



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

LA CAPACITACIÓN DE PERSONAL COMO FACTOR  
RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE  
MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL  
SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES, DISTRITO  
DE HUARAZ, 2019.

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

**AUTOR**

Br. DOMINGUEZ LEIVA, ITAN ROSVEL

Orcid. 0000-0002-3226-8509

**ASESOR**

Dr. CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS

Orcid. 0000-0002-6399-5928

**CHIMBOTE - PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Br. Dominguez Leiva, Itan Rosvel

Código ORCID: 0000-0002-3226-8509

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, estudiante de Pregrado, Huaraz – Perú

### **ASESOR**

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Código ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,  
Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Huaraz, Perú.

### **JURADO**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Código ORCID: 0000-0002-5746-9374

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Código ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr: Cerna Izaguirre, Julio César

Código ORCID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

## **HOJA DEL JURADO EVALUADOR**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

**Presidente**

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

**Miembro**

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio Cesar

**Miembro**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a Dios, por darme la salud que tengo, por haberme cuidado y abrirme por un buen camino; por darme las fuerzas de seguir adelante.

Gracias a la universidad católica los ángeles de Chimbote, por haberme formado, gracias a todas las personas que fueron partícipes de este proceso y de la cual siempre he recibido apoyo incondicional.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo va dedicado con mucho amor al señor divino por haberme dado la vida y llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinito cariño.

Este trabajo de investigación va dedicado a mis adorados padres, Eusebio Dominguez Guillen a mi madre Silveria florentina Leiva Saenz y a mis hermanos (a) ya que, gracias a ellos por su apoyo absoluto, amor infinito siempre inculcándome la humildad y la responsabilidad quien me acompaña siempre en las buenas y malos momentos.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo por objetivo general: Determinar las principales características de la capacitación de personal como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, distrito de Huaraz, 2019. La investigación fue de diseño No experimental transversal. Para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 33 representantes de las micro y pequeñas empresas. A quienes se aplicó cuestionarios de 22 preguntas para los representantes. A través de la técnica de la encuesta obtenido de los siguientes resultados: el 42,4% manifiestan que conocen muy poco usted tiene conocimiento en la capacitación de personal como factor relevante en la gestión de calidad y 21,2% manifiestan que si conocen y seguidamente el 39,4% manifiestan que a veces ponen la práctica de capacidad de ponerse en lugar del otro por brindarle un cuidado resuelta, seguido por un 36,4% manifiestan que siempre lo realizan y finalmente el 24,2% manifiestan Nunca. Finalmente concluyo que, la mayoría de las micro y pequeñas empresas conocen muy poco la capacitación como factor relevante en gestión de calidad, limitando de este modo el desempeño de las organizaciones.

**Palabras clave:** Capacitación, Gestión de calidad, Micro y Pequeñas Empresas

## **ABSTRACT**

The present research work had as a general objective: To determine the main characteristics of the training of personnel as a relevant factor of quality management and improvement plan in the micro and small companies of the service sector, restaurants, Huaraz district, 2019. The research was of a non-experimental transversal design. A sample population of 33 representatives of micro and small companies was used to collect the information. To whom questionnaires of 22 questions were applied for the representatives. Through the survey technique obtained from the following results: 42.4% state that they know very little you have knowledge in the training of personnel as a relevant factor in quality management and 21.2% state that if they know and then 39.4% state that sometimes they put the practice of being able to put themselves in place of the other by providing a resolute care, followed by 36.4% that they always do it and finally 24.2% never say. Finally, I conclude that most micro and small businesses know very little about training as a relevant factor in quality management, thus limiting the performance of organizations.

**Keywords:** Training, Quality Management, Micro and Small Business

## CONTENIDO

Título de la tesis.....	i
Equipo de trabajo .....	ii
Hoja del jurado evaluador.....	iii
Dedicatoria.....	v
Resumen y abstract.....	vi
Contenido.....	viii
Índice de tablas y figuras.....	ix
I.    Introducción.....	1
II.   Revisión de literatura.....	7
III.  Hipótesis.....	24
IV.  Metodología.....	25
4.1. Diseño de investigación .....	25
4.2. Población y muestra .....	25
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	26
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	28
4.5. Plan de análisis.....	28
4.6. Matriz de consistencia.....	29
4.7. Principios éticos.....	30
V.   Resultados .....	31
5.1. Resultados.....	31
5.2. Análisis de resultados.....	38
VI.  Conclusiones.....	51
Recomendaciones .....	52
Referencias .....	53
Anexos .....	59

## ÍNDICE DE LAS TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes distrito de Huaraz, 2019.....	31
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes distrito de Huaraz, 2019.....	32
Tabla 3. Características de la capacitación de personal como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes distrito de Huaraz, 2019.....	33
Tabla 4. El plan de mejora Propuesto de la capacitación de personal como factor relevante de la gestión de calidad.....	36

## ÍNDICE DE LAS FIGURAS

Figura 1. Edad.....	64
Figura 2. Género.....	65
Figura 3. Grado de instrucción.....	65
Figura 4. Cargo que desempeña.....	66
Figura 5. Tiempo de permanencia en el rubro .....	66
Figura 6. Número de trabajadores.....	67
Figura 7. Las personas que trabajan .....	67
Figura 8. Objetivo creación .....	68
Figura 9. Conocimiento en la capacitación de personal como factor relevante en la gestión de calidad.....	68
Figura 10. Capacidad de ponerse en lugar de otro .....	69
Figura 11. Entorno para determinar sobre la información detallada hacia los clientes...69	
Figura 12. Capaz de escuchar y responder acertadamente las opiniones.....	70
Figura 13. Muestra un sincero interés en los problemas que se presentan con los clientes.....	70
Figura 14. Planifica para brindar atención personalizada.....	71
Figura 15. Los resultados obtenidos durante el proceso de capacitación.....	71
Figura 16. Se preocupa en cuanto al reclamo de los clientes .....	72
Figura 17. La empresa mantiene la disciplina con los clientes.....	72
Figura 18. Como encargado eres responsable en el cumplimiento de tus funciones ...73	
Figura 19. Implementa soluciones para brindar ayuda a los clientes en sus dificultades.....	73
Figura 20. La capacitación aumenta la productividad.....	74
Figura 21. Cómo consideras el servicio ofrecido.....	74

## **I. INTRODUCCIÓN**

En la actualidad la capacitación es utilizada como instrumento importante que ayuda a gestionar, planificar, cambiar, corregir y aumentar la capacidad, habilidad y forma del trabajador ya sea antiguo o existente. Las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes las sociedades que contribuyen a la economía peruano y facilitan suficiente empleo a una sección profesional de bajos recursos en la localidad, este personal que vienen trabajando diariamente siempre va necesitar de potencializar sus habilidades como todo trabajador de cualquiera establecimiento.

El interés por estudiar hoy en día de la capacitación de personal de los restaurantes a causa de que, en la ciudad de Huaraz, se viene dando falencias de las mayores complicaciones en tema de satisfacción al cliente en los establecimientos de la ciudad, por lo cual genera malestar, incomodidad y descontento hacia los clientes. Los personales del dicho restaurante tienen dificultad de como brindar los servicios a los clientes. Vive insuficiente beneficio por parte de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurants de brindar una buena capacitación a sus colaboradores, de entrenarlos en cuanto a la calidad de servicios que enfocan que es la atención al cliente, esta situación forma que no les acceda a desplegar y diversificar ante sus capacidades, poseen escasa ciencia sobre la eficacia de prestación y de cómo desempeñar con las posibilidades, eficiente y adecuada a los consumidores que acuden a estos zonas de comida. La atención al consumidor varía dependiendo de la acogida de la prestación o un producto. Cuando se brinda una prestación, la atención al cliente debe ser atendida de la mejor manera, se debe dar más importancia por saber las necesidades y satisfacciones del cliente y mostrar con eficacia y eficiencia a sus escaseces.

El desarrollo para todos los procesos ejecutivos, este tipo de sociedades suelen convenir a los trabajadores para que trabajen con las habilidades oportunas de la atención al cliente en restaurantes , por lo cual consiste en brindar información sobre los platos de menús que va preparar durante el día de mismo modo limpiar sillas y mesas, decepcionar al cliente de manera respetoso, saludar al cliente, detallar el menú, sonreír en cada momento que exista preciso, ser generoso, ser carisma, agradecer, etc.

El personal para cumplir con estos valores debe ser capacitado de manera constante y los representantes de estas Micro y Pequeñas Empresas deben de poner más énfasis en la formación y ver a manera una experiencia común (Oscoco, 2011).

Las micro y pequeñas empresas de los restaurantes es de vital importancia que los representantes se auto capaciten y se capaciten constante con el propósito de perfeccionar sus destrezas, destrezas, capacidades y competitividades organizacionales lo que toda vez va a consentir corregir la eficacia y eficiencia encima de los conocimientos organizacional. Conforme entrenado a todos los colaboradores, las sociedades van a poseer principales patrimonios de enfrentar la prueba de prestación al consumidor.

En la actualidad Según Sánchez (s.f), las Micro y Pequeñas Empresas en Perú son un mecanismo muy significativo del motor de nuestra capital. A nivel nacional, las MYPE facilitan empleo al 80% de la ciudad administradamente activa y crean cerca del 40% del (PBI). Es incuestionable que las micro y pequeñas empresas comprenden varios aspectos significativos del capital de nuestro país, entre los más significativos se menciona su contribución a la generación de trabajo, que si bien es cierto muchas veces no lo crea en situaciones apropiadas de elaboración particular, ayuda de forma progresiva en tranquilizar el alto índice de despido que sufre nuestro país. En cuanto a la contribución de las Micro y Pequeñas Empresas en el PBI, según el Marco Macro Económico Anual 2006-2008, elaborado por el (Ministerio de Economía y Finanzas en el 2005) nos indica lo siguiente:

El presente estudio trata sobre la determinación de como las Micro y Pequeñas Empresas en la capacitación de personal en el rubro restaurantes, se busca determinar de cómo se está desarrollando la etapa de la capacitación como factor relevante de la gestión de calidad, si se están desempeñando los conocimientos de gestión de calidad, ofrecer investigación sobre los productos que proporciona, las características de comidas, platos típicos, etc.

A nivel internacional, colocan de trabajador para todos sus conocimientos activos, cortes como mozos y cocina, a quienes los entrenan cotidianamente en la capacitación de personal, los restaurantes internacionales toman de manera formal y aprecian la disposición de la formación los colaboradores con el propósito de que se afirme que ellos desplieguen o den desempeños convenientes a cada una de las ocupaciones que les toca

desarrollar. Estas preparaciones establecen parte de las habilidades generales de las Micro y Pequeñas Empresas de las empresas de restaurantes internacional, el representante sabe de qué invertir en los procesos de capacitación no aparentan costosos o gastos para la sociedad sino es parte de inversión como si fuera una compra de un bien, conocen que en el mediano o largo plazo se verán los resultados tal a modo lo han demostrado las consecuencias por diversas de ellas. (SECTUR, 2006).

En Latinoamérica, las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes viven miles, en donde se tiene en balance, si bien en mínima disposición que en las naciones avanzadas a la capacitación de sus colaboradores. Cada año este tipo de sociedades se apertura por cientos digno a que muchos trabajan y precisan que los valores de los restaurantes ofrezcan sus productos con calidad. En la mayoría de estos MYPE, principalmente en los restaurantes de tres a cuatro tenedores tienen política la capacitación permanente de sus personales tanto en calidad de servicios y en las instrucciones de todos los procesos operativos que involucra la prestación de despachar comida a los consumidores de cualquier nivel financiero (Avilés, 2015).

A nivel nacional, el negocio de los restaurantes está en un nivel muy admisible íntegro al afirmación internacional de la comida peruana, de nosotros país es el ocupación turístico mundial por perfección en todo lo que a la gastronomía, sin confiscación estas sociedades se establecen la humanidad como informales, en adonde la formación del personal dependiente u operativo no persistentemente es asumida en cuenta, los dueños o gerentes de las micro y pequeñas empresas no declaran una cultura cimentada en la calidad de la formación del propia, no alcanzan que la formación como proceso importante de prosperidad, de cambio, de desarrollo y progreso organizacional, así como de desarrollo del aparecer ya sea como persona y como familia. (Katsigris, 2005)

A nivel local, las organizaciones del rubro restaurantes presentan sus características de sus equivalentes a nivel nacional, existen micro y pequeñas empresas formales e informales, en donde prima la informalidad. Estos vendedores presentan corta cultura de atención al cliente, sobre todo ante los huéspedes extranjeros, presentan bajo dominio de declaración, de manejo del dialecto castellano e inglés, ya que Huaraz es una ciudad visitada por muchos extranjeros por zona turística, en ese sentido se hace obligatorio determinar cómo estas micro y pequeñas empresas están capacitando a sus colaboradores

respecto al prestación de servicios de atención al cliente, como están capacitando al personal que atiende al público.

La situación en las Micro y Pequeñas Empresas de la sección de restaurantes del distrito de Huaraz manifiesta las propias dificultades que se muestran a nivel nacional, tiene las equivalentes dificultades, deficiencias generalmente en los procesos de la gestión de calidad. Transmitida la situación dudosa, la presente investigación busca caracterizar la capacitación del personal en restaurantes de distrito de Huaraz 2019

Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente ¿Cuáles son las principales características de la capacitación de personal de como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes, distrito de Huaraz 2019?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la capacitación de personal como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, distrito de Huaraz, 2019

Para alcanzar el objetivo general se plantearon los objetivos específicos siguientes:

- Determinar las principales características del gerente o representante de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del Rubro Restaurantes, distrito de Huaraz 2019.
- Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas del Rubro Restaurantes, distrito de Huaraz 2019.
- Determinar las principales características en la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Rubro Restaurantes, Distrito de Huaraz 2019.
- Elaborar un plan de mejora sobre la aplicación de la capacitación de personal como factor relevante de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro restaurantes, distrito de Huaraz, 2019.

El presente trabajo se justifica porque permitirá a conocer si se está desarrollando de manera eficiencia la capacitación de personal como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las MYPE del sector servicio, rubro restaurants, distrito de Huaraz, 2019.

De mismo modo esta investigación servirá de consulta o de referencia para futuros investigadores que buscan profundizar el tema sobre la capacitación de personal como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas.

También permitirá generar conciencia en los representantes de los restaurantes sobre la importancia de aplicar de la capacitación de personal de modo que puedan aplicarlos una buena capacitación a cada uno de sus trabajadores para mejorar sus servicios a sus clientes.

El sustento teórico de la investigación se fundó en la capacitación de personal de (Juan José Goñi Zabala editorial, 1999) que nos indica que es importante capacitar al personal en los restaurantes ya que los resultados con la satisfacción al cliente se dan a través de una buena capacitación.

En cuanto a la metodología a emplearse en la presente investigación el diseño de la investigación fue no experimental- transversal y descriptivo con una población de 33 restaurantes de la investigación. Nivel investigación fue aplicada de propuesta de enfoque cuantitativo. En cuanto a las técnicas de investigación se consideran la observación y la encuesta, así como sus respectivos instrumentos de recolección de datos un cuestionario estructurado por 21 preguntas. Los datos obtenidos mediante la aplicación de instrumentos antes indicados, la información fue procesado MS Excel, Word para su presentación del informe. Los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas se presentan en tablas y figuras a través de levantamiento y procesamiento de información se ha logrado determinar las características de los representantes de los restaurantes. el 36,4% manifiestan tener de 31 a 50 años de edad, género de los representantes, el 73% manifiestan que son de género masculino y el 27,0% de género femenino, el 33,3% manifiestan tener un grado de instrucción de secundaria, el 57,6% manifiestan que son dueños de los restaurantes en el distrito de Huaraz, seguido con el 42,4% manifiestan que administran, el 45,5% manifiestan que la permanencia de su empresa tiene de 6 a 9 años de estabilidad, el 51,5% manifiestan que su empresa cuenta de 1 a 6 trabajadores y al final con el 21,2%, seguidamente el 42,4% manifiestan que muy poco usted tiene conocimiento en la capacitación de personal como factor relevante en la gestión de calidad y 21,2% manifiestan que si conocen, el 39,4% manifiestan que a veces ponen la práctica de capacidad de ponerse en lugar del otro por brindarle un cuidado resuelto, continuo por un 36,4% manifiestan que eternamente lo realizan y finalmente el

24,2% manifiestan Nunca y finalmente el 51,5% manifiestan que siempre Como analiza el entorno para determinar sobre la información detallada hacia los clientes para una buena capacitación, seguido por un 30.3% manifiestan Nunca, y finalmente el 18,2% A veces. En conclusión, La minoría de los representantes de los restaurantes Poco tienen conocimiento en la capacitación de personal como factor relevante de la gestión de calidad, A veces tienen la capacidad de ponerse en lugar de otro, y la mayoría manifiestan que siempre analizan el entorno para determinar la información detallada hacia los clientes, la empresa se preocupa en cuanto a los reclamos de los clientes, mantienen la disciplina con los clientes y manifiestan que la capacitación aumenta la productividad por lo tanto los restaurantes consideran importante la capacitación de personal para incrementar la productividad.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

Medina (2015) en su trabajo de investigación *Diagnóstico para la creación de un plan de capacitación que permita la implementación de estrategias para mejorar la calidad en el servicio al cliente en el sector de restaurantes de primera categoría en la ciudad de San Miguel; año 2015* tuvieron como objetivo general, realizar un diagnóstico para la creación de un plan de capacitación que permita la implementación de estrategias para mejorar la calidad en el servicio al cliente en el sector de restaurantes de primera categoría en la Ciudad de San Miguel y como objetivos específicos, realizar un análisis interno y externo para mejorar el desempeño de los empleados y conocer el entorno lo cual permita mejorar la calidad en el servicio al cliente en los restaurantes de primera categoría, desarrollar Técnicas de motivación que permita a los empleados crear un excelente clima organizacional con lo cual adopten una actitud favorable hacia el proceso de capacitación, en cuanto a la metodología, realizaron la investigación descriptiva, tipo de investigación correlacional ya que se espera que mediante la implementación de un plan de capacitación se mejorara la calidad en los servicios al cliente, diseño de la investigación consta de un diseño No experimental esto debido a que no se realizan las pruebas experimentales la población estará determinada con una muestra 371 de los clientes. Según los resultados En base a los resultados obtenidos de la encuesta pasada a los empleados del sector de restaurantes de primera categoría el 52% consideran que el aspecto más importante es la calidad en la atención al cliente, un 33% considera que es la rapidez en el servicio y el 15% considera que es el ambiente del local. Así mismo, se dieron los resultados que la el 65% consideran que el aspecto más importante para mejorar el desempeño es el desarrollo de habilidades y destrezas, en cambio el 26% dice que es la Motivación, el 7% el uso de nuevas tecnologías y un 2% otros factores de atención al cliente. Llegaron a conclusión que con el desarrollo del plan de capacitación los restaurantes de primera categoría podrán contar con un personal que tenga los conocimientos más apropiados de sus actividades de servicio al cliente mejorando con ello la calidad en los servicios.

López (2018) nos menciona el estudio *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*, realizada en la Universidad católica de Santiago de Guayaquil- Ecuador. Tuvo como objetivo general, determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente y como objetivos Específicos, describir los principales conceptos y teorías que sirvan de fundamento para evaluar la calidad de servicio y la satisfacción al cliente, realizar un diagnóstico de la situación actual del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil a través de un análisis Foda, cinco Fuerzas de Porter y Pest, en cuanto a la metodología el estudio de investigación es con un enfoque mixto, con una investigación cuantitativa: encuestas dirigidas hacia los clientes que consumen en el restaurante Rachy's y una investigación cualitativa: entrevistas a profundidad dirigidas a la propietaria de la empresa y al personal del servicio y de limpieza. El estudio de la investigación es descriptivo porque se dará a conocer y se analizará las variables, características y preferencias que influyen en el momento de seleccionar el restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. En su investigación tuvo los siguientes resultados El 44% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal del restaurante se muestra perceptivo ante sus inquietudes y sugerencias. Y el 9% de los clientes están de acuerdo que el personal del restaurante se muestra perceptivo ante sus necesidades y sugerencias y seguidamente el 79% de los clientes se encuentran no encuentra ni de acuerdo, ni en desacuerdo con respecto a su satisfacción hacia el servicio del restaurante, un 55% (vocación de servicio) y reflejado en un 43% (capacidad de escuchar al cliente); Conclusiones: A través del desarrollo de esta investigación, se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de la misma. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio. En el estudio realizado se permitió identificar los factores importantes en la calidad del servicio como son: respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos. Y se permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal.

Pérez (2014) en su tesis *la calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante campestre SAC - Chiclayo en la temporada enero a septiembre 2011 y 2012*, realizada en la Universidad católica Santo Toribio de Mogrovejo de Chiclayo Perú, tuvo como objetivo general, evaluar la Calidad del Servicio al Cliente para mejorar los Resultados Económicos y Financieros de la Empresa Restaurante Campestre y como objetivos específicos, medir el Servicio al Cliente y su incompatibilidad en la incubación de entradas, medir el estado de la cimentación y por último evaluar la eficacia de los insumos empleados y su influencia en los resultados. En cuanto a la metodología en el presente trabajo de investigación se ha asumido: Investigación Descriptiva –Analítica, orientada a conocer la situación organizativa y económica de la empresa, a fin de mejorar la rentabilidad. En su investigación obtuvo los siguientes resultados la población que fue encuestada se encontró conformada por el 50% de sexo femenino y el 50% de sexo masculino y el 58% reside en la Ciudad de Chiclayo, el 17% en Lambayeque, el 14% en otros lugares, 9% en Ferreñafe y el 2% son turistas. La población encuestada respondió que su preferencia por asistir a un restaurante campestre es para pasar un día familiar con un 45% y disfrutar de un ambiente natural con 41 %. Estos respondieron que el 56% se encuentra satisfecho con los servicios que ofrece la empresa y el 24% se encuentra completamente satisfecho. Concluyó que el servicio brindado de calidad de servicios a los clientes en la empresa en estudio ofreció buen servicio, atendió moderadamente las necesidades de sus clientes. Que se efectuó la evaluación financiera respecto a la liquidez de dicha empresa no resulto tan buena y las ratios de gestión indicaron, que aprovechó sus recursos buscando una mejora, que no hubo, que se encontró debajo del promedio del sector, por cual menciona que la empresa ha tenido deficiencia en proceso empresarial. Que la atención fue aceptable, que la empresa fue consciente de la exigencia de los clientes, entre ellos mejor preparación para la atención personalizada del cliente, y que repercute en los ingresos y en la fidelización de los clientes. Que las instalaciones intervienen por los clientes, la limpieza, así como el arreglo genera una relación de manera ventajosa con la empresa y sus clientes. La dicha empresa tuvo resultados positivos desde la percepción de los usuarios, pero le falta orden y limpieza.

García (2015) en su proyecto de investigación *caracterización de la atención al cliente y la capacitación en las mype del rubro restaurantes del distrito de lalaquiz - huancabamba, 2015* planteo como objetivo general: Establecer las características de la atención del cliente y la capacitación de las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015. Y como objetivos específicos: (a) Determinar el nivel de atención al cliente en las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015, Tipo de investigación: Descriptiva Diseño de investigación: No experimental / Transversal, La muestra está conformada por el total de los 20 gerentes y 135 clientes de las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz – Huancabamba, en su investigación obtuvo los siguientes resultados, los trabajadores de las MYPE se determinó que la edad está comprendida mayormente entre 36 a 45 años en un 45.0%; además se determinó que el Sexo de los trabajadores es equitativo, masculino en un 50.0% y femenino en un 50.0%. También el Grado de instrucción del personal mayoritariamente es estudios secundarios en un 39.0%. Finalmente, entre las características de los trabajadores se determina que el Tiempo en años laborando es entre menos de 01 año en un 45.0%; y de 01 a 03 años en un 50.0%. y seguidamente en cuanto a la atención del cliente de los restaurantes de Lala quiz satisfacen sus expectativas los clientes se muestran en desacuerdo en un 78.5% y en desacuerdo en un 21.5%. Finalmente se determinó que si se encuentran satisfecho con los servicios de atención al cliente de los restaurantes de Lalaquiz los clientes manifestaron estar en desacuerdo en un 85.9% e indiferente en un 14.1%. concluye en cuanto a las necesidades de capacitación en las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz – Huancabamba, se determinó que los trabajadores en su totalidad son conscientes que necesitan capacitarse; en cuanto a la calidad de atención debido a que la mayoría de los trabajadores mantienen contacto directo con el público.

Aldunati (2016) en su estudio de investigación *caracterización de la capacitación en seguridad y salud en el trabajo en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro restaurantes de dos tenedores del distrito de Huaraz, 2016*. Tuvo como objetivo general. Determinar las principales características de los gerentes y empleados de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de dos tenedores del distrito de Huaraz, y determinar las características

de la capacitación en seguridad y salud en el trabajo de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de dos tenedores del distrito de Huaraz. En cuanto a la metodología empleado en la presente investigación fue de tipo descriptiva y nivel cualitativa, No Experimental, porque se observan los fenómenos tal cual se dan en su estado natural, así mismo es Transeccional o Transversal, ya que se recolectaron los datos en un solo momento, en un tiempo único. En cuanto a las técnicas de investigación se consideró la observación y las encuestas, así como sus respectivos instrumentos de recolección de datos como los cuestionarios estructurados. En cuanto a los datos generales de los gerentes y/o propietarios de restaurantes de dos tenedores del distrito de Huaraz, el 38,24% tienen más de 46 años de edad, el 52,94% son de sexo masculino y el 50,00% manifiestan tener un grado de instrucción nivel superior no universitario. Y El 29,41% de los gerentes y/o propietarios de restaurantes de dos tenedores del distrito de Huaraz, afirmaron estar en desacuerdo que sus empleados efectúan revisión y mantenimiento de los equipos de trabajo antes de utilizarlas en su actividad. En conclusión, las principales características identificadas de la capacitación en seguridad y salud en el trabajo, consiste en transmitir conocimientos teóricos y prácticos a los participantes para el desarrollo de las competencias, capacidades y destrezas acerca del proceso de trabajo, identificación de riesgos y prevención de accidentes. Las cuales no se cumplen en estas empresas.

Sales (2016) su presente investigación *caracterización de la capacitación en atención al cliente en las MYPES del sector servicios - rubro de hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016*, tuvo como objetivo Determinar las características de la capacitación en atención al cliente en los micros y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Huaraz. La metodología Se utilizaron el diseño no experimental (Transaccional o transversal), porque se recolectaron los datos en un solo momento, en un tiempo único. Se dieron los siguientes resultados el 68,18% son de sexo femenino, y un 31,82% de sexo masculino. El 40,91% manifiestan tener de 18 a 22 años de edad, el 36,36% de 28 a 32 años, el 13,64% de 23 a 27 años y el 9,09% de 33 a 37 años de edad. El el 45,45% manifiestan tener un grado de instrucción de nivel secundario, seguido por un 40,91% con un grado de instrucción superior no universitario y un 13,64% de nivel superior universitario. El 45,45% manifiesta que nunca son

amables con el cliente, seguido por el 40,91% que manifiestan siempre, un 9,09% manifiesta que realizan a veces y un 4,55% manifiesta casi nunca. El 40,91% manifiestan que siempre brinda una atención rápida, seguido por un 31,82% que manifiestan realizar casi siempre, mientras un 13,64% manifiestan realizar a veces, un 9,09% manifiestan nunca y el 4,55% manifiestan casi nunca. Concluyó que la capacitación del personal en atención al cliente en las MYPE del sector servicios rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, se identificó específicamente bajo porcentaje de capacitación a los colaboradores, deficiente atención al cliente, no cuentan con suficiente conocimiento en brindar el servicio, y entonces se visualiza que no hay capacitación planificadas en las MYPE estudiadas por cual se predomina el desinterés por los clientes. Las principales características de los colaboradores indicados son: la mayor parte de encuestados tienen edades de 18 a 22 años y son mujeres de instrucción secundario por tanto ellas manifestaron de la deficiencia de capacitación al cliente, es decir los gerentes no conocen las características de entusiasmo, coherencia, seguridad. Los gerentes deben dar ejemplos e indicando como se realiza la buena atención a los clientes e integrar sus sueños con la visión. Con los parámetros mencionados la empresa no cumple.

Lázaro, (2013) en su estudio de investigación *Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro hospedaje de la ciudad de Huaraz, 2013*. Tuvo como objetivo general. Describir las principales características de la capacitación en atención al cliente las 4 micro y pequeñas empresas del sector servicios -rubro hospedaje de la ciudad de Huaraz, 2013. Llegó a los siguientes resultados: Con respecto a los representantes de las micro y pequeñas empresas: El 45% de empresarios encuestados del sector servicio rubro Hospedajes de la ciudad de Huaraz, manifiestan tener de 28 – 37 años de edad. El 51% de empresarios encuestados del sector servicio rubro Hospedajes de la ciudad de Huaraz, manifiestan ser de sexo masculino. El 25% de empresarios encuestados del sector servicio rubro Hospedajes de la ciudad de Huaraz, 5 manifiestan que han culminado sus estudios de educación Secundaria completa. El 79% de empresarios encuestados del sector servicio rubro Hospedajes de la ciudad de Huaraz manifiestan que desempeñan el cargo de Administrador de la empresa. Con respecto a las micro y pequeñas empresas: El 79% de Micro y Pequeñas Empresas encuestadas del sector servicio rubro Hospedajes de la ciudad de Huaraz,

manifiestan que tienen de 1 a 5 años de permanencia en la actividad y el rubro. El 79% de Micro y Pequeñas Empresas encuestadas del sector servicio rubro Hospedajes de la ciudad de Huaraz, manifiestan que tienen de 1 a 2 trabajadores. El 100% de Micro y Pequeñas Empresas encuestadas del sector servicio rubro Hospedajes de la ciudad de Huaraz, se formaron con fines de obtener ganancias. Con respecto a la capacitación: El 87% de Micro y Pequeñas Empresas encuestadas del sector servicio rubro Hospedajes de la ciudad de Huaraz, manifiestan que no aplican los principios y métodos de aprendizaje porque desconocen del tema. se concluyó que todos los hospedajes de la ciudad de Huaraz, no conservan medidas establecidos de prestación al cliente por lo que; Se presenta la ejecución de la guía del servicio al cliente.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1 Definición de la Capacitación de personal**

Chiavenato (2011) sostiene que la capacitación proporciona un esfuerzo continuo de actividades didácticas orientas al amplio conocimientos consecuencia, el trabajo de las empresas. Se considera uno de los procesos más considerables de la administración de talento humano. Por tanto, se diseña con el fin de brindar destrezas, conocimiento, habilidades que se requiere en los puestos donde vienen laborando en puestos actuales.

#### **Proceso de la capacitación**

La capacitación es un proceso que lleva a mejorar continuamente las actividades laborales y continuo que pasa por cuatro etapas.

**Primera etapa el diagnóstico.** Es realizar un inventario de lo más necesario o las carencias de capacitación que deben ser atendidas o satisfechas. Las necesidades pueden ser pasadas, presentes o futuras.

**Segunda etapa el diseño.** Es correlativamente elaborar el proyecto o programa de capacitación para atender las necesidades identificadas de diagnóstico.

**Tercera etapa la implantación.** Es accionar secuencialmente y dirigir el programa de capacitación.

**Cuarta etapa la evaluación.** Es revisar los resultados obtenidos con la capacitación. (Gary Dessler, 2009)

Dessler (2009) define es fomentar a los trabajadores nuevos o antiguos las destrezas que necesitan para involucrarse en sus funciones que la capacitación es una manera de evitar la rotación de personal más para llevar una buena administración, y entonces es una actividad más resaltante para los gerentes por cual ningún momento no pueden obviar. Las organizaciones por tener a los trabajadores con alto potencial, no garantiza su éxito, y entonces diariamente deben estar informando, los cambios que ocurre en el mercado actual y prepararlo constantemente.

Mondoy (2005) la mejora de los recursos humanos es importante en la función de administración por qué no está enfocado solo en hacer capacitaciones, si no se preocupa realizar movimientos de planificación y desarrollo de carreras individuales, la ejecución de la capacitación es un esfuerzo que es diseñado para poder potencializar a los trabajadores en todo aspecto como en la gestión de calidad y de esa manera se dan el resultado en la satisfacción en los restaurantes.

**Atención al cliente:** es clave para la sobrevivencia y desarrollo de trabajadores en las organizaciones, instituciones que administran variables de clientes a igualar las escaseces de los consumidores en la ganancia de capitales y productos. Asimismo, se piensa como junto acciones encaminadas el agrado del consumidor; escucha las necesidades del cliente y en contacto y fácil con los clientelas o clientes (Blanco, 2010).

### **Definición de las dimensiones de la capacitación:**

#### **Conocimiento de la cortesía.**

Beeching (2002) sostiene que la cortesía es el ser individuo como conlleva su aptitud de buena costumbre; en una mejor efectiva de expresión de frases, es la aplicación de mejor manera de los buenos hábitos o las normas de etiqueta.

Levinson (1987), Los sociólogos Penélope Brown y Stephen Levinson identificaron dos variedades de corrección, procediendo el conocimiento de Erving Goffman de imagen.

**a). Cortesía negativa:** realizando un pedido carencia trasgresor, Significa diferencia. Hay un mayor uso de elementos indirectos del discurso. Por ejemplo, Podrías alcanzarme la carta o, ¿si no es mucha molestia?”, “Si a usted no le importa, voy a sentarme en esta butaca.

**b). Cortesía positiva:** busca establecer una relación positiva entre las dos partes; respeta la necesidad de un individuo de gustar y ser entendido: por ejemplo “por favor, acepte esta copa de champagne sin ningún costo: es una cortesía de bienvenida a los restaurantes.

Coleman (1990), ha llegado a centrar lo más resaltante de su trabajo de su estudio realizado de acuerdo a reglas investigación para trabajar de manera personalizada. Sitúa el capital social, tiene vinculo el autor y la estructura. Por lo tanto, el concepto del actor, agente individual que actúa de manera independientemente en una colectividad (organización), a la creación del "actor corporativo" referido a los agentes, no propias, que persiguen los intereses colectivos (de la organización). Considera la cortesía como un sustento de las relaciones de reciprocidad.

### **Conocimiento en la comunicación.**

Jennings & Churchill (1991) sostienen que la comunicación para las empresas es un pilar precisa en el mercado actual en la habilidad organizacional viene hacer parte de un método integral; a la vez, confirman estos expertos si una empresa tiene esa expectativa, debe manejar una programación de comunicación acorde a sus habilidades de manera empírica, y a la vez mencionan la calidad que tiene la interacción. Por cual, una organización adecuadamente si emplea de manera correcta la comunicación puede enfocar su programa también en su área, y esto ayudaría mayor acorde de comunicación dentro de la empresa y entre todas las instituciones.

Castro (2005) define la comunicación organizacional es uno de los elementos principales en la vida diaria de las organizaciones también es un instrumento, que ayuda desempeñar cualquier coordinación que emplea el establecimiento. Su actividad gracias al intercambiar ideas entre varias niveles y posiciones del medio; entre los responsables se aclaran patrones del comportamiento comunicacional en acción de variables sociales, ello supone que cada individuo hace un buen papel comunicativo.

Sánchez (2010) entorno en la organización es primordial la comunicación que tenga esa influencia en distintas vías desde lo más alto a bajo según la jerárquicos de los lados. Usualmente, se ha visto la comunicación de manera descendente, pero actualmente la comunicación en las organizaciones es de manera descendente y ascendente por cual hay mayor entendimiento en todo el entorno de la empresa.

### **Conocimiento de la fiabilidad**

Farfán (2007) lo define que el sistema de la fiabilidad es realizar producto o proceso sin defecto y disminuyendo los conflictos que se pueden generar y el riesgo debe ser imperceptible, con un elemento fundamental para el dinamismo de una producción, va desde, hasta el seguimiento de la última etapa de la obtención.

Xford dictionaries (2015) define es una persona que construye la confianza o es digno de ella: Un asunto tan delicado es preciso ponerlos en manos de una persona fiable; yo respondo por ella, es un apersona muy fiable.

### **Conocimiento de la profesionalidad**

Psicología Organizacional (2015) indica que el profesionalismo es la capacidad que tiene una persona y la preparación para el empleo de una actividad por la que se obtiene un beneficio. Así, el profesionalismo.

Wojtczak (2006) es habilidades, principios y valores que sustentan una persona y que posee una buena idónea.

Davis (2000) lo define que una persona que cumple las pautas y manuales que menciona la gestión correcta e incorrecta.

### **Conocimiento de la capacidad de respuesta**

Weil (2003) señala es la voluntad de ayudar de alguna manera a los consumidores y proporcionar una prestación rápido. También se refiere la actitud positiva que se muestra para conllevar la ayuda a los clientes; y es más está considerado con el desempeño por parte del compromiso constreñidos, así como siempre lo comprensible que pueda ser la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con la misma y la factibilidad con que pueda lograrlo. Así mismo Medina (2000) es tener la habilidad y la gran energía para ayudar a los consumidores a facilitar u prestación rápido.

## **Definición de los indicadores de la capacitación de personal**

### **Lugares accesibles**

Zeithaml V Parasuraman A & Berry L. (1993) es obtener el servicio en los lugares más cercanos y en el tiempo adecuado y en el momento adecuado. Es tener presente en un momento determinado, a los canales de apoyo como (fuerza de ventas, marketing tecnológico, punto de venta, etc.) seleccionados 20 que estén a la cercanía de los consumidores y brindando una capacidad de respuesta adecuada y eficaz.

### **Información adecuada**

Martínez (2007) los clientes requieren la amabilidad y un buen trato de los trabajadores de brindar una información detallada sobre los insumos que están en la venta.

### **Escuchar y entender**

La escucha activa juega un papel muy importante en los encargados de escuchar y entender para emitir el mensaje a los clientes el receptor debe dar la respuesta correcta de los reclamos, cualquier dificultad de los clientes.

### **Atención personalizada**

Martínez (2007) manifiesta a cualquier consumidor si nos brindan la atención personalizada nos hace sentir importantes. La forma de personalizar el servicio es brindar la atención con el debido respeto y comunicarse con el cliente por su nombre.

### **Disposición de ayuda**

El encargado de brindar el servicio debe estar siempre dispuesto a brindar la ayuda en sus necesidades a los clientes, darle una buena atención en el servicio que se brinda.

### **Disposición para responder preguntas**

Pérez (2008) afirma si el cliente tiene las intervenciones en cuanto las dudas y consultas el encargado debe estar apto y llano para solucionar las inquietudes o consulta de los consumidores y siempre estar pendiente con lo solicitado sin ningún descuido.

### **Conocimiento de servicios**

Correa & Delgado (2011) los beneficios que posee el producto o servicio se deben estar detallado para la visibilidad de los consumidores.

### **Empatía**

Muñoz (2016) es la capacidad de ponerse en el lugar del otro y saber lo que siente o incluso lo que puede estar pensando.

### **Grado de amabilidad**

Pérez (2008) es el principio o cualidad que tiene un trabajador de ser amable, demostrando la educación adecuada y comportamiento como el carisma, honestidad y generosidad.

### **Confiabilidad**

Hernández (2003) la confiabilidad es una cercanía entre los trabajadores y los clientes dentro de la organización.

### **Ayuda al cliente**

Pizzo (2013) indica que todas las empresas deben desarrollar y poner en marcha sin excepción a nada el hábito y las expectativas, necesidades de los clientes y brindar un servicio de calidad.

### **Disposición para responder preguntas**

Pérez (2008) afirma es estar siempre a disposición para resolver cualquier duda o pregunta de los clientes estar siempre pendiente con lo solicitado sin ninguna distracción.

### **Conocimiento del servicio**

Pérez (2008) es importantes que los colaboradores de las empresas deben estar informados de los servicios que ofrecen a los clientes para poder brindar un buen servicio de calidad.

### **2.2.2. Definición de la gestión de calidad**

Balagué (2014) afirma que la gestión de calidad son actividades coordinadas para poder dirigir y controlar una empresa en relación a calidad. La calidad está relacionada con la dirección y control incluyendo las políticas de calidad y objetivos de calidad y el aseguramiento de calidad que realiza la empresa.

## **Elementos de la gestión de calidad**

Sierra (2013) menciona que la gestión calidad tiene diversos elementos como los valores de una organización, principios políticos, los consumidores y los proveedores que tiene la empresa como interno y externo.

## **Principios de la gestión de calidad**

Azor (2017) hace mención que la gestión de calidad es un sistema que dentro de ellos se encuentran los ocho principios que como objetivo es conducir para una mejora continua.

**Enfoque al cliente.** Las empresas dependen de sus clientes y así mismo deberían de comprender las necesidades como actuales y futuras de sus clientes y cumplir con las expectativas

**Liderazgo.** Las personas comprenderán y se sentirán motivadas respecto de las metas de la organización.

**Participación del personal.** El personal de todos los niveles, es la esencia de una organización y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.

**Enfoque basado en procesos.** Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso

**Enfoque de sistema para la gestión.** Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, estructurar un sistema para lograr los objetivos de la organización en la forma más eficaz y eficiente.

**Mejora continua.** Debería de ser un objetivo permanente, como ventajas en el desempeño mediante capacidades organizacionales mejoradas.

**Enfoque basado en hechos para la toma de decisión.** Se basan en análisis de los datos y la información. Aumento de la capacidad de demostrar la eficiencia de las decisiones anteriores mediante la referencia de los registros de los hechos.

**Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor.** Es la relación mutuamente beneficiosa que aumenta la capacidad de ambos para crear valor y optimización de los costos y los recursos.

### **Importancia de la gestión de calidad**

Villoldo (2008) manifiesta que la importancia de la calidad es parte del beneficio para mejorar la manera de hacer las cosas y así buscar la satisfacción de los clientes que pueden reducir costos y mantenerse en el mercado y generando siempre empleo.

### **Ventaja de la gestión de calidad**

Gonzalez (2015) menciona que la gestión de calidad ayuda a superar cotidianamente la productividad y la competitividad en el mercado.

### **2.2.3. Definición de las Micro y Pequeñas Empresas**

SUNAT (2014) define que las Micro y Pequeñas Empresas. Es una unidad financiera madura por ensamble individuo originario o legal, bajo cualquier representación de clasificación o misión corporativa observada en el régimen actual, que tiene como el fin de realizar movimientos de extracción, producción, mercantilización y transformación de bienes o impuesto de clientes.

Hernandez (2006) Nos menciona sobre las MYPE que las tienen la insuficiencia de ser profesionales en el cliente para lograr su estabilidad económica. Comenta que las Micro y Pequeñas Empresas en la región Áncash tiende a presentar los índices de diferencias a nivel empresarial, económicamente y deficiencias administrativas que impide el desarrollo como la empresa lograr la competitividad.

Según Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo (2003) Artículo 2.- Definición. La MYPE es aquella unidad monetaria que está constituida por una persona natural o legal, bajo cualquier forma de formación o comisión institucional examinada en el régimen vigente, que posee como esencia desarrollar movimientos de extracción, evolución, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está describiendo a las Micro y pequeñas empresas, las cuales no obstante de tener volúmenes y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con irregularidad a la moderación profesional que es de aplicación hacia las microempresas (p.1).

### **Tipos de la Micro y Pequeñas Empresas (MYPE)**

Ministerio de economía y finanzas (2013) indica ley 30056 deben estar indicado en una de las siguientes categorías empresarial, a según de sus niveles de ventas que originan. Clase de la Microempresa: existe cuando efectúa las Morfin, (2006) comercializaciones periódicas hasta el tope de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

**Variedad de Pequeñas empresas.** Cuando el negocio anual lo resalta a los 150 UIT e inclusive 1700 (UIT).

### **Calidad de la Micro y Pequeñas Empresas (MYPE)**

Sánchez (2008) nos sugiere la calidad de la (MYPE) en nuestro país, es un factor muy característico del motor de nosotros patrimonio, que facilita proporcionar empleo al 80% de peruanos a nivel nacional y administradamente activa y generan cerca del 40% del producto bruto interno (PBI). Lo importante es que forma mención sobre la generación de sitios de trabajo, si conforme somos testigos en nuestro territorio vemos la mejora continua de estabilidad mercantil gracias a las (MYPE) podemos mencionar de la reducción de la alta derecho de desempleo.

### **Importancia de las Micro y Pequeñas Empresas.**

Las micro y pequeñas empresas son un segmento importante en la generación de empleo, es así que más del 80% de la población económicamente activa se encuentra trabajando y generan cerca del 45% del producto bruto interno (PBI). En resumidas cuentas, la importancia de las MYPE como la principal fuente de generación de empleo y alivio de la pobreza se debe a Proporcionan abundantes puestos de trabajo.

Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingreso. Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población. Son la principal fuente de desarrollo del sector privado. Mejoran la distribución del ingreso. Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico. (Aspilcueta, 2011).

## **Ventajas de las Micro y Pequeñas Empresas.**

Las Micro y Pequeñas Empresas se establecen como personas jurídicas mediante documento público sin exigir la emisión televisiva de la minuta.

Los municipios en un vencimiento máximo de 7 fechas le consienten el permiso de labor provisional previa conformidad de la zonificación y compatibilidad de uso correspondiente. Y el permiso provisional tiene un tiempo de duración de 12 meses.

## **Características de Micro y Pequeñas Empresas (MYPE)**

Mendoza (2011) quien nos mencionan que las MYPE de subsistencia: son las sustentan y poseen las capacidades de generar utilidades, mayormente dedicándose a las actividades que no realizan transformación de los materiales, estas (MYPE) disponen de un creciente de cesta de capital importante. Pero estas pequeñas medianas empresas no generan unos significados empleos en el mercado por la remuneración que ofrecen.

Medianas pequeñas empresas de emprendimiento: son las iniciativas de la (MYPE) orientar a las oportunidades que promete el mercado. Es decir, cumpliendo con ciertos estándares como la puntualidad tanto con sus clientes trabajadores.

El emprendimiento de la actualidad de esta orientado a la innovación, diferencia la mutación para lograr una innovación económica saludable logrando la competitividad de las empresas.

### **2.3.Marco conceptual.**

#### **Micro y pequeñas empresas de su rubro.**

Las Micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes son establecimiento en el cual se ofrece el servicio de comida y bebida a los clientes (vende comida) para su consumo que están presentes los caldos, cebiches, etc. Es decir, los invitados ingresan al restaurante y se sientan, donde a través de una carta de menú ellos hacen su encomienda de lo que quieran consumir. Las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes describen con dos espacios fundamentales que colectivamente son la cocina y el salón. El salón es un ambiente el cual contiene mesas y sillas donde los comensales se sientan a realizar sus pedidos, también en este ambiente se encuentran los mozos, quienes son los que acercan con la cocina para avisar los pedidos.

#### **Micro y pequeñas empresas de su rubro y su variable.**

La capacitación de personal en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes permite, conocer detalladamente el negocio, sus restricciones, sitios dinámicos, el cual permitirá la toma de disposiciones desde un contexto real. No obstante, conociendo el entorno externo e interno nos permitirá ejecutar y acomodar para lograr la capacidad reembolsando a de nosotros consumidor.

#### **Realizar un concepto propio de su variable.**

La capacitación es la ganancia de instrucciones, principalmente de carácter técnico, científico y dependiente. Es decir, es la elaboración teórica que se les da al personal (nivel administrativo) con el objeto de que cuente con las culturas proporcionados para cubrir el puesto con toda la eficacia.

### **III. HIPÓTESIS**

En la investigación de la capacitación de personal como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, distrito de Huaraz, 2019, no se planteó hipótesis por tratarse de una investigación de tipo descriptiva.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño de investigación**

Fue, no experimental, porque se estudió la variable es capacitación de personal como factor relevante de la gestión de calidad tal como se presenta y desarrolla en las micro y pequeñas empresas del distrito de Huaraz sin alteraciones o modificaciones para analizarlos.

Fue, transversal, porque se estudió en un espacio de tiempo determinado donde se tiene un inicio y un fin especialmente el año 2019. Se recolectó la información en un solo momento y tiempo con el propósito de describir y analizar la variable capacitación de personal como factor relevante en la gestión de calidad y su incidencia en un grupo de Micro y Pequeñas Empresas del ámbito de estudio.

La investigación fue descriptiva, porque solamente se describió las características más importantes de la variable capacitación de personal como factor relevante de la gestión de calidad y las Micro y Pequeñas Empresas con la realidad como se presenta.

### **4.2. Población y muestra**

La población para esta tesis se realizó el estudio los representantes en las Micro y Pequeñas Empresas de los restaurantes de distrito de Huaraz 2019, para el valor de la muestra se utilizaron datos simétricos por la SUNAT, del cual se determinó a las 33 empresas que tenían la denominación de restaurantes.

#### **Muestra**

La muestra son 33 representantes de las micro y pequeñas empresas al 100%, a se considera censal debido a que la población es relevante pequeña. Fuente SUNAT de Huaraz /mesa de partes - 2019), se anexa la relación de los restaurantes.

### 4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas	<p><b>Dueño:</b> es el representante legal, persona que tiene el dominio, poseedor de una cosa respecto a esta.</p> <p><b>Representante:</b> persona que en una determinada empresa u organización tiene la responsabilidad y las tareas de guiar a los demás. La persona física que con la edad legal mínima presta servicios retribuidos</p> <p><b>Trabajador:</b> La persona física que con la edad legal mínima presta servicios retribuidos</p> <p><b>Empresa de Restaurantes:</b> Servicio que Prestan las empresas con el objetivo de satisfacer las necesidades con las comidas.</p> <p><b>clientes:</b> Persona que un factor determinante en la consecución del éxito en el restaurante</p>	Edad	<b>Razón</b> a) 18 – 30 años b) 31 – 50 años c) 51 a más años
		Género	<b>Nominal</b> Masculino Femenino
		Grado de Instrucción	<b>Ordinal</b> a) Sin instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Superior no universitaria e) Superior universitaria
		Cargo que desempeña	<b>Nominal</b> a) Dueño b) Administrador
		Tiempo que desempeña en el cargo	<b>Razón</b> a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años
		Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	<b>Razón</b> a) 0 a 5 años b) 6 a 9 años c) 10 a más años
		Número de Trabajadores	<b>Razón</b> a) 1 a 6 trabajadores b) 7 a 11 trabajadores c) 12 a más trabajadores.
		Las personas que trabajan en su empresa son:	a) Familiares b) Personas no familiares.
		9. Objetivo de creación	a) Generar ganancia b) Subsistir

VARIABLE		DEFINICIÓN OPERACIONAL			Escala de medición
Denominación	Definición Conceptual	DIMENSIÓN		INDICADOR	
		Denominación	Definición	Denominación	
Capacitación de personal	La capacitación se entiende como una herramienta o método en las decisiones de mejora de la administración de personal debido a que permite incrementar la eficiencia, eficacia, efectividad y productividad del trabajo realizado (Benavente, 2016).	<b>Conocimiento de la cortesía</b>	Atención, amabilidad y respeto personal de Contacto.	Conocimiento	Nominal
				Empatía	
		<b>Conocimiento de la comunicación</b>	De manera adecuada escuchar y mantener bien informados a los clientes, de igual forma a los empleados y con un lenguaje que pueda entenderse.	Información adecuada	
				Escuchar y entender	
				Solución de reclamos	
				Atención personalizada	
		<b>Conocimiento de la fiabilidad</b>	Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.	Realizar bien el servicio a la primera vez	
				Concluye con la atención en el tiempo prometido	
		<b>Conocimiento de la profesionalidad</b>	Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento de la ejecución	Disciplina	
				Cumplimiento de sus funciones	
		<b>Conocimiento de la capacidad de la respuesta</b>	Agilidad y eficacia a la hora de satisfacer las necesidades de los clientes.	Disposición de ayuda	
				Disposición para responder preguntas	
Conocimiento del servicio					

#### **4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

##### **Técnica**

En el presente trabajo de investigación se utilizó la encuesta sobre la capacitación de personal.

##### **Instrumento**

Un cuestionario validado estructurado por 21 preguntas y sus respuestas. De los cuales relacionadas a la información general de los representantes fue (8) preguntas y ala variable de estudio de capacitación de personal fue (13).

#### **4.5 Plan de análisis.**

Los datos fueron obtenidos mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos, recurriendo a los informes o fuentes, fueron incorporados o ingresados a los programas especiales de cómputo como MS Word, MS Excel, pdf y pdf para la presentación final para el procesamiento de datos para la posterior presentación en tablas gráficas y el análisis estadístico.

#### 4.6. Matriz de consistencia.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES	POBLACION Y MUESTRA	METODOLOGIA	INSCTRUMENTO Y PROCEDIMIENTO	PLAN DE ANALISIS
<p><b>General</b></p> <p>¿Cuáles son las principales características de la capacitación de personal como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, distrito de Huaraz, 2019?</p>	<p><b>General:</b></p> <p>Determinar las principales características de la capacitación de personal como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, distrito de Huaraz, 2019.</p> <p><b>Específicos:</b></p> <p>Determinar las principales características del gerente o representante de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas 2019.</p> <p>Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas del Rubro Restaurantes, distrito de Huaraz 2019.</p> <p>Determinar las principales características en la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Rubro Restaurantes, Distrito de Huaraz 2019.</p> <p>Elaborar un plan de mejora sobre la aplicación de la capacitación de personal como factor relevante de la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, distrito de Huaraz, 2019.</p>	<p>Capacitación de personal</p>	<p><b>Población:</b></p> <p>La población para este estudio en la MYPE de los restaurantes, lo cual contamos con 33 restaurantes en el distrito de Huaraz de 33 representantes de la MYPE</p> <p><b>Fuente:</b> SUNAT de Huaraz /mesa de partes - 2019), se anexa la relación de los restaurantes.</p> <p><b>Muestra:</b></p> <p>La muestra son 33 representantes de las micro y pequeñas empresas al 100%, a se considera censal debido a que la población es relevante pequeña</p>	<p><b>Tipo de investigación:</b></p> <p>El tipo de investigación fue cuantitativa y aplicativo</p> <p><b>Nivel de investigación:</b></p> <p>La investigación fue descriptiva, porque solamente se describió las características más importantes de la variable capacitación de personal como factor relevante de la gestión de calidad y la MYPE con la realidad como se presenta.</p> <p><b>Diseño de la investigación:</b></p> <p>Para el diseño de investigación fue no experimental – transversal. No experimental, porque se estudió “conforme a la realidad, sin sufrir” modificaciones. También fue transversal, porque se enfocó en estudiar en un espacio de tiempo determinado, donde se tiene un inicio y un fin.</p>	<p><b>Técnica:</b></p> <p>– Encuestas</p> <p><b>Instrumento:</b></p> <p>– Cuestionario</p>	<p>Los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta han sido incorporados o ingresados a los programas MS, Excel para el procesamiento de datos se presentaron en tablas y figuras y análisis estadístico</p>

#### 4.7. Principios éticos

Esta investigación, no tiene ningún impacto negativo sobre la sociedad, muy por el contrario, la beneficiará, siendo viable su ejecución en beneficio de la micro y pequeña empresa bajo los principios éticos de confidencialidad y respeto a la persona humana.

**Protección a las personas.** - La investigación científica se realizó respetando la dignidad humana, su identidad, su diversidad en contexto quechua hablante, la privacidad y confidencialidad de sus actividades respetando su participación voluntaria y aceptando la información que se recibió con base al respeto pleno de sus derechos fundamentales.

**Beneficencia y no maleficencia.** - Se aseguró el bienestar de las personas que participaron en el trabajo de investigación; se cuidó de no dañar a las personas, maximizando los beneficios de su información.

**Justicia.** - Durante la investigación se practicó el ejercicio de un juicio ponderable y razonable, tomando las precauciones para evitar los sesgos y sin cometer prácticas injustas. Después del estudio fue necesario dar a conocer los resultados a quienes participaron en la investigación.

**Integridad científica.** - Este principio se extendió a todos los representantes de las empresas de productos lácteos que sirvieron como muestra; con base a los principios deontológicos de la profesión de administración evitando riesgos potenciales, promoviendo el beneficio del conocimiento a todo los que participaron en el presente estudio.

**Consentimiento informado y expreso.** Se respetó la manifestación libre y voluntaria, informada, inequívoca y específica informándoles que los resultados de la investigación serán de uso solamente para el presente trabajo de investigación.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

Tabla 1

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes distrito de Huaraz, 2019.*

Características	N	%
<b>Edad</b>		
a) 18 – 30 años	11	33.33
b) 31 – 50 años	12	36.36
c) 51 a más años	10	30.30
Total	33	100.00
<b>Género</b>		
Masculino	23	69.69
Femenino	10	30.30
Total	33	100.00
<b>Grado de Instrucción</b>		
a) Sin instrucción	8	24.24
b) Primaria	4	12.20
c) Secundaria	11	33.30
d) Superior no universitaria	10	30.30
Total	33	100.00

*Fuente:* Cuestionario aplicado representantes en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de Huaraz, 2019.

Tabla 2

*Características de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes distrito de Huaraz, 2019.*

Características	N	%
<b>Cargo que desempeña</b>		
a) Dueño	19	57.57
b) Administrador	14	42.42
Total	33	100.00
<b>Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro</b>		
a) 0 a 5 años	8	24.24
b) 6 a 9 años	15	45.45
c) 10 a más años	10	30.30
Total	33	100.00
<b>Numero de los trabajadores</b>		
a) 1 a 6 trabajadores	17	51.51
b) 7 a 11 trabajadores	7	21.21
c) 12 a más trabajadores.	9	27.27
Total	33	100.00
<b>Las personas que trabajan en su empresa son</b>		
a) Familiares	21	63.63
b) Personas no familiares.	12	36.36
Total	33	100.00
<b>Objetivo de creacion</b>		
a) Generar ganancia	19	57.57
b) Subsistir	14	42.42
Total	33	100.00

*Fuente.* Cuestionario aplicado a los representantes en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de Huaraz, 2019.

Tabla 3

*Características de la capacitación de personal como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes distrito de Huaraz, 2019.*

Características	N	%
Tiene conocimiento en la capacitación de personal como factor relevante en la gestión de calidad.		
Sí conoce	7	21.21
Poco	12	36.36
Muy poco	14	42.42
Total	33	100.00
Tiene la capacidad de ponerse en lugar del otro y saber lo que siente el cliente e incluso estar al tanto lo que piensa por brindarle una atención rápida.		
a) Siempre	12	36.36
b) A veces	13	39.39
c) Nunca	8	24.24
Total	33	100.00
Analiza el entorno para determinar sobre la información detallada hacia los clientes para una buena capacitación.		
a) Siempre	17	51.51
b) A veces	6	18.18
c) Nunca	10	30.30
Total	33	100.00
Eres capaz de escuchar y responder acertadamente las opiniones de los clientes.		
a) Siempre	11	33.33
b) A veces	14	42.42
c) Nunca	8	24.24
Total	33	100.00
Muestra un sincero interés en los problemas que se presentan con los clientes.		
a) Si	16	48.48
b) No	17	51.51
Total	33	100.00

Continua...

Tabla 3

*Características de la capacitación de personal como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes distrito de Huaraz, 2019.*

Características	N	%
Planifica para brindar atención personalizada y toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias particulares de los clientes.		
a) 0 veces	8	24.24
b) 1 a 2 veces	15	45.45
c) 2 a mas	10	30.30
Total	33	100.00
Mide los resultados obtenidos durante el proceso, de capacitación de su empresa por primera vez.		
a) Realiza una lista de soluciones	5	15.15
b) Establece prioridades	11	33.33
d) N.A.	17	51.51
Total	33	100.00
Se preocupa en cuanto al reclamo de los clientes, para poder resolverlos a tiempo.		
a) Si	15	45.45
b) No	18	54.54
Total	33	100.00
La empresa mantiene la disciplina con los clientes.		
a) Si	18	54.54
b) No	5	15.15
c) A veces	10	30.30
Total	33	100.00
En el establecimiento como encargado eres responsable en el cumplimiento de tus funciones.		
a) Si	16	48.48
b) No	4	12.12
c) A veces	13	39.39
Total	33	100.00
Efectúa cambios e implementa soluciones para brindar ayuda a los clientes en sus dificultades		
a) Si	11	33.33
b) No	6	18.18
c) A veces	16	48.48
Total	33	100.00

Continúa...

Tabla 3

*Características de la capacitación de personal como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes distrito de Huaraz, 2019.*

Características	N	%
<b>La capacitación aumenta la productividad</b>		
a) Si	19	57.57
b) No	14	42.42
Total	33	100.00
<b>Consideras el servicio ofrecido</b>		
a) Alto	12	36.36
b) Bueno	11	33.33
c) Malo	6	18.18
d) Poco	4	12.12
Total	33	100.00

*Fuente.* cuestionario aplicado a los representantes en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes distrito de Huaraz, 2019.

Tabla 4

El plan de mejora Propuesto de la capacitación de personal como factor relevante de la gestión de calidad.

<b>Problema</b>	<b>Causa</b>	<b>Solución – aplicación de mejora</b>	<b>Responsable</b>
Poco conocimiento	Poco conocimiento en la capacitación en gestión de calidad	La manera de comunicarse con los clientes puede poner de visible; características o prestaciones de los productos antes desconocidas, modificando también las expectativas de los clientes.	Representante
Falta de constante empatía.	No muestra la empatía ante sus dificultades de los clientes	Saber cómo liderar con todos estos tipos de clientes y brindarles el mismo nivel de servicio todo el tiempo.	Representante
Falta de información detallada.	La mayoría de los restaurantes siempre brindan información adecuada	Utilizar vocabulario auténticamente positivo, manteniendo el buen ánimo a pesar de las circunstancias y nunca dar por terminada una conversación sin antes confirmar que el cliente esté satisfecho.	Representante
Poco interés en escuchar y entender las opiniones los clientes.	Pocas veces escuchan las opiniones los clientes que puede mejorar	Estar lo suficientemente informado como para responder la mayor parte de las consultas y tener presente dónde puedes consultar si las preguntas son demasiado específicas o técnicas para ti	Representante
Falta de solucionar problemas en el acto.	Falta de solución de los problemas ocasionados.	Afrontar rápidamente el problema te permitirá demostrarle al cliente tu interés por ayudarlo, y así apaciguarlo, y evitar que este se pueda enojar más al tener que esperar para ser atendido, y así que se empeore la situación	Representante
No dan una atención personalizada.	Planificar siempre para dar una atención personalizada.	Tener amabilidad en cada momento hacer referencia al trato amable, cortés y servicial	Representante
Falta de impresión la atención por primera vez.	Poco interés de los empresarios por invertir en un especialista en el tema.	Ser carismático, amabilidad hacer referencia al trato amable, cortés y servicial al cliente.	Representante
Poner más énfasis en atención en el tiempo promedio.	Dar más prioridad en satisfacer al máximo.	Estar cerca de los consumidores es la mejor forma para conocer qué piensan, quieren y necesitan.	Representante
No muestra disciplina.	Mantener disciplina con los individuos.	Despertar el interés de los consumidores, no ofrecerles productos mejorados, que en definitiva siguen siendo lo mismo, sino cambiar los conceptos, las tecnologías de manera tal que, el cliente lo considere	Representante

		superior.	
Poco cumplimiento con sus funciones si es responsable.	Realizan con sus funciones.	Establecer estándares para el desempeño del personal y la atención al cliente, hacer seguimiento de su labor y mantener al dueño del establecimiento informado.	Representante
Dispone de tiempo por ayudar a los clientes.	Ser carismático de tener la amabilidad por brindar ayuda.	Ayudar a responder las preguntas de los clientes en las inquietudes al momento de adquirir los servicios que tienen correctamente.	Representante
Si cumple con responder las preguntas.	Las actividades que debe realizar siempre deben responder las preguntas.	Ayudar a responder las preguntas de los clientes en las inquietudes al momento de adquirir los servicios que tienen correctamente.	Representante
Conocimiento del servicio es rápida.	Conocer el producto ofrecido.	Justificar para implementar ciertas acciones que beneficiarán a los clientes y sin duda para tener mayor impacto.	Representante

## 5.2. Análisis de resultados

**Tabla 1**

### **Referente a las características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas**

Del total de los representantes encuestados se observa que el 36,4% manifiestan tener de 31 a 50 años de edad. (Tabla 1), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por García, (2015), quien manifiesta la edad está comprendida mayormente entre 36 a 45 años en un 45.0%; encuestados del sector servicio rubro restaurantes del distrito de lalaquiz - huancabamba. Esto indica que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del, rubro restaurantes en el distrito de Huaraz, 2019 están siendo dirigidas por personas adultas de 31 a 50 años de edad, de manera que han obtenido habilidad, popularidad que garantiza su práctica, instrucciones y capacidad para dirigir y controlar su negocio alcanzando así su permanencia en el mercado.

Con respecto al género de los representantes El 73% manifiestan que son de género masculino y el 27.0% de género femenino. (Tabla 1), estos resultados coinciden con los resultados concuerda por García, (2015) quien nos menciona que el 50% masculino y el 50% femenino de empresarios encuestados del sector servicio rubro restaurantes de lalaquiz- huancabamba, manifiestan ser equitativo. Esto nos muestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del, rubro restaurantes, en el distrito de Huaraz, 2019 están a cargo de los varones que han alcanzado desarrollar prácticas en el ámbito de los mercados, que administran sus negocios logrando permanecer con los consumidores dando trabajo y generando ingresos para ayudar en los gastos de su hogar pues en estos tiempos el costo de vida es elevado y los varones trabajan por la necesidad para cubrir los gastos en la casa.

Con respecto el 33,3% manifiestan tener un grado de instrucción de secundaria. (Tabla 1), estos resultados contrastan por García, (2015) El 39% de empresarios encuestados del sector servicio rubro, restaurantes del distrito de lalaquiz – Huancabamba, manifiestan que han culminado sus estudios de educación Secundaria completa. Esto confirma que gran parte de las micro y pequeñas

empresas de rubro restaurantes en el distrito de Huaraz, 2017 está siendo dirigidas por personas de superior nivel secundaria, es decir tienen conocimientos prácticos para gestionar un negocio lo cual no ayuda correctamente al crecimiento corporativo, deben de tener en cuenta sobre la capacitación de personal como factor relevante en la gestión de calidad de mismo modo le ayudara a crecer y expandir su negocio ofreciendo prestación que desempeñe con satisfacer y perspectivas del cliente.

## **Tabla 2**

### **Referente a las Características de las Micro y Pequeñas Empresas**

Con respecto el 57,6% manifiestan que son dueños de los restaurantes en el distrito de Huaraz, seguido con el 42,4% manifiestan que administran (Tabla 2). Esto indica que la mayoría de las mypes del sector servicios del rubro restaurantes en el distrito de Huaraz 2019 que la mayoría son dueños.

Con respecto el 45,5% manifiestan que la permanencia de su empresa tiene de 6 a 9 años de estabilidad. (Tabla 2), estos resultados contrastan por López, (2013) El 79% de Micro y Pequeñas Empresas encuestadas del sector servicio rubro Hospedajes de la ciudad de Huaraz, manifiestan que tienen de 1 a 5 años de permanencia en la actividad y el rubro. Esto indica que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante en el distrito de Huaraz, 2019 vienen posicionándose en el mercado con más de 6 años a través del tiempo.

Con respecto el 51,5% manifiestan que su empresa cuenta de 1 a 6 trabajadores y al final con el 21,2% (Tabla 2). Estos resultados relacionan con Lopez, (2013) que el 79% de Micro y Pequeñas Empresas encuestadas del sector servicio rubro Hospedajes de la ciudad de Huaraz, manifiestan que tienen de 1 a 2 trabajadores.

Con respecto el 63,6% manifiestan que en sus empresas trabajan las personas familiares y 36,4% son personas no familiares. (Tabla 2). Esto pretende que en las micros y pequeñas empresas del sector servicios del rubro restaurantes distrito de Huaraz la mayoría de los establecimientos están conformadas por las personas familiares.

Con respecto el 57,6% manifiestan que su empresa fue constituida por generar ganancia y el 42,4% manifiestan que la empresa fue constituida sustituir. (Tabla 2).

### **Tabla 3**

#### **Con respecto a las características de Capacitación de personal como factor relevante de la gestión de calidad.**

Con respecto el 42,4% manifiestan que muy poco usted tiene conocimiento en la capacitación de personal como factor relevante en la gestión de calidad y 21,2% manifiestan que si conocen. (Tabla 3), Estos resultados obtenidos por los representantes en las MYPES del rubro restaurants en distrito de Huaraz 2019. Las organizaciones por tener a los trabajadores con alto potencial, no garantiza su éxito, y entonces diariamente deben estar informando, los cambios que ocurre en el mercado actual y prepararlo constantemente.

Con respecto el 39,4% manifiestan que a veces ponen la práctica de capacidad de ponerse en lugar del otro por brindarle un cuidado resuelta, seguido por un 36,4% manifiestan que siempre lo realizan y finalmente el 24,2% manifiestan Nunca. (Tabla 3). Estos resultados contrastan con Sales, (2016) El 45,45% muestra que nunca son amables con el consumidor, asimismo con el 40,91% que muestran siempre, un 9,09% manifiesta que realizan a veces y un 4.55% muestra casi nunca.

Con respecto el 51,5% manifiestan que siempre Como analiza el entorno para determinar sobre la información detallada hacia los clientes para una buena capacitación, seguido por un 30.3% manifiestan Nunca, y finalmente el 18,2% A veces. (Tabla 3).

Con respecto el 42,4% manifiestan que A veces son capaz de escuchar y responder las opiniones de los clientes y el 24,2% manifiestan Nunca (Tabla 3), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por López (2018), un 55% (vocación de servicio) y reflejado en un 43% (capacidad de escuchar al cliente); por lo tanto, el personal carece de los atributos del perfil de atención al cliente. Puesto que quien debe tratar directamente con los clientes ocupan un puesto de significativa jerarquía, honestidad y compromiso, motivaciones y beneficios individualmente aptos para la tarea.

Con respecto el 51,5% manifiestan que Si muestran un sincero interés con los problemas de los clientes y finalmente el 48,5% manifiestan que No. (Tabla 3). Con respecto el 45,5% manifiestan 1 a 2 veces planifican una atención personalizada y toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias particulares de los clientes y el 24,2% manifiestan que 0 veces lo planifican. (Tabla 3), estos resultados contrastan con Sales (2016), el 45,45% manifiesta que nunca son cordiales con el consumidor, continuado por el 40,91% que muestran persistentemente, un 9,09% manifiesta que realizan a veces y un 4.55% manifiesta casi nunca. Estos resultados en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de Huaraz, 2019. se observa que es favorable como podemos observar el trato directo o personal entre un fijo trabajador y un determinado cliente, siempre poseyendo en cálculo las necesidades, gustos y preferencias, realizar este tipo de atención nos permite siempre tener en cuenta las necesidades, gustos y preferencias personales, lo cual a su vez nos consiente crear apreciar estimado y significativo.

Con respecto el 51,5% manifiestan Establecer prioridades de como medir los resultados obtenidos durante el proceso, de capacitación por primera vez a, seguido por un 33,3% manifiestan de N.A y finalmente el 15,2% manifiestan Realiza una lista de soluciones (Tabla 3).

Con respecto el 54,5% manifiestan No se preocupa al reclamo de los clientes, para poder resolverlos a tiempo y el 45,5% manifiestan que Si se preocupan por los clientes (Tabla 3), este resultado se observa que es desfavorable como podemos observar las empresas deben tener en conocimiento lo que ofrece el servicio a los clientes.

Con respecto el 54,5% manifiestan Si la empresa mantiene la disciplina con los clientes y el 15,2% manifiestan No. (Tabla 5) este resultado es favorable como podemos ver el personal debe de ser el autónomo con sus funciones.

Con respecto el 48,5% manifiestan Si el cumplimiento de sus funciones y 12,1% manifiestan No. (Tabla 3) este resultado es favorable como podemos ver el personal debe de ser el íntegro con sus funciones estos resultados contrastan por

Sales (2016), el 40,91% declaran que eternamente brinda un cuidado rápido, seguido por un 31,82% que declaran realizar casi siempre, mientras un 13,64% manifiestan realizar a veces, un 9,09% muestran nunca y el 4,55% manifiestan casi nunca.

Con respecto el 48,5% manifiestan A veces de brindar ayuda a los clientes en sus dificultades y el 18,2% manifiestan No. (tabla 3) esto nos indica en las micro y pequeñas empresas del rubro, restaurantes en el distrito de Huaraz, 2019. Deben desarrollar y poner en marcha sin excepción a nada el habito las expectativas y las necesidades de los clientes y brindar un servicio adecuado, fácil apreciable flexible seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia ascendientes introducciones y mínimos precio para la clasificación.

Con respecto el 57,6% manifiestan que la capacitación aumenta la productividad y el 42,4% manifiestan No. (Tabla 3), estos resultados muestran favorable el principio o cualidad que tiene un trabajador de ser amable, demostrando con un comportamiento o acción muy caritativa, afectuosa o solidario con los clientes. Por diversas actitudes, como el carisma honestidad y generosidad.

Con respecto el 36,4% manifiestan Alto de como considera el servicio ofrecido, seguido por un 33,3% manifiestan Bueno, seguido por un 18,2% manifiestan malo y finalmente el 12,1% manifiestan Poco. (Tabla 3).

Plan de mejora de la capacitación de personal como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro restaurantes de distrito de Huaraz 2019.

### 1. Diagnóstico general

<b>FACTORES INTERNOS</b>  <b>FACTORES EXTERNOS</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	F.1. Personal con experiencia. F.2. Buena calidad en la prestación al cliente. F.3. Clientes fieles. F.4. Rapidez en el servicio. F.5. Calidad en la comida.	D.1. Personal sin estudios especializados. D.2. Poco personal. D.3. Control en los recursos. D.4. Agilidad en el servicio. D.5. No imparten capacitaciones especializadas.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIS FO</b>	<b>ESTRATEGIA DO</b>
O.1. Ampliación de infraestructura. O.2. Oportunidad de capacitación en el servicio al cliente. O.3. Crecimiento económico	F.1, F2, F4, F5. O2, Hacer conciencia a los empleados del sector de restaurantes sobre la importancia de los procesos de capacitación para poder mejorar sus conocimientos, habilidades y la implementación de gestión de la calidad para poder satisfacer y superar las expectativas de los clientes.	D1, D2, D4, D5. O1, O3, Poder orientar la propuesta de capacitación a los empleados del sector servicios del rubro restaurantes a la competencia.
<b>AMENZAS</b>	<b>ESTRATEGIA FA</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
A.1. Restaurantes con productos sustitutos comida rápida. A.2. Crecimiento de la competencia. A.3. Competencia con personal más capacitado. A.4. Tecnología y procedimientos automatizados.	A3, A4, F2, F3, F5. Innovación y capacitación permanente para evitar entrar nuevas empresas prestar el servicio	D2, D3, D5, A1, A3, Minimizar el índice de mal servicios fortaleciendo las capacitaciones y buscar el fortalecimiento de la empresa, generando un ambiente de mayores ingresos que repercutan en la calidad de vida de lo que prestan el servicio.

## 2. Indicadores de Capacitación

<b>Indicadores</b>	<b>Evaluación de los indicadores dentro de las MYPES.</b>
Conocimiento	Poco conocimiento.
Empatia	Falta de constante empatía.
Información adecuada	Siempre brindan información detallada.
Escuchar y entender	Escuchar y entender las opiniones los clientes.
Solución de reclamos	Solucionar problemas en el acto.
Atención personalizada	Dar una atención personalizada.
Realizar bien el servicio a la primera vez	Tener cuidado con la atención por primera vez.
Concluye con la atención en el tiempo prometido	Concluye con la atención en el tiempo promedio poner más énfasis.
Disciplina	Muestra disciplina.
Cumplimiento de sus funciones	Cumplimiento con sus funciones si es responsable.
Disposición de ayuda	Dispone de tiempo por ayudar a los clientes.
capacidad para responder preguntas	Si cumple con responder las preguntas.
Conocimiento del servicio	Conocimiento del servicio es rápida

## 2.1.Problemas

<b>Indicadores</b>	<b>Problema</b>	<b>Surgimiento del problema</b>
Conocimiento	poco conocimiento	Muy poco conocimiento en la capacitación en gestión de calidad
Empatia	Falta de constante empatía.	No muestra la empatía ante sus dificultades de los clientes
Información adecuada	Falta de información detallada.	La mayoría de los restaurantes siempre brindan información adecuada
Escuchar y entender	Poco interés en las opiniones los clientes.	Pocas veces escuchan las opiniones los clientes que puede mejorar
Solución de reclamos	Falta de solucionar problemas en el acto.	Falta de solución de los problemas ocasionados.
Atención personalizada	No dan una atención personalizada.	Planificar siempre para dar una atención personalizada.
Realizar bien el servicio a la primera vez	Falta de impresión la atención por primera vez.	Poco interés de los empresarios por invertir en un especialista en el tema.
Poner más énfasis atención en el tiempo prometido	la atención en el tiempo promedio poner falta de énfasis.	Dar más prioridad en satisfacer al máximo
No muestra disciplina	Muestra disciplina.	Mantener disciplina con los individuos
Cumplimiento de sus funciones	Cumplimiento con sus funciones si es responsable.	Realizan con sus funciones
Disposición de ayuda	Dispone de tiempo por ayudar a los clientes.	Ser carismático de tener la amabilidad por brindar ayuda
Disposición para responder preguntas	Si cumple con responder las preguntas.	Las actividades que debe realizar siempre deben responder las preguntas
Conocimiento del servicio	Conocimiento del servicio es rápida	Conocer el producto ofrecido

## 2.2. Establecer acciones de mejora

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Conocimiento	poco conocimiento.	La manera de comunicarse con los clientes puede poner de visible; características o prestaciones de los productos antes desconocidas, modificando también las expectativas de los clientes.
Empatía	Falta de constante empatía.	Saber cómo liderar con todos estos tipos de clientes y brindarles el mismo nivel de servicio todo el tiempo.
Información adecuada	Siempre brindan información detallada.	Utilizar vocabulario auténticamente positivo, manteniendo el buen ánimo a pesar de las circunstancias y nunca dar por terminada una conversación sin antes confirmar que el cliente esté satisfecho.
Escuchar y entender	Escuchar y entender las opiniones los clientes.	Estar lo suficientemente informado como para responder la mayor parte de las consultas y tener presente dónde puedes consultar si las preguntas son demasiado específicas o técnicas para ti
Solución de reclamos	Falta de solucionar problemas en el acto.	Afrontar rápidamente el problema te permitirá demostrarle al cliente tu interés por ayudarlo, y así apaciguarlo, y evitar que este se pueda enojar más al tener que esperar para ser atendido, y así que se empeore la situación
Atención personalizada	Dar una atención personalizada.	Tener amabilidad en cada momento hacer referencia al trato amable, cortés y servicial.
Realizar bien el servicio a la primera vez	Falta de impresión la atención por primera vez.	Ser carismático, amabilidad hacer referencia al trato amable, cortés y servicial al cliente.
Concluye con la atención en el tiempo prometido	la atención en el tiempo promedio poner falta de énfasis.	Estar cerca de los consumidores es la mejor forma para conocer qué piensan, quieren y necesitan.
Disciplina	Falta de disciplina.	Despertar el interés de los consumidores, no ofrecerles productos mejorados, que en definitiva siguen siendo lo mismo, sino cambiar los conceptos, las tecnologías de manera tal que, el cliente lo considere superior.
Cumplimiento de sus funciones	Cumplimiento con sus funciones si es responsable.	Establecer estándares para el desempeño del personal y la atención al cliente, hacer seguimiento de su labor y mantener al dueño del establecimiento informado.
Disposición de ayuda	Dispone de tiempo por ayudar a los clientes.	Identificar las necesidades del usuario y determinar lo que constituye para él la adecuación para el uso.
Disposición para responder preguntas	Si cumple con responder las preguntas.	Ayudar a responder las preguntas de los clientes en las inquietudes al momento de adquirir los servicios que tienen correctamente.
Conocimiento del servicio	Conocimiento del servicio es rápida	Justificar para implementar ciertas acciones que beneficiarán a los clientes y sin duda para tener mayor impacto.

### 2.3 Estrategias o acciones (implementar).

Nº	Acciones de mejora a llevar acabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	La manera de comunicarse con los clientes puede poner de visible;	Poco conocimiento en cuanto a la capacitación de personal	3 meses	Mejora más calidad de servicios.	Cuadros estadísticos de la comparación establecido de la capacitación.
2	Saber cómo liderar con todos estos tipos de clientes	Entender que el usuario puede estar molesto, asustado, preocupado o estresado	6 meses	Mas confianza con los clientes	Ponerse en lugar de los clientes y saber que sienten y ser creativo.
3	Utilizar vocabulario auténticamente positivo	Falta de interés del personal en comprenderlo.	1 mes	Aumenta la probabilidad de retención del cliente.	Tener la metodología y didáctico.
4	Estar lo suficientemente informado como para responder la mayor parte de las consultas	No garantiza que el usuario expresa sus necesidades y sus requerimientos	3 meses	Ayuda a que tenga más cuidado con el servicio	Tener técnicas estratégicas.
5	Estar lo suficientemente informado como para responder la mayor parte de las consultas	Problemas que se presentan con los clientes.	1 mes	Garantiza para no volver a generar el mismo malestar con los clientes	Tener gestos positivos y favorables.
6	Tener amabilidad en cada momento	Poco conocimiento de fondo del propio cliente, lo que permite una atención más personalizada y una oferta más segmentada.	1 mes	Garantiza tener más ingresos, clientela y seguridad.	Ser perseverante, optimista y estudio de la necesidad de los clientes en los restaurantes.
7	Ser carismático, amabilidad hacer referencia al trato amable	Falta de presencia y una buena impresión.	3 meses	Genera más ventas que beneficia a la empresa	Generar más resultados con las ventas.
8	Estar cerca de los consumidores	Indisciplina	3 meses	Mas seguridad, confianza y enseñanza	Genera más resultados con las ventas.
9	Despertar el interés de los consumidores	Indisciplina	3 meses	Ayuda valorar con el compromiso con la empresa.	Seguir mejorando cada día más y poner empeño.
10	Establecer estándares para el	Falta de interactuar con los empleados	1 mes	Ayuda a tener más prestigio atractivo	Seguir aplicando la metodología para

	desempeño del personal	a los fines de definir menús y de realizar actividades relacionadas		con los clientes y seguridad	seguir obteniendo los resultados favorables para la empresa.
11	Identificar las necesidades del usuario	Poco interés en determinar el tipo de servicios.	1 mes	Genera más atracción más cambio e información al cliente toda vez que la empresa debe contar con cartas de tres idiomas más hablados del mundo, español, inglés, quechua, etc.	Adecuarse a los clientes, seguir trabajando y mejorar los puntos controvertidos.
12	Ayudar a responder las preguntas de los clientes en las inquietudes	No satisface al cliente	1 mes	Genera tener más clientes atención en todo ambiente y a la vez satisfacción a los clientes.	Seguir con el mismo segmento para obtener resultados más rentables.
13	Justificar para implementar ciertas acciones que beneficiarán a los clientes	Falta de justificación	1 mes	Genera tener más credibilidad y crecimiento.	Aplicar las estrategias más relevantes.

## 2.4 Recursos para implementación de las estrategias.

N°	Acciones de mejora a llevar acabo	Recursos humanos.	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	La manera de comunicarse con los clientes puede poner de visible;	Contratar un especialista en la materia	1000 soles	Afiches, diapositivas e internet	3 meses
2	Saber cómo liderar con todos estos tipos de clientes	Aplicadores	150 soles	Web, laptop	6 meses
3	Utilizar vocabulario auténticamente positivo	Aplicadores	300 soles	Internet, Software	1 mes
4	Estar lo suficientemente informado como para responder la mayor parte de las consultas	Especialistas	500 soles	Web, laptop	3 meses
5	Estar lo suficientemente informado como para responder la mayor parte de las consultas	Especialistas	300 soles	Web, laptop e internet	1 mes
6	Tener amabilidad en cada momento	Especialistas	300 soles	Software	1 mes
7	Ser carismático, amabilidad hacer referencia al trato amable	Aplicadores	250 soles	Web, laptop e internet	3 meses
8	Estar cerca de los consumidores	Aplicadores	150 soles	Web, laptop e internet	3 meses
9	Despertar el interés de los consumidores	Asistente administrativo	600 soles	Web, laptop e internet	3 meses
10	Establecer estándares para el desempeño del personal	Especialistas	500 soles	Web, laptop e internet	1 mes
11	Identificar las necesidades del usuario	Especialistas	300 soles	Web, laptop, software e internet	1 mes
12	Ayudar a responder las preguntas de los clientes en las inquietudes	Especialistas	250 soles	Web, laptop e internet	1 mes
13	Justificar para implementar ciertas acciones que beneficiarán a los clientes	Especialistas	200 soles	Web, laptop e internet	1 mes

## 2.5. cronograma de actividades.

<b>N°</b>	<b>Acciones de mejora a llevar a cabo</b>	<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	<b>Presentación grafico</b>
1	La manera de comunicarse con los clientes puede poner de visible;	1 -1 – 19	30 -03 – 19	III
2	Saber cómo liderar con todos estos tipos de clientes	1 -1 – 19	30 - 06 -19	I
3	Utilizar vocabulario auténticamente positivo	1 -1 – 19	30 – 01 – 19	I
4	Estar lo suficientemente informado como para responder la mayor parte de las consultas	1 -1 – 19	30 -03 – 19	III
5	Estar lo suficientemente informado como para responder la mayor parte de las consultas	1 -1 – 19	30 – 01 – 19	I
6	Tener amabilidad en cada momento	1 -1 – 19	30 – 01 – 19	I
7	Ser carismático, amabilidad hacer referencia al trato amable	1 -1 – 19	30 -03 – 19	III
8	Estar cerca de los consumidores	1 -1 – 19	30 -03 – 19	III
9	Despertar el interés de los consumidores	1 -1 – 19	30 -03 – 19	III
10	Establecer estándares para el desempeño del personal	1 -1 – 19	30 – 01 – 19	I
11	Identificar las necesidades del usuario	1 -1 – 19	30 – 01 – 19	I
12	Ayudar a responder las preguntas de los clientes en las inquietudes	1 -1 – 19	30 – 01 – 19	I
13	Justificar para implementar ciertas acciones que beneficiarán a los clientes	1 -1 – 19	30 – 01 – 19	I

## **VI. CONCLUSIONES**

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas los representantes legales se encuentran entre los 31 a 50 años, son de sexo masculino y tienen estudios secundarios, y son representantes.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas encuestadas del rubro de restaurantes del distrito de Huaraz, están en el mercado es de 6 a 9 años de actividad en el rubro, tienen trabajadores de 7 a 1, son familiares y la creación de la empresa es para generar ganancias.

La minoría de los representantes de los restaurantes Poco tienen conocimiento en la capacitación de personal como factor relevante de la gestión de calidad, A veces tienen la capacidad de ponerse en lugar de otro, y la mayoría manifiestan que siempre analizan el entorno para determinar la información detallada hacia los clientes, la empresa se preocupa en cuanto a los reclamos de los clientes, mantienen la disciplina con los clientes y manifiestan que la capacitación aumenta la productividad por lo tanto los restaurantes consideran importante la capacitación de personal para incrementar la productividad

Para responder la problemática y las causas encontradas en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes de distrito de Huaraz se elaboró un plan de mejora que va consignado en el contenido del presente trabajo de investigación.

## **RECOMENDACIONES**

Planificar reuniones con el personal de atención, para interactuar con ellos y compartir experiencias, las cuales logren mejorar la calidad en el servicio al cliente.

Realizar las acciones de tal manera que averigüe que tipo de capacitación necesita sus trabajadores.

Contar con una programación para capacitación al personal.

Medir y evaluar los resultados de la realidad del programa de capacitación.

Monitorear constantemente a los practicantes para ver si han reformado o siguen en lo mismo en la capacitación propuesta, durante el tiempo que vienen laborando.

Ser creativo al efectuar la colación al personal, ya que el instrucción y formación no debe ser vista como algo obligatorio sino como un beneficio para sí mismos. Entre más involucrados estén los colaboradores antes de comenzar la capacitación, mayor sentido tendrá para ellos la reunión.

## REFERENCIAS

- Arraigada, J. (2009). *Teoría del Capital Humano*. Obtenido de Javier arraigada: recuperado de [www.javierarraigada.blogspot/2009/05/teoria-delcapitalhumano.html](http://www.javierarraigada.blogspot/2009/05/teoria-delcapitalhumano.html)
- Aldunati, a. J. (2016). *Caracterización de la capacitación en seguridad y salud en el trabajo en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro restaurantes de dos tenedores del distrito de huaraz*. Recuperado el recuperado, de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1067/capacitacion\\_seguridad\\_aldunati\\_alvares\\_jesus\\_alberto.pdf?sequence=1&isallowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1067/capacitacion_seguridad_aldunati_alvares_jesus_alberto.pdf?sequence=1&isallowed=y)
- Azor, S. s. (2017). *Gestión de calidad ISO 9001/2015 en comercio*. Recuperado el recuperado, de <https://www.amazon.es/Gesti%C3%B3n-calidad-9001-2015-comercio-ebook/dp/B07PWY8ZR7>
- Beeching. (2002). *Gestión de Protocolo*. Recuperado el recuperado, de [https://books.google.com.pe/books?id=ErczCwAAQBAJ&pg=PT70&lpg=PT70&dq=LA+CORTESIA+Beeching+\(2002\),&source=bl&ots=ztA3LtqtJ3&sig=ACfU3U2vRIr\\_zcUl\\_GfiYddQEHHV9G97qQ&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwixptfWzKTIAhWRzlkKHbjDmkQ6AEwCnoECAgQAQ#v=onepage&q=LA%20CORTESIA%20B](https://books.google.com.pe/books?id=ErczCwAAQBAJ&pg=PT70&lpg=PT70&dq=LA+CORTESIA+Beeching+(2002),&source=bl&ots=ztA3LtqtJ3&sig=ACfU3U2vRIr_zcUl_GfiYddQEHHV9G97qQ&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwixptfWzKTIAhWRzlkKHbjDmkQ6AEwCnoECAgQAQ#v=onepage&q=LA%20CORTESIA%20B)
- Becker, G. S. (1964) *Human Capital*, 1st ed. New York: Columbia University Press for the National Bureau of Economic Research. Recuperado de [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1496221](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1496221)
- Blanco, A. P. (2010). *atencion al cliente*. 3 edi. Recuperado el recuperado, de <https://www.iberlibro.com/buscar-libro/titulo/atenci%C3%93n-al-cliente/autor/blanco-prieto-antonio/>

- Blanco, J. (2009). *Medición de la satisfacción del cliente del restaurante museo taurino, y formulación de estrategias de servicio para la creación de valor*. recuperado de <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis356.pdf>
- Caballero. (2008). *Manual de la micro y pequeña empresa- MYPE*. recuperado de <http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/Mype.pdf>
- Chiavenato, I. (2011). *administracion de recursos humanos*. mexico: novena edicion. Recuperado el el Jul 29,2017, de <https://es.scribd.com/document/354986291/Libro-Administracion-de-Recursos-Humanos-Chiavenato-pdf>
- García, c. F. (2015). *Caracterización de la atención al cliente y la capacitación en las mype del rubro restaurantes del distrito de lalaquiz -huancabamba*. Recuperado el recuperado, de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2423/atencion\\_al\\_cliente\\_capacitacion\\_mype\\_garcia\\_fabiola.pdf?sequence=1&isallowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2423/atencion_al_cliente_capacitacion_mype_garcia_fabiola.pdf?sequence=1&isallowed=y)
- Gary Dessler, R. V. (2009). *Administración de recursos humanos*. mexico: quinta edicion. Recuperado el recuperado, de <https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/0ee49930c54202fa9d631ebce4af2438.pdf>
- Gonzalez, O. O. (2015). *La gestion de calidad*. 1ra-Edicion. Recuperado el Recuperado, de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/09/Sistemas-de-gestio%CC%81n-de-calidad-1ra-Edicio%CC%81n.pdf>
- Hernández. S. (2002). *Capacitación y desarrollo de personal desde una perspectiva estratégica con base en el marco legal*. Universidad Autónoma de México. recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/215/21514203.pdf>
- Hernandez. (2006). *micro y pequeñas empresas en el peru*. Obtenido de <file:///C:/Users/a-aulavirtual01a/Downloads/4126-15740-1-PB.pdf>.

- Jáuregui, A. (2006). *Educación y capacitación del factor capital humano en la búsqueda del desarrollo económico*. Instituto de Educación Administración y Desarrollo. recuperado de <http://www.eumed.net/rev/cccss/02/vgpt.htm>
- López, M. D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Recuperado el recuperado, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Martin, D. (2008), *Formación del Capital Humano es considerada un factor estratégico*. Recuperado de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1015/CAPACITACION\\_FINANCIAMIENTO\\_SALAZAR\\_SARANGO\\_YANILY.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1015/CAPACITACION_FINANCIAMIENTO_SALAZAR_SARANGO_YANILY.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Medina castro, j. R. (2015). “*diagnóstico para la creación de un plan de capacitación que permita la implementación de estrategias para mejorar la calidad en el servicio al cliente en el sector de restaurantes de primera categoría en la ciudad de san miguel*”. Obtenido de <http://ri.ues.edu.sv/10665/1/50108203.pdf>
- MEF. (2013). *alcances de la ley de micro y pequeña empresa(pyme)*. Obtenido de <http://perupymes.com/noticias/alcances-de-la-ley-de-micro-y-pequena-empresapyme>.
- Mendoza. (2011). *situación del sector de la micro y pequeña empresa en el Perú y en la región arequipa*. Recuperado de [http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1167/situacion\\_del\\_sector\\_de\\_la\\_micro.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1167/situacion_del_sector_de_la_micro.html)
- Morfin, M. (2006). *Administración de comedor y bar. México: segunda edición*. Prieto, B. (s.f.). recuperado de [https://www.academia.edu/8245759/Administraci%C3%B3n\\_de\\_Comedor\\_y\\_Bar](https://www.academia.edu/8245759/Administraci%C3%B3n_de_Comedor_y_Bar)

- Mondoy, W. ((2005)). *Administracion de recuersos Humanos*. 9na. Recuperado el recuperado , de [https://www.academia.edu/13319770/Administracion\\_de\\_recursos\\_humanos\\_9na\\_edicion\\_-\\_Wayne\\_Mondy\\_Robert\\_Noel](https://www.academia.edu/13319770/Administracion_de_recursos_humanos_9na_edicion_-_Wayne_Mondy_Robert_Noel)
- Monasí, D. C. (2015), *La atención al cliente en hospedaje de la provincia de Chincha, Perú en el año 2011. Programa de estadísticas y estudios laborales (PEEL)*. Lima, Perú: Dirección de la Micro y Pequeña. Recuperado de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/841/MYPE\\_CAPACITACION\\_SALES\\_MARCHENES\\_GABY\\_OLINDA.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/841/MYPE_CAPACITACION_SALES_MARCHENES_GABY_OLINDA.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Pérez, r. C. (2014). *la calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados economicos y financieros de la empresa restaurante campestre sac -chiclayo periodo enero a septiembre*. Recuperado el recuperdo, de <https://core.ac.uk/download/pdf/71999711.pdf>
- Pinto, R. (1992). *Proceso de capacitación*. Segunda Edición. México: Editorial Diana. recuperado de [https://repositorio.cbachilleres.edu.mx/wp-content/material/compendios/quinto/cap\\_des\\_rh.pdf](https://repositorio.cbachilleres.edu.mx/wp-content/material/compendios/quinto/cap_des_rh.pdf).
- Sales, m. G. (2016). *Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro de hoteles de tres estrellas del distrito de huaraz*. Recuperado el recuperado, de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/841/mype\\_capacitacion\\_sales\\_marchenes\\_gaby\\_olinda.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/841/mype_capacitacion_sales_marchenes_gaby_olinda.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Sánchez. (2008). *Las mypes en el peru* . Obtenido de <http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/quipukamayoc/2006/primer/a13.pdf>.
- Sanchez M. P. (2010). *Comunicacion Empresarial y Atencion al Cliente*. Madri: Editex. Recuperado de <https://www.agapea.com/libros/Comunicacion-empresarial-y-atencion-al-cliente-9788497716444-i.htm>

- Sánchez, B. (20 de enero de 2006). *Las Mypes en Perú. Su importancia y propuesta tributaria*. recuperado de <http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/quipukamayoc/2006/primer/a13.pdf>
- Seto Pamies, D. (2004). *De la Calidad del Servicio a la Fiabilidad del Cliente*. Madrid: ESIC Editorial. Recuperado de <file:///C:/Users/ITALO/Downloads/Dialnet-LaFidelidadDelClienteEnElAmbitoDeLosServicios-713506.pdf>
- Sectur. (2006). *Política y estrategia del Desarrollo turístico sustentable*. México: secretaria de turismo recuperado de <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/000817Pri0000.pdf>
- Sierra, C. d. (2013). *Elementos conceptuales de la gestión de calidad*. Recuperado el recuperado, de <http://www.sia.eurosocial-ii.eu/files/docs/1389524192-Elementos%20conceptuales%20de%20la%20gestion%20de%20calidad.pdf>
- SUNAT. (2014). *Formalización de pequeñas y medianas empresas*. Recuperado el Recuperado, de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/dl-1086.pdf>.
- Trujillo, M. (2010). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector Industrial - rubro confecciones de ropa deportiva del distrito del cercado de la provincia de Arequipa, periodo 2008-2009*. recuperado de <https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendociencias-contables/index>
- Valda, S. (2008). *Marketing y dirección estratégica en la Banca*. España: AE. recuperado de <http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/2417/1/TESIS%20FINAL%20MARY%21%21.pdf>

Vásquez P. (2011) *Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro-compra/venta de textilera de Chimbote, 2010-2011.Tesis*. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/267884810/PROYECTO-DE-TESIS-DE-FINANZAS>

Villoldo, A. G. (20018). *Herramientas de gestion de calidad*. españa: independently published. Recuperado el publicado 14 de octubre, de [https://www.amazon.es/Gu%C3%ADa-elaboraci%C3%B3n-Manual-Calidad-Procedimientos/dp/1533077428/ref=pd\\_sbs\\_14\\_img\\_0/257-0220731-1458474?\\_encoding=UTF8&pd\\_rd\\_i=1533077428&pd\\_rd\\_r=71e2baa0-8fff-45a3-9531-a31bc660abe1&pd\\_rd\\_w=AwjXj&pd\\_rd\\_wg=B7vz7&pf\\_rd\\_p=45c8f3](https://www.amazon.es/Gu%C3%ADa-elaboraci%C3%B3n-Manual-Calidad-Procedimientos/dp/1533077428/ref=pd_sbs_14_img_0/257-0220731-1458474?_encoding=UTF8&pd_rd_i=1533077428&pd_rd_r=71e2baa0-8fff-45a3-9531-a31bc660abe1&pd_rd_w=AwjXj&pd_rd_wg=B7vz7&pf_rd_p=45c8f3)

Zeithaml, V.(1993). *Calidad Total en la Gestión de Servicios*. España: Díaz de Santos SA. Recuperado de <https://www.editdiazdesantos.com/libros/zeithaml-calidad-total-en-la-gestion-de-servicios-L03000610801.html?articulo=03000610801>

## Anexos

### Anexo 1. Cronograma de actividades

		CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																		
N°	Actividades	Año 2019																		
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II						
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
1	Elaboración del Proyecto																X			
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación																X	X		
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación																	X		
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación																	X		
5	Mejora del marco teórico y metodológico																	X	X	X
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información																		X	
7	Elaboración del consentimiento informado (*)																		X	
8	Recolección de datos																		X	
9	Presentación de resultados																		X	
10	Análisis e Interpretación de los resultados																		X	
11	Redacción del informe preliminar																			X
13	Revisión del Informe Final de la Tesis por el Jurado de Investigación																			X
14	Aprobación del Informe Final de la Tesis por el Jurado de Investigación																			X
15	Presentación de ponencia en jornadas de investigación																			X
16	Redacción de artículo científico																			X

## Anexo 2. Presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable (Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
• Impresiones	2	120	240
• Fotocopias	1	40	40
• Papel bond A-4 (500 hojas)	1	30	30
• Lapiceros	1	0.50	0.50
<b>Servicios</b>			
• Uso de Turnitin	1	100	100
• Taller	4	750	3000
<b>Sub total</b>			<b>410.50</b>
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información	8	40	320
<b>Sub total</b>			<b>320</b>
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			<b>730.50</b>
<b>Presupuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160,00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
• 50			
<b>Sub total</b>			
<b>Recurso humano</b>			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63	4	252.00
<b>Sub total</b>			<b>400</b>
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			<b>652</b>
<b>Total (S/.)</b>			<b>4382.50</b>

**Anexo 3: Recolección de la población de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios- rubro restaurantes del distrito de Huaraz 2019.**

N°	Nombre Comercial	RUC	Vía	N vía	#	Tamaño
01	RESTAURANT GIORDANI	10423083064	Jr.	FRANCISCO BOLOGNESI	296	Micro
02	RESTAURANTE VERTIENTES	10406612479	AV	RAYMONDI	490	Micro
03	RESTAURANT QUE DELICIA	10705678257	Jr.	CARAZ	846	Micro
04	RESTAURANTE SABOR HUANOQUEÑO	10468022970	Av.	28 DE JULIO	634A	Micro
05	RESTAURANT ROBLES	10316322412	Av.	LUZURIAGA	425	Micro
06	RESTAURANT PETERS	10409198347	Jr.	SAN MARTIN	794	Micro
07	RESTAURANTE JEANCARLO	10448242833	Av.	28 DE JULIO	514	caMicro
08	RESTAURANT MANOS ANDINAS	10440659042	Jr.	JULIAN DE MORALES	823	Micro
09	RESTAURANT LA DELICIA	10316304716	Av.	RAYMONDI	T03 N	Micro
10	RESTAURANTE TERESITA	10316727609	Av.	FRANCISCO BOLOGNESI	274	Micro
11	RESTAURANT EL CENTRO	10802080650	Jr.	28 DE JULIO	570	Micro
12	RESTAURANT KORY	10086255460	Av.	LUZURIAGA	652	Micro
13	RESTAURANT LA ROMANTICA	10411035773	Jr.	JUAN DE LA CRUZ ROMERO		Micro
14	RESTAURANTE SHARON	10801087791	Jr.	CARAZ	216	Micro
15	RESTAURANT JEFFERSON	10413028014	Av.	TARAPACA	S.N	Micro
16	RESTAURANT TABARIZ	10316240467	Av.	FITZCARRAL	398	Micro
17	RESTAURANTE BETTY	10408919784	Jr.	CARAZ	843	Micro
18	RESTAURANT YEFER	10409149567	Av.	ANTONIO RAYMONDI	S.N	Micro
19	RESTAURANT GONZALES	10316543842	Av.	AGUSTIN GAMARRA	456	Micro
20	RESTAURANT EL RANCHO	10316280311	Jr.	COMERCIO	953	Micro
21	RESTAURANT LUPITA	10418769080	Av.	28 DE JULIO	1496	Micro
22	RESTAURANTE ZARIK	10436625052	Jr.	SIMON BOLIVAR	812	Micro
23	RESTAURANT DON HUGO	10320436686	Jr.	SIMON BOLIVAR	719	Micro
24	REST."CALLEJON DE HUAYLAS"	10316394871	Jr.	13 DE DICIEMBRE	704	Micro
25	RESTAURANT MAYELY	10316747961	Jr.	COMERCIO	207	Micro
26	RESTAURANTE PATITO AMARILLO	10320441213	Plg.	PROLONGA ANTONIO RAYMONDI	1162	Micro
27	RESTAURANT LAS PUYAS	10316529149	Jr.	JULIAN DE MORALES	535	Micro
28	RESTAURANT DEYSY	10316412047	Jr.	CAJAMARCA	106	Micro
29	RESTAURANT CRILLON CHICO	10438197317	Av.	AGUSTIN GAMARRA	618	Micro
30	RESTAURANT RANCHEROS	10476407783	Av.	28 DE JULIO	688	Micro
31	RESTAURANT YHOSET	10316177994		VILLON BAJO	S.N	Micro
32	RESTAURANT LISBETH	10322697401	Av.	ANTONIO RAYMONDI	S/N	Micro
33	RESTAURANT EL MIGUELÉN	10410384511	Av.	LUZURIAGA	412	Micro



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CUESTIONARIO**

El presente trabajo de investigación tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: La capacitación de personal como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro restaurantes de distrito de Huaraz, 2019”. Para obtener el título de licenciado en administración.

<b>I. DATOS GENERALES</b>	
<p><b>1. Edad</b></p> <p>a) 18 – 30 años b) 31 – 50 años c) 51 a más años</p> <p><b>2. Genero</b></p> <p>a) Masculino b) Femenino</p> <p><b>3. Grado de instrucción</b></p> <p>a) Sin instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Superior no universitaria e) Superior universitaria</p> <p><b>4. Cargo que desempeña</b></p> <p>a) Dueño b) Administrador</p> <p><b>5. Tiempo que desempeña en el cargo</b></p> <p>a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años</p>	<p><b>6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro</b></p> <p>a) 0 a 5 años b) 6 a 9 años c) 10 a más años</p> <p><b>7. Número de Trabajadores</b></p> <p>a) 1 a 6 trabajadores b) 7 a 11 trabajadores c) 12 a más trabajadores.</p> <p><b>8. Las personas que trabajan en su empresa son:</b></p> <p>a) Familiares b) Personas no familiares.</p> <p><b>C</b></p> <p><b>9. Objetivo de creación</b></p> <p>a) Generar ganancia b) Subsistir</p>

<b>II. REFERENTE A LA CAPACITACIÓN DE PERSONAL</b>	
<p><b>10. Tiene conocimiento en la capacitación de personal como factor relevante en la gestión de calidad</b></p> <p>a) Sí conoce b) Poco c) Muy poco</p> <p><b>11. Tiene la capacidad de ponerse en lugar del otro y saber lo que siente el cliente e incluso estar al tanto lo que piensa por brindarle una atención rápida.</b></p> <p>a) Siempre b) A veces c) Nunca</p> <p><b>12. Como analiza el entorno para determinar sobre la información detallada hacia los clientes para una buena capacitación.</b></p> <p>a) Siempre b) A veces c) Nunca</p> <p><b>13. Eres capaz de escuchar y responder acertadamente las opiniones de los clientes.</b></p> <p>a) Siempre b) A veces c) Nunca</p> <p><b>14. Muestra un sincero interés en los problemas que se presentan con los clientes.</b></p> <p>a) Si b) No</p> <p><b>15. Planifica para Brindar atención personalizada y toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias particulares de los clientes</b></p> <p>a) 0 veces b) 1 a 2 veces c) 2 a mas</p>	<p><b>16. Cómo mide los resultados obtenidos durante el proceso, de capacitación de su empresa por primera vez.</b></p> <p>a) Realiza una lista de soluciones b) Establece prioridades d) N.A.</p> <p><b>17. La empresa se preocupa en cuanto al reclamo de los clientes, para poder resolverlos a tiempo.</b></p> <p>a) Si b) No</p> <p><b>18. La empresa mantiene la disciplina con los clientes.</b></p> <p>a) Si b) No c) A veces</p> <p><b>19. Como encargado eres responsable en el cumplimiento de tus funciones.</b></p> <p>a) Si b) No c) A veces</p> <p><b>20. Efectúa cambios e implementa soluciones para brindar ayuda a los clientes en sus dificultades.</b></p> <p>a) Si b) No c) A veces</p> <p><b>21. La capacitación aumenta la productividad.</b></p> <p>a) Si b) No</p> <p><b>22. Cómo consideras el servicio ofrecido.</b></p> <p>a) Alto b) Bueno c) Malo d) Poco</p>

Anexo 5. Figuras

1. Con respecto a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes distrito de Huaraz, 2019.

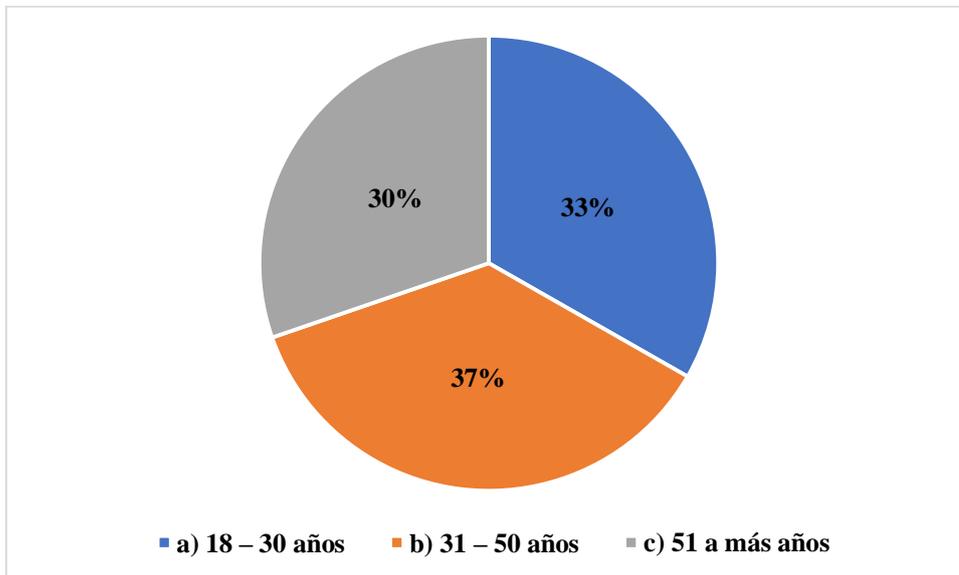


Figura 1. Edad  
Fuente. Tabla 1

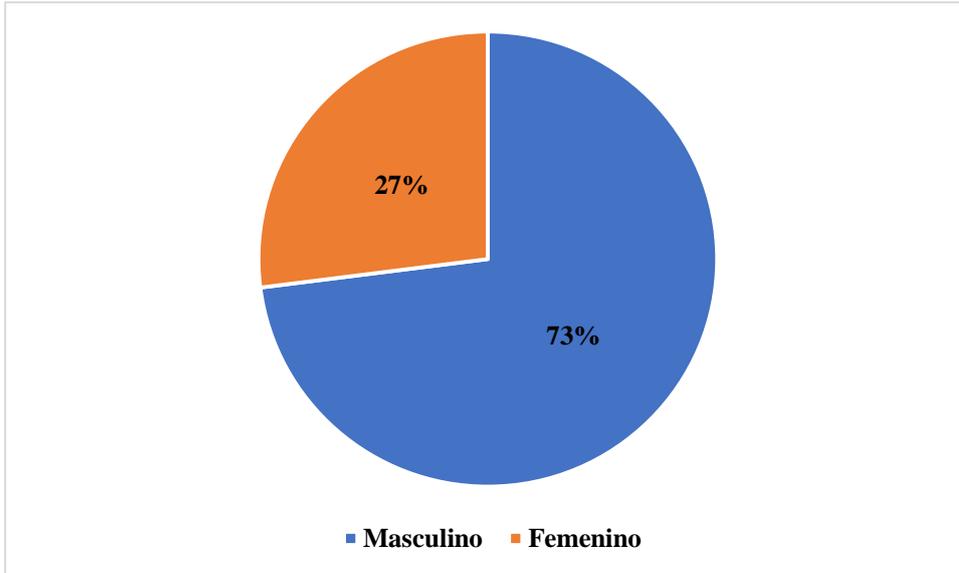


Figura 2. Género  
Fuente. Tabla 1

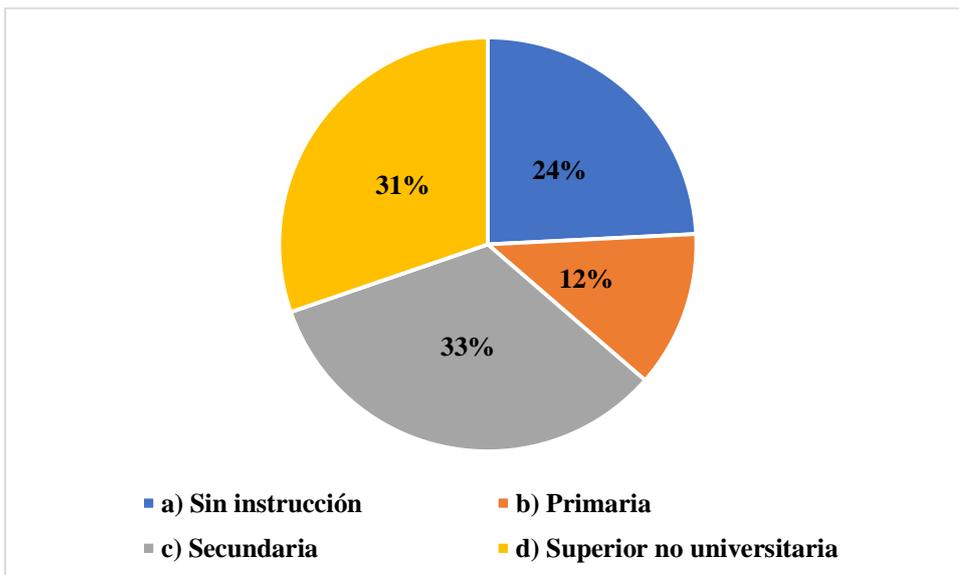


Figura 3. Grado de instrucción  
Fuente. Tabla 1

2. Con respecto a las características de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes distrito de Huaraz, 2019.

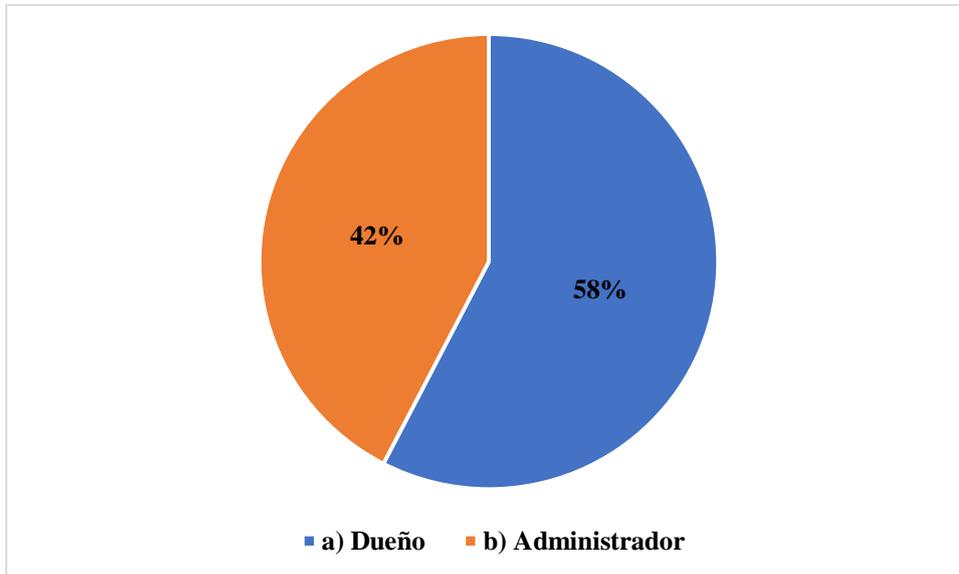


Figura 4. Cargo que desempeña  
Fuente. Tabla 2

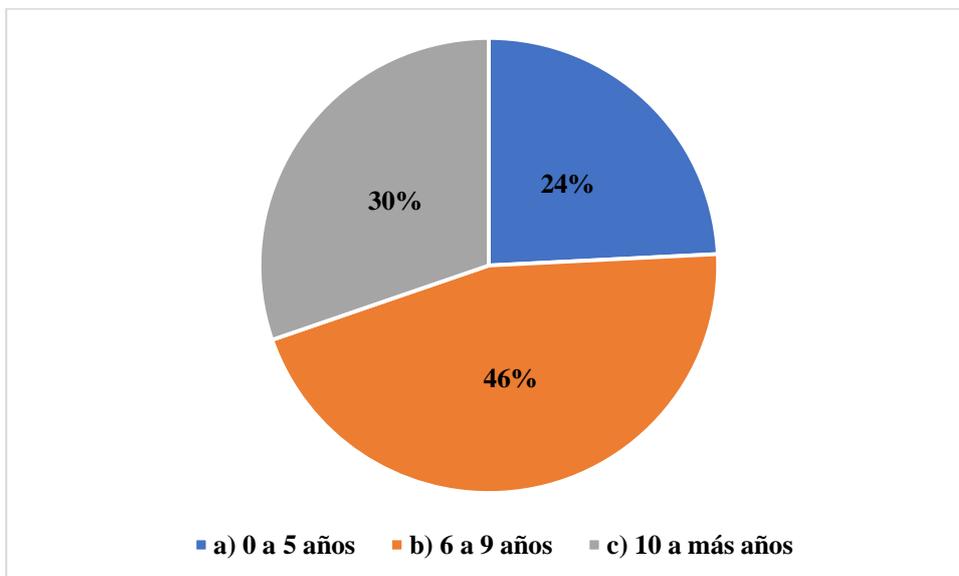


Figura 5. Tiempo de permanencia en el rubro  
Fuente. Tabla 2

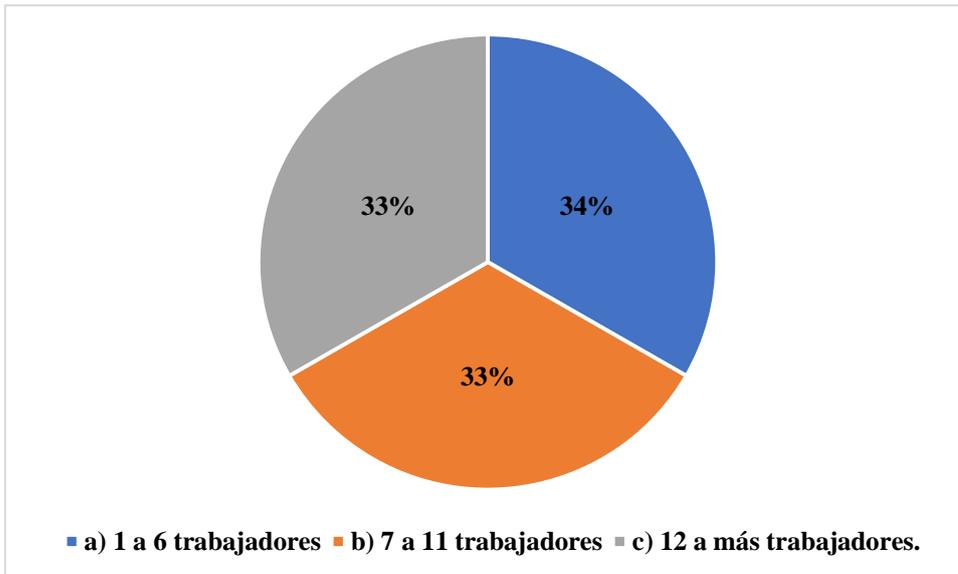


Figura 6. Número de trabajadores  
Fuente. Tabla 2

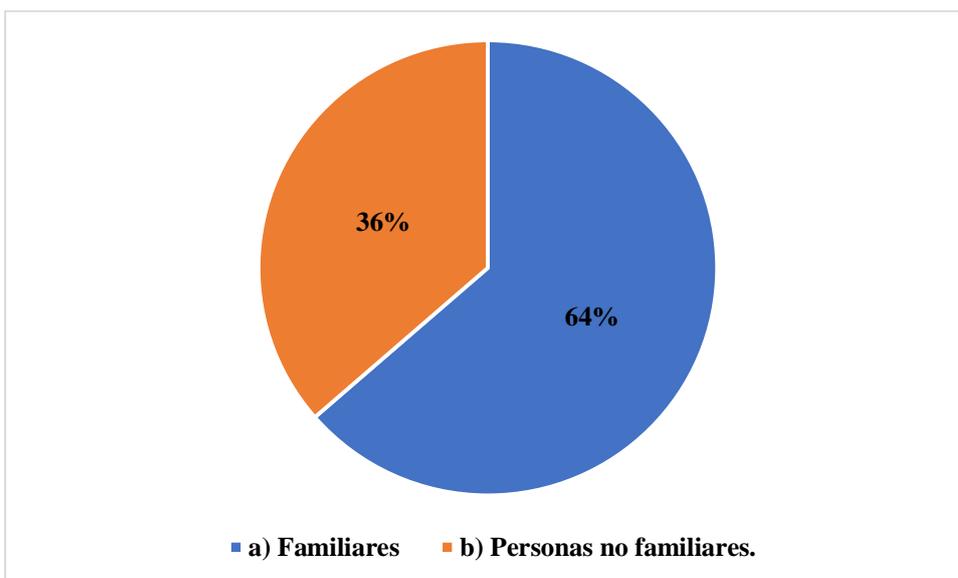


Figura 7. Las personas que trabajan  
Fuente. Tabla 2

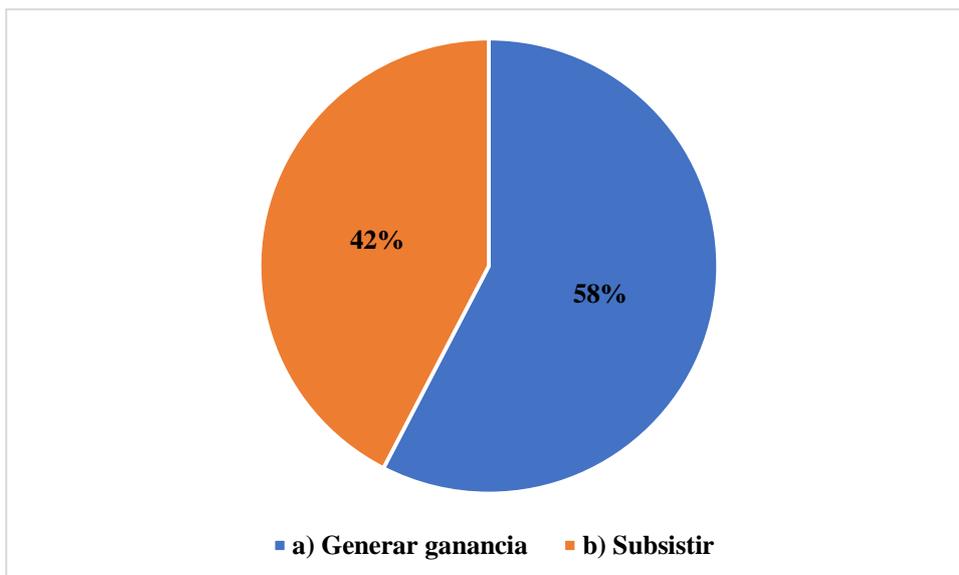


Figura 8. Objetivo creación  
Fuente. Tabla 2

3. Con respecto a las características de la capacitación de personal como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes distrito de Huaraz, 2019.

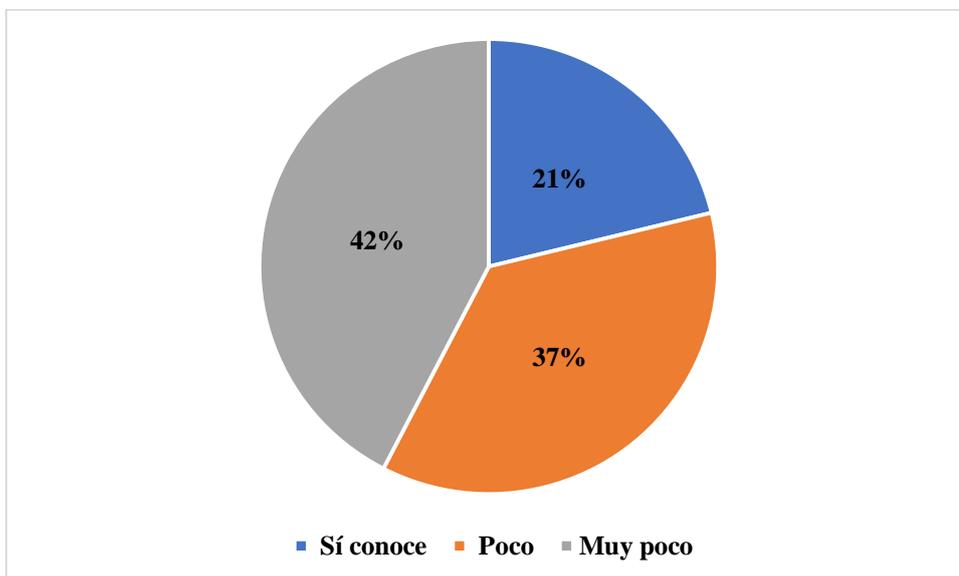


Figura 9. Conocimiento en la capacitación de personal como factor relevante en la gestión de calidad.  
Fuente. Tabla 3

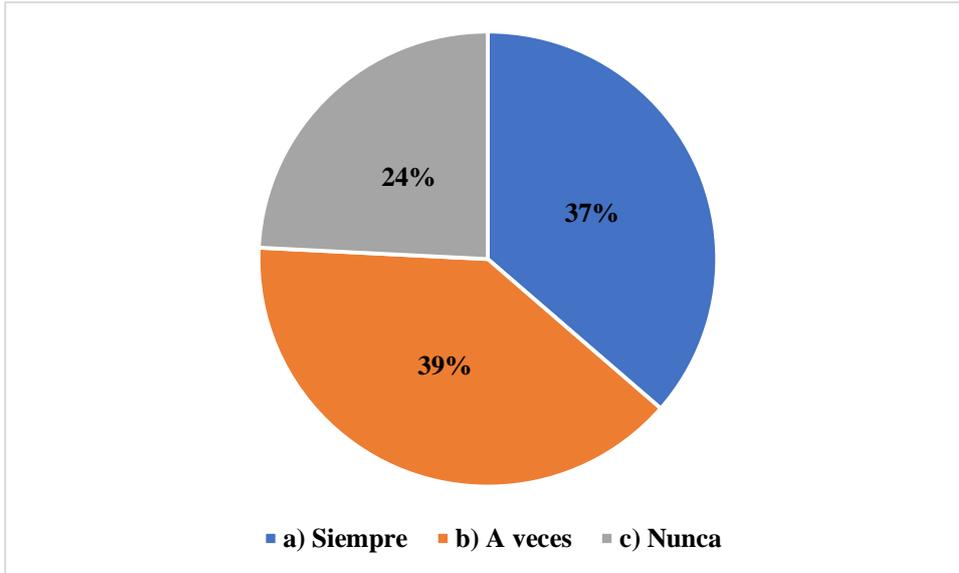


Figura 10. Capacidad de ponerse en lugar de otro  
Fuente. Tabla 3

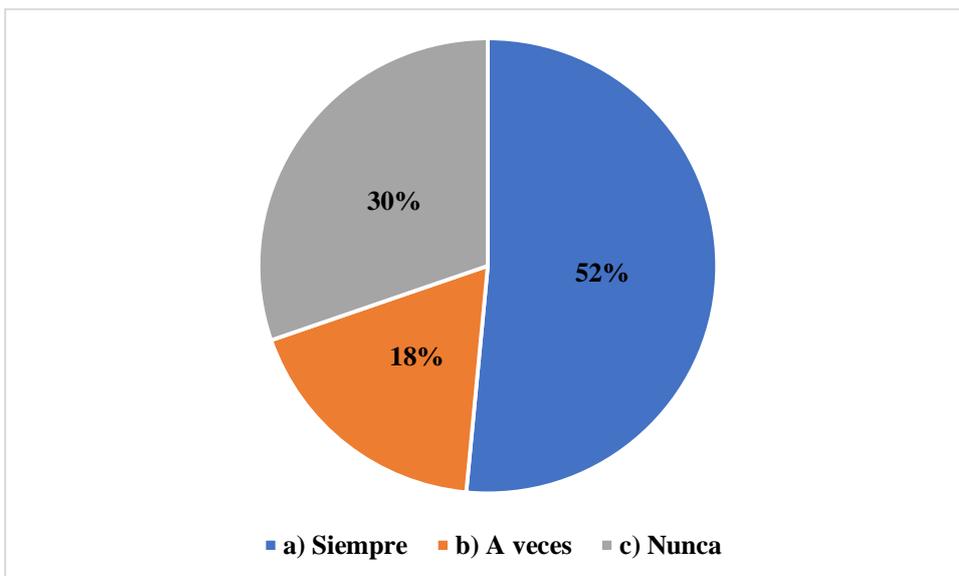


Figura 11. Entorno para determinar sobre la información detallada hacia los clientes.  
Fuente. Tabla 3

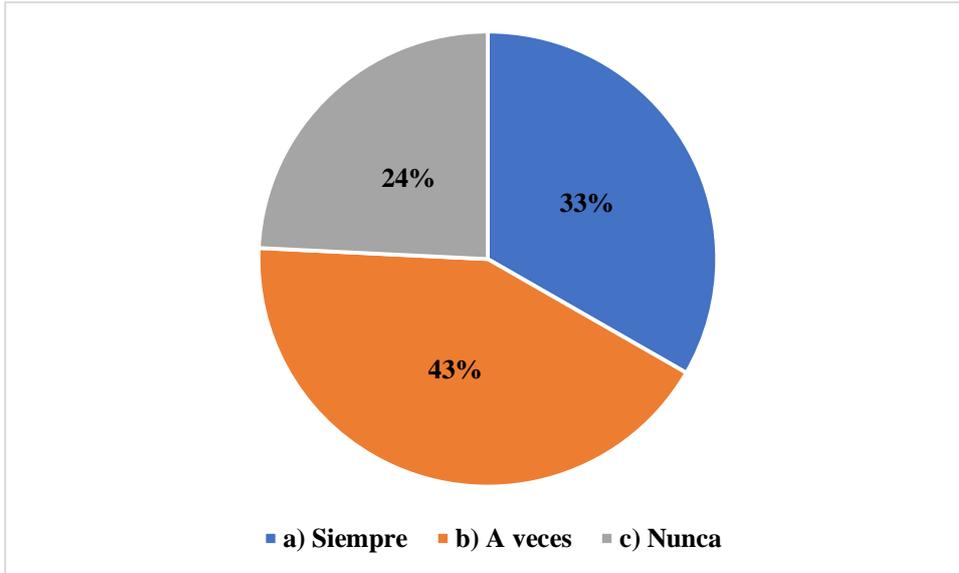


Figura 12. Capaz de escuchar y responder acertadamente las opiniones.  
Fuente. Tabla 3

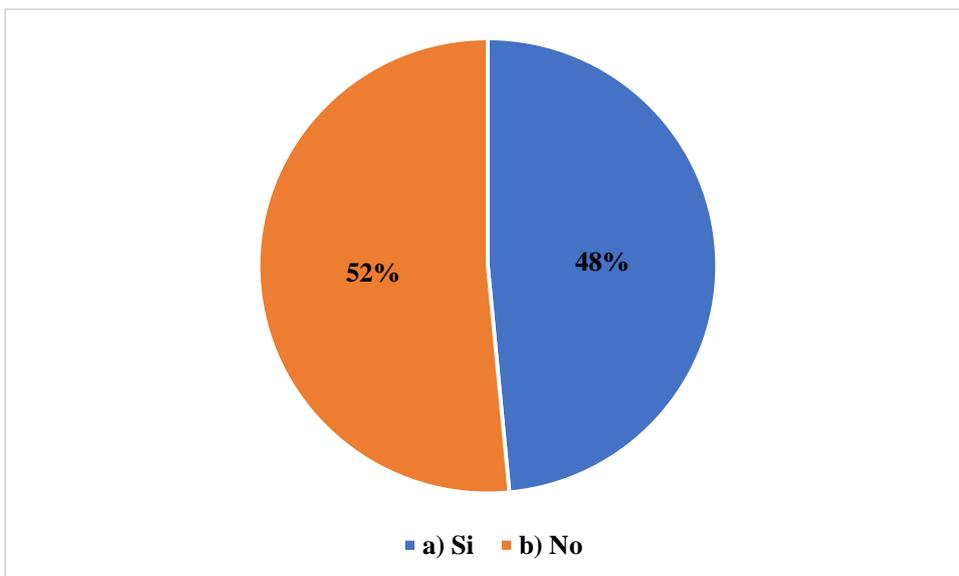


Figura 13. Muestra un sincero interés en los problemas que se presentan con los clientes.  
Fuente. Tabla 3

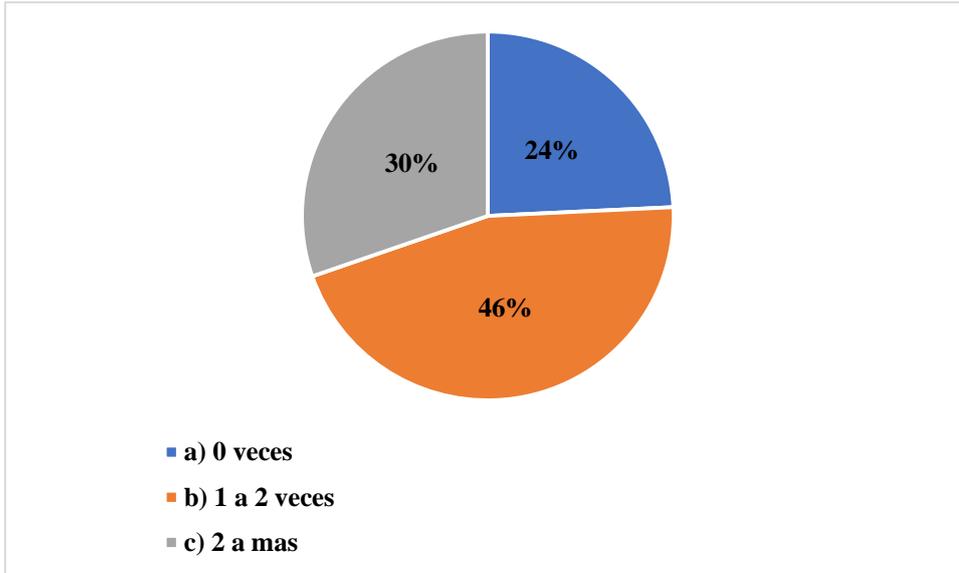


Figura 14. Planifica para brindar atención personalizada  
Fuente. Tabla 3

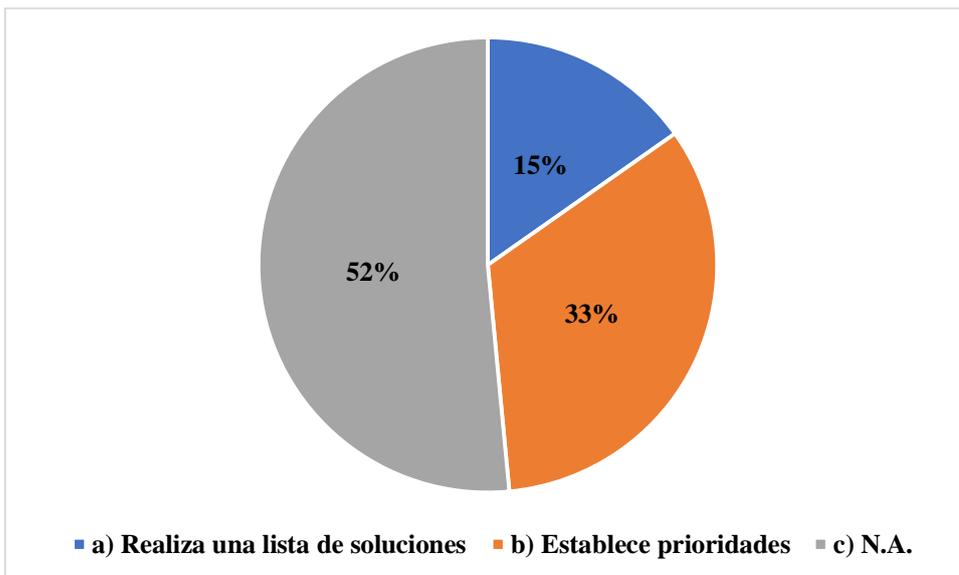


Figura 15. Los resultados obtenidos durante el proceso de capacitación  
Fuente. Tabla 3

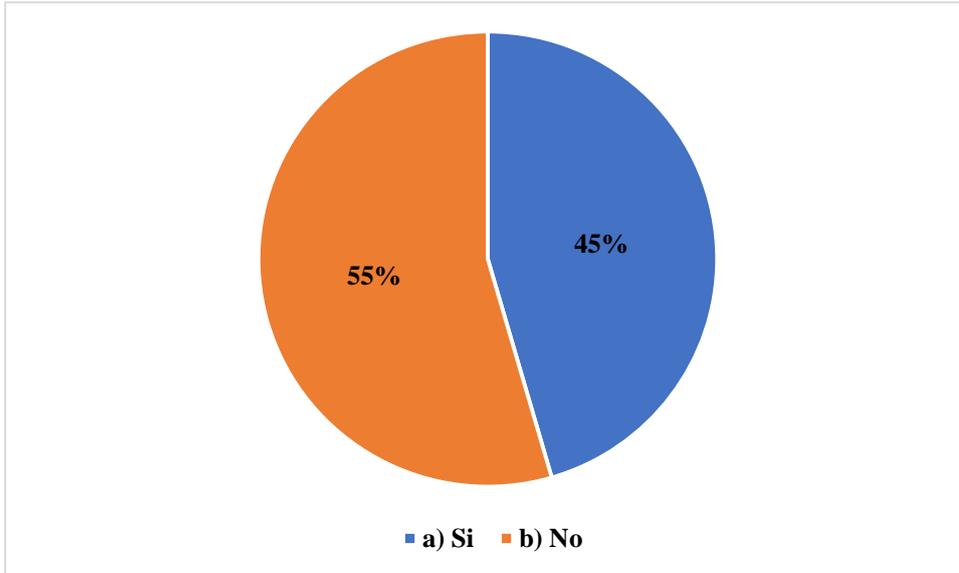


Figura 16. Se preocupa en cuanto al reclamo de los clientes  
Fuente. Tabla 3

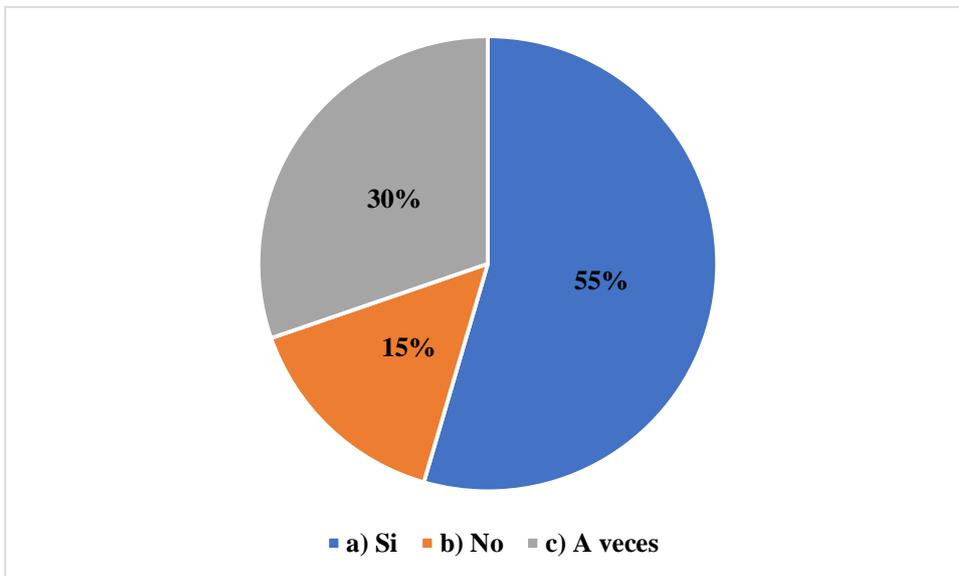


Figura 17. La empresa mantiene la disciplina con los clientes  
Fuente. Tabla 3

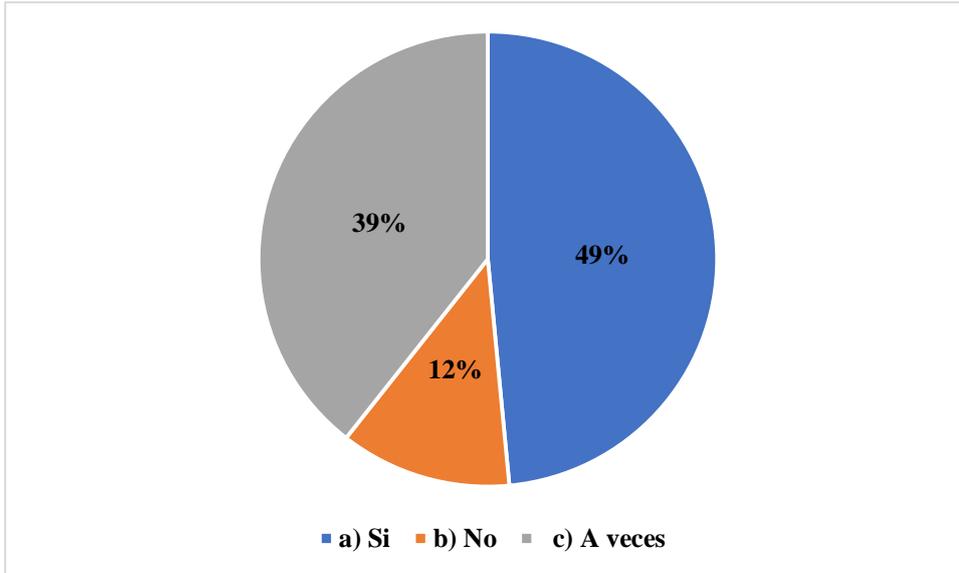


Figura 18. Como encargado eres responsable en el cumplimiento de tus funciones.  
Fuente. Tabla 3

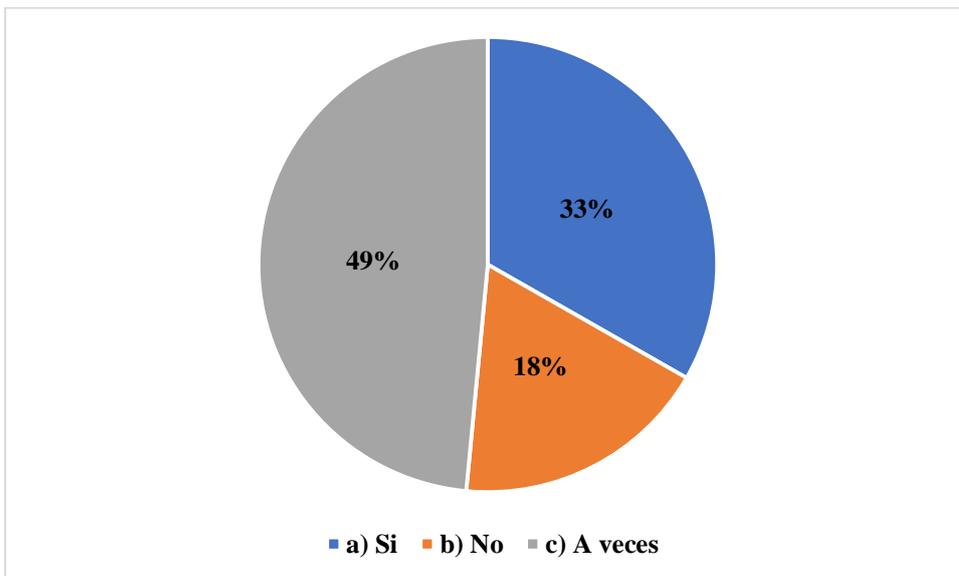


Figura 19. Implementa soluciones para brindar ayuda a los clientes en sus dificultades.  
Fuente. Tabla 3

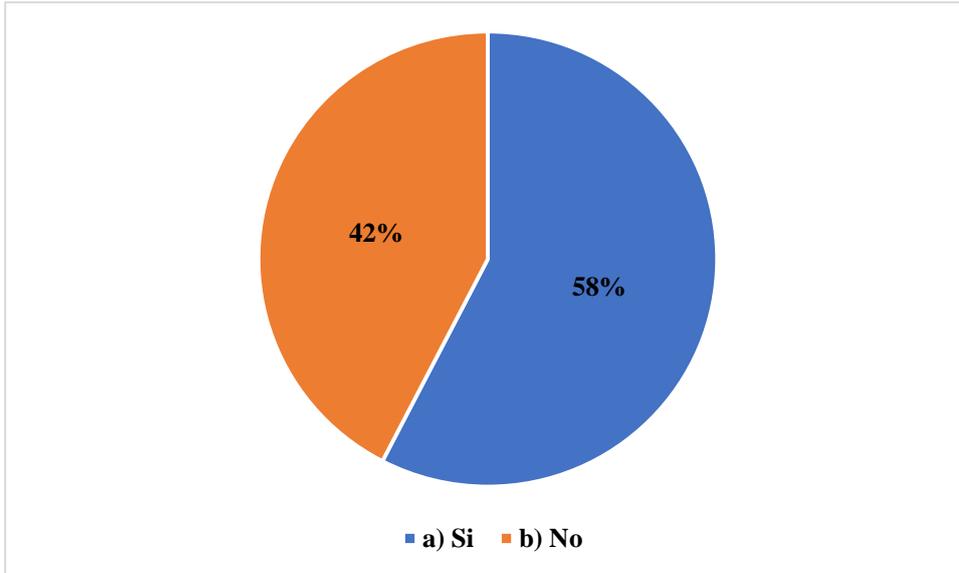


Figura 20. La capacitación aumenta la productividad.  
Fuente. Tabla 3

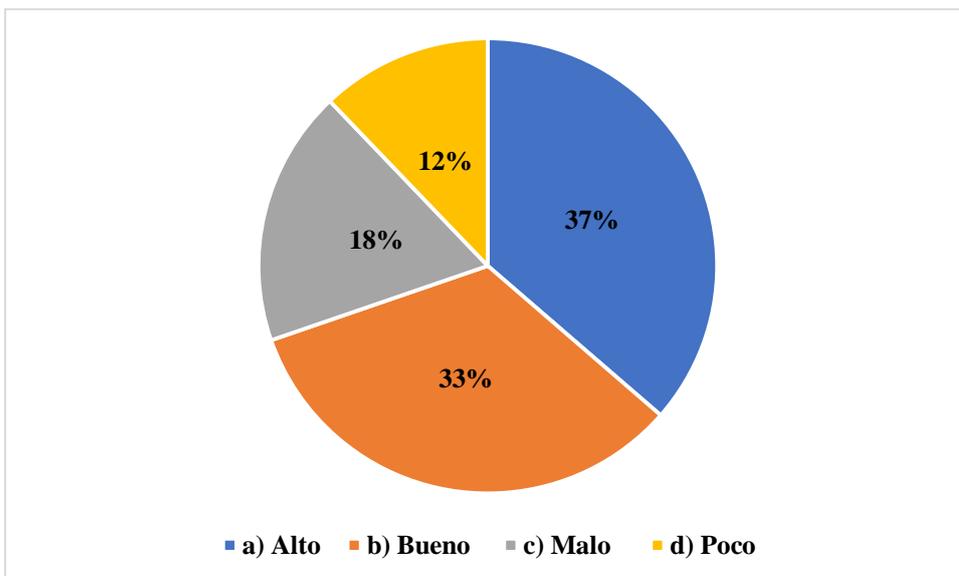


Figura 21. Cómo consideras el servicio ofrecido  
Fuente. Tabla 3.