1 Cuestionario	83
8.2 Validación.....	86
8.3 Libro de códigos	90

ÌNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Actividades que realiza.....</i>	40
<i>Tabla 2 Necesita capacitarse.....</i>	41
<i>Tabla 3 Inducción al ingresar a trabajar</i>	42
<i>Tabla 4 Quien le ofreció la capacitación.....</i>	43
<i>Tabla 5 Cada que tiempo recibe capacitaciones</i>	44
<i>Tabla 6 Medios utilizaron en su capacitación.....</i>	45
<i>Tabla 7 Evalúa su desempeño en la función.....</i>	46
<i>Tabla 8 Nivel de desempeño</i>	47
<i>Tabla 9 Aprovecha los recursos asignados</i>	48
<i>Tabla 10 Eficiente en las tareas.....</i>	49
<i>Tabla 11 Trato que brinda al cliente</i>	50
<i>Tabla 12 Atención al cliente adecuada.....</i>	51
<i>Tabla 13 Atención en caja es rápido y ágil</i>	52
<i>Tabla 14 Sazón y el sabor de las comidas</i>	53
<i>Tabla 15 Actividades enfocadas al cliente.....</i>	54
<i>Tabla 16 Distribuir mejor sus instalaciones.....</i>	55
<i>Tabla 17 Diversidad de platos.....</i>	56
<i>Tabla 18 Personal calificado para la atención</i>	57
<i>Tabla 19 Servicios adecuados a sus necesidades</i>	58
<i>Tabla 20 Instalaciones adecuadas.....</i>	59
<i>Tabla 21 Atención del cliente satisfacen sus expectativas.....</i>	60
<i>Tabla 22 Satisfecho con los servicios de atención al cliente</i>	61

ÌNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Actividades que realiza	40
Figura 2 Necesidad de capacitación.....	41
Figura 3 Inducción al trabajar	42
Figura 4 Quién capacitó	43
Figura 5 Frecuencia de capacitación.....	44
Figura 6 Medios de capacitación	45
Figura 7 Evaluación de desempeño	46
Figura 8 Nivel de desempeño	47
Figura 9 Aprovecha recursos	48
Figura 10 Eficiencia en tareas	49
Figura 11 Trato al cliente	50
Figura 12 Atención al cliente adecuado.....	51
Figura 13 Atención en caja rápida y ágil	52
Figura 14 Atención en caja rápida y ágil	53
Figura 15 Actividades enfocadas al cliente	54
Figura 16 Distribuir mejor las instalaciones	55
Figura 17 Diversidad de platos	56
Figura 18 Personal calificado para la atención	57
Figura 19 Servicios adecuados a sus necesidades.....	58
Figura 20 Instalaciones adecuadas.....	59
Figura 21 Instalaciones adecuadas.....	60
Figura 22 Instalaciones adecuadas.....	61

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las MYPE cumplen una labor de indiscutible relevancia, debido a su destacada participación en el desarrollo socioeconómico de las regiones. Además a nivel internacional las MYPE son consideradas como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. (Avolio, Mesones, & Roca, 2011)

Si bien las MYPE representan un rol protagónico en la economía, los mercados donde se desarrollan todavía es muy cambiante, pues se observan bajos índices de supervivencia y consolidación empresarial de estas unidades económicas (Barba, Jiménez, & Martínez, 2007) .

Estas cifras evidencian la importancia y relevancia de las MYPE actualmente, pero también surge la necesidad de identificar factores que limitan el crecimiento y desarrollo de las MYPE, con la finalidad de incrementar sus probabilidades de éxito, disminuir las tasas de mortalidad de las MYPE y aumentar sus posibilidades de supervivencia en el largo plazo. (Avolio, Mesones, & Roca, 2011)

Desde el punto de vista de Avolio et al (2011) los determinantes de las restricciones para el crecimiento de las MYPE, se presentan como administrativos, operativos, estratégicos y externos. Los problemas administrativos se originan debido a su estructura organizacional y en la habilidad para obtener y desarrollar los recursos necesarios, e incluyen temas relacionados con el personal, las finanzas y la gerencia del negocio. Los problemas operativos se basan en una eficiente distribución, y otros más comunes como en las áreas funcionales de una empresa; (marketing, operaciones y logística). Actualmente estos negocios se ven constantemente amenazados por la creciente competencia que existe en este sector,

puesto que cada día surge un nuevo restaurante con el fin de satisfacer una serie de necesidades de los cada vez más exigentes clientes, quienes ahora tienen una gran cantidad de opciones para elegir el establecimiento al cual concurrir.

De hecho, el servicio al cliente es una de las fortalezas de las pequeñas empresas, y si lo pone de relieve puede competir con empresas más grandes que están en condiciones de ofrecer más variedad, precios más bajos y otros beneficios adicionales que usted no puede costear. Sin embargo, muchas pequeñas empresas se quedan cortas en la categoría de servicio al cliente. ¿Por qué? Una de las razones es el desconocimiento. Simplemente no hay muchos ejemplos de un buen servicio al cliente que sirvan de modelo para su empresa. (Collao, 2012)

Dentro del análisis macroeconómico el Perú se encuentra en un período en el que se observa un aumento en la inversión, el cual se sustenta principalmente en las buenas oportunidades de negocios que presenta la economía como consecuencia de la estabilidad macroeconómica y el contexto externo favorable.

El factor político también tiene un efecto importante en el nivel de oportunidades y amenazas en el ambiente. En el Perú se vive una etapa de estabilidad política y se fomenta la exportación con el fin de generar divisas y nuevos puestos de trabajo.

La economía peruana tiene un crecimiento sostenido en una cantidad de anuncios no tan favorables para la economía mundial. El Fondo Monetario Internacional califica a la economía del Perú de "robusta" y sus indicadores sacan ventaja respecto a otros países de la región y proyectó que el crecimiento real de la economía peruana.

La nueva categorización empresarial establecida por la Ley N° 30056 "Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y

el crecimiento empresarial”, promulgada el 1 de julio de 2013. La Ley N° 30056 se elimina la cantidad de trabajadores para diferenciar a las MYPE y se incluye a la mediana empresa

El sector servicios crecerá en el 2014, el sector servicios será el principal motor de crecimiento de la economía peruana, incluso, por encima del sector comercio y construcción, anunció el Banco de Crédito del Perú (BCP). De acuerdo a las estimaciones de esta entidad bancaria, el sector servicios que genera el 50% del Producto Bruto Interno (PBI).

Perú mantiene un ritmo estable de crecimiento en el sector y es una verdadera oportunidad de inversión en el país. La gastronomía peruana es una de las más renombradas a nivel mundial y un recurso valiosísimo para el país, por lo que debe aprovecharse al máximo, dijo Pantigoso, (2014).

El sector restaurantes debe seguir los siguientes dispositivos legales: Ley N° 26842: en donde se establece normas generales sobre vigilancia y control sanitario de alimentos y bebidas en protección de la salud; Resolución Ministerial N° 363-2005/MINSA que aprueba la norma sanitaria para el funcionamiento de restaurantes y servicios afines; Ley N° 27626 y su reglamento aprobado por D.S N° 003-2002-TR

Estas leyes generan que las MYPE deben contar con requisitos para su normal funcionamiento y aseguran un nivel de calidad y competitividad en el sector; ya que de no cumplir con estas disposiciones puedes ser acreedoras a sanciones y/o cierre del local.

En cuanto al desarrollo tecnológico, se evidencia la falta ello, debido a inversiones que puedan realizar los dueños de las MYPE, cuentan con un televisor que capta canales de la zona, o equipos de música que emiten señales radiales de música.

En cuanto al micro entorno, se determina a través de las Fuerzas de Porter, en cuanto a productos o servicios sustitutos, existen puestos de comida al paso; así también negocios informales de venta de menús.

En relación al poder de negociación de los clientes, ello tiene un alto poder de negociación que les permite escoger que tipo de restaurante, o venta de menús en el distrito de Morropòn pasa más por la percepción del cliente y sus necesidades y gustos.

En cuanto al poder de negociación de los proveedores es bajo debido a que las MYPE pueden elegir a donde comprar sus insumos para la preparación de los alimentos diarios, generalmente las compras se realizan los fines de semana.

Las barrera de entrada de nuevos negocios es baja, pero depende de la formalidad de las MYPE, como se presenta en la realidad existen muchos negocios de restaurante informales que expenden menús.

Finalmente la competencia entre los restaurantes formales, se considera la sazón de las comidas, porque no existen diferencias marcadas en cuanto a los precios de los platos.

Los cambios económicos a nivel mundial han impuesto mayor competencia en el ámbito empresarial; las pequeñas empresas se enfrentan a numerosas dificultades para mantenerse en el mercado de forma competitiva; por lo tanto el servicio al cliente se puede utilizar como un método eficaz para distinguirse de la competencia y establecerse como una de las fortalezas que le puede permitir competir con empresas más grandes que están en condiciones de ofrecer más variedad, precios más bajos y otros beneficios adicionales.

Las MYPE del rubro restaurantes, deben considerar la percepción del cliente en cuanto a la atención y para ello deben contar con personal idóneo, invertir no sólo

en infraestructura sino en su capital humano, por lo cual el estudio la atención al cliente resulta importante en relación a la fidelización y retención de los clientes, que finalmente va repercutir en la rentabilidad de las MYPE.

La problemática que existe en el rubro de restaurante del distrito de Morropòn, es que algunos restaurantes no ofrece un buen servicio a sus clientes y deben de darles una prioridad para ello es indispensable implantar un sistema de restauración, que ayude a controlar el alimento desde su compra y almacenamiento hasta el consumo y también se da el caso que en algunos no cuentan con buena infraestructura para que brinden un buen servicio

Por otro lado el que brinda el servicio no cuenta con los insumos necesarios e idóneos para ofrecer un servicio de calidad requerido por los clientes ya que en su mayoría son personas foráneas. No tienen muy bien implementada ciertas estrategias de mercadeo para poder retenerlos a sus clientes y fidelizarlos porque muchas veces desconocen estos temas por ello requieren ser capacitados.

Estos restaurantes No cuentan con variedad de platos y por otro lado son poco comunicativos los trabajadores.

Para lograr la calidad en la atención al cliente se debe tener en cuenta la prestación que busca el cliente y la experiencia que vive en el momento que hace uso del servicio. Una de las claves que asegura una buena calidad en el servicio consiste en satisfacer o sobrepasar las expectativas que tienen los clientes respecto a la organización, enfatizando la determinación de cuál es el problema que el cliente espera que le resuelvan y cuál es el nivel de bienestar que espera que le proporcionen.

Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las características de la capacitación y la

atención al cliente de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las características de la capacitación y la atención al cliente de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016. Así mismo se han planteado los siguientes objetivos específicos: (a) Describir el aprendizaje que se brinda a los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016. (b) Determinar el desempeño de los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016. (c) Determinar las actividades de la atención al cliente de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016. (d) Conocer la satisfacción del cliente de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016.

La investigación queda delimitada desde la perspectiva temática por las variables atención al cliente y capacitación. Desde la perspectiva geográfica: Distrito de Morropón; y psicográfica: MYPE rubro restaurantes y temporal: año 2016.

La investigación se justifica debido a que las MYPE en la actualidad, interactúan en un entorno muy competitivo, donde los microempresarios adoptan estrategias para pretender lograr el éxito. Considerando que los clientes desde hace algunos años son más exigentes y buscan calidad; conlleva a realizar una investigación en cuanto a la atención al cliente y la capacitación

Desde el punto de vista práctico la investigación busca establecer las características de la atención al cliente y la capacitación de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón; en cuanto a los factores y estrategias de la atención al cliente; y los medios y frecuencia de capacitación de las MYPE.

Esta investigación de manera teórica se basó en las variables de investigación atención al cliente y la capacitación, para dar fundamento a la investigación; y poder orientar la investigación desde el campo científico y en las teorías de diversos autores. También se consideran antecedentes de investigación a nivel internacional, nacional y local.

De manera metodológica la investigación utilizó la técnica de la encuesta para el recojo de datos primarios, a través del instrumento cuestionario aplicado, a los trabajadores para la variable capacitación y a los clientes para la variable atención al cliente.

Finalmente desde el punto de vista social esta investigación, se justifica porque permite a las MYPE en estudio, orientar su gestión en cuanto a la capacitación de su personal para lograr una adecuada atención al cliente, que repercutirá en una mejor percepción de los clientes en cuanto a los servicios que brindan y por ende mejores ingresos que repercutan en mejora de la rentabilidad; también será un precedente para futuras investigaciones relacionadas a la variables atención al cliente se considera como un requisito de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (ULADECH) para obtener el Título Universitario de Licenciada en la Escuela de Administración.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Variable Capacitación

A nivel internacional se cita la investigación de Brenda Quiñonez y Alfonso Vega (2016) en su investigación “Los programas de inducción y capacitación como herramientas de competitividad: el caso de una empresa del sector turístico de la ciudad de Tecate, Baja California, México”; presentada en la Universidad Nacional Autónoma de México. Tuvo como objetivo general Identificar, analizar y evaluar el impacto que tienen los programas de inducción, capacitación clima organizacional y servicio al cliente en la competitividad de la empresa “X ” de la ciudad de Tecate a fin de proponer estrategias que incrementen la eficiencia de la organización. El diseño utilizado para el estudio es transaccional-correlacional-causal. Los sujetos de estudio son los colaboradores de la empresa y dado que la población total de estudio es conocida y se encuentra totalmente delimitada, N= 47 colaboradores. Se desarrolló un instrumento adaptado a las necesidades del sector tomando como base el método Gallup de evaluación de sitios de trabajo. El instrumento de medición fue elaborado con una escala tipo Likert, consta de veintidós ítems en una serie de enunciados sobre cada variable a analizar. Dentro de los resultados se evidencia que el 43.2% consideró que la inducción a su puesto describe claramente las actividades a desempeñar; 29% consideró que el tiempo que entre la inducción a la empresa, capacitación en instalación definitiva en su puesto de trabajo es el adecuado; 16.2% considera que se presentan evaluaciones a la capacitación luego de ser recibida; 56.8% concluye que la capacitación que ha recibido ha contribuido al mejor desempeño de su trabajo. Se concluye que El personal considera que la capacitación

eleva la competitividad en la compañía y refiere que el principal medio por el cual puede aprender es mediante ejercicios prácticos; La supervisión por parte de jefe inmediato presenta área de mejora en el aspecto de motivación hacia colaboradores.

Katherine Torres (2015) en su investigación Plan de capacitación de servicio al personal del restaurante Yaraví ubicado en la mitad del mundo; presentado en el Instituto Tecnológico Cordillera de Ecuador. El objetivo general fue mejorar y dar calidad al servicio que ofrecen los empleados del restaurante “Yaraví”, se empleó un enfoque mixto, de nivel descriptivo con diseño no experimental propositivo. Para el presente proyecto se ha tomado en cuenta al personal del restaurante “Yaraví”, el cual cuenta con 18 empleados, así como también se tomó en cuenta a clientes del restaurante “Yaraví” para poder obtener una opinión diferente a la del personal. La población que se tomó en cuenta fue el número de clientes que visitan el establecimiento a la semana, cuya cifra es de 490 clientes y el número de encuestas a realizar es de 144. En este proyecto se aplicó como instrumento de investigación la encuesta, la cual se aplicó a los empleados y clientes nacionales y extranjeros del restaurante “Yaraví”, ya que también cuenta con gran afluencia de turistas extranjeros se realizó encuestas en inglés. También se aplicó la entrevista, la cual fue realizada al propietario del restaurante. Dentro de los resultados un 78% que el personal no ha recibido ningún tipo de capacitación o curso relacionado con atención al cliente; un 72%, lo cual indica que los empleados no consideran que estén realizando un excelente trabajo al prestar sus servicios al cliente; un 72% que considera tener las competencias suficientes para satisfacer las necesidades y deseos del cliente. La calidad con un 78% ha sido la que más sobre sale y es considerada como la más importante para el cliente. Se concluye que los empleados son la imagen del establecimiento al tener contacto directo con el cliente, por ese motivo

necesitan tener las competencias suficientes para satisfacer necesidades y deseos del cliente de manera profesional. Más de la mitad de empleados no ha recibido ningún tipo de capacitación o información para poder tener contacto con el cliente. Con la ejecución del plan de capacitación se espera que el establecimiento de alimentos y bebidas cuente con un personal apto para brindar un servicio de calidad a turistas nacionales y extranjeros.

Lady Pérez (2015) en su investigación “Plan de capacitación para optimizar la calidad del servicio del Restaurante Cocolón de la Ciudad de Guayaquil; presentado en la Universidad de Guayaquil”; presentó como objetivo general Desarrollar un plan de capacitación para la optimización de la calidad del servicio del restaurant Cocolón. Se empleó un método mixto; de tipo descriptiva y de campo; se tuvo una población de 28 trabajadores para analizar el talento humano y los clientes externos obteniendo una muestra de 80 clientes. Se aplicó como instrumento el cuestionario y la guía de entrevista. En los resultados el 81% de los colaboradores están satisfechos con la trayectoria obtenida en el restaurant. Un 85% de que si ejecuta bien sus labores darán soporte a la empresa donde laboran. El 81% del personal rebela que no son ni motivados e incentivados por parte de la empresa para mejorar los niveles de venta. El 25% de los clientes considera muy confortable el ambiente interno como externo y una adecuada iluminación. El 40% le gustaría que implementen promociones o festivales, un 10% le gustaría nuevos platos y bebidas, El 27% valora más la amabilidad, 11% valora la cordialidad, 20% valora más la rapidez, el 10% valora los precios, un 6% valora la cantidad y un 26% valora servicio personalizado. Se concluye que la propuesta corrobora por medio de este plan, colaborar a que el cliente interno refuerce sus conocimientos de servicio al cliente, así como podrá adquirir nuevos conocimientos ya que en la capacitación se tocarán todas las áreas de

un restaurante para poder optimizar todas las áreas de servicio. La mejora de este servicio ayudara tanto a los colaboradores, a la empresa y la gastronomía local, así se contribuye también con las actividades turísticas a nivel local.

Como antecedente nacional se consideró a Dianet Otazu Hancco (2018) en su investigación “Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE del sector servicio, rubro restaurantes del cercado de la ciudad de Ayaviri, año 2017”; presentada en Juliaca: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2018. Tuvo como objetivo general describir las principales características de la capacitación y competitividad de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes del cercado de la ciudad de Ayaviri año 2017. La variable seleccionado es la MYPE con sus dimensiones capacitación y competitividad. Empleando la metodología tipo enfoque de investigación cuantitativo, nivel descriptivo con el diseño no experimental-transversal. La población estuvo conformada por 18 MYPE dedicados al sector servicio rubro restaurantes del cercado de la ciudad de Ayaviri. La técnica utilizada para recolección de datos fue la encuesta con el instrumento realizado del cuestionario los resultados obtenidos son donde los representantes legales de las MYPE no capacitan a su personal y no tienen conocimiento en el concepto de lo que es la competitividad por lo que consideran rivalidad a las otras MYPE que prestan el mismo servicio.

Tatiana Soledad Justo Trujillo (2017) en su investigación “Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, ciudad de Chimbote, 2014”; presentada en Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2017. La presente investigación tuvo por objetivo determinar las principales características de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes de la Ciudad de Chimbote,

2014. Fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño No experimental/transversal, se hizo uso de una muestra dirigida de 22 Micro y pequeñas empresas. Aplicándose un cuestionario estructurado de 16 preguntas, mediante la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 54,5% tienen entre 31 a 50 años. El 59,1% son féminas. El 54,5% tienen grado universitario. El 54,5% son dueños. El 45,4% están 7 a más años. El 50% de las Micro y pequeñas empresas tienen 7 a más años. El 51,1% tienen de 1 a 5 trabajadores. El 59,1% son permanentes. El 90,9% creada para generar ganancias. El 90,9% conocen la capacitación. El 72,7% se capacitó en los últimos años, El 45,5% de 3 a más veces. El 100% lo considera una inversión. El 86,4% capacitan a su personal. El 68,2 en Atención al cliente. El 100% piensan que mejora el desempeño. Concluyendo que: La mayoría de representantes tienen de 31 a 50 años, son féminas, con grado universitario, dueños y están de 7 a más años. La totalidad de las Micro y pequeñas empresas tienen 7 a más años, con 1 a 5 trabajadores, son permanentes y creadas para generar ganancias. La mayoría de representantes conocen la capacitación, lo hicieron en los últimos años, de 3 a más veces, lo consideran una inversión, capacitan a su personal en Atención al cliente y piensan que mejora el desempeño de su empresa.

Efrain del Caly Cordova Trigo (2017) en su investigación “Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Av. Brasil, distrito de nuevo Chimbote, 2015”; presentada en Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2017. La investigación tuvo como objetivo general, Determinar las principales características de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de la Av. Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2015, utilizando el diseño no experimental-transversal-descriptivo-cuantitativo, se trabajó con una

muestra mediante un sondeo en la zona de influencia del proyecto de investigación, del cual 10 micro y pequeñas empresas, se les aplico un cuestionario de 15 preguntas cerradas mediante la técnica de la encuesta. Obteniendo como resultados. El 50% de los representantes tiene de 31 a 50 años edad. El 80%, son de género femenino. Y 60%, tienen grado de instrucción básica. Con 70% Tiene de 7 a más años en el mercado. Además 60% cuentan con 01 a 05 trabajadores. El 70% dijeron el objetivo de crear su empresa es generar ganancias. También 90% conocen el término de capacitación. El 60% se capacitaron. Un 70% capacitaron a su personal 01 a 02 veces. El 90% consideran la capacitación como inversión. El 50% dice que su personal recibió tipos de capacitación. El 80% recibieron capacitación en atención al cliente. El 100% considera que la capacitación eleva la eficiencia del personal. El 90% considera que el personal aumento la producción después que se capacitaron. Y El 90% la capacitación al personal incremento las ganancias. Se concluye, Que la mayoría de las micro y pequeñas empresas (MYPES) sector servicios - rubro restaurantes de la Av. Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2015. Si conocen el término capacitación. En lo cual estos representantes fueron capacitados por programas de capacitación dirigidos a este rubro, encargados y realizados por la municipalidad del Distrito De Nuevo Chimbote. A la hora de ser formalizadas.

A nivel local o regional se considera a Cruz María Córdova Román (2018) en su investigación “Caracterización de la capacitación y competitividad de las mypes de servicios rubro restaurantes Táchala - Castilla - Piura, 2018”; presentada en Piura: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2018. Tuvo como objetivo general determinar las características de la capacitación y competitividad de las mypes de servicios rubro restaurantes Táchala - Castilla - Piura, 2018; su metodología es de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y un diseño no experimental de corte transversal, los

datos no se modifican en nada y se obtienen en un solo momento. La población que caracteriza es para la variable capacitación de tipo finita conocida con 29 trabajadores y en el caso de la variable competitividad es infinita en razón de no contar con una base de clientes, se aplicó método estadístico con resultado de 67 clientes a encuestarse utilizó la técnica de la encuesta, con el instrumento del cuestionario. Llegando a las siguientes conclusiones: prevalece el 93% en la técnica de procesos de capacitación, en los medios a utilizar se identificó un 93% que están la capacidad de resolver problemas, Por otro lado en la variable competitividad un 73% priman por el factor de la innovación y de otro lado sobre los procesos de competitividad el 72% se refiere a la infraestructura por los ambientes ventilados.

Flor Noelia Correa Reyes (2018) en su investigación “Caracterización de la capacitación y la competitividad en las mype del rubro restaurantes de la urbanización Santa Ana de Piura, año 2018”; presentada en Piura: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2018. La presente investigación constituyó como objetivo, conocer las características de la capacitación y la competitividad en las MYPE rubro restaurante de la urbanización Santa Ana de Piura, año 2018. La investigación fue de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo y con diseño no experimental - transversal. Se utilizó el cuestionario como instrumento de la investigación, aplicándolo sobre una muestra de 49 trabajadores para la variable capacitación y 126 clientes para la variable competitividad. Se consideró 06 MYPE del rubro restaurantes para la presente investigación. Para la presente investigación se consideró 06 MYPE del rubro restaurantes. Dentro de las principales conclusiones en relación a la capacitación tenemos: la mayoría de los propietarios toman en cuenta los procesos de trabajo en las capacitaciones brindadas, las capacitaciones son interacción cara a cara, y la capacitación tiene relación con las metas u objetivos de

la MYPE. En relación a la variable competitividad, se concluyó que la mayoría de las MYPE cuenta con las siguientes ventajas competitivas: buena ubicación, precios diferenciados, buena imagen, la atención al cliente, se enfocan a un solo segmento del mercado, y buscan fidelizar a sus clientes frecuentes.

Merly Esmil Córdova Velásquez (2017) en su investigación “Caracterización de la capacitación y competitividad de las mype de servicio rubro restaurantes de la Urb. Los Titanes - Piura, 2017”; presentada en Piura: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2017. El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general determinar las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE de servicios rubro – Restaurantes en la Urb. Los Titanes – Piura, año 2017; las variables seleccionadas son la capacitación y la competitividad, en la metodología de la investigación su tipo descriptivo, nivel cuantitativo, con un diseño no experimental, de corte transversal. La población está conformada por las 05 MYPE de servicio rubro Restaurantes de la Urb. Los Titanes, donde la muestra está conformada por los 13 trabajadores para la variable capacitación y 73 clientes para la variable competitividad, habiendo aplicado la encuesta piloto para determinar la proporción positiva y negativa de clientes; la técnica de recolección de datos es la encuesta, y el instrumento es el cuestionario. Las principales conclusiones: características de la capacitación en la dimensión, tipos de capacitación predomina el tipo de Capacitación de nivel ocupacional el 100% reciben capacitación del trabajo que realiza; de la dimensión sobre beneficios de la capacitación se centra el beneficio para la organización, el 100% de los trabajadores considera que mejora las relaciones entre el personal. En cuanto a la variable competitividad, en la dimensión estrategias de competitividad prima la estrategia de liderazgo en costos, el 89% de los clientes encuestados acuden a los restaurantes de la Urb. Los Titanes por la calidad de

servicio, y por la dimensión ventajas de la competitividad el 89% de los clientes encuestados respondieron que la ventaja es que cada restaurante tener infraestructura propia.

2.1.2 Variable Atención al cliente

Dentro de los antecedentes Internacionales se consideró a Orejuela (2017) en su investigación “Análisis de los niveles de calidad de atención al cliente y su incidencia en la satisfacción de los turistas extranjeros, usuarios de los restaurantes de la calle Charles Binford, en Santa Cruz – Galápagos”; presentada en la Universidad Central del Ecuador. En su metodología presentó un enfoque mixto, de nivel descriptivo correlacional, con un diseño no experimental. La población se constituyó por propietarios, empleados y clientes de 22 restaurantes, presentando una muestra no probabilística de 22 propietarios, 50 empleados y 50 turistas. En el recojo de datos se empleó la entrevista, la encuesta y la observación directa. En sus resultados presentó que un 53% considera que se cuenta con infraestructura en buen estado, el 47% señala que el personal si conoce de las normas de higiene y manipulación de alimentos, el 67% opina que el personal necesita capacitación en atención al cliente, el 46% percibe que la atención que recibió en el comedor fue lenta y el 53% dice que no cubrió las necesidades. En general se llegó a concluir que es fundamental mejorar el servicio que brindan los restaurantes en atención al cliente, con el único fin de lograr un servicio de calidad y la mejor forma de lograr la fidelidad es brindándoles un servicio superior.

Castillo y Somarriba (2016) en su investigación “Propuesta de estrategias de mejoras en el servicio de atención al cliente en el restaurante el Ranchón, ubicado en el municipio de San Marcos, Departamento de Carazo, durante el II semestre del año 2016”; presentada en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.

En su metodología se presentó un enfoque cuantitativo, de tipo descriptiva con diseño no experimental. La población se conformó por los clientes del restaurante, considerando una muestra de 384 clientes, asimismo se consideraron mediante la observación los procesos de atención. Dentro de los resultados se evidencia que existe un prolongado tiempo de espera; los clientes se encuentran insatisfechos en cuanto a la calidad del platillo principal, la sazón de los alimentos no es estándar, Poco control y supervisión del personal de cocina, Incumplimiento de horarios y ausentismo del personal. Se concluye que el plan de mejora continua que promete ayudar en el aumento de la satisfacción del cliente, logro de objetivos y metas definidas por el restaurante, donde se trata de que los colaboradores del área de cocina cuenten con mayores habilidades técnicas para la preparación de alimentos con buena sazón y a un menor tiempo; que se cuente con una visualización de contratar personal en el área de mesas, con el fin de atender de la mejor manera a los clientes. También que cuenten con una planificación previa mensual de eventos de fines de semana con el fin de atraer nuevos clientes; que se realicen supervisiones al personal en general del restaurante con el fin de enfocarse en la mejora del servicio de atención al cliente, haciendo énfasis en la aplicación de las 5S de Kaizen para proporcionar a los colaboradores una labor de manera ordenada, segura y fácil.

Rosero (2016) en su investigación “Mejora del servicio al cliente en el Restaurante, Costillas de Nico 2 en la ciudad de Guayaquil, 2016”; presentada en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. La metodología se basó bajo el enfoque mixto; con una investigación de tipo exploratoria, descriptiva y de campo. Se aplicaron métodos empíricos, los mismos que sirvieron para fortalecer las herramientas utilizadas dentro de la investigación como: la ficha de observación, ya que en ella se pudo elaborar la matriz FODA y DAFO. De esa manera establecer las

encuestas al cliente externo e interno y el cuestionario de entrevistas. Contó con una muestra de 351 clientes. En sus resultados se evidencia que el 78% de la población contestó que van al restaurante para servirse distintos tipos de alimentos de manera frecuente; un 85%, de la población contestó que en líneas generales, el restaurante es un lugar, que se lo puede calificar como agradable; un 68% de los clientes mostraron sentirse poco satisfecho e insatisfecho por el servicio en general que reciben; el 66% de la población consideran que la entrega de los pedidos, demora más de lo esperado, el 64% de la población (opciones: regular y deficiente), afirmaron que el trabajo del personal, en cuanto al concepto del trato hacia el cliente no es el apropiado. Se concluye que la mayoría de los clientes no se encuentran satisfechos, en cuanto a la atención, teniendo dificultades como: demora en la entrega de pedido, los comensales de ese sector no cuentan con tiempos de espera mayor a 45 minutos, y cuando el pedido solicitado no llega a tiempo o equivocado, se generan conflictos.

En los antecedentes nacionales se consideró a Magaly Del Rosario Ponce Mamani, en su investigación “Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017”; presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2018 – Juliaca. La investigación tuvo como objetivo general, describir las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017, la investigación se desarrolló utilizando un diseño no experimental - transversal y descriptivo, para el recojo de información se contó con una muestra y población de 16 MYPE, a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: El 81.25% aplica una gestión de calidad, el 56.25% utiliza la mejora continua como

técnica moderna de gestión empresarial, el 56.25% considera como prioridad para determinar la calidad en su empresa la calidad del producto, el 43.75% considera la amabilidad y buen trato como prioridad ante sus clientes, el 75% considera la competitividad al momento de contratar personal, el 93.75% no realiza capacitaciones sobre atención al cliente, el 68.75% cree que una atención de calidad contribuye en el aumento de ventas y el 56.25% considera que sus empresas cuentan con un buen clima laboral. Finalmente las conclusiones son: la mayoría de las MYPE encuestadas están aplicando una gestión de calidad usando la técnica de mejora continua, y considera que la amabilidad y buen trato contribuye al aumento de las ventas en su negocio.

Doris Margarita Cano Saldaña en su investigación “Gestión de calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes: caso restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarmey, 2016”, presentada en Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2017. La investigación tuvo como objetivo general: Determinar la relación de la gestión de calidad de la atención al cliente y el nivel de satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes: Caso Restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarmey, 2016. La investigación fue cuantitativa, y para el recojo de la información se escogió una muestra de 93 clientes del restaurante “La Rinconada” de la ciudad de Huarmey, a quienes se le aplicó un cuestionario de 55 preguntas bajo el modelo de Likert, usando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: El 80% afirman que están totalmente de acuerdo con el uso de principios. El 50% están parcialmente de acuerdo con el uso de canales de atención. El 66% están totalmente de acuerdo con la atención al cliente. El 43% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo con la gestión de las

quejas. El 78% están totalmente de acuerdo con el producto y el 51% con la resolución de conflictos, el 58% con la orientación al cliente, el 50% con el cumplimiento de los requisitos del cliente, el 72% con el bienestar que brinda el restaurante, así mismo el 73% también están totalmente de acuerdo con el mantenimiento de relaciones con los clientes. Las conclusiones fueron las siguientes: el 43% afirma que el nivel de atención al cliente es excelente, el 72% afirma que el nivel de satisfacción es excelente,

Lizet Xiobelli Antúnez Castillo en su investigación “Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016”; presentada en Huarmey: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2017. La presente investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. La investigación se desarrolló utilizando un diseño no experimental – descriptivo – transversal. Para el recojo de información se escogió una muestra dirigida de 22 Mypes de una población de 26, a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: El 59,1% aplica una gestión de calidad. El 40,9% utiliza la mejora continua como técnica de gestión. El 50% planifica sus actividades. El 36,4 % considera el buen trato como prioridad ante sus clientes y el 59.1% cree que una atención de calidad contribuye al aumento de ventas y el 54,5 % no capacita a sus colaboradores en atención al cliente. Finalmente las conclusiones son: La mayoría de las Mypes encuestadas están aplicando una gestión de calidad, y usando la técnica de mejora continua, planificando sus actividades. Así mismo, la mayoría prioriza el buen trato al cliente, contribuyendo al aumento de ventas en su negocio.

En los antecedentes locales se considera a Fabiola Esther García Cruz en su investigación “Caracterización de la atención al cliente y la capacitación en las Mype del rubro restaurantes del distrito de Lalaquiz - Huancabamba, 2015”; presentada en Piura: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2015. La presente investigación tuvo como objetivo establecer las características de la atención al cliente y la capacitación en las MYPE rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015. Se empleó la metodología de investigación de tipo no experimental de corte transversal, siendo los resultados agrupados de acuerdo a las variable de estudio, basado en una muestra de 20 trabajadores y 135 clientes de las MYPE mencionadas, a quienes se les aplicó un cuestionario para estudiar la variable capacitación y otro para la variable atención al cliente, respectivamente. En la investigación se concluye que la atención al cliente de las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, es baja; y los clientes dan mayor relevancia a los aspectos intangibles en búsqueda de satisfacer sus necesidades; por otro lado se determina que existe necesidades de capacitación en la totalidad de trabajadores; y que generalmente no presentan capacitaciones por lo tanto no se evidencian medios de capacitación formales

Gómez, (2014), quien realizó una investigación titulada “Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las MYPE, rubro restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013 en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; siendo una investigación descriptiva, con un nivel cuantitativo y un diseño no experimental y transversal. Dentro de las conclusiones, el dueño o administrador; expresaron que los medios utilizados para capacitar al personal, son indicaciones u orientaciones al personal por parte del dueño, no existe una planificación para capacitar o brindar medios de inducción al nuevo personal; las características del servicio al cliente, se

basan en la aptitud y disposición del mozo y del personal por atender al cliente, utilizando todos sus recursos para lograr la satisfacción del cliente; y que los factores primordiales para el cliente en cuanto al servicio al cliente, se basan en el producto mismo, por su sazón de las comidas y por la presentación de los platos, el valor agregado es la disposición de los mozos, por tratar de brindar un buen servicio.

Gheysi Yorli Velasco Ojeda en su investigación denominada “Capacitación de personal y servicio al cliente en la MYPE, rubro restaurantes - chifas. Piura, año 2012”, presentada en Piura: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2014. La investigación realizada tuvo como principal objetivo determinar las características que tiene la capacitación de personal y el servicio al cliente en las MYPE, rubro restaurantes-chifas (Piura), año 2012, de tal manera que se pudo reflejar la importancia y repercusión de la capacitación al personal a fin de mejorar el servicio brindado al cliente en las MYPE del rubro restaurante - chifas en la localidad de Piura, debido a que la capacitación contribuye a mejorar el desempeño del personal que labora en estas MYPE, brindándoles mejores conocimientos y habilidades, los cuales permitirán implementar nuevos métodos de trabajo para mejorar de esta manera el desempeño, calidad y productividad de los colaboradores, trayendo esto a su vez un mejor servicio al comensal que le permitirá de esta manera llenar sus expectativas, para lo cual se hizo uso de la investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, lo que permitió identificar con respecto a la capacitación que el 82% de los comensales perciben si el trabajador se encuentra preparado o no a través del desempeño que demuestran. Por otro lado respecto a la satisfacción con si el servicio ofrecido se puede notar que existe un 20% que no se encuentra satisfecho, pudiendo significar ello una alerta para los propietarios, no obstante el personal de las MYPE consideran que podrían mejorar dicho servicio por

lo se ha podido concluir que: tanto la capacitación como el servicio al cliente mantienen características enfocadas en el mismo.

2.2 Marco teórico

2.2.1 Teoría de la Capacitación

Para Coulter (2005) capacitar a los colaboradores significa dar valor a sus actitudes y habilidades, que los involucra en los diferentes cambios de la organización, el aprendizaje o transferencia de conocimiento debe ser permanente y en diferentes acepciones de forma que no se reste valor la capacitación general ni a la especializada..

2.2.1.1. Aprendizaje de la capacitación.

Carrillo (2012) señala que los principales objetivos de la capacitación son:

- a) Preparar al personal para la ejecución de las diversas tareas particulares de la organización.
- b) Proporcionar oportunidades para el continuo desarrollo personal, no sólo en sus cargos actuales, sino también, para otras funciones para las cuales la persona puede ser considerada.
- c) Cambiar la actitud de las personas, con varias finalidades, entre las cuales están crear un clima más satisfactorio entre los empleados, aumentar su motivación y hacerlos más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia.

Carrillo, (2012) Las organizaciones en el tiempo vienen teniendo diferente concepto de lo que ella significa para toda organización, consideran que en la actualidad es indispensable el aprendizaje de cada uno de los colaboradores, sin

embargo no le dan la priorización por que no la ven como un activo de la organización, muchos consideraban que los aprendizajes eran una pérdida de tiempo y que encarecía los costos de la mano de obra.

Para carrillo existen diferentes objetivos, funciones ligadas a la capacitación, sin embargo considera como prioridad del aprendizaje en una organización las siguientes modalidades de aprendizaje:

- a) Necesidades de la Capacitación, viene a ser la identificación de los diferentes temas en que los trabajadores requieren transmisión de información, esenciales para la formulación de los llamados programas de capacitación y/o fortalecimiento de capacidades.
- b) Desarrollo de habilidades o de personal: enmarcado en la transmisión de información en un determinado evento de capacitación, donde el trabajador está en capacidad de poder incrementar el desarrollo de sus habilidades y de poder transmitir conocimiento a sus compañeros, es decir hacer efecto multiplicador.
- c) Inducción de personal. Los trabajadores que tienen experiencia en una organización se encuentran en la capacidad de poder transmitir conocimiento, de forma que están en la capacidad de poder ayudar a los trabajadores que recién ingresan.

Ruiz, (2011) preciso que la capacitación siempre será una prioridad para la gran mayoría de las organizaciones. Siendo la capacitación una inversión permanente las organizaciones deben aportar por dos aspectos, el primero la frecuencia de las capacitaciones de acuerdo a un plan o programa de capacitación y el segundo los medios con que debe contar para el mejor despliegue y desarrollo de las capacitaciones, y un mejor aprendizaje:

1.- Frecuencia de aprendizaje: considerando que algunas capacitaciones resultan ser un tanto cansadas, es conveniente, que se desarrollen estos eventos cuando se asegure el aprendizaje en la tarea, o haciendo las cosas ello conlleva a:

- a) Desarrollo de sus Destrezas Interpersonales.
- b) Mejora de la Técnica.
- c) Involucramiento en la Gestión del desempeño.

2.- Medios de Capacitación. Considerados además como metodologías que tienen en cuenta para una capacitación, los medios se aplican en cada capacitación de acuerdo a la naturaleza y el público objetivo de ella, siendo así existen algunos medios de mayor trascendencia:

- Videos
- Manuales de capacitación
- Técnicas grupales
- Simuladores.

2.2.1.2.- Desempeño de los trabajadores.

Ruiz, (2011) para determinar la cantidad y el tipo de capacitación que se requiere, debe evaluarse la situación actual, decidir las habilidades que se requieren y establecer los conocimientos que le hacen falta al personal. Hay dos tipos de necesidades de capacitación: Una para la capacitación básica del nuevo equipo y otra para fortalecer las habilidades de los empleados existentes. Para la primera, se debe utilizar la descripción del cargo o analizar las tareas para determinar los contenidos educativos correctos en la capacitación inicial. Para la segunda, hay que entrevistar a los trabajadores y si es posible, realizar encuestas a clientes para identificar las áreas

que requieren incluirse en la capacitación. Puede utilizarse una variedad de métodos en este análisis:

a) **Análisis de estándares de calidad de la descripción del cargo** identifica la descripción de funciones para cada cargo y señala las habilidades críticas que se requiere de la persona que ocupa el puesto. Si algún empleado no tiene los conocimientos necesarios para su posición, éstos deben incluirse en el programa de capacitación y la persona que carezca de ellos debe asistir a los módulos correspondientes del curso.

b) **Análisis de tareas:** Para realizar este análisis, hay que elaborar una lista de todas las tareas grandes y pequeñas que una persona efectúa durante su trabajo garantizando la satisfacción del cliente y escribir en detalle todas las actividades que componen cada tarea, determinar las habilidades, conocimientos, actitudes, equipo, material, consecuencias y riesgos que comprenda cada actividad.

c) **Evaluación y observación en el trabajo:** Durante el proceso de observación del cumplimiento de las rutinas de trabajo, hay que saber detectar quien no entiende completamente una tarea y cuando la desempeña incorrecta o deficientemente o da información incorrecta.

d) **Encuestas al personal:** Es conveniente preguntar al personal si tiene necesidades de adiestramiento: Esto puede establecerse mediante entrevistas o a través de encuestas que determinen con precisión diferentes tipos de necesidades.

2.2.2 Teoría de la atención al cliente

Pérez (2006) define al cliente como la razón de existir de un negocio. Por lo tanto se infiere que es la persona que paga por recibir a cambio un producto o un servicio. Así pues un cliente es la principal razón por la cual las empresas dirigen sus políticas, productos, servicios y procedimientos a la satisfacción de sus expectativas.

Así mismo según la editorial McGraw Hill (2011) expresa que el cliente constituye el eje principal de cualquier organización o empresa; acotando que el punto de partida del marketing y del plan de acción empresarial es el análisis del perfil y las características del cliente de tal modo que permitan clasificar a los clientes en grupos, y adoptar medidas de atención específicas.

2.2.2.1. Actividades para la atención al cliente.

Blanco, (2006). La atención al cliente es el «conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, para ello el autor cito a las principales actividades que realiza toda organización de servicio de restaurante para atender a los clientes, siendo estas:

- Enfoque al cliente: busca asegurar la comodidad y bienestar al cliente durante la instancia en el local.
- Capacidad de respuesta: lograr ir más allá de las propias necesidades del cliente, lograr maximizar la atención de calidad, de forma que el cliente se sienta seguro que se le brinda los mejores productos.
- Servicio al cliente: constituye los diferentes servicios que se le da a un cliente con el propósito que este se sienta bien desde la: cordialidad,

hospitalidad, excelencia, prontitud en alcanzar el pedido, ambiente espaciosos y agradables con comodidad, confianza e higiene.

- Procesos: corresponde a cada una de las intervenciones para la elaboración de los platos que se brindan.

Pérez (2006) por su parte brinda una definición acerca de la atención al cliente expresando que es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la capacidad de respuesta y el enfoque al cliente en base a la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe.

De acuerdo a Kotler (2006) la clave para el éxito de un servicio al cliente es la calidad de la relación; es decir se trata de maximizar el valor para el cliente, significa cultivar una relación de largo plazo con él. Lo que se refiere es a asegurarle a los clientes el compromiso de que ellos siempre serán importantes para la empresa, que cada uno no es solo un cliente, sino alguien con valores, con quien se tiene una relación de integridad.

De acuerdo Parasuraman, Zeithlam y Barry (1993), los factores que determinan la calidad de los servicios son:

La accesibilidad: El servicio es fácil de obtener, en lugares accesibles, y en el momento adecuado. Es importante tener en cuenta en un momento determinado, que los canales de apoyo (fuerza de ventas, telemercaderistas, punto de venta, etc.) seleccionados estén al alcance de los consumidores y haya una capacidad de respuesta oportuna y eficiente.

La comunicación: El servicio y las condiciones comerciales son descritas de manera precisa y en términos fáciles de comprender por el consumidor. Específicamente se refiere a informar detalles en cuanto a las emisiones de facturas

y/o remisiones, entrega de mercancía, periodos y/o fechas de pagos, etc. que soportarían la compra.

La capacidad del personal: El personal posee las habilidades y conocimientos necesarios de los servicios y productos que ofrece la compañía para servir adecuadamente a los clientes.

La cortesía y la 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.

2.2.2.2. Satisfacción al cliente.

Pérez (2006) señala que la calidad en la atención al cliente representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa.

El servicio al cliente forma parte del marketing intangible, ya que este no se siente al simple tacto, pero bien, se llega a apreciar; tiene como objetivo, según menciona Kleyman (2009) el manejo de la satisfacción a través de producir percepciones positivas del servicio, logrando así, un valor percibido por la accesibilidad a las instalaciones y la diversidad de servicios.

Según Álvarez (2006) se enlistan una serie de objetivos o metas alcanzar: en busca de la satisfacción del cliente para lo cual es indispensable personal calificado a fin de poder alcanzar el cumplimiento de las nuevas necesidades; Reducir o eliminar al máximo los defectos que se producen a lo largo del proceso productivo.

De acuerdo a Larrea (1991) comenta acerca de las características que tiene la calidad del servicio al cliente.

Conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente. Antes de diseñar cualquier política de atención al cliente es necesario conocer a profundidad las necesidades de los diferentes segmentos de clientes para poder satisfacer sus expectativas.

Flexibilidad y mejora continúa. Las empresas han de estar preparadas para adaptarse a posibles cambios en su sector y a las necesidades crecientes de los clientes. Para ello, el personal que está en contacto directo con el cliente debe tener la formación y capacitación adecuadas para tomar decisiones y satisfacer las necesidades de los clientes incluso en los casos más inverosímiles.

Orientación al trabajo y al cliente. Los trabajos que implican atención directa al cliente integran dos componentes: el técnico propio del trabajo desempeñado y el humano, derivado del trato directo con personas.

Plantearse como meta de la atención al cliente la fidelización.

Por otro lado Aniorte (2013) señala algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes: Debe cumplir sus objetivos; debe servir para lo que se diseñó; debe ser adecuado para el uso; debe solucionar las necesidades; y debe proporcionar resultados

III. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis

Para el presente estudio no se formulara hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad; ya que solamente se describirá las características de las variables de Capacitación y Atención al cliente. Por lo tanto, se trata de una investigación descriptiva. (Hernandez, Fernandez y Baptista 2010).

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental y de corte transversal por que no hubo manipulación deliberada o intencional de las variables estudiadas; se observaron los fenómenos tal y como se presentaron para posteriormente describirlos. Asimismo, presentó un diseño transversal, debido a que la aplicación de los instrumentos de recojo de datos se realizó en un solo periodo de tiempo, en el mismo contexto de análisis.

Según Rodríguez y Burneo (2017), los diseños no experimentales son estudios que no realizan manipulación de las variables, y solamente observan los fenómenos en su ambiente natural para su posterior análisis; además los diseños transversales realizan la recolección de datos en un solo momento y tiempo único donde su propósito es describir las variables.

El tipo de investigación es cuantitativa porque busca especificar, las características del problema y evalúa los hechos que se dan en un contexto determinado de las MYPE del rubro restaurantes del distrito de Morropòn.

Según Rodríguez y Burneo (2017), la investigación es de nivel descriptiva busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas grupos, comunidades, o fenómenos empresariales

También proporciona un nivel cuantitativo, ya que permite que los datos sean estudiados científicamente en forma numérica a través de estadísticas. Recopila y analiza datos volátiles y examina objetivamente la objetividad y ocurrencias de una situación problemática para generalizar los resultados.

Según Rodríguez y Burneo (2017), el enfoque cuantitativo usa procedimientos estandarizados (que sean aceptados por una comunidad científica); tales datos se representan numéricamente y son analizados por métodos estadísticos.

4.2.- Población y Muestra

4.2.1 Población

En la presente investigación, se ha determinado dentro del sector de MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropòn; conformada por un total de 07 MYPE, descritas a continuación:

CUADRO 01 RELACIÓN DE MYPES

N°	MYPE	DIRRECCIÓN	RUC	NOMBRE DEL REPRESENTANTE
1	REST - SANCHEZ	CALLE: 2 DE MAYO N°532-MORROPON	10033373207	Lidia Esperanza Sánchez Varillas
2	REST – MI PATTY	CALLE: JR. ADRIANZEN N° 648. MORROPON	10033510433	Santos Deysy Oliva García
3	REST – EL NORTEÑITO	CALLE: 2 DE MAYO N°365-MORROPON	10461213613	Alejandra García Peña
4	REST – EL BUEN SAZON CAJAMARQUINO	CALLE: JR. LOPEZ N°300-MORROPON	10400440617	Celida Zarate Bustamante
5	REST – GENESIS-DULCE MARIA	CALLE: LIMA S/N -MORROPON	10429154320	Abigail Anali Aponte Peña
6	REST – LA CABAÑITA	CALLE: COMERCIO N°275-MORROPON	10026828436	María Gladys Rebolledo Rivera
7	REST – CARIBE	JR. ADIANZEN N° 656 - MORROPON	10402867523	Caribe Aguirre Domínguez

Fuente: Consulta Amigable SUNAT (2018)

Continuando con la población se define la misma por cada variable a fin de identificar la característica de cada una.

Para la variable Atención al Cliente la población es infinita.

Para la variable capacitación la población de finita conocida:

Donde:

N trabajadores es = 35

4.2.2 Muestra

La muestra de la investigación, estará conformada para la variable capacitación por la totalidad de trabajadores de 35 trabajadores las MYPE en estudio; por lo cual $n=N$ (la población es igual a la muestra).

Por otro lado, para la variable atención al cliente; lo cual se considera una población infinita. La muestra de clientes se calculará con la siguiente fórmula:

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

Dónde:

Z^2 = Grado de confiabilidad $(1.96)^2$

e = Margen de error (5.0%)

p = Probabilidad que ocurra (0.5)

q = Probabilidad que no ocurra (0.5)

Por lo que el tamaño de la muestra será: $n = 384$ clientes.

Para desarrollar este estudio, se utiliza una técnica de investigación que intenta recopilar datos mediante un cuestionario preparado y no cambia el entorno ni controla el proceso bajo observación. Los datos se obtienen mediante la preparación de un conjunto de preguntas estandarizadas dirigidas a una muestra representativa para conocer opiniones, características o hechos específicos.

Criterios de inclusión y exclusión

Se incluye a clientes que al momento de la aplicación del cuestionario se encuentren consumiendo en el restaurante, se considera clientes mayores de 18 años de edad. Se incluye a trabajadores que presenten un año o más laborando.

Se excluyen a clientes que no deseen participar ni brindar información, en el llenado del cuestionario.

4.3 Definición y operacionalización de variables.

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	OPERACIONALIZACIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
CAPACITACION	Para Robbins y Coulter (2016) la capacitación del personal es una actividad importante, ya que conforme los empleados exigen beneficios para su estabilidad laboral y personal, las destrezas de éstos se deben modificar y actualizar, para el logro de objetivos empresariales.	Aprendizaje	Se medirá a través de la técnica encuesta mediante el instrumento cuestionario aplicado a los trabajadores	Necesidad de capacitación Desarrollo del personal Inducción del personal Frecuencia de capacitaciones Medios de capacitación	Nominal y Ordinal
		Desempeño	Se medirá a través de la técnica encuesta mediante el instrumento cuestionario aplicado a los trabajadores	Nivel de calidad Nivel de satisfacción Evaluación del personal	Nominal y Ordinal

Variables	Definición	Dimensiones	Operacionalización	Indicadores	Medición
ATENCIÓN AL CLIENTE	La atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes» (Fernández, 2015)	Actividades	Se medirá el enfoque al cliente, la capacidad de respuesta, el servicio al cliente, los procesos mediante cuestionarios.	Enfoque al cliente Capacidad de respuesta Servicio al cliente Procesos	Ordinal
		Factores de Satisfacción	Se medirá la distribución de instalaciones, la diversidad de servicios, el personal calificado, y satisfacción de expectativas mediante el instrumento cuestionario	Distribución de instalaciones Diversidad de servicios Personal calificado Satisfacción de expectativas	Ordinal

3.4. Técnicas e instrumentos

3.4.1 Técnicas

- a) Encuestas: Las encuestas fueron elaboradas para establecer las características de las variables capacitación y atención del cliente de las MYPE rubro restaurante del distrito Morropón.

3.4.2 Instrumentos

- a) Cuestionario: Se elaboró una serie de preguntas las cuales fueron aplicadas a los trabajadores para la variable capacitación; y aplicadas a los clientes para la variable atención del cliente.

La escala de medición de los indicadores, son nominales para las preguntas dicotómicas y ordinales para el resto de preguntas; tanto para el cuestionario de capacitación y atención al cliente

3.5 Plan de análisis

El presente estudio de investigación se realizó a través de la recopilación de datos haciendo uso de diferentes técnicas, tales como: La encuesta, las cuales se aplicaron a los trabajadores y clientes de las MYPE del rubro restaurantes, los cuales han sido seleccionados por conveniencia del investigador.

La información recopilada se procesó a través de la estadística descriptiva se presentaron los resultados utilizando el programa Excel de Windows 2010, representando las frecuencias y porcentajes a través de tablas y gráficos.

3.6 Matriz de Consistencia

TITULO	PREGUNTA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
Caracterización de la capacitación y la atención al cliente de las MYPE, rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016	¿Cuáles son las características de la capacitación y la atención al cliente de las MYPE, rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016?	<p>Determinar las características de la capacitación y la atención al cliente de las MYPE, rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016</p> <p>(a) Describir el aprendizaje que se brinda a los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016.</p> <p>(b) Determinar el desempeño de los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016.</p> <p>(c) Determinar las actividades de la atención al cliente de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016.</p> <p>(d) Conocer la satisfacción del cliente de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016.</p>	Para el presente estudio no se formulara hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad. (Rodríguez & Burneo, 2017)	<p>Capacitación</p> <p>Atención del cliente</p>	<p>Nivel y Tipo</p> <p>Descriptiva y Cuantitativa</p> <p>Diseño:</p> <p>No experimental De corte transversal</p> <p>Población</p> <p>Capacitación N= finita con 35 trabajadores Atención al cliente N= infinita</p> <p>Muestra</p> <p>n=35 trabajadores n=384 clientes</p> <p>Técnica / Instrumento</p> <p>Encuestas / Cuestionario</p>

3.7 Principios éticos.

Este trabajo de investigación se realizó con total transparencia al momento de realizar la recolección de datos de la población en estudio; además se puso énfasis en la autenticidad de los resultados obtenidos, la confidencialidad de las encuestas aplicadas fue de estricto carácter y honestidad al momento de realizar los análisis.

Además se respetaron los derechos del autor

-

V RESULTADOS

5.1 Resultados

5.1.1 Variable Capacitación

5.1.1.1 Dimensión Aprendizaje

Objetivo Específico 1: Describir el aprendizaje que se brinda a los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016

Tabla 1

¿Cuáles son las actividades que realiza la empresa?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Atención al cliente	17	48.6%
Caja	7	20.0%
Administrativas	11	31.4%
TOTAL	35	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador



Figura 1 Actividades que realiza, que gráfico en barras que representa el resultado, de la primera pregunta, ¿Cuáles son las actividades que realiza la empresa?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 1 y figura 1; denominada “Actividades que realiza”, se aprecia que el 48,6% de trabajadores realiza actividades de atención al cliente, y un 20% actividades de caja.

Tabla 2

¿Usted considera que necesita capacitarse?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	35	100.0%
No	0	
TOTAL	35	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador

Necesidad de capacitación

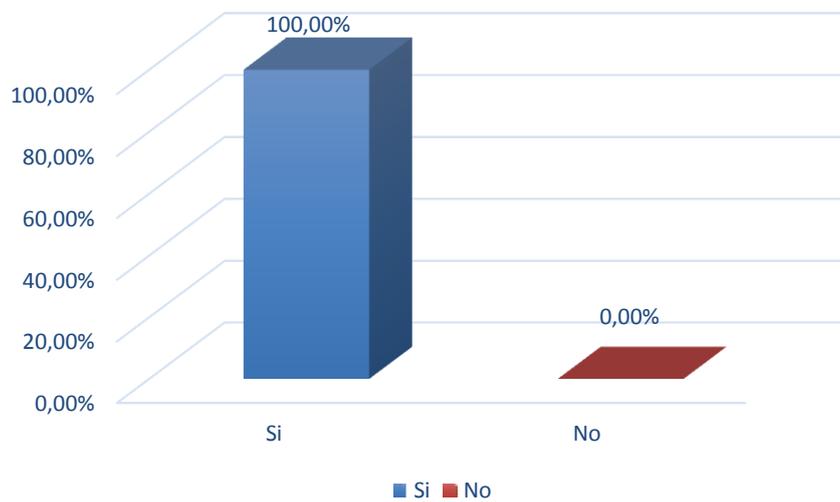


Figura 2 Necesidad de capacitación, que gráfico en barras que representa el resultado, de la segunda pregunta, ¿Usted considera que necesita capacitarse?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 2 y figura 2; denominada “Necesidad de capacitación”, se aprecia que la totalidad de trabajadores requieren de capacitación para desempeñarse adecuadamente.

Tabla 3

¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	22.9%
No	27	77.1%
TOTAL	35	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador

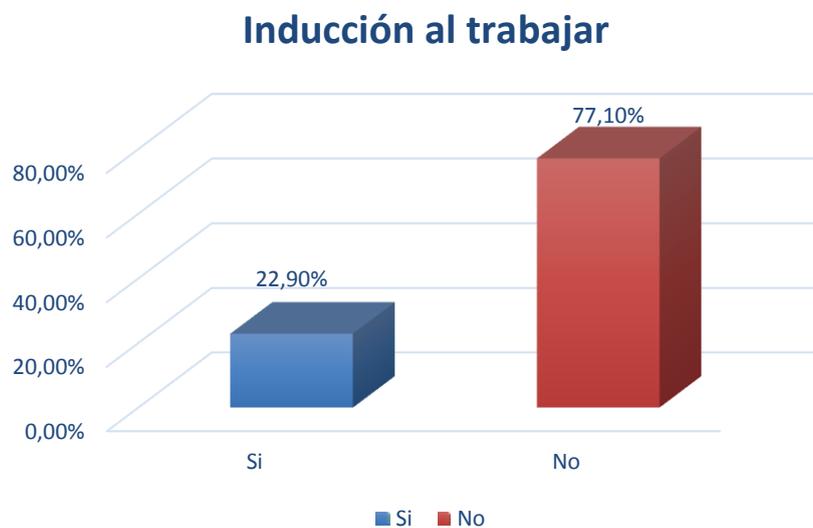


Figura 3 Inducción al trabajar, que grafico en barras que representa el resultado, de la tercera pregunta, ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 3 y figura 3; denominada “Inducción al trabajar”, se aprecia que el 77,1% de los trabajadores no han recibido inducción al momento de ingresar a laborar en la MYPE

Tabla 4

¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Usted mismo	12	34.3%
La MYPE	23	65.7%
TOTAL	35	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador

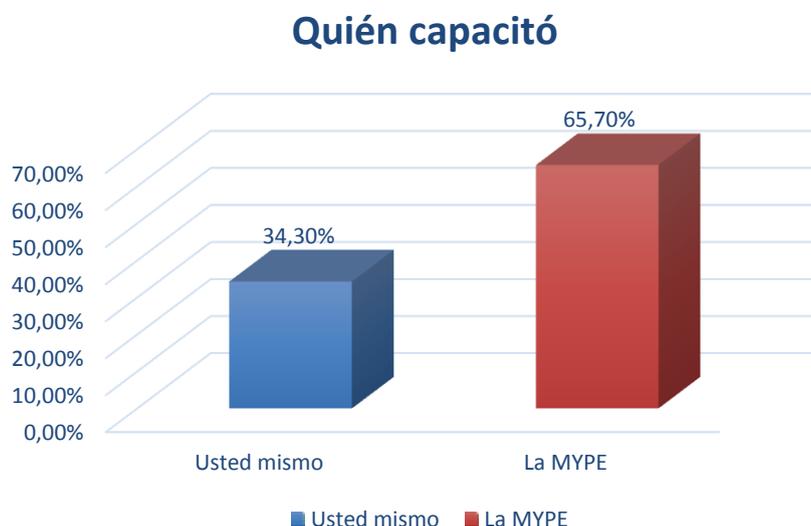


Figura 4 Quién capacitó, que gráfico en barras que representa el resultado, de la cuarta pregunta, ¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 4 y figura 4; denominada “Quién capacitó”, se aprecia que el 65.7% de los trabajadores señalan que las MYPE fue quien los capacitó; mientras que un 34,3% indican que ellos mismos.

Tabla 5

¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Anual	5	14.3%
Semestral	11	31.4%
Trimestral	11	31.4%
No recibe	8	22.9%
TOTAL	35	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador

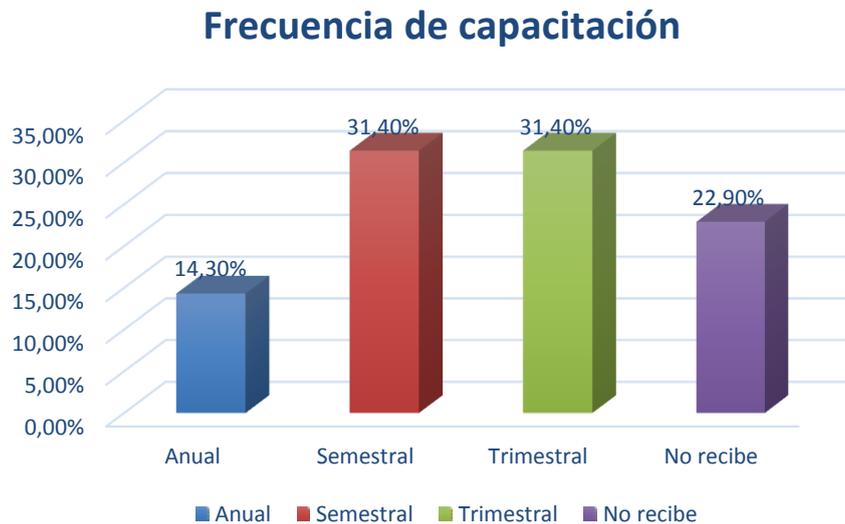


Figura 5 Frecuencia de capacitación, que gráfico en barras que representa el resultado, de la quinta pregunta, ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones??

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 5 y figura 5; denominada “Frecuencia de capacitación”, se aprecia que el 31.4% de los trabajadores señalan que las capacitaciones se brindan de forma semestral o trimestral respectivamente en iguales porcentajes, asimismo un 22,9% indica que no recibe.

Tabla 6

¿Qué medios utilizaron en su capacitación?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Documentos	7	20.0%
Charlas	24	68.6%
In situ	2	5.7%
Reuniones eventuales	2	5.7%
TOTAL	35	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador

Medios de capacitación

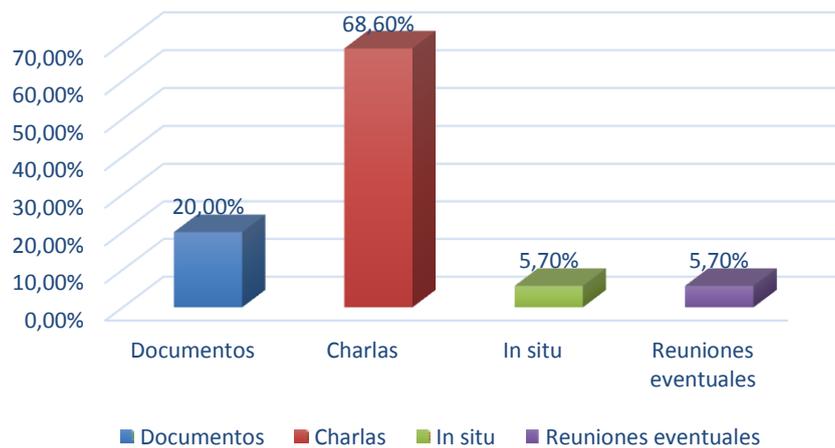


Figura 6 Medios de capacitación, que gráfico en barras que representa el resultado, de la sexta pregunta, ¿Qué medios utilizaron en su capacitación?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 6 y figura 6; denominada “Medios de capacitación”, se aprecia que el 68,6% de los trabajadores manifiesta que por medio de charlas grupales se les capacita, por otro lado un 20,0% indica que les brindan documentos que los orientan.

5.1.1.2 Dimensión Desempeño

Objetivo Específico 2: Determinar el desempeño de los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016.

Tabla 7

¿Las MYPE valúa su desempeño en la función que realiza?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	34	97.1%
No	1	2.9%
TOTAL	35	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador

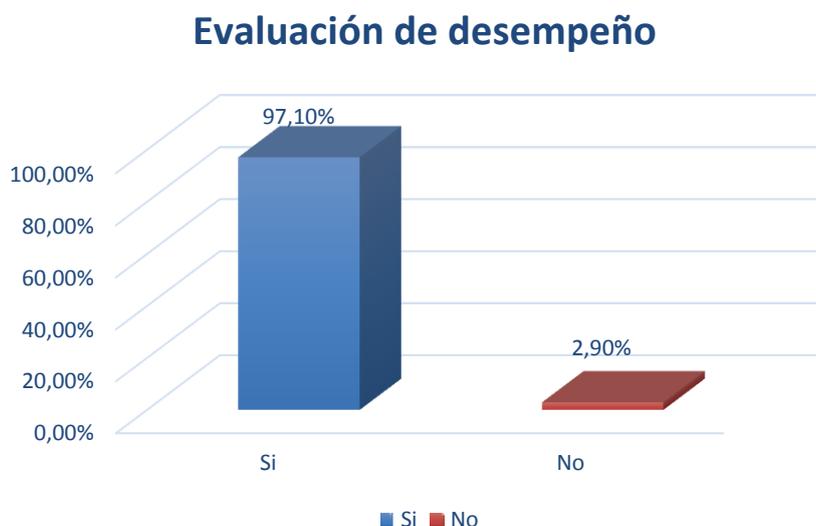


Figura 7 Evaluación de desempeño y que gráfico en barras que representa el resultado, de la séptima pregunta, ¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 7 y figura 7; denominada “Evaluación de desempeño”, se aprecia que el 97.1% de los trabajadores manifiesta que si se les evalúa el desempeño, mientras que el 2,9% indica que no.

Tabla 8

¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	33	94.3%
Medio	2	5.7%
Bajo	0	0.0%
TOTAL	35	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador

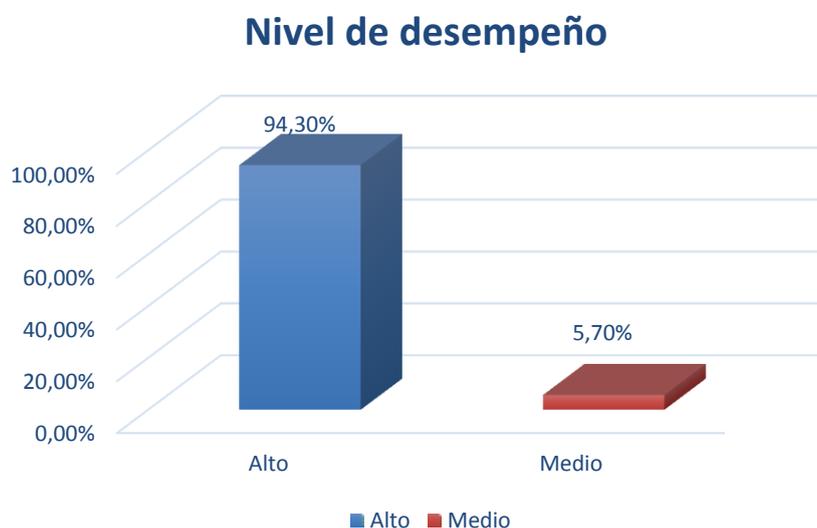


Figura 8 Nivel de desempeño, que gráfico en barras que representa el resultado, de la octava pregunta, ¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 8 y figura 8; denominada “Nivel de desempeño”, se aprecia que el 94.3% de los trabajadores manifiesta que su desempeño es alto, mientras que el 5,7% indica que esta en un nivel medio.

Tabla 9

¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	35	100.0%
No	0	0.0%
TOTAL	35	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador

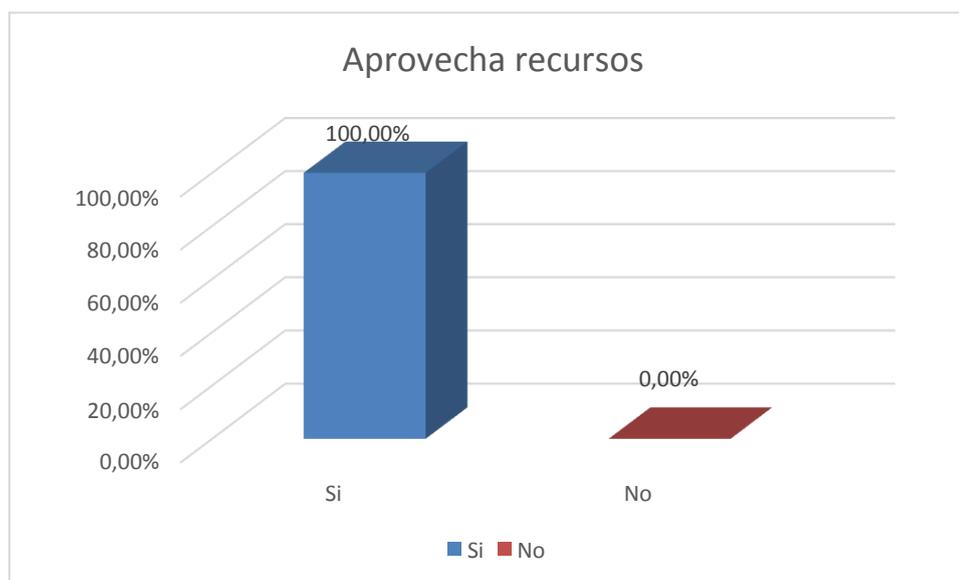


Figura 9 Aprovecha recursos, y que grafico en barras que representa el resultado, de la novena pregunta, ¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 9 y figura 9; denominada “Aprovechamiento de recursos”, se aprecia que la totalidad de los trabajadores indica que si se aprovecha los recursos para desempeñarse y cumplir con las actividades que realiza.

Tabla 10

¿Es usted eficiente en las tareas que realiza?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	35	100.0%
No	0	0.0%
TOTAL	35	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador



Figura 10 Eficiencia en tareas, que gráfico en barras que representa el resultado, de la décima pregunta, ¿Es usted eficiente en las tareas que realiza?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 10 y figura 10; denominada “Eficiencia en tareas”, se aprecia que la totalidad de los trabajadores indica que si es eficiente en sus tareas, intentando ejecutar sus tareas con el mínimo de recursos.

Tabla 11

¿Cómo considera el trato que brinda al cliente?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bueno	35	100.0%
Regular	0	0.0%
Malo	0	0.0%
TOTAL	35	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador



Figura 11 Trato al cliente, que grafico en barras que representa el resultado, de la décima primera pregunta, ¿Cómo considera el trato que brinda al cliente?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 11 y figura 11; denominada “Trato al cliente”, se aprecia que la totalidad de los trabajadores indica que si muestra un buen trato al cliente, durante la atención al público.

5.1.2 Variable Atención al cliente

5.1.2.1 Dimensión Actividades de la atención

Objetivo Específico 3: Determinar las actividades de la atención al cliente de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016.

Tabla 12

Considera que la atención al cliente en el rubro restaurantes del Distrito de Morropón es la adecuada

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	19	5.0%
De acuerdo	38	10.0%
Indiferente	29	7.5%
En desacuerdo	202	52.5%
Muy en desacuerdo	96	25.0%
TOTAL	384	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador

Atención al cliente adecuada

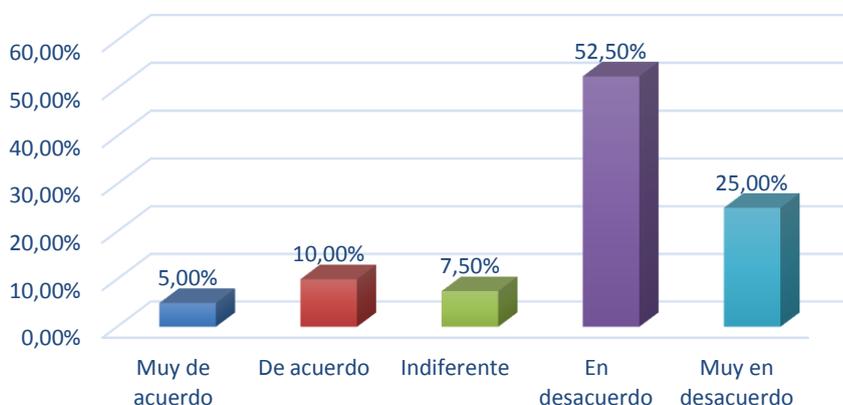


Figura 12 Atención al cliente adecuado, que gráfico en barras que representa el resultado, de la décima segunda pregunta, ¿Considera que la atención al cliente en el rubro restaurantes del Distrito de Morropón es la adecuada?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 12 y figura 12; denominada “Atención al cliente adecuado”, se aprecia que el 52,5% de los clientes se encuentran en desacuerdo; por otro lado el 5% se muestra muy de acuerdo.

Tabla 13

Para usted la atención en caja es rápido y ágil

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	10	2.5%
De acuerdo	48	12.5%
Indiferente	19	5.0%
En desacuerdo	192	50.0%
Muy en desacuerdo	115	30.0%
TOTAL	384	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador



Figura 13 Atención en caja rápida y ágil, y que gráfico en barras que representa el resultado, de la décima tercera pregunta, ¿Cuáles son las actividades que realiza la empresa?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 13 y figura 13; denominada “Atención en caja rápida y ágil”, se aprecia que el 50.0% de los clientes se encuentran en desacuerdo; por otro lado el 2.5% se muestra muy de acuerdo.

Tabla 14

Para usted la sazón y el sabor de las comidas satisfacen sus necesidades

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	19	5.0%
De acuerdo	38	10.0%
Indiferente	38	10.0%
En desacuerdo	260	67.5%
Muy en desacuerdo	29	7.5%
TOTAL	384	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador

Sabor y Sazón de las comidas

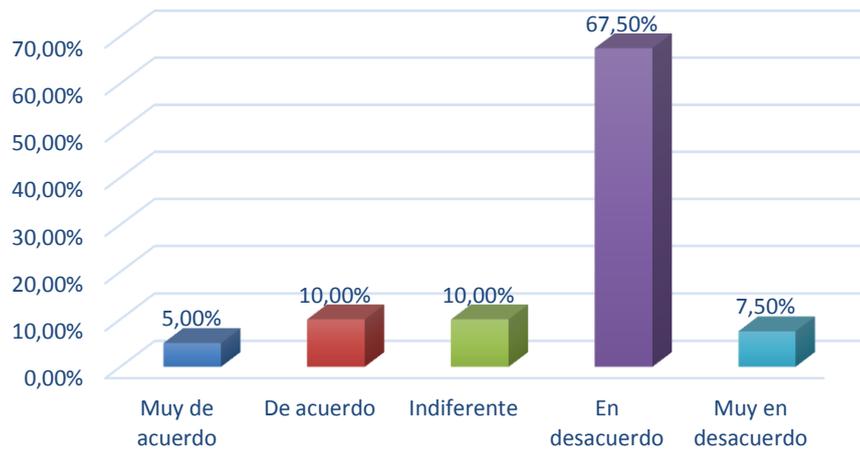


Figura 14 Atención en caja rápida y ágil, y que gráfico en barras que representa el resultado, de la décima cuarta pregunta, ¿Para usted la sazón y el sabor de las comidas satisfacen las necesidades?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 14 y figura 14; denominada “Sabor y sazón de las comidas”, se aprecia que el 67.5% de los clientes se encuentran en desacuerdo; por otro lado el 5.0% se muestra muy de acuerdo.

Tabla 15

Considera que las actividades de los restaurantes están enfocadas al cliente

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	19	5.0%
De acuerdo	77	20.0%
Indiferente	10	2.5%
En desacuerdo	182	47.5%
Muy en desacuerdo	96	25.0%
TOTAL	384	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador

Actividades enfocadas al cliente

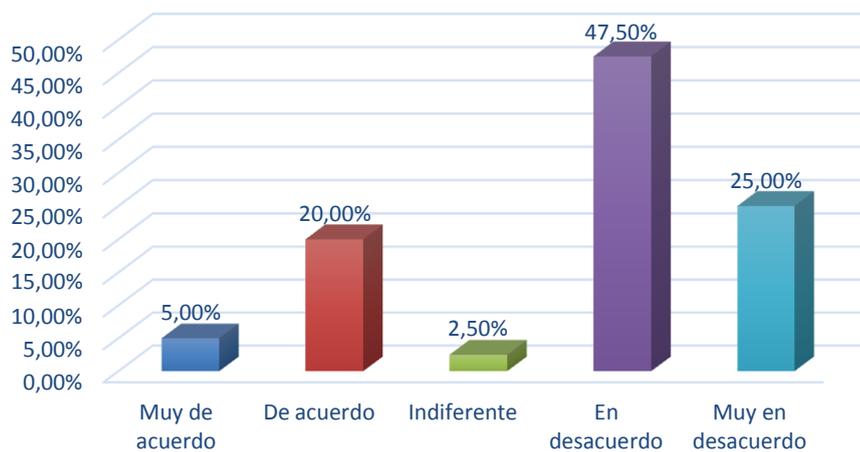


Figura 15 Actividades enfocadas al cliente, y que grafico en barras que representa el resultado, de la décima quinta pregunta, ¿Considera que las actividades de los restaurantes están enfocadas al cliente?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 15 y figura 15; denominada “Actividades enfocadas al cliente”, se aprecia que el 47.5% de los clientes se encuentran en desacuerdo; por otro lado el. 2.5% se muestra indiferente.

Tabla 16

Para usted los restaurantes del Distrito de Morropón deben distribuir mejor sus instalaciones

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	19	5.0%
De acuerdo	10	2.5%
En desacuerdo	125	32.5%
Muy en desacuerdo	230	60.0%
TOTAL	384	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador

Distribuir mejor las instalaciones

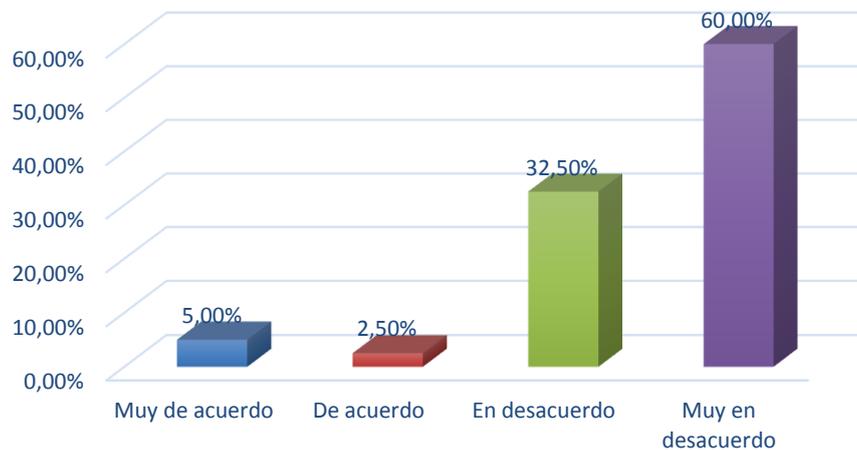


Figura 16 Distribuir mejor las instalaciones, y que gráfico en barras que representa el resultado, de la décima sexta pregunta, ¿Para usted los restaurantes del Distrito de Morropón deben distribuir mejor sus instalaciones?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 16 y figura 16; denominada “Distribuir mejor las instalaciones”, se aprecia que el 60.0% de los clientes se encuentran muy desacuerdo; por otro lado el 2.5% se muestra de acuerdo.

Tabla 17

Usted considera que los restaurantes del Distrito de Morropón, deben de contar con diversidad de platos

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	19	5.0%
De acuerdo	10	2.5%
En desacuerdo	48	12.5%
Muy en desacuerdo	307	80.0%
TOTAL	384	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador

Diversidad de platos

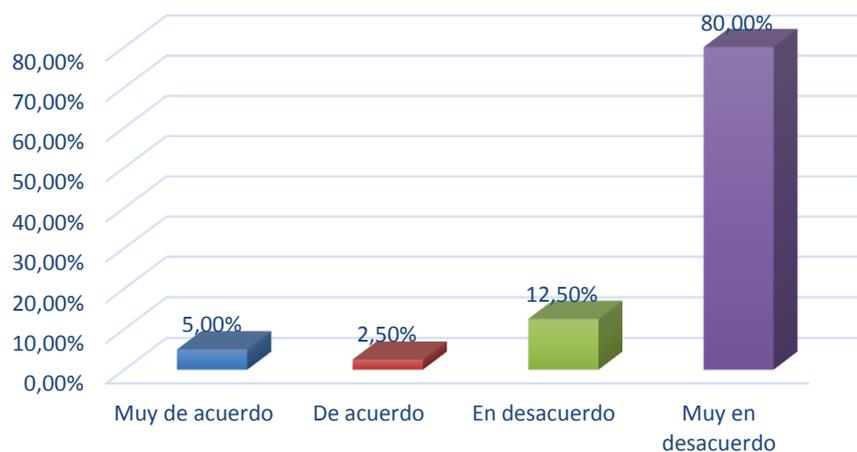


Figura 17 Diversidad de platos, y que gráfico en barras que representa el resultado, de la décima estima pregunta, ¿Usted considera que los restaurantes del Distrito de Morropón, deben de contar con diversidad de platos?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 17 y figura 17; denominada “Diversidad de platos”, se aprecia que el 80.0% de los clientes se encuentran muy en desacuerdo; por otro lado el 2.5% se muestra de acuerdo.

5.1.2.2 Dimensión Actividades de la atención

Objetivo específico 4: Conocer la satisfacción del cliente de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016.

Tabla 18

Para usted los restaurantes del Distrito de Morropón, cuentan con el personal calificado para la atención

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	19	5.0%
De acuerdo	86	22.5%
Indiferente	67	17.5%
En desacuerdo	173	45.0%
Muy en desacuerdo	38	10.0%
TOTAL	384	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador

Personal calificado para la atención

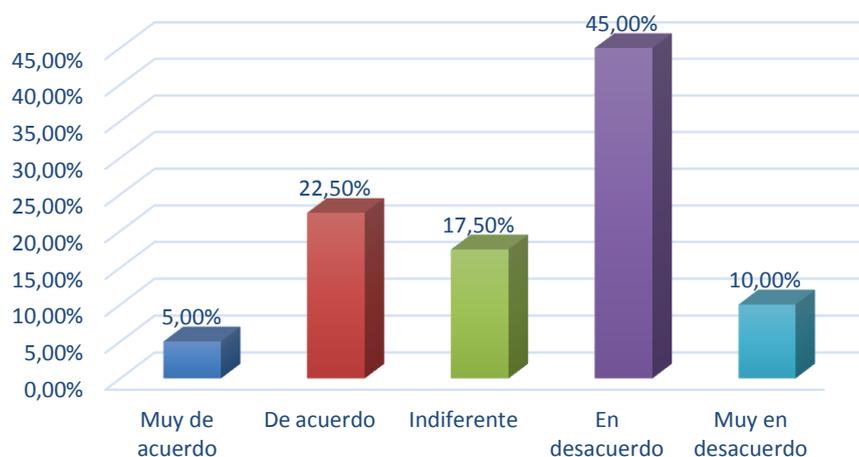


Figura 18 Personal calificado para la atención, y que gráfico en barras que representa el resultado, de la décima octava pregunta, ¿Para usted los restaurantes del Distrito de Morropón, cuentan con el personal calificado para la atención?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 18 y figura 18; denominada “Personal calificado para la atención”, se aprecia que el 45.0% de los clientes se encuentran en desacuerdo; por otro lado el 5.0% se muestra muy de acuerdo.

Tabla 19

Considera que los restaurantes del Distrito de Morropón, cuentan con servicios adecuados a sus necesidades

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	10	2.5%
De acuerdo	115	30.0%
Indiferente	48	12.5%
En desacuerdo	183	47.5%
Muy en desacuerdo	29	7.5%
TOTAL	384	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador

Servicios adecuados a sus necesidades

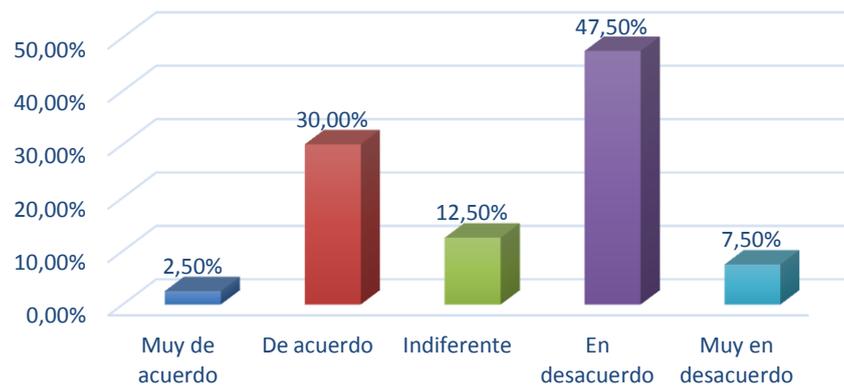


Figura 19 Servicios adecuados a sus necesidades, y que gráfico en barras que representa el resultado, de la décima novena pregunta, ¿Considera que los restaurantes del Distrito de Morropón, cuentan con servicios adecuados a sus necesidades?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 19 y figura 19; denominada “Servicios adecuados a sus necesidades”, se aprecia que el 47.5% de los clientes se encuentran en desacuerdo; por otro lado el 2.5% se muestra muy de acuerdo.

Tabla 20

Usted considera que los restaurantes del Distrito de Morropón, cuentan con instalaciones adecuadas

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	19	5.0%
De acuerdo	77	20.0%
Indiferente	67	17.5%
En desacuerdo	173	45.0%
Muy en desacuerdo	48	12.5%
TOTAL	384	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador

Instalaciones adecuadas

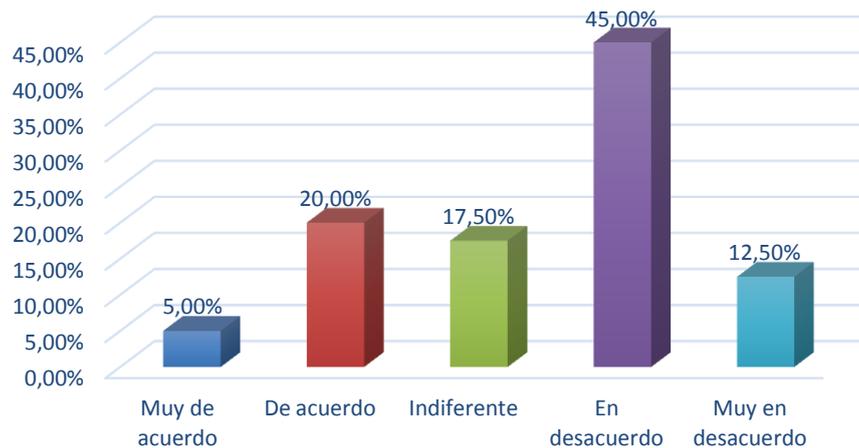


Figura 20 Instalaciones adecuadas, y que gráfico en barras que representa el resultado, de la vigésima pregunta, ¿Usted considera que los restaurantes del Distrito de Morropón, cuentan con instalaciones adecuadas?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 20 y figura 20; denominada “Instalaciones adecuadas”, se aprecia que el 45.0% de los clientes se encuentran en desacuerdo; por otro lado el 5.0% se muestra muy de acuerdo.

Tabla 21

Para usted la atención del cliente de los restaurantes del Distrito de Morropón, satisfacen sus expectativas

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	19	5.0%
De acuerdo	48	12.5%
Indiferente	48	12.5%
En desacuerdo	192	50.0%
Muy en desacuerdo	77	20.0%
TOTAL	384	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador

Atención del cliente satisfacen sus expectativas

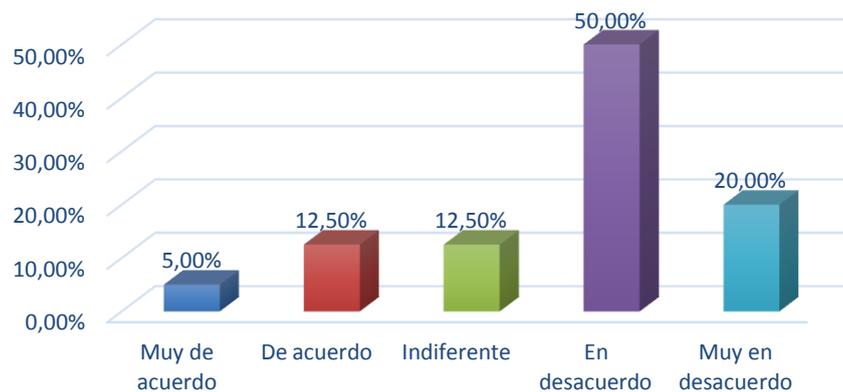


Figura 21 Instalaciones adecuadas, y que grafico en barras que representa el resultado, de la vigésima primera pregunta, ¿Para usted la atención del cliente de los restaurantes del Distrito de Morropón, satisfacen sus expectativas?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 21 y figura 21; denominada “Atención del cliente satisfacen sus expectativas”, se aprecia que el 50.0% de los clientes se encuentran en desacuerdo; por otro lado el 5.0% se muestra muy de acuerdo.

Tabla 22

Usted se encuentra satisfecho con los servicios de atención al cliente de los restaurantes del Distrito de Morropón

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	19	5.0%
De acuerdo	48	12.5%
Indiferente	38	10.0%
En desacuerdo	230	60.0%
Muy en desacuerdo	48	12.5%
TOTAL	384	100.0%

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes
Elaborado por el investigador

Satisfecho con los servicios de atención al cliente

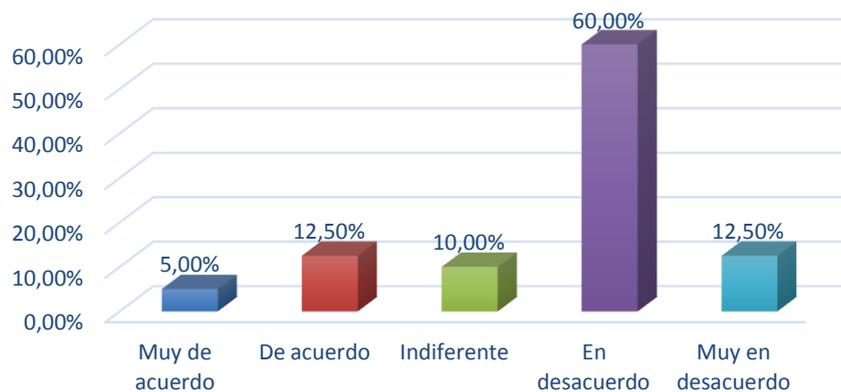


Figura 22 Instalaciones adecuadas, y que grafico en barras que representa el resultado, de la vigésima segunda pregunta, ¿Usted se encuentra satisfecho con los servicios de atención al cliente de los restaurantes del Distrito de Morropón?

Fuente: Encuesta aplicada

APRECIACIÓN:

En la tabla 22 y figura 22; denominada “Satisfecho con los servicios de atención al cliente”, se aprecia que el 60.0% de los clientes se encuentran en desacuerdo; por otro lado el 5.0% se muestra muy de acuerdo.

5.2 Análisis de los resultados

5.2.1 Con respecto a la Variable Capacitación

5.2.1.1 Dimensión Aprendizaje

Objetivo Específico1: Describir el aprendizaje que se brinda a los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016

La capacitación es una herramienta fundamental para la Administración de Recursos Humanos, es un proceso planificado, sistemático y organizado que busca modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes. (Helberth, 2006)

En la tabla 1; respecto a las actividades que realizan los trabajadores, se evidenció que el 48.6% de los trabajadores suelen encargarse de la atención al cliente; mientras que un 20% de los trabajadores se desempeñan en actividades como caja y EL 31.4% administrativas respectivamente. Estos resultados permiten inferir que generalmente las mismas personas realizan varias funciones es decir la atención al cliente y el cobro del servicio; solamente en dos MYPE se observó que el representante realiza la función de Caja y a la vez dirige a sus trabajadores.

Lo que se compara con los resultados de Otazu (2018) quien señala que las actividades de sus trabajadores en su gran mayoría se enfoca en la atención al público.

Carrillo (2012) señala que dentro de los principales objetivos de la capacitación está la de preparar al personal para la ejecución de las diversas tareas particulares de la organización

En la tabla 2; evidencia que el 100% de los trabajadores requieren ser capacitados. Demostrando una de las características sobre la capacitación de los

trabajadores o del personal de MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras del rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Lo que comparan con la investigación de Pérez (2015) quien concluye que la propuesta corrobora por medio de este plan, colaborar a que el cliente interno refuerce sus conocimientos de servicio al cliente, así como podrá adquirir nuevos conocimientos ya que en la capacitación se tocarán todas las áreas de un restaurante para poder optimizar todas las áreas de servicio. Por su parte Torres (2015) en sus resultados determinó que un 78% que el personal no ha recibido ningún tipo de capacitación o curso relacionado con atención al cliente.

El aporte de Ruiz, (2011) señala que la capacitación es necesaria cuando un empleado carece del conocimiento que se requiere para que realice su trabajo actual o uno nuevo como consecuencia de un ascenso o transferencia.

Según los resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE del rubro Restaurantes del Distrito de Morropón, se determinó en la tabla 3; respecto a la inducción al ingresar a trabajar, con un 77.1%; seguido de un 22.9% respetivamente.

Demostrando una de las características relacionada a la inducción de los colaboradores que se desempeñan en las MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras del rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Lo que se compara con los resultados de Quiñonez y Vega (2016) quien evidenció que el 43.2% consideró que la inducción a su puesto describe claramente las actividades a desempeñar; 29% consideró que el tiempo que entre la inducción a la empresa, capacitación en instalación definitiva en su puesto de trabajo es el adecuado

En cuanto a la capacitación, la Tabla 4; demuestra que el 65.7% de los trabajadores fueron capacitados y asimismo un 34.3% fueron capacitados por sí mismos. Demostrando una de las características sobre la capacitación de los trabajadores de la MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras del rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Córdova (2017) quien concluye que el 100% reciben capacitación del trabajo que realiza. Asimismo, Córdova (2018) en sus resultados determinó que el 50% dice que su personal recibió tipos de capacitación, y el 80% recibieron capacitación en atención al cliente. También, Justo (2017) obtuvo que el 90,9% conocen la capacitación y el 72,7% se capacitó en los últimos años. Por otro lado, Otazu (2018) determina que los representantes legales de las MYPE no capacitan a su personal

Por su parte Ruiz, (2011) señala que la capacitación de empleados se puede proporcionar en formas tradicionales, incluyendo la capacitación en el trabajo, la rotación de empleos, la enseñanza y el adiestramiento, los ejercicios de experiencia, los cuadernos de ejercicios y manuales, o las conferencias en el salón de clases

En la tabla 5; respecto a que tiempo los trabajadores, reciben capacitaciones, se evidenció que el 31.4% de los trabajadores reciben capacitación, en forma trimestral y Semestral; mientras que un 22.9% de los trabajadores no la reciben y el 14.3%, lo hacen anual respectivamente. Demostrando una de las características sobre la capacitación de los trabajadores de la MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras del rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Justo (2017) quien determinó que el 45,5% de las MYPE necesitan capacitarse de 3 a más veces. Por su

parte, Córdova (2017) en sus resultados evidenció que un 70% capacitaron a su personal 01 a 02 veces.

En la tabla 6; respecto a las capacitaciones que reciben los trabajadores, se evidenció que el 68.6% de los trabajadores suelen recibir a través de charlas y un 20.0% no lo reciben y el 5.7% a través de In situ y reuniones eventuales respectivamente.

Estos resultados permiten inferir que la mayoría de trabajadores tiene la debida capacitación en el rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Dichos resultados se comparan con los obtenidos por Pérez (2015) quien determinó que el 81% del personal rebela que no son ni motivados e incentivados por parte de la empresa para mejorar los niveles de venta. También Córdova (2018) llegando a concluir que prevalece el 93% en la técnica de procesos de capacitación, en los medios a utilizar se identificó un 93% que están la capacidad de resolver problemas. Asimismo, Correa (2018) señala que las capacitaciones se dan mediante interacción cara a cara.

Del primer objetivo específico se tiene que el 100% de los trabajadores requieren del tipo de capacitación desarrollo del personal, el 68% dijeron que los medios de capacitación que utilizan las MYPEs son las charlas, un 48.6% manifestaron que la necesidad de capacitación existente es en atención al cliente, el 31.4% expresaron que la frecuencia de la capacitación es semanal o trimestral. Sin embargo se identificó que el 77.1% no reciben capacitación por inducción.

5.2.1.2 Dimensión Desempeño

Objetivo Específico 2: Determinar el desempeño de los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016.

En cuanto a la evaluación de su desempeño, la Tabla 7; se evidencia que el 97.1% de los trabajadores son evaluados constantemente, mientras que el 2.9% no evalúan su desempeño. Demostrando una de las características sobre el desempeño de los trabajadores del personal de MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras del rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Quiñonez y Vega (2016) quien evidencia que 16.2% considera que se presentan evaluaciones a la capacitación luego de ser recibida. Torres (2015) señala que en un 72% que considera tener las competencias suficientes para satisfacer las necesidades y deseos del cliente.

En cuanto al nivel de su desempeño, la Tabla 8; muestra que el 94.3% de los trabajadores tienen un alto nivel de desempeño, mientras que el 5.7% están nivel medio de su desempeño. Demostrando una de las características sobre el desempeño de los trabajadores del personal de MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras del rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Torres (2015) quien en sus resultados un 72%, lo cual indica que los empleados no consideran que estén realizando un excelente trabajo al prestar sus servicios al cliente. Pérez (2015) en los resultados un 85% de que si ejecuta bien sus labores darán soporte a la empresa donde laboran

En relación a los recursos asignados, la tabla 9; evidenció que el 100% de los trabajadores aprovechan estos recursos. Demostrando una de las características del nivel de los recursos asignados en la MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras del rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Quiñonez y Vega (2016) quienes evidencian que; 56.8% concluye que la capacitación que ha recibido ha contribuido al mejor desempeño de su trabajo. Torres (2015) concluye que los empleados son la imagen del establecimiento al tener contacto directo con el cliente, por ese motivo necesitan tener las competencias suficientes para satisfacer necesidades y deseos del cliente de manera profesional.

En la tabla 10; respecto a la eficiencia, se demostró que el 100% de los trabajadores son muy eficientes. Estos resultados permiten inferir que todos los trabajadores tienen la debida eficiencia en el rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Lo que se compara con las conclusiones de Torres (2015) quien señala que con la ejecución del plan de capacitación se espera que el establecimiento de alimentos y bebidas cuente con un personal apto para brindar un servicio de calidad a turistas nacionales y extranjeros. Cordova (2017) en sus resultados refleja que el 100% considera que la capacitación eleva la eficiencia del personal.

En cuanto al trato que brinda al cliente, la Tabla 11; demuestra que el 100% de los trabajadores dan buena atención a todos los clientes. Demostrando una de las características sobre la atención al cliente de los trabajadores de la MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras del rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Lo que se compara con las conclusiones de Pérez (2015) quien expresa que la mejora de este servicio ayudara tanto a los colaboradores, a la empresa y la gastronomía local, así se contribuye también con las actividades turísticas a nivel local. Por su parte, Justo (2017) indica que el 68,2% requieren mejoras en Atención al cliente

Del segundo objetivo específico se observó que el 100% de los trabajadores manifestaron que evalúan su desempeño a través del mejor aprovechamiento de los recursos que les asignan, el resultado eficiente de la tarea que realizan y por el trato que dan a los clientes, el 97.1% dijeron que su desempeño en la función que realizan es de un alto nivel de calidad, y 94.3% se sienten satisfechos por el nivel de desempeño que tienen en los restaurantes.

5.2.2 Con respecto a la Variable Atención al cliente

5.2.2.1 Dimensión Actividades de la atención

Objetivo Específico 3: Determinar las actividades de la atención al cliente de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016.

Serna (2006) señala que el concepto tradicional que se tenía del servicio al cliente era la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, fundamentalmente amabilidad, atención.

Con relación a la atención al cliente adecuada, la tabla 12; evidenció que el 52.5% están de acuerdo, el 25.0% de acuerdo, el 10% en desacuerdo, el 7.5% indiferente y el 5.0% muy en desacuerdo. Demostrando una de las características de la atención al Público, MYPE, correspondientes a las unidades de investigación prestadoras del rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Lo que se compara con la investigación de Gómez (2014) por su parte concluye en su investigación que los factores primordiales para el cliente en cuanto al servicio al cliente, se basan en el producto mismo, por su sazón de las comidas y por la presentación de los platos. Por su parte Rosero (2016) determinó que el 64% de la población (opciones: regular y deficiente), afirmaron que el trabajo del personal, en cuanto al concepto del trato hacia el cliente no es el apropiado. Cano (2017) señala que el 66% están totalmente de acuerdo con la atención al cliente.

En cuanto a la atención en Caja, esta tabla 13; muestra que el 50.0% están de acuerdo, el 30.0% muy de acuerdo, el 12.5% en desacuerdo, el 5.0% indiferente y el 2.5% en muy desacuerdo. Demostrando una de las características de la atención en caja, MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras del rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Pérez (2015) quien determinó que los clientes valoran la rapidez de atención en los procesos y un 20% señala que la atención de la caja es moderada respecto al tiempo de espera.

Al respecto Escobar (2009) afirma que en el servicio al cliente participan varios elementos: el cliente, el personal de contacto o sea el personal del almacén o negocio, el soporte físico o local, exhibición.

En cuanto al sazón y sabor, la Tabla 14; muestra que el 67.5% de los clientes tienen una buena apreciación, mientras el 10.0% están Indiferentes y en desacuerdo, donde el 7.5% están muy de acuerdo y el 5% en muy desacuerdo. Demostrando una de las características sobre el buen sazón y sabor de los clientes de la MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras del rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por García (2015) quien determinó que los clientes en un 76,3% valoran la sazón y sabor de las comidas en los restaurantes de Lalaquiz. Por su parte, Castillo y Somarriba (2016) concluye que los colaboradores del área de cocina cuentan con mayores habilidades técnicas para la preparación de alimentos con buena sazón y a un menor tiempo.

El personal de contacto es quien se enfrenta a las diferentes situaciones con el cliente que se conocen como los momentos de verdad y el servicio mismo. (Escobar, 2009).

En la tabla 15; respecto a las actividades enfocadas que reciben los clientes, se evidenció que el 47.5% están de acuerdo y el 25.0% están satisfechos, el 20% en desacuerdo, también el 5.0% muy en desacuerdo y un 2.5% Indiferentes. Respectivamente. Estos resultados permiten deducir que la mayoría de clientes tiene claro esto, en el rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Cano (2017) quien determinó que el 58% está totalmente de acuerdo con la orientación al cliente. Gómez, (2014) determinó que las características del servicio al cliente, se basan en la aptitud y disposición del mozo y del personal por atender al cliente

En cuanto a la distribución de las Instalaciones la Tabla 16; demuestra que el 60% de los clientes están muy de acuerdo, el 32.5% de acuerdo, el 5.0% muy en desacuerdo y el 2.5% en desacuerdo.

Demostrando una de las características sobre la atención al cliente de la MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras del rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Estos resultados se comparan con la investigación de Pérez (2015), quien determinó que el 25% de los clientes considera muy confortable el ambiente interno como externo y una adecuada iluminación en instalaciones.

En cuanto a la diversidad de platos, la Tabla 17; muestra que el 80.0% de los clientes, están muy de acuerdo, que hayan otros tipos de preparación de comida, mientras el 12.5% están de acuerdo, donde el 5.0% están muy en desacuerdo y el 2.5% en desacuerdo. Demostrando una de las características sobre la diversidad de Platos, de los clientes de la MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras del rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Pérez (2015) quien determinó que un 10% le gustaría nuevos platos y bebidas. García (2015) indica que los clientes en su mayoría valoran la diversidad de platos que pueden encontrar en los restaurantes.

Se observó que del tercer objetivo específico, se tiene que los cliente no se les brinda una buena atención pese a que el personal no deja de ser capacitado, de forma que el 80% manifestaron que no tienen diversidad de procesos por lo que no brindan variedad de plato, un 67.5% dijeron estar en desacuerdo con la capacidad de respuesta al no ser atendidos con la sazón y el sabor que satisfagan sus necesidades, un 60% están muy en desacuerdo con el servicio al cliente al no contar los restaurantes con adecuada distribución de las instalaciones, un 52.5% en relación al enfoque al cliente están en desacuerdo con la atención al cliente, el pago en caja no es rápido y ágil.

5.2.2.2 Dimensión Actividades de la atención

Objetivo específico 4: Conocer la satisfacción del cliente de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016.

Al respecto Kotler (2006), señala que al “Maximizar el valor para el cliente, significa cultivar una relación de largo plazo con él”. En otras palabras, es asegurarle a los clientes el compromiso de que ellos siempre serán importantes para la empresa, que cada uno no es solo un cliente, sino alguien con valores, con quien se tiene una relación de integridad.

Con relación al personal calificado, la tabla 18; se evidenció que el 45.0% están de acuerdo, el 10.0% muy de acuerdo, el 22.5% en desacuerdo, el 17.5% indiferente y el 5.0% muy en desacuerdo. Demostrando una de las características del

personal calificado, MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras del rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Gómez, (2014), quien determinó dentro de los factores primordiales para el cliente, el valor agregado es la disposición de los mozos, por tratar de brindar un buen servicio. Orejuela (2017) determina que el 67% opina que el personal necesita capacitación en atención al cliente. Por su parte, Ponce (2018) indica que el 93.75% no realiza capacitaciones sobre atención al cliente.

En la tabla 19; respecto a los servicios adecuados a sus necesidades, que reciben los clientes, se evidenció que el 47.5% están de acuerdo y el 30.0% están en desacuerdo, el 12.5% indiferentes, el 7.5% muy de acuerdo y un 2.5% muy en desacuerdo respectivamente.

Dichos resultados permiten deducir que la mayoría de clientes están de acuerdo con esto, en el rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Cano (2017) quien determino que el 50% con el cumplimiento de los requisitos del cliente, el 72% con el bienestar que brinda el restaurante. Antúnez (2017) señala que el 59.1% cree que una atención de calidad contribuye al aumento de ventas

Según los resultados de la encuesta aplicada en el rubro Restaurantes del Distrito de Morropón, se determinó en la tabla 20; respecto a las instalaciones el 45.0%; están de acuerdo, el 20.2% en desacuerdo, 17.5 indiferentes, 12.5% muy de acuerdo, seguido de un 5.0% respetivamente. Demostrando una de las características relacionada a las MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras del rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Castillo y Somarriba (2016) quienes evidencian que el plan de mejora continua que promete ayudar en el aumento de la satisfacción del cliente, teniendo en cuenta la mejora en las instalaciones respecto a su distribución. Orejuela (2017) llegó a concluir que es fundamental mejorar el servicio que brindan los restaurantes en atención al cliente, con una mejor distribución, orden y limpieza en sus instalaciones.

En esta tabla 21; referente a la satisfacción de sus expectativas, que perciben los clientes, se demostró que el 50.0% están de acuerdo así como el 20.0% están muy de acuerdo, y con el 12.5% están indiferentes y en desacuerdo y un 5.0% muy en desacuerdo respectivamente. Estos resultados permiten deducir que la mayoría de clientes están de acuerdo con esto, en el rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

En los resultados de Gómez (2014) se determinó que las características del servicio al cliente, se basan en la aptitud y disposición del mozo y del personal por atender al cliente. Velasco (2014) respecto a la satisfacción con si el servicio ofrecido se puede notar que existe un 20% que no se encuentra satisfecho, pudiendo significar ello una alerta para los propietarios. Ponce (2018), determinó que la mayoría de las MYPE encuestadas están aplicando una gestión de calidad usando la técnica de mejora continua, y considera que la amabilidad y buen trato contribuye al aumento de las ventas en su negocio.

En cuanto a los servicios, la Tabla 22; se evidencia que el 60.0% de los clientes, están de acuerdo, el 12.5% muy de acuerdo, también con el 12.5% en desacuerdo, 10.0% indiferente y 5.0% muy en desacuerdo. Demostrando una de las características sobre el servicios de la MYPE, correspondientes a la unidades de investigación prestadoras del rubro Restaurantes del Distrito de Morropón.

Estos resultados se comparan con la investigación por Pérez (2015) quien determinó que los clientes, el 27% valora más la amabilidad, 11% valora la cordialidad. Velasco (2014) de tal manera que se pudo reflejar la importancia y repercusión de la capacitación al personal a fin de mejorar el servicio brindado al cliente, trayendo esto a su vez un mejor servicio al comensal que le permitirá de esta manera llenar sus expectativas.

En el cuarto objetivo específico se observó que el 60% están en desacuerdo con la diversidad de servicios de atención que reciben, el 50% están en desacuerdo con las expectativas generadas en la atención al cliente, el 47.5% están en desacuerdo con los servicios que prestan los restaurantes, un 45% en desacuerdo con el personal calificado y las instalaciones.

VI. CONCLUSIONES

Se determinó que el aprendizaje que se brinda a los trabajadores en las MYPEs de los restaurantes del Distrito de Morropón, los trabajadores requieren del tipo de capacitación de desarrollo personal, los medios de capacitación que utilizan las MYPEs son las charlas, la necesidad de capacitación existente es en atención al cliente, la frecuencia de la capacitación es semanal o trimestral. Sin embargo se identificó que no reciben capacitación por inducción.

Se identificó el desempeño de los trabajadores en las MYPEs de los restaurantes del Distrito de Morropón a los trabajadores los evalúan por su desempeño atreves del mejor aprovechamiento de los recursos que les asignan, el resultado eficiente de la tarea que realizan y por el trato que dan a los cliente, su desempeño en la función que realizan es de un alto nivel de calidad, y se sienten satisfechos por el nivel de desempeño que tienen en los restaurantes.

Se determinó las actividades de atención al cliente en las MYPEs de los restaurantes del Distrito de Morropón, no se les brinda una buena atención pese a que el personal no deja de ser capacitado, no tienen diversidad de procesos por lo que no brindan variedad de plato, están en desacuerdo con la capacidad de respuesta al no ser atendidos con la sazón y el sabor que satisfagan sus necesidades, están muy en desacuerdo con el servicio al cliente al no contar los restaurantes con adecuada distribución de las instalaciones, con buena atención al cliente y rápido pago en caja.

Se conoció que en relación a la satisfacción del cliente en las MYPEs del Distrito e Morropón están en desacuerdo con la diversidad de servicios de atención que reciben, con las expectativas generadas por recibir, con los servicios que prestan los restaurantes, con el personal porque este no es calificado y sus instalaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aparicio, H. (2014). *El 85% de las Mype en Perú es informal*. Recuperado el 28 de Diciembre de 2014, de Perú 21: <http://peru21.pe/opinion/85-mype-peru-informal-2191941>
- Arevalo. (2010). *El servicio al cliente en las MYPEs ubicadas en el Perimetro del Mercado de Abastos*. Piura.
- Asociación de emprendedores del Perú. (2016). *La contribución de las MYPE al PBI*. Obtenido de ASEP. Lima: <http://asep.pe/mypes-aponan-el-40-del-pbi/>
- Castillo, C., & Somarriba, M. (2016). *Propuesta de estrategias de mejoras en el servicio de atención al cliente en el restaurante el Ranchón, ubicado en el municipio de San Marcos, Departamento de Carazo, durante el II semestre del año 2016*. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/3447/1/4301.pdf>
- Collao. (2012). *Boletín Empresarial: OFREZCA UN SERVICIO DE EXCELENCIA*. Recuperado el 17 de 04 de 2014, de Boletín Empresarial: OFREZCA UN SERVICIO DE EXCELENCIA: <http://www.aempresarial.com/web/informativo.php?id=369>
- Ferraro, C. (2011). *Apoyando a las pymes: Políticas de fomento en América Latina y El Caribe*. Obtenido de http://www.elfinancierocr.com/biblioteca/Apoyando-Politiclas-America-Latina-Caribe_ELFFIL20130731_0037.pdf
- Fiestas, C. (2012). *Análisis de las Características Generales del sector Informal en el mercado de Piura*. Piura.
- Fonseca, C. (2012). *Impacto de la capacitación en las Microempresas Industriales de la ciudad de Bogotá*. Bogotá.

- Franco. (2011). *La Competitividad en el servicio prestado al cliente de una empresa distribuidora en la ciudad de Piura al año 2011*. Piura.
- Garces. (2011). *Relacion entre el clima organizacional y la competitividad laboral de una Empresa*. Colombia.
- García, J. (2011). *La hora de las MYPE exportadoras*. Recuperado el 18 de Abril de 2014, de Conexión.esan.com: <http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/08/23/la-hora-de-las-mypes-exportadoras/>
- García, J., & Hernandez, M. (2001). *Servicios de Desarrollo Empresarial: ¿El por qué de su poca demanda?* Obtenido de <http://www.cies.org.pe/node/887>
- González. (2001). *Como diagnosticar necesidades de capacitación*. Editorial Pacífico.
- Helberth. (2006). *Capacitación y desarrollo de personal*. Lima: S/E.
- Hernandez, L. (2012). *Caracterización del Financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las empresas del rubro Pollerías al año 2012*. Lima.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2016). *Comportamiento de la Economía Peruana en el primer trimestre de 2016*. Obtenido de Cuentas Nacionales Año base 2007. Lima: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-n02_pbi-trimestral_2016i.pdf
- Luna, D. (2012). *El servicio al cliente de las MYPEs de manufactura en la ciudad de Chiclayo*. Chiclayo.
- Masson, W. A. (2000). *Rentabilidad y Gestión en el Punto de venta*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15481/1/44016_1.pdf
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2013). *MIPYME*. Recuperado el 2014, de MIPYME: <http://www.produce.gob.pe/remype/data/mype2012.pdf>

- Munch. (2002). *Más allá de la excelencia y de la calidad total*. Mexico: DF Trillas.
- Orejuela, G. (2017). *Análisis de los niveles de calidad de atención al cliente y su incidencia en la satisfacción de los turistas extranjeros, usuarios de los restaurantes de la calle Charles Binford, en Santa Cruz - Galápagos*. Universidad Central del Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10486/1/T-UCE-0017-H001-2017.pdf>
- Panizo. (2014). *Competitividad, Formalización y desarrollo de la MYPE*. Lima: <http://peru21.pe/economia/cambios-ley-mype-permitira-que-170-mil-empresas-se-formalicen-2014-2139763>.
- Pérez, L. (2015). *Plan de capacitación para optimizar la calidad del servicio del Restaurante Cocolón de la Ciudad de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9090/1/PLAN%20DE%20CAPACITACION%20PARA%20OPTIMIZAR%20LA%20CALIDAD%20DEL%20SERVICIO%20DEL%20RESTAURAN%20COCOLON.pdf>
- Porter, M. (2001). *Estrategia competitiva: Técnicas para analizar las industrias y la competencia*. Buenos Aires, Argentina: Mc Graw Hill.
- Quijano, V. (2003). *Calidad de servicio*.
- Quiñonez, B., & Vega, A. (2016). *Los programas de inducción y capacitación como herramientas de competitividad: el caso de una empresa del sector turístico de la ciudad de Tecate, Baja California, México*. . Obtenido de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xxi/docs/3.10.pdf>
- Rengifo. (2011). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro*

artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010. Universidad Angeles de Chimbote.

Rodríguez, & Morales. (2008). *La capacitación en las organizaciones modernas.*

Chihuahua - México: Universidad Autónoma de Chihuahua.

Rodríguez, J., & Burneo, K. (2017). *Metodología de la investigación.* Lima:

Universidad San Ignacio de Loyola.

Rosado, R. (2013). *INEI: El 99.6% de empresas son micro, pequeñas y medianas,*

pero las grandes concentran el 79% de ventas. Obtenido de Noticias de

emprendimiento: [http://emprende.pe/inei-el-99-6-de-empresas-son-micro-](http://emprende.pe/inei-el-99-6-de-empresas-son-micro-pequenas-y-medianas-pero-las-grandes-concentran-el-79-de-ventas/)

[pequenas-y-medianas-pero-las-grandes-concentran-el-79-de-ventas/](http://emprende.pe/inei-el-99-6-de-empresas-son-micro-pequenas-y-medianas-pero-las-grandes-concentran-el-79-de-ventas/)

Rosero, I. (2016). *Mejora del servicio al cliente en el restaurante, Costillas de Nico*

2 en la ciudad de Guayaquil, 2016. Universidad laica Vicente Rocafuerte de

Guayaquil.

Obtenido

de

<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1353/1/T-ULVR-1153.pdf>

Ruiz. (2011). *Capacitación al personal.* Lima: I.S.T.P Nuestra Señora del Carmen.

Saavedra, T. (2011). *Caracterización de la calidad y la Rentabilidad de las Micro-*

empresas comerciales de útiles de oficina de Loreto. Loreto.

Salinas, J. (2012). *Relación entre la inteligencia emocional y la capacitación de los*

trabajadores ejecutivos de MYNAS S.A. Barcelona.

Serida, J., Borda, A., Nakamatsu, K., Morales, O., & Yamakawa, P. (2005). *Global*

Entrepreneurship Monitor Perú 2004-2005. Lima Perú: ESAN.

Silupu, B. (2012). Las Mypes están haciendo crecer a Piura. (E. Belletich,

Entrevistador)

Torres, K. (2015). *Plan de capacitación de servicio al personal del restaurante*

Yaraví ubicado en la Mitad del Mundo. Instituto Tecnológico Cordillera de

Ecuador. Obtenido de

<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/359/93-TURISM-14-15-1718011750.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Townsend, A. (2014). *El Crecimiento del Perú*. Lima:

<http://elcomercio.pe/economia/negocios/christine-lagarde-crecimiento-peru-seguira-siendo-robusto-noticia-1641323>.

Triveño, G. (2013). *Unas 165,000 mypes formales se crearon en 2012*. Obtenido de

<http://peru21.pe/economia/unas-165000-mypes-formales-se-crearon-2012-2131202>

Universidad San Martín de Porres, U. (2013). *Manual: Estudio de las Mico,*

pequeñas y medianas empresas. Lima: Universidad San Martín de Porres.

Villarán. (2010). *Entrevista: Importancia de la MYPE en el desarrollo del País*.

Recuperado el 19 de 04 de 2014, de Entrevista: Importancia de la MYPE en el desarrollo del País: <http://www.teleley.com/revistaperuana/villaran-66.pdf>

ANEXOS

8.1 Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado “**Caracterización de la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016**”.

I. DATOS GENERALES DE LOS TRABAJADORES

1.1 Edad del trabajador: 18 – 25.... 26 – 35.... 36 – 45 Más de 46 años....

1.2 Sexo: Masculino.....Femenino.....

1.3 Grado de instrucción: Primaria:Secundaria..... Superior No Universitaria.....
Universitaria Completa.....

1.4 Tiempo en años laborando en MYPE: Menos de 01 año... Entre 01 a 03 años..... Entre 03 a 05 años..... Más de 05 años.

CAPACITACIÓN

2.1 ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?: Atención al cliente () Caja ()
) Administrativas ()

2.2 ¿Usted considera que necesita capacitarse?: Sí () No ()

2.3 ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?: Sí () No ()

2.4 ¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?: Usted mismo () La MYPE ()

2.5 ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?: Anual () Semestral () Trimestral () No recibe ()

2.6 ¿Qué medios utilizaron en su capacitación? Charlas () In situ () Reuniones eventuales ()

2.7 ¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?: Si () No ()

2.8 ¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?: Alto () Medio () Bajo ()

2.9 ¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?: Si () No ()

2.10 ¿Es usted eficiente en las tareas que realiza? Si () No ()

2.11 ¿Cómo considera el trato que brinda al cliente? Bueno () Regular () Malo ()



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado “**Caracterización de la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016**”.

I. DATOS DE CLIENTES

1.1 Edad: 18 – 25.... 26 – 35.... 36 – 45 Más de 46 años....

1.2 Sexo: Masculino.....Femenino.....

1.3 Grado de instrucción: Primaria:Secundaria..... Superior No Universitaria.....

Universitaria Completa..... Postgrado.....

ATENCIÓN AL CLIENTE	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
	5	4	3	2	1
1. Considera que la atención al cliente en el rubro restaurantes del distrito de Morropón es la adecuada					
2. Para usted la atención en caja es rápido y ágil					
3. Para usted la sazón y el sabor de las comidas satisfacen sus necesidades					
4. Considera que las actividades de los restaurantes están enfocadas al cliente					
5. Para usted los restaurantes del distrito de Morropón deben distribuir mejor sus instalaciones					
6. Usted considera que los restaurantes del distrito de Morropón deben contar con diversidad de platos					
7. Para usted los restaurantes del distrito de Morropón cuentan con el personal					

calificado para la atención					
8. Considera que los restaurantes del distrito de Morropón cuentan con servicios adecuados a sus necesidades					
9. Usted considera que los restaurantes del distrito de Morropón cuentan con instalaciones adecuadas					
10. Para usted la atención del cliente de los restaurantes del distrito de Morropón satisfacen sus expectativas					
11. Usted se encuentra satisfecho con los servicios de atención al cliente de los restaurantes del distrito de Morropón					

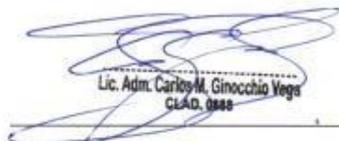
8.2 Validación

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos Manuel Ginocchis Vega, identificado con DNI 02867439, con el grado de Magister en Administración 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: Cuestionario, elaborado por el estudiante CARLOS ENRIQUE CAMACHO BERRÚ, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y LA CAPACITACIÓN DE LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE MORROPÓN, AÑO 2016", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.


Lic. Adm. Carlos M. Ginocchis Vega
C.I.A. 0888

Piura, Setiembre 2016.

CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, ANITA GERONIMO BENITO HERRERA identificado con DNI 02658232,

MAGISTER EN

Ciencias Políticas :

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación, el (los) instrumento (s) de recolección de datos:

Encuestas, elaborado por

Carlos Enrique Canacho Benito, a los efectos de su

aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y LA CAPACITACION DE LAS MYPE, RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO MORROPON, AÑO 2016", 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, 11 Setiembre 2016.



Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
CLAD 05862



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS:

CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y LA CAPACITACIÓN
DE LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE MORROPÓN,
AÑO 2016

CONSULTA A EXPERTOS

Determinar la eficacia de la pregunta, según la siguiente tabla considerando estos puntajes:

Pregunta	Puntaje
Si pertenece a la dimensión de estudio	3
Probablemente si pertenece a la dimensión de estudio	2
Probablemente no pertenece a la dimensión de estudio	1
No pertenece a la dimensión de estudio	0

PREGUNTAS DE CAPACITACIÓN	PUNTAJE			
	3	2	1	0
1. ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?	X			
2. ¿Usted considera que necesita capacitarse?	X			
3. ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?	X			
4. ¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?	X			
5. ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?	X			
6. ¿Qué medios utilizaron en su capacitación?	X			
7. ¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?	X			


Mg. Lc. Adm. Manuel G. Merino Hincastroza
CLAD 05862

Ítems relacionados con Atención al cliente y capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aqulescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
1. ¿Cuáles son las actividades que realiza en la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
2. ¿Usted considera que necesita capacitarse?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
3. ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
4. ¿En las funciones que realiza quien le ofreció la capacitación?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
5. ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
6. ¿Qué medios utilizaron en su capacitación?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
7. ¿La MYPE evalúa su desempeño en la función que realiza?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
8. ¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
9. ¿Usted aprovecha los recursos asignados para su función?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
10. ¿Es usted eficiente en las tareas que realiza?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
11. ¿Cómo considera el trato que brinda al cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
1. Considera que la atención al cliente en el rubro restaurantes del distrito de Morropón es la adecuada	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
2. Para usted la atención en caja es rápido y ágil	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
3. Para usted la sazón y el sabor de las comidas satisfacen sus necesidades	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
4. Considera que las actividades de los restaurantes están enfocadas al cliente	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)
5. Para usted los restaurantes del distrito de Morropón deben	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (x)



Mg. Lc. Adm. Manuel G. Merino Hincastroza
CLAD 05862

8.3 Libro de códigos

ENCUESTA ATENCIÓN AL CLIENTE - CLIENTES

Rspta. Cliente	Edad	Sexo	Grado_Inst.	ACC1	ACC2	ACC3	ACC4	ACC5	ACC6	ACC7	ACC8	ACC9	ACC10	ACC11
1	1	1	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
2	3	1	2	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
3	4	1	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	1	2	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
5	4	1	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
6	3	1	1	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4
7	3	1	2	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4
8	1	1	3	5	5	4	4	4	5	3	3	3	3	3
9	2	1	3	3	4	4	5	5	5	3	3	4	4	3
10	2	1	3	5	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4
11	3	1	4	4	3	4	4	5	5	4	3	3	4	4
12	2	1	3	4	4	4	2	5	5	4	2	2	5	5
13	1	1	2	3	4	4	1	4	2	5	3	5	3	3
14	1	1	1	1	2	3	2	5	4	1	4	2	4	1
15	2	1	2	4	5	4	5	4	5	2	2	3	4	2
16	4	1	4	4	5	4	5	4	5	3	3	2	3	4
17	3	1	5	2	2	3	2	4	4	2	2	2	3	2
18	2	1	3	5	4	1	4	1	1	2	2	5	2	4
19	4	1	3	3	2	2	3	5	5	3	2	3	2	4
20	3	1	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4
21	3	1	2	1	1	1	1	2	5	1	1	1	1	1
22	2	1	2	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4
23	3	1	2	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4
24	1	1	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
25	1	1	2	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
26	4	2	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
27	4	2	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
28	2	2	3	5	5	4	4	5	5	3	4	5	4	4
29	3	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
30	3	2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
31	4	2	4	4	4	4	2	5	5	2	2	2	5	5
32	2	2	3	4	4	4	2	5	5	2	2	2	5	4
33	2	2	3	4	5	4	5	4	5	3	2	3	4	3
34	4	2	3	4	4	4	5	5	5	2	2	3	2	4
35	2	2	3	2	4	2	2	1	1	2	2	1	1	2
36	3	2	5	2	2	2	2	5	5	2	2	2	2	2
37	2	2	3	2	2	2	2	5	5	2	2	2	2	2
38	1	2	3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5
39	1	2	3	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5
40	1	2	3	4	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5

Conteo												
Rpta 1 =	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
Rpta 2 =	4	5	4	8	1	1	9	12	8	5	5	5
Rpta 3 =	3	2	4	1	0	0	7	5	7	5	4	4
Rpta 4 =	21	20	27	19	13	5	18	19	18	20	24	24
Rpta 5 =	10	12	3	10	24	32	4	3	5	8	5	5
Datos de Clientes												
Edad		Sexo		Grado de Instrucción								
Item	Codigo	Item	Codigo	Item	Codigo							
18-25 Años	1	Masculino	1	Primaria	1							
26-35 Años	2	Femenino	2	Secundaria	2							
36-45 Años	3			Superior Universita.	3							
Más de 46 Años	4			Universitaria Comp.	4							
				Postgrado	5							
Gestion de Calidad(Clientes)												
ACC1 - Pregunta 1		ACC2 - Pregunta 2		ACC3 - Pregunta 3		ACC4 - Pregunta 4		ACC5 - Pregunta 5				
Item	Codigo	Item	Codigo	Item	Codigo	Item	Codigo	Item	Codigo			
Muy de acuerdo	1	Muy de acuerdo	1	Muy de acuerdo	1	Muy de acuerdo	1	Muy de acuerdo	1			
De acuerdo	2	De acuerdo	2	De acuerdo	2	De acuerdo	2	De acuerdo	2			
Indiferente	3	Indiferente	3	Indiferente	3	Indiferente	3	Indiferente	3			
En desacuerdo	4	En desacuerdo	4	En desacuerdo	4	En desacuerdo	4	En desacuerdo	4			
Muy en desacuerdo	5	Muy en desacuerdo	5	Muy en desacuerdo	5	Muy en desacuerdo	5	Muy en desacuerdo	5			
ACC6 - Pregunta 6		GCC7 - Pregunta 7		GCC8 - Pregunta 8		GCC9 - Pregunta 9		GCC10- Pregunta 10				
Item	Codigo	Item	Codigo	Item	Codigo	Item	Codigo	Item	Codigo			
Muy de acuerdo	1	Muy de acuerdo	1	Muy de acuerdo	1	Muy de acuerdo	1	Muy de acuerdo	1			
De acuerdo	2	De acuerdo	2	De acuerdo	2	De acuerdo	2	De acuerdo	2			
Indiferente	3	Indiferente	3	Indiferente	3	Indiferente	3	Indiferente	3			
En desacuerdo	4	En desacuerdo	4	En desacuerdo	4	En desacuerdo	4	En desacuerdo	4			
Muy en desacuerdo	5	Muy en desacuerdo	5	Muy en desacuerdo	5	Muy en desacuerdo	5	Muy en desacuerdo	5			
ACC11 - Pregunta 11												
Item	Codigo											
Muy de acuerdo	1											
De acuerdo	2											
Indiferente	3											
En desacuerdo	4											
Muy en desacuerdo	5											

ENCUESTA DE CAPACITACION

Rspsta. Repr.	Edad	Sexo	T_Rubro	N_Trab.	GCR1	GCR2	GCR3	GCR4	GCR5	GCR6	GCR7	GCR8	GCR9	GCR10	GCR11
1	3	1	4	2	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	2	2	1	2	1	4	0	1	1	1	1	1
3	2	1	1	2	3	1	2	1	4	0	1	1	1	1	1
4	2	1	1	2	3	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1
5	3	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	2	1	1	2	1	4	0	1	1	1	1	1
7	1	1	4	2	3	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1
8	2	1	4	2	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1
9	2	1	2	2	3	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1
10	2	1	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1
11	3	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1
12	2	1	4	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
13	2	1	1	2	2	1	1	1	4	0	2	2	1	1	1
14	2	1	4	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1
15	4	1	4	2	1	1	1	2	3	2	1	1	1	1	1
16	3	2	2	2	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1
17	4	2	3	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
18	2	2	1	2	2	1	1	1	4	3	1	1	1	1	1
19	1	2	4	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
20	1	2	4	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1
21	1	2	4	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1
22	2	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	1	2	4	2	3	1	2	2	1	3	1	1	1	1	1
24	2	2	4	2	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
25	4	2	4	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1
26	2	2	2	2	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1
27	3	1	4	2	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	2	2	1	2	1	4	0	1	1	1	1	1
29	2	1	1	2	3	1	2	1	4	0	1	1	1	1	1
30	2	1	1	2	3	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1
31	3	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	2	1	1	2	1	4	0	1	1	1	1	1
33	1	1	4	2	3	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1
34	2	1	4	2	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1
35	2	1	2	2	3	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1

Cuento												
Rpta 1 =	17	35	8	12	5	24	34	33	35	35	35	35
Rpta 2 =	7	0	27	23	11	2	1	2	0	0	0	0
Rpta 3 =	11	0	0	0	11	2	0	0	0	0	0	0
Rpta 4 =	0	0	0	0	8	7	0	0	0	0	0	0

Datos Generales de la MYPES

Edad	
Item	Codigo
18-25 Años	1
26-35 Años	2
36-45 Años	3
Más de 46 Años	4

Sexo	
Item	Codigo
Masculino	1
Femenino	2

T_Rubro	
Item	Codigo
Menos de 01 añ	1
01 a 03 Años	2
03 a 05 Años	3
Mas de 05 Años	4

N_Trabajadores	
Item	Codigo
Menos de 2	1
Entre 03 a 05	2
Mas de 05	3

Capacitación (Represent intes)

GC1 - Pregunta 1	
item	Codigo
Atención al Cliente	1
Caja	2
Administrativas	3

GC2 - Pregunta 2	
item	Codigo
Si	1
No	2

GC3 - Pregunta 3	
item	Codigo
Si	1
No	2

GC4 - Pregunta 4	
item	Codigo
Usted mismo	1
La Mype	2

GC5 - Pregunta 5	
item	Codigo
Anual	1
Semestral	2
Trimestral	3
No recibe	4

GC6 - Pregunta 6	
item	Codigo
Charlas	1
In situ	2
Reuniones eventuale	3

GC7 - Pregunta 7	
item	Codigo
Si	1
No	2

GC8 - Pregunta 8	
item	Codigo
Alto	1
Medio	2
Bajo	3

GC9 - Pregunta 9	
item	Codigo
Si	1
No	2

GC10 - Pregunta 10	
item	Codigo
Si	1
No	2

GC11 - Pregunta 11	
item	Codigo
Si	1
No	2

ESTÁS VIENDO: MECIO + TCC 2019-2020 PARA + PRIMERA REVISIÓN

Acerca de esta página
 Esta es la bandeja de entrada de ejercicios. Para ver un trabajo, haga clic en el título del trabajo. Para ver un Reporte de Similitud, seleccione el icono de Reporte de Similitud del trabajo en la columna de similitud. Un icono atenuado indicará que el Reporte de Similitud no se ha generado todavía.

primera revisión
 BANDEJA DE ENTRADA | ESTÁS VIENDO: TRABAJOS NUEVOS *

Informe de calificación en línea | Editar la configuración del ejercicio | Correo electrónico sin remitente

Seleccionar archivo	TRABAJO	USUARIO	SIMILITUD	NOTA	IDENTIFICACIÓN	REVISIÓN	RFID DEL TRABAJADOR	FECHA
<input type="checkbox"/>	Acha Calle Acha Calle	Acha Calle	0%	--	--		1078394519	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Agular Agular Agul...	Agular Agular	0%	--	--		1077388220	12-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Huaman Cordova 3 Hua...	Huaman cordova 3	0%	--	--		1063717916	25-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Querevala Rumirho Qu...	Querevala Rumirho	0%	--	--		1077566560	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Castro Ayosa Castro ...	CASTRO AYOSA	4%	--	--		1078230756	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Ramos Castillo Ramos...	Ramos Castillo	4%	--	--		1077856189	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Castillo Julahuansa ...	Castillo Julahuansa	5%	--	--		1077854682	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Mila Herrera Mil...	Mila Herrera	5%	--	--		1077860898	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Castillo Cano Casti...	CASTILLO CANO	6%	--	--		1078246543	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Rado Duque Rado Duq...	RADO DUQUE	6%	--	--		1078897034	16-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Sarjines Aguto Sari...	Sarjines Aguto	6%	--	--		1077859280	13-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Camacho Berni 2 Cama...	Camacho Berni 2	10%	--	--		1061406620	21-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Castro Choquehuansa	Castro Choquehuansa 2	10%	--	--		1078234954	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Idrogo Ortiz Idrogo ...	IDROGO ORTEZ	10%	--	--		1077207948	12-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Chull Zapata 2 Chul...	CHULL ZAPATA 2	11%	--	--		1078239393	14-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Villalta Palacios V...	VILLALTA PALACIOS	11%	--	--		1077109187	12-feb.-2019
<input type="checkbox"/>	Santos Santos Santos...	SANTOS SANTOS	12%	--	--		1062525323	23-feb.-2019

USER: 44557295

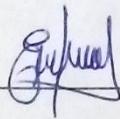
Nro: 082019-00007212
Fecha: 01-03-2019 09:08

CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) , con código de matrícula 0811132143, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

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

PIURA, 01 DE MARZO DEL 2019.



V°B° CAJA
44557295



UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE ADMINISTRACION
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
FACULTAD DE INGENIERIA

Sra. Ana Silvia Chuyes Guevara
ESPECIALISTA C.I.R.

V°B° BIBLIOTECA (*)

V°B° LABORATORIO/
CLINICA (*)

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