



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**LA CAPACITACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE EN
LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL
ASENTAMIENTO HUMANO LA PRIMAVERA DEL
DISTRITO DE CASTILLA, PIURA 2019**

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

AUTORA

**CHUNGA SERNAQUÉ, DEYANIRA
ORCID: 0000-0001-8254-9475**

ASESOR

**REBAZA ALFARO, CARLOS ENALDO
ORCID: 0000-0002-5066-5794**

TRUJILLO – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Chunga Sernaqué, Deyanira

ORCID: 0000-0001-8254-9475

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Trujillo, Perú.

ASESOR

Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo

ORCID: 0000-0002-5066-5794

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

JURADO

Bocanegra Cruzado, Máximo Antonio

ORCID: 0000-0003-0829-1511

Rubio Cabrera, Medardo Hermógenes

ORCID: 0000-0002-3094-0218

Rivera Prieto, Héctor Ascención

ORCID: 0000-0002-3924-3048

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Bocanegra Cruzado, Máximo Antonio

Presidente

Rubio Cabrera, Medardo Hermógenes

Miembro

Rivera Prieto, Héctor Ascención

Miembro

Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por encaminarme,
darme pensamiento y fuerza
para continuar.

A mis padres quienes con mucho esfuerzo me han ayudado y velado por mi bienestar y educación, siendo ellos un ejemplo a lo largo de mi vida, habiendo puesto en mí su entera confianza.

A mi hijo que muchas veces me acompaña en mis amanecidas. A la municipalidad distrital de castilla, Piura por haberme brindada información para realizar mi estudio.

A los empresarios de las Mypes en el rubro restaurante del Asentamiento Humano La Primavera por la facilidad para brindarme información.

DEDICATORIA

A la memoria de mi querido padre Calixto Chunga Ayala y a mi familia.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general: Determinar características de la capacitación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Asentamiento Humano Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019, en sus resultados, La dificultad sobre la implementación de la Gestión de Calidad, 30 % tiene aprendizaje lento; La técnica empleada para medir el rendimiento del personal ,65% usa la observación, , según Afirma Gutman (2011) que hay diferentes herramientas para medir una capacitación; Como considera la capacitación,55% de los empresarios respondieron que es un gasto, difiere con Sáenz (2016) respondió el 80% es una inversión, coincide con Ramos (2014) afirmando que es un gasto, se asemeja a Wayne (2010) en sus bases teóricas la capacitación es inversión que logra tener muchas ganancias, si se logra capacitar ya que un puesto de trabajo requiere conocimientos, Capacita a su personal , 50% mayoría relativa respondió que no; la razón por la que no capacita al personal 40% en su mayoría relativa es por falta de dinero; los beneficios que proporciona la capacitación, 45% en mayoría relativa no capacitan a su personal. Se concluye que la mitad de las Mypes conoce el termino Gestión de Calidad, además la mayoría de las Mypes no han sido capacitadas actualmente, la metodología tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, con una población muestral de 20 Mypes.

Palabras claves: Calidad, capacitación, gestión, Mypes.

ABSTRACT

The present research work, had as a general objective: To determine the characteristics of the training as a relevant factor in quality management and improvement plan in the micro and small companies of the service sector, heading restaurants in the Spring Human Settlement of the District of Castilla, Piura 2019, in its results, The difficulty on the implementation of Quality Management, 30% has slow learning; The technique used to measure the performance of personnel, 65% use observation, according to Affirma Gutman (2011) that there are different tools to measure training; As it considers the training, 55% of the entrepreneurs responded that it is an expense, differs with Sáenz (2016) responded 80% is an investment, coincides with Ramos (2014) stating that it is an expense, resembles Wayne (2010) in its theoretical basis, training is an investment that achieves a lot of profits, if it is possible to train since a job requires knowledge, it trains its staff, 50% relative majority answered no; The reason why it does not train the 40% staff in its relative majority is due to lack of money; the benefits provided by the training, 45% in relative majority do not train their staff. It is concluded that half of the Mypes know the term Quality Management, in addition most of the Mypes have not been trained, the quantitative type methodology, descriptive level, non-experimental design, transversal, with a population Sample of 20 Mypes.

Keywords: Quality, training, management, Mypes.

CONTENIDO

TÍTULO DE LA TESIS.....	i
EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
FIRMA DE JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS, CUADROS Y TABLAS.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	16
2.1. Antecedentes.	16
2.2. Bases teóricas de la investigación:	35
III. HIPÓTESIS:.....	46
IV. METODOLOGÍA.....	47
4.1.- Diseño de la investigación.....	47
4.2.- Población y muestra.....	48
4.3.-Definición y operacionalización de las variables e indicadores.	49
4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	54
4.5. Plan de análisis	54
4.6. Matriz de consistencia.....	55
4.7. Principios éticos	56
V. RESULTADOS.....	57
5.1. Resultados	57
5.2.Análisis de los Resultados	63
VI. CONCLUSIONES	82
ASPECTO COMPLEMENTARIO	85
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	86
ANEXOS.....	91
Anexo 1: Cuestionario.....	91

Anexo 2: Consentimiento Informado	95
Anexo 3: Figuras.....	96
Anexo 4: Cronograma.....	114
Anexo 5: Presupuesto	115
Anexo 6: Información de las Mypes de la municipalidad distrital de castilla	116
Anexo 7: Tabla de tabulaciones	117
Anexo 8: Lista de las Mypes encuestadas	122

ÍNDICE DE GRÁFICOS, CUADROS Y TABLAS

Tabla 1: Características de los representantes de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes del Asentamiento Humano la Primavera del distrito de Castilla, Piura 2019	57
---	----

Tabla 2: Características de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes del Asentamiento Humano la Primavera del distrito de Castilla, Piura 2019.....	58
Tabla 3 : Características de la gestión de calidad y la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del asentamiento humano la primavera del distrito de Castilla, Piura 2019.....	59
Figura 1: Edad de los representantes.....	96
Figura 2: Género de los representantes	97
Figura 3: Grado de instrucción de los representantes	97
Figura 4 : Cargo de los representantes	98
Figura 5: Tiempo de Cargo de los representantes.....	98
Figura 6: Tiempo de la empresa.....	99
Figura 7: Cantidad de Trabajadores en la empresa	100
Figura 8: Colaboradores de la empresa.....	100
Figura 9: Objetivo de creación de la empresa.....	101
Figura 10: Conocimiento sobre Gestión de Calidad	102
Figura 11: Técnicas actuales que conoce.	103
Figura 12: Dificultades de la gestión de calidad	103
Figura 13:Técnicas para medir el rendimiento	104
Figura 14: La gestión de calidad contribuye con el rendimiento.....	104
Figura 15: Ha recibido capacitación antes de crear su Mype.	105
Figura 16: Capacitación en los últimos años	105
Figura 17: Número de capacitaciones realizadas.....	106
Figura 18: Considera la capacitación como inversión y gasto.....	106
Figura 19: Capacita a su personal	107
Figura 20: Técnicas que ha realizado para capacitar	107
Figura 21: Temas de capacitación realizadas.....	108
Figura 22:Razón por la cual no capacita	108
Figura 23: Beneficios de la Capacitación.....	109
Figura 24: La capacitación mejora el rendimiento.....	110
Figura 25: evalúa los resultados luego de una capacitación	110
Figura 26: La capacitación mejora la rentabilidad.....	111
Figura 27: La capacitación mejora la competitividad.....	111
Figura 28: La capacitación es factor relevante de la gestión de calidad.....	112
Figura 29: Como mejora el personal con la capacitación	112
Figura 30: Normas para dar buena atención	113

I. INTRODUCCIÓN

Hoy, las Mypes en el Perú tienen mucha importancia, ya que tienen una participación del 24% en el PBI nacional, es un sector que aporta el 85% de empleo en el país, eso quiere decir que de cada 100 puestos de trabajo 85 se generan por las micro y pequeñas empresas. Como también podemos observar que un gran grupo de ellas tienen un alto componente informal, es cierto ellas generan empleo, pero no aportan con impuestos, seguro social, o permisos para ser legalmente formales aquí estamos hablando de un 40% y el resto si cumple con los requisitos para ser Mypes formales afirmó (Pérez, 2019). El departamento de Piura, es la cuarta región con mayor participación empresarial a nivel nacional, de acuerdo al ministerio de producción según (Flores, 2018), se estima que existen más de 120,000 Mypes y solo el 55% están registradas es decir que 65,412 son formales y el resto no la mayoría de estas empresas se dedican al catering, decoración, lavado, mantenimiento y reparación de autos, venta de ropa, etc.

La metodología que se utilizara en la presente investigación será, cuantitativa, de nivel descriptivo, investigación no experimental de corte trasversal, se utilizara la técnica de la encuesta y el instrumento será el cuestionario que se ejecutara en el sector de servicio, rubro restaurantes del Asentamiento Humano Primavera del Distrito de castilla, Departamento de Piura 2019 con una población de 20 Mypes.

Se investigará las características de capacitación de los representantes de estas Mypes, y será elaborada para poder obtener el título de Licenciada en Administración.

En Honduras se aprobó la Ley para el fomento y desarrollo de la competitividad de las micro, pequeña empresa donde dice que podrán ser beneficiadas las Mypes ya

constituidas y también las informales que vengán operando con 12 meses. Los requisitos son de que tengan el 30% de sus empleados en planilla afirma (BBVA 2018) que deben contar con autorización de la secretaria de trabajo y seguridad social y no tener ingresos brutos anuales mayores a 3,000,000 de lempiras que equivale a 1 lempira es de 0,036 euros. La Ley aprueba 13 mil millones de lempiras para el sector a través de la ley del apoyo financiero a los sectores productivos de Honduras donde un 40% apoya a las micro y pequeñas empresas.

El banco central de Honduras, nos dice que en el mes de mayo la actividad económica en el país registro un alza de 2,27% incremento afirmo (central América, 2019) que se explica en parte por el comercio de bienes y servicios aquí están incluidos los hoteles y restaurantes, también aumento al 3,5% en el PBI.

Torres (2013), en Honduras es considerada por la incrementación positiva en la balanza comercial de las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas y Europa le ayuda para que su rendimiento sea más sostenible; aquí se implementaron 3 programas de asesoría son: el programa de asesores Holandeses, sector privado de inversiones y estudios de mercado. Estos nos hablan de un aporte en conocimiento y experiencia a la Pyme, para que de esta manera halla más empleo, rendimiento estable, duradero y reforzamiento de vínculos internacionales.

En Argentina, en los estudios realizados en los años 2010 y 2016 hubo un promedio de 3.78% empresas en rápido crecimiento por año; esto hizo que haya un alto impacto de empleo privado formal, quiere decir que hay aumento de productividad; se registró el 31.4% son comercios, el 10.9%son actividades agropecuarias, el 10.2% manufacturas, por transporte y almacenamiento el 9.26%, el 6.5% servicios científicos y

técnicos, hotelería y gastronomía 5.97%, construcción el 4.96%, salud 4.41%, inmobiliarias 4.41%, servicios de alquiler 4.02%; actividades administrativas 2.83%, ocio 1,73%, comunicaciones y enseñanza 1.6% afirma (Rousseaux, 2017). El ministerio de producción remarco que la radicación empresarial refleja desigualdades territoriales, ya que en la Ciudad autónoma de Buenos Aires hay 44 empresas de 1000 habitantes mientras en las regiones como Cuyo, Centro y la Patagonia se verifican 11 y 23 empresas de 1000 habitantes, en el norte argentino, menos de 9 empresas.

En México, según los datos oficiales, hay 4,2 millones de unidades económicas, en el cual el 99.8% son consideradas pequeñas y medianas empresa, ellas aportan el 42% al PBI y generan el 78% de empleo en este país. También podemos decir que se identifica como microempresas a aquellos con menos de cinco empleados y hasta 500 mil pesos de ventas anuales; como pequeña empresa, a aquellas con 6 a 10 empleados y ventas anuales de más de 500 mil pesos, pero menos de 1.5 millones y como mediana empresa, aquellas de 11 y hasta 100 empleados y ventas anuales de no más de 3 millones de pesos así lo afirma (Arana, 2018).

El sector restaurantero sigue creciendo en México, y hoy en día cuenta con más de 450,000 establecimientos, que representa más de 1000 mdp en ventas; los restaurantes que ofrecen comida rápida o cenas informales, solo representan el 1% de todos los establecimientos de restaurantes y generan más del 5% de las ventas de la industria, este crecimiento se debe a que a muchos residentes de la Ciudad de México, obtuvieron un aumento de sus ingresos y se acercan a las cadenas de restaurantes por el gran tráfico y el estilo de vida apresurada dice (Fernández, 2016).

Mas de 1,9 millones de MiPymes formales operan en el mercado peruano en el año 2017; es un segmento que representa el 99,5 % del total de empresas formales en la economía Peruana, el 96.2% son micro empresas, el 3,2 pequeñas y el 0.1 mediana. De las cuales el 87,6% de ellas se dedican a la actividad de comercio y servicios, y el resto 12,4% en actividades de manufactura, construcción, agropecuario, minería y pesca. Las MiPymes generan el 60% de empleo, asimismo 10 de cada 100 personas con conductoras de una Mype formal, así lo afirma (Ministerio de la Producción, 2017).

En el Perú el régimen laboral de las micro y pequeña empresa; el Régimen de Promoción y Formalización de las MYPES se aplica a todos los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, que presten servicios en las micro y pequeñas empresas, así como a sus conductores y empleadores. En las micro empresas la Remuneración Mínima vital, Jornada de trabajo 8 horas, descanso semanal y en días feriados, remuneración por trabajo en sobretiempo, descanso vacacional de 15 días calendarios, cobertura de seguridad social en salud a través del SIS, cobertura previsional, indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios con un tope de 90 días de remuneración; en la pequeña empresa cambia la cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD, la indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios con un tope de 120 días de remuneración; cobertura de seguro de vida y seguro complementario de trabajo de riesgo, derecho a recibir dos gratificaciones al año, derecho a participar en las utilidades de la empresa, derecho a la CTS, derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada según (SUNAT, 2015).

Elías (2018) en el periódico La República de acuerdo a la información proporcionada por la Gerencia Regional de la Producción, en la Libertad existen 70 mil micro empresas, de las cuales el 60% todavía son informales. Asimismo, se dice que los empresarios de estas Mypes son importantes protagonistas de la economía Regional, ya que mas del 90% de empresas liberteñas pertenecen a ese sector, consolidándolo como una fuente relevante de empleo.

IPE (2019) Instituto Peruano de Economía, en la Libertad se mantiene en la décima ubicación y permanece en el tercio medio de competitividad en lo laboral avanza dos posiciones debido a la reducción de la brecha de género en ingresos laborales y al mayor ritmo de creación de empleo formal. En el entorno económico, el cual incluye a los negocios, créditos, gastos por hogar, PBI, y otros. Asimismo, la región cayó en el pilar de instituciones, el cual agrupa a la inversión pública, seguridad, criminalidad, conflictos sociales y otros en cuanto a su PBI es el 21.97 en el año 2018, en cuanto a Ucayali mejora al puesto 17, como sabemos la competitividad es la capacidad que tiene una empresa, Región o País para desarrollar sus ventajas competitivas frente a sus competidores con el fin de obtener una posición destacada en su entorno para atraer más inversiones, así como para generar un mejor bienestar social y económico es por eso que según IPE instituto Peruano nos informa que la Libertad no avanza nada y sigue en el puesto 10.

En el Departamento de Piura es la tercera Región más importante del interior del Perú, luego de Arequipa y la Libertad 4,3% del PBI y la sexta que más exporta con el 4.8% de participación. Piura tiene una economía bastante diversificada. La región es la principal productora de limones, mangos, caña para etanol, petróleo, fosfatos de calcio y

productos hidrobiológicos, congelados, según los datos de la SUNAT, en el primer semestre del año 2018, Piura exporto US\$ 1 365 millones, cifra del 34% mayor a la registrada en el 2017. Así lo afirma (MINCETUR 2018).

Apega (2015), sociedad Peruana de Gastronomía, el turismo Nacional en el departamento de Piura se ha ubicado en estos últimos años uno de los mejores en actividades económicas, productivos más importantes y está considerada como uno de los principales centros turísticos del país, ya que muchos visitantes llegan a esta región, porque tiene muchos atractivos turísticos como las playas, cerámicas, sus tierras de la ciudad del eterno calor son calidad y sus costumbres inigualables, aparte de ello es uno de los mejores departamentos en la gastronomía y es del agrado de los turistas siendo así un boom gastronómico ya que la gente está dispuesta a pagar por estos platillos deliciosos porque no son oriundos de las zonas de donde viven e incluso hacen tours gastronómico para probar diversos platillos ya sean de mariscos, el famoso ceviche, el pepián de pava en las, la malarrabia, las rondas criollas, etc.

Las micro y pequeñas empresas son un importante motor del desarrollo económico, también una gran fuente de empleo. Según los cálculos de la Dirección Regional de la Producción en Piura hay cerca de un millón de pymes en la región de las cuales solo la mitad aporta a la economía formal. También brindan puesto de trabajo formales cubriendo 200 mil empleos, ya sea en restaurantes, pesca, etc., así lo afirma (Pacherre 2019). Y por lo expresado anteriormente tenemos el siguiente enunciado del problema:

¿Cuáles son las características de la capacitación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio,

rubro restaurantes en el Asentamiento Humano Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019?

Para dar respuesta y solución a este problema de la investigación, se propuso como objetivo general. Determinar las características de la capacitación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio, rubro restaurantes del Asentamiento Humano Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019.

Y para alcanzar beneficiosamente este objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos.

Determinar las características de los representantes del sector servicio, rubro restaurantes del Asentamiento Humano Primavera del distrito de Castilla, Piura 2019.

Determinar las características de las Mype del sector servicio, rubro restaurantes del Asentamiento Humano Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019.

Determinar las características de la capacitación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio, rubro restaurantes en el Asentamiento Humano Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019.

Elaborar un plan de mejora en función a los resultados de la investigación en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio, rubro restaurantes en el Asentamiento Humano Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019.

La investigación se justifica, porque nos permitido conocer las características de los representantes de las Mypes de servicio, rubro restaurantes del Asentamiento Humano Primavera del distrito de Castilla, Piura 2019.

Se justifica también porque nos permitió conocer las características de estas MYPE, de igual forma he conocido las características de la capacitación como factor en la gestión de calidad, es conveniente para saber los problemas existentes y obtener solución para que crezcan como empresa con una buena gestión de calidad, que obtuve de los resultados de la encuesta.

Se justifica, el presente trabajo de investigación porque servirá como antecedentes y bases teóricas para estudios posteriores que realizaran los alumnos de nuestra universidad y también es de beneficio para los micro empresarios porque nos permitió se elaborar un plan de mejora para hacer una mejor gestión en las Mypes sector servicio rubro restaurantes mencionados anteriormente.

Finalmente se justifica la investigación porque está elaborada para poder obtener el Título de Licenciada en Administración.

Este estudio tiene como metodología el diseño no experimental, transversal y descriptivo, es de tipo cuantitativo, con una población muestral de 20 Mypes. Aquí se aplicó la técnica de la encuesta y para recoger los datos se realizó mediante un cuestionario.

Análisis de los resultados

El 55% tiene una edad entre los 31 a 50 años, dando a conocer un alto grado de estabilidad y madurez, responsabilidad al responder la encuesta y de esta manera tener información verídica en la realización de esta.

El 65% de los representantes encuestados son de género masculino, pues puedo decir que está siendo reconocido el hombre por el arte culinario, teniendo una buena gestión, organización y habilidades que permiten que haya igualdad de género.

El 45% de los encuestados tienen un grado de instrucción de superior no universitaria eso quiere decir que son técnicos, esto demuestra que los representantes de las Mype cuentan con estudios, de tal manera ellos administran sus actividades de manera satisfactoria y elevan el crecimiento empresarial.

El 70% tiene a cargo los restaurantes son los mismos dueños, de tal manera ellos son titulares, esto quiere decir que para ellos es innecesario contratar un administrador ya sea debido a la desconfianza ya que quizás han vivido malas experiencias como robos es por ello que los dueños administran, evalúan, controlan; de tan manera son personas con estudios superiores y saben de información en cómo administrar adecuadamente la empresa.

El 85 % tiene entre 0 y 3 años en el cargo de las Mype restauranteras.

El 65 % de los representantes de las Mype contestaron que su tiempo de permanencia de la empresa es de 0 a 3 años, demostrando así que estas empresas están empezando a ser estables, no obstante, se ve un interés por su crecimiento.

El 90% de las Mype respondieron que solo tienen entre 1 a 5 de cantidad de trabajadores en su empresa, se debe por motivo de presupuesto o porque no son empresas muy grandes como para requerir de más personal en ellas.

El 80% de los representantes contestaron que los colaboradores de las empresas son personas que no son familiares, nos da a entender que no poseen ningún tipo de parentesco dentro de las organizaciones así evitan problemas.

El 85% tiene como objetivo de la creación de las Mype obtener ganancias y contribuir con el país; de esta manera ellos se sienten satisfechos por la ganancia de la venta de sus comidas, el talento culinario y servicio que se ofrece en estos restaurantes.

El 50 % si tiene conocimiento sobre gestión de calidad, eso quiere decir que solo la mitad de los micro empresarios saben la importancia de la gestión de calidad.

El 30% de los representantes contesto con respecto a las técnicas actuales la que conoce es el outsourcing, eso nos quiere decir que tiene sub contrataciones de servicios en este caso pueden ser las contrataciones de los que abastecen al restaurant ya sea con pescados o mariscos o a empresas que brindan el servicio de atención al cliente en este caso se requiera de mozos, las peñas o cantantes para los shows que se realizan los fines de semana en estos restaurantes.

El 30 % contesto que las dificultades sobre la implementación de gestión de calidad es el aprendizaje lento.

El 65% de los representantes contesto que la técnica empleada para medir el rendimiento es la observación, eso quiere decir que ellos mirando al personal saben cómo se desempeñan.

El 55% respondió que sí, la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio de las micro empresas y es beneficiosa para ellas.

El 60% respondió que no ha recibido capacitación antes de crear su Mype eso quiere decir que no tiene mucho conocimiento en ni siquiera como orientar al personal para que haga su labor.

El 70% respondió que no se ha capacitado en los últimos años, da a entender que no esta actualizado con las nuevas técnicas y modernizaciones que se pueden emplear para producir y obtener mas ganancia en la empresa.

El 55% de los representantes contesto que nunca se ha capacitado, eso quiere decir que hay un bajo nivel de competitividad con las empresas que si se han capacitado y tiene nuevas técnicas para ofrecer y servir en estos restaurantes ya sea como la psicología del cliente.

El 55% de los micro empresarios respondieron que la capacitación es un gasto, es por ello que no capacitan a su personal por su mal concepto que se tiene sobre la capacitación y la falta de conocimiento que a la larga le puede beneficiar muchísimo.

El 50% respondió que no capacita a su personal.

El 50% contestó que la técnica empleada para la capacitación de su personal es ninguna, ya que el personal no a recibido ninguna capacitación.

El 45% respondió que en los temas que se ha capacitado al personal fue que no los capacitan por lo tanto no pueden elegir tema alguno.

El 40% contestó que la razón por la que no capacita a su personal es por la decadencia del dinero.

El 45% respondió que los beneficios que le proporciona la capacitación son ninguno porque no capacitan a su personal.

El 45% en la encuesta realizada dijo que la capacitación no mejora el rendimiento de sus trabajadores porque no capacita a su personal y otro 45 % contestó que la capacitación si mejora el rendimiento del personal.

El 50% respondió que no evalúa al personal luego de una capacitación porque nunca los capacita.

El 100% que con la capacitación si mejora la rentabilidad de la empresa

El 75% de los representantes respondió que con la capacitación la competitividad si mejora.

El 60% de los encuestados respondió que la capacitación no es un factor relevante de la gestión de calidad.

El 50% respondió que nunca a capacitado a su personal por lo tanto no sabe cómo mejoraría el personal cuando la capacitación se lleva a cabo.

El 70% de los representantes de las Mype con respecto a las normas que utiliza la empresa para dar una buena atención; es el reglamento de la empresa.

Conclusiones

La mayoría de los representantes encuestados tienen una edad entre 31 a 50 años (55%), así mismo la mayoría son de género masculino (65%), de igual manera la mayoría relativa cuenta con un grado de instrucción de superior no universitaria (45%), también la mayoría de los que tienen el cargo de los restaurantes son los dueños los que administran los restaurantes (70%), con respecto al tiempo que tienen el cargo es de 0 a 3 años (85%); manifestándose de esta manera que los administradores de los restaurantes son hombres, y cuentan con un nivel medio en educación, y poseen experiencia laboral ya que son mayores de edad, de tal manera estas características hacen que administren bien las Mypes.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes tienen entre 0 a 3 años de tiempo de permanencia de la empresa (65%), además la mayoría cuenta con 1 a 5 trabajadores (90%), así mismo los colaboradores que laboran aquí, en su mayoría no tienen ningún parentesco familiar en la empresa (80%), la mayoría de los objetivos de creación de las Mypes es que han sido creadas para generar ganancias (80%); dándose a entender que los restaurantes son rentables debido a que día a día las Mypes están creciendo, desarrollándose y existe muchísima demanda del mercado que beneficia al cliente de manera positiva, y por supuesto pudiendo cubrir sus necesidades ya que para eso existen las micro empresas para adaptarse al bolsillo del cliente y de esta manera generar muchas ganancias.

La mitad de las Mypes conoce el termino gestión de calidad (50%), asimismo en su mayoría relativa con respecto a las técnicas actuales que conocen es el outsourcing

(30%), de tal manera la mayoría simple tienen dificultades para la implementar la Gestión de Calidad porque el aprendizaje es lento (30%), también las técnicas para medir el rendimiento la que emplean es la observación (65%), además la gestión de calidad la mayoría si contribuye con el rendimiento (55%) dijo que si, al mismo tiempo la mayoría de estas Mypes no han recibido capacitación (60%), además la mayoría de las Mypes no han sido capacitadas actualmente (70%), asimismo el número de capacitaciones realizadas en su mayoría nunca se han capacitado (55%), de tal manera la mayoría considera que la capacitación es un gasto (55%), también la mitad de las Mypes no capacita a su personal (50%).

Con respecto a las técnicas que ha realizado para capacitar a su personal la mitad dijo que ninguna (50%), asimismo la mayoría relativa no capacita a su personal por lo tanto no tiene temas de capacitación que haya realizado (45%), además la mayoría simple dice que la razón por la que no capacita al personal es por falta de dinero (40%), también la mayoría relativa nos dice que no tienen beneficios con la capacitación porque no capacitan a su personal (45%), al mismo tiempo en su mayoría relativa afirma que la capacitación mejora el rendimiento del personal (45%), con respecto a la evaluación de los resultados después de una capacitación la mitad no evalúa al personal porque no los capacitan (50%), además la totalidad de los representantes afirman que la capacitación mejora la rentabilidad (100%), también en su mayoría relativa afirma que la capacitación mejora la competitividad (75%), de tal manera la mayoría no considera a la capacitación como un factor relevante de la Gestión de Calidad (60%),.

también la mitad de las Mypes dice que nunca ha capacitado a su personal por lo tanto no saben cómo mejora el personal con la capacitación (50%), de igual forma la

mayoría utiliza normas para dar una buena atención al cliente y está en el reglamento de la empresa (70%); manifestando que hasta la actualidad las Mypes no tienen el conocimiento sobre la definición de Gestión de Calidad, ya que es un elemento fundamental para mejorar los conocimientos de sus productos o servicios, de igual forma no capacitan a su personal pero saben que si los capacitan tendrían más beneficios, y obtendrían más rentabilidad.

La presente investigación consta de las siguientes partes: Introducción, Revisión de Literatura, Hipótesis, metodología, resultados, conclusiones, aspectos complementarios, referencias bibliográficas y anexas.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes.

Medina, Saravia y Torres (2015) en su tesis: *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, el Salvador Centro América*. Tuvo 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.

La metodología empleada en la investigación es la Descriptiva, el estudio de investigación que se llevará a cabo en el sector de restaurantes de primera categoría también se utilizará el tipo de investigación correlacional, un diseño no experimental, la población que se tomará en cuenta para llevar a cabo la investigación está conformada por los gerentes estará determinada por cada uno de estos de los restaurantes de primera categoría, en este caso 4 empresas.

Con respecto a los resultados a la pregunta ¿Cómo considera la capacidad de comunicación de los empleados al atenderle? De los 371 clientes encuestados el 1% considera que la capacidad de los empleados al atenderles es regular, el 7% consideran que la capacidad de estos es buena, el 55% considera que es muy buena y el 37% considera que la capacidad de los empleados al momento de atenderles es excelente. Conocer si a los clientes se les permite hacer sugerencias para mejorar el servicio que le brinda el

restaurante, respondieron De los 371 clientes encuestados el 56% respondieron que, si se les permite hacer sugerencias para mejorar el servicio que le brinda el restaurante, el 44% respondió que nos permite hacer sugerencias para mejorar los servicios que reciben.

¿usted conoce el término gestión de calidad? El 45% respondió que no. ¿Cómo empleado en qué áreas de su trabajo le gustaría recibir capacitación? Respondieron Según los empleados de los restaurantes de primera categoría expresaron que les gustaría recibir capacitaciones en servicio al cliente el 59% y el 20% en desarrollo de sus habilidades otro 16% respondió que en uso de nuevas tecnologías en cambio un 5% respondió que en otras áreas de atención a los clientes. ¿la capacitación es un factor relevante para la gestión de calidad?, el 89% respondió que sí.

Como conclusiones obtuvimos El sector de restaurantes de primera categoría no cuenta con procesos de capacitación planificados, solamente se realizan capacitaciones de manera eventuales para mejorar algunas deficiencias que se presentan en el trato con los clientes, las cuales son impartidas por los mismos encargados, pero están se realizan de manera espontánea.

Los restaurantes del sector de primera categoría solo cuentan con técnicas tradicionales de motivación, como incentivos de dinero que en alguna medida motiva al empleado para poder desarrollar sus actividades, por lo cual el clima organizacional que se tiene en los restaurantes aún puede mejorarse a través de la motivación del personal.

Los restaurantes de este sector cuentan con estrategias de servicio al cliente que han desarrollado en base a la práctica, pero no son suficientes para poder mejorar la calidad en el servicio que ofrecen a sus clientes.

Cabrera, Vallejo (2018) en su tesis: *Propuesta de un plan de capacitación para mejorar la atención al cliente en el sector gastronómico en Guayaquil por medio de la empresa municipal de turismo de Guayaquil*. Tuvo como objetivo general: mejorar la calidad y vocación de servicio al cliente en los restaurantes ubicados en el puerto principal; la metodología El diseño de la investigación es un esquema detallado diseño de investigación no experimental, de tipo descriptivo, con un enfoque cuantitativo y cualitativo, ya que se orientó a las técnicas de encuesta y entrevistas; la población que se tomara está conformada por los gerentes de los restaurantes es de 384 personas. Se obtuvieron los siguientes resultados, ¿Después de tener una mala experiencia en un restaurante, usted se ha quejado con la administración? Según los datos arrojados se tiene que en su mayor parte del 59% los encuestados indicaron rara vez se han quejado con la administración después de tener una mala experiencia en un restaurante, mientras que un 30% indicó que, si se han quejado con administración, puesto que consideran que, si es necesario que la administración es el eje principal para asumir correctivos, y por último un inferior 10% considera que ellos por lo general no hacen nada al respecto.

¿Qué espera usted que haga la administración del restaurante ante un posible mal servicio o maltrato que usted reciba? Conforme a esta pregunta en la cual se tiene de igual forma variabilidad en sus resultados se tiene que un mayor grupo del 45% espera se le ofrezca algún tipo de descuento ante un posible mal servicio o maltrato que usted reciba por parte de la administración del restaurante, mientras que un 30% considera que se debe ofrecer disculpas, por otro lado, otro grupo consideró que se no se debería cobrar el plato, y un mínimo 6% de los encuestados manifestó que no vendría conveniente hacer nada puesto que ese tipo de cosas se escapan de las manos y es mejor evitar.

¿En que considera que debe mejorar los restaurantes de la ciudad? Según los datos detallados de esta pregunta se tiene que un 45% de los encuestados consideró que deben mejorar la calidad del servicio al cliente en los restaurantes de la ciudad, mientras que un 30% cree conveniente que se debe tomar en cuenta la higiene y limpieza, así mismo un 18% cree que se debe mejorar los servicios higiénicos, puesto que muchas veces han tenido que pasar malos ratos a la hora de prestar los servicios higiénicos. Mientras que un mínimo 7% considera que se debe tomar en cuenta la calidad de la comida.

¿Cree usted que hay una cultura y vocación de servicio al cliente en los restaurantes de Guayaquil? Según el cuadro estadístico se tiene que un 75% de los encuestados considera que no existe una cultura y vocación de servicio al cliente en los restaurantes de Guayaquil, mientras que un 25% indica que si existe cultura y vocación de servicio al cliente en los restaurantes de Guayaquil. Según estos datos dan como conclusión que en su mayoría no está conforme con la atención o servicio que se le ofrece en algunos restaurantes que acuden.

¿Considera usted que sería beneficioso que haya un programa municipal de capacitaciones hacia los meseros y administradores de restaurantes para mejorar el servicio al cliente en la ciudad de Guayaquil y sea más rentable? Según datos arrojados por la encuesta aplicada en un mayoritario 97% considera que, si sería beneficioso que haya un programa municipal de capacitaciones hacia los meseros y administradores de restaurantes para mejorar el servicio al cliente en la ciudad de Guayaquil, mientras los un 3% considera que no es necesario este tipo de iniciativa hacia meseros y administradores de restaurantes para mejorar el servicio al cliente en la ciudad de Guayaquil.

Con respecto a las conclusiones de acuerdo a las encuestas se pudo determinar que muchos los empleadores y propietarios tienen un déficit de conocimiento acerca de cómo deben atender al cliente y cómo manejar una situación ante un reclamo o queja del mismo. A través del análisis, se concluye que en muchos restaurantes no se aplican procesos de aprendizaje y mejora continua, la cual proyecta a una mala imagen en sus restaurantes respectivamente y en función de las entrevistas realizadas se pudo constatar que actualmente, los servidores turísticos están dispuestos y acuerdan que los personales de los Restaurantes deben estar capacitadas para mejorar su condición socioeconómica y destacarse en el sector turístico existente. Se consigue destacar que toda capacitación en el sector del turismo informal no solo debe concentrarse en sectores específicos, sino que debe abordarse de manera general, donde se mejoran y se pueden corregir sus errores.

Por otro lado, se logró determinar que muchos de los trabajadores de los Restaurantes no utilizan las técnicas necesarias para prevenir la contaminación cruzada la cual afectaría la salud de los Consumidores. Finalmente se debe tomar en consideración que la mayoría de personas que asisten a restaurantes sean locales o extranjeros no están recibiendo una adecuada atención al cliente, lo que provoca una mala reputación al restaurante. Por esta razón este Plan de capacitaciones plantea corregir esta problemática a fin de mejorar el servicio al cliente en el sector gastronómico de la ciudad de Guayaquil.

Nowell, (2015) en su tesis: *Capacitación y servicio al cliente, estudio realizado en los restaurantes salón el Tecun y pasaje mediterráneo de la zona 1 de Quetzaltenango, Guatemala*. Tuvo como objetivo general: Establecer cómo se relaciona la capacitación el servicio al cliente en los restaurantes Salón el Tecun y Pasaje Mediterráneo; con la metodología investigación descriptiva lo define como diseños en los que el tamaño de los

estratos muestrales es proporcional al tamaño de los estratos poblacionales el estimador de la media poblacional es la media aritmética de la muestra con la técnica de la encuesta. La población de estudio la componen 20 meseros que conforman la totalidad del universo de los restaurantes Salón el Tecun y Pasaje Mediterráneo de la zona 1 de Quetzaltenango. Son hombres y mujeres que oscilan entre las edades de 18 a 50 años; indígenas y no indígenas en su mayoría casados y de diversos niveles económicos. Además 53 clientes comprendidos desde los 18 años en adelante, tanto guatemaltecos como extranjeros y se obtuvieron los siguientes resultados con respecto a la inducción, El 75% de los colaboradores asegura no haber recibido inducción al puesto al iniciar su relación laboral en la empresa, mientras que el 25% asegura que sí.

Ha recibido capacitaciones acerca de su trabajo el 70% de los colaboradores no ha recibido capacitación en relación a su trabajo. Ha recibido capacitaciones en relación a servicio al cliente Solamente el 35% de los colaboradores ha recibido capacitación en relación a servicio al cliente con charlas.

En el último año recibió la suficiente capacitación para mejorar su trabajo respondieron El 75% de los colaboradores de los restaurantes, aseguran el 100% que no han recibido capacitación alguna durante el último año.

Se delimitó que es necesario realizar una inducción a todos los colaboradores para que los colaboradores se identifiquen mejor con el clima laboral de las empresas y así mejore el servicio que se ofrece. Con respecto a las conclusiones se concluyó que las personas que llevan más de cinco años dentro de las empresas, no han recibido capacitaciones, mucho menos aquellas que traten sobre servicio al cliente. Se determinó que aquellos colaboradores que han recibido capacitación sobre servicio al cliente o en

relación a su puesto de trabajo, probablemente haya sido en otra empresa y no específicamente en los restaurantes Salón el Tecun y Pasaje Mediterráneo en años anteriores

Se define que el buen servicio al cliente que se identifica en estas empresas se debe a la buena relación que existe entre jefes / propietarios con los colaboradores. Se concluye que en este caso el servicio al cliente no tiene relación con la capacitación, ya que, por medio de los resultados obtenidos a partir de las encuestas implementadas a los clientes, se determinó que están satisfechos con el servicio a pesar de no tener una capacitación debida, sin embargo, hay ciertas condiciones que se deben mejorar.

Ramos (2014) en su tesis: *Caracterización de financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro - pollerías del distrito de Carabayllo, provincia de Lima, departamento de Lima periodo 2012 – 2013*. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio - rubro servicios pollerías del distrito de Carabayllo, la metodología de la investigación fue de tipo descriptivo, para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 18 microempresas de una población de 36, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta. Cuyos resultados obtenidos son:

La edad de los representantes es entrevistada se encuentra entre el rango de 30 a 55 años con el 68 %. Con respecto al sexo El 62 % de los encuestados era de sexo masculino, el grado de instrucción es El 30 % de los entrevistados posee estudios universitarios. Mientras que el 22% y el 23 % poseen estudios de primaria y instituto

respectivamente finalmente, un 10% no tiene grado de instrucción; con respecto a la antigüedad de las Mype El 39 % de los encuestados ya tenía más de tres años funcionando su empresa, el número de trabajadores es de El 31 % de los entrevistados posee en su MYPE entre 1 a 6 trabajadores; con respecto al objetivo de la creación de la mype Podemos observar que las MYPES centran sus objetivos en la familia, dado que el 33% y el 30% opinan que el objetivo es dar empleo a la familia y generar ingresos a la misma respectivamente.

Respecto a la capacitación: Un 100% declaro no haber tenido capacitación previa, Un 62% se capacitó al menos una vez respondieron, relativamente los encuestados respondieron en qué tipo de curso participó Un 33% se capacito en manejo empresarial.

Todos los gerentes y/o administradores de las MYPES en estudio, no recibieron ninguna capacitación previa al otorgamiento de los créditos; el 62% han recibido una capacitación en los últimos años, el 23 % han recibido. Finalmente, de 3 a más capacitaciones, han sido un 15%, El tercio de los microempresarios encuestados ha recibido capacitación en el curso de manejo empresarial, y el resto ha recibido capacitación en otros cursos no especificados.

Conclusiones, respecto al Financiamiento, durante el periodo del 2012 el 55% de encuestados solicito un crédito mayor a los S/. 5000 nuevos soles, mientras que un 28% no solicito crédito. En el periodo 2013, el número de los que no solicitaron crédito aumento llegando a ser el 72% y los que solicitaron entre S/.1000 a S/.5000 solo llegaron a ser 22%. El sistema bancario obtuvo el 50% de créditos, siendo el banco Azteca quien obtuvo un 39% de los créditos a diferencia del banco de Crédito que obtuvo un 11%. De igual forma, el sistema no bancario obtuvo un 50% teniendo un 28% de los créditos la

financiera CREAM, mientras EDPYME RAIZ obtuvo el 22%. Por otro lado, las tasas de crédito de los préstamos solicitados según los encuestados son las siguientes: el Banco de Crédito (sistema bancario) cobra una tasa de interés anual por los créditos que otorga de 18% anual.

En cambio, el sistema no bancario cobra una tasa de interés de 4% mensual, que hace una tasa anual de 48%. La mayoría de los microempresarios encuestados solicitaron crédito una vez, siendo la distribución la siguiente: en el año 2012 el 41%, en el año 2013 también el 22%. Sin embargo, solicitaron crédito dos veces: en el año 2012 el 35% de los microempresarios, y en el año 2013 el 6%. De los encuestados se observa que, el 33% de los microempresarios encuestados dijeron que invirtieron los créditos recibidos en mejoramiento y ampliación del local y en activos fijos respectivamente, el 28% dijeron que utilizaron los créditos recibidos como capital de trabajo, y el 6% en capacitación. También, el 100% de los microempresarios encuestados dijeron que los créditos que obtuvieron sí mejoraron la rentabilidad de sus empresas.

Respecto al grado de Capacitación, el total de los entrevistados no recibió capacitación antes del crédito financiero solicitado. Sin embargo, en los últimos dos años han recibido capacitación al menos 1 vez el 62 %, 2 veces el 23% y de 3 veces a más 15%. Y el 65 % ve a la capacitación como un gasto, De los entrevistados que se capacitaron se concluye que un 33% se capacitó en manejo empresarial, un 28% en atención al cliente, mismo porcentaje para marketing empresarial. Finalmente, un 11% se capacitó en otros cursos.

Sánchez (2014) en su tesis: *Capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en el restaurant mar picante de la Ciudad*

de Trujillo. Tuvo como objetivo general: Demostrar que las habilidades del personal del restaurant Mar Picante de la ciudad de Trujillo mejoran mediante un plan de capacitación. La metodología población motivo de estudio estuvo constituida por los 320 clientes, se empleó la técnica de la encuesta cuyo instrumento es el cuestionario.

Con respecto a los resultados, nos muestra la opinión de los clientes con respecto al nivel de atención al cliente por parte de los trabajadores. Podemos ver que antes de la implementación del plan de capacitación solo el 5% de los clientes creía que el nivel de atención era malo, luego de la aplicación del plan de capacitación, se revirtió ese porcentaje al 0%. El 25% antes creía que el nivel de la atención era regular, después de la aplicación del plan de capacitación creía que solo 20% creía que era regular. El 30% antes creía que era buena el nivel de atención, luego el 40% creía que era buena, y el 40% se mantenía en su opinión que el nivel de atención era muy buena, lo cual nos demuestra que el problema no estaba enfocado en la actitud de los trabajadores hacia los requerimientos del cliente sino en la capacitación que requerían para desempeñar sus funciones, pero claro está que el aspecto actitudinal no debe dejar de ser incluido en el plan.

Las mejoras alcanzadas a nivel de percepción del cliente en relación a la apariencia de los trabajadores; inicialmente, el 40% opinaba que era muy buena por optimizar el servicio, luego de la implementación del plan el 45% percibe que existe preocupación por la optimización del servicio, viendo las cifras revertidas inferimos que los trabajadores ahora tienen una mejor presentación ante el cliente, conocen conceptos de calidad y mejora continua. El 40% antes creía que era buena la presentación del personal, luego de la aplicación del plan, aumento a un 50%.

El 20% antes de implementación creía que la presentación del personal era regular, después de la implementación un 5% creía que era regular. muestra las mejoras alcanzadas a nivel de percepción del cliente en relación al óptimo contacto con el cliente, el 40% de encuestados consideraba que el contacto del personal con el cliente era muy bueno, después de la aplicación del plan de capacitación el 50% creían que era muy buena. El 40% consideraban que era buena, luego de la implementación de la capacitación, el 45% consideraban que era buena. El 15% de los encuestados consideraban que dicha habilidad era regular, después el 5% creían que era regular. Finalmente, el 5% de los encuestados creían que el contacto con el personal era malo, después de la aplicación el 0% consideraban que era mala.

Se aprecia que solo el 37% de los encuestados percibía cortesía en el trato, mientras un 63% no lo percibía. Esto refleja una gran debilidad sobre la cual enfocar la capacitación, sobre todo que los trabajadores tienen mucho contacto directo con el cliente, se debería aprovechar aquellas ocasiones en las que deben interactuar con el cliente para dejar una buena impresión acerca de su desempeño.

Las conclusiones Las principales necesidades de capacitación del personal del restaurant Mar picante se manifestaban de la siguiente manera. En primer lugar habilidades de atención al cliente, motivación y liderazgo, debilidades y fortalezas, trabajo en equipo y manejo personal. Al analizar los principales beneficios de la implementación del plan de capacitación concluimos en que no solo impactan en el ámbito económico, al mejorar la satisfacción del cliente con las habilidades de los trabajadores y fidelizarlos con la empresa, sino que también tienen impacto en el desarrollo personal de cada trabajador

quiénes notan la 116 diferencia en sus capacidades para afrontar diversos problemas, para ejecutar su trabajo y relacionarse con los clientes.

Sáenz (2016) en su tesis: *La capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del A.H. Miraflores alto – zona de reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos 5 hidrobiológicos del A.H. Miraflores Alto – Zona de Reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015. La metodología es No experimental – transversal – descriptivo, La población está constituida por todas las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del A.H. Miraflores Alto – Zona de Reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015; en un número de 10; obtenida mediante conteo en la zona de influencia del estudio.

En cuanto a sus resultados, El 90% de los encuestados tienen edad promedio entre 31 -50 años; El 90% de los encuestados son del sexo masculino, El 90% de los encuestados tienen estudios entre secundaria completa y superior universitaria, El 90% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tiene entre 4 a más años de permanencia en el rubro, La totalidad de las micro y pequeña empresas encuestadas se creó para generar ganancia, El 60% de los encuestados se ha capacitado en los últimos años; donde el 76% si se ha capacitado; el 93% de las micro y pequeñas empresas encuestadas no ha recibido ningún curso de capacitación. El 60% de los encuestados se ha capacitado entre 1 a más veces. El 47% de los encuestados se capacitó entre 1 y 2 cursos; el 17% de los encuestados ha recibido 04 capacitaciones. El 80% de los encuestados considera a la capacitación como

una inversión; donde el 100% de los encuestados manifiesta que la capacitación es una inversión, donde el 60% de las micro y pequeñas empresas encuestadas considera que la capacitación es una inversión. El 80% de los encuestados capacitó a su personal en atención al cliente, donde el 60% de las micro y pequeñas empresas encuestadas se capacitó en prestación de mejor servicio al cliente; donde el 14% se capacitó en Atención al Cliente. El 80% de los encuestados sabe que la capacitación permite reducir costos e incrementar utilidades y la rentabilidad, donde el 62.5% asegura saber que la capacitación permite reducir costos e incrementar utilidades.

Conclusiones, la mayoría (90%) de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen edad que promedia entre 31 a 50 años, son de sexo masculino, tienen estudios secundarios y/o universitarios, son los propietarios de dichas empresas y tienen de 4 años a más desempeñándose en el cargo. La mayoría (90%) de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 años a más de permanencia en el rubro, son formales, se crearon para generar ganancias, tiene de 1 a 3 trabajadores permanentes y de 1 a 3 trabajadores eventuales. La mayoría (60%) se ha capacitado en los últimos años, se ha capacitado entre 1 a más veces, considera a la capacitación como una inversión, capacitó a su personal en atención al cliente y sabe que la capacitación permite reducir costos e incrementar utilidades.

Gómez (2014) en su tesis: *Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las MYPE, rubro restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la capacitación de personal y el servicio al cliente de las MYPE del rubro restaurantes en la ciudad de Chulucanas en el año 2013 la metodología es de Diseño de la investigación es no experimental y de enfoque

cuantitativo, Tipo de investigación descriptiva y transversal, la Población y muestra Población En el sector servicios del rubro restaurantes de 09 MYPE, por lo cual se ha considera la población de la ciudad de Chulucanas, que son 89.736 habitantes. 38 muestra La muestra de investigación será probabilística, Los trabajadores aproximadamente son 4 a 6 trabajadores por restaurante, por lo cual se ha considera encuestar a 45 trabajadores.

Los resultados La encuesta revela De acuerdo a la encuesta realizada por el autor a los administradores se obtuvo que el 56% de los encuestados son entre 25 – 35 años de edad, De acuerdo a la encuesta realizada por el autor a los administradores se obtuvo que el 67% de los encuestados son de sexo masculino y el 33% son femenino, De acuerdo a la encuesta realizada por el autor a los administradores se obtuvo que el 45% de los encuestados tienen superior universitaria completa, el 33% superior no universitaria completa y el 22% tienen secundaria completa, De acuerdo a la encuesta realizada por el autor a los administradores se obtuvo que el 45% de los encuestados son administradores, el 33% son Chef y el 22% tienen otra profesión, con respecto al objetivo de la creación De acuerdo a la encuesta realizada por el autor a los administradores se obtuvo que el 100% de los encuestados mencionan que sí es para generar ganancia, De acuerdo a la encuesta realizada por el autor a los administradores se obtuvo que el 100% de los encuestados mencionan que no es creada la empresa para subsistir De acuerdo a la encuesta realizada por el autor a los trabajadores, se obtuvo que el 73% de los encuestados mencionan que si necesitan capacitación y el 27% mencionan que no necesitan que las principales actividades de los trabajadores es la atención al cliente con un 51%, ya que se requiere mayor personal como mozo; el 29% son cocineros o ayudantes de cocina y el 20% son administradores o representantes de la MYPE.

Se percibe que de acuerdo a la encuesta el 73% de los encuestados mencionan que si necesitan capacitación y el 27% mencionan que no necesitan, detectando las necesidades de capacitación para el mejor desempeño de sus actividades; por otro lado, la percepción de los dueños o administradores es favorable en cuanto a la actitud del servicio al cliente; el 45% cuentan con una buena aptitud, el 33% regular actitud y el 22% una excelente actitud. Los trabajadores manifiestan que, si cuenta con los recursos necesarios para un buen desempeño en sus actividades, en un 84%; mientras que sólo un 16% mencionan que no.

se obtuvo que el 53% de los encuestados no se han capacitado nunca, el 42% tienen medio desempeño y el 5% son de bajo desempeño laboral; se infiere que es porque pueden faltar herramientas o insumos, para ser eficaces en sus actividades y sus tareas.

Además, el 78% de los encuestados contestó que si son evaluados por su desempeño y el 22% manifestó que no los evalúan en la empresa.

Según las principales características del servicio al cliente 69 De acuerdo a la encuesta, en relación a la actividad que realizan se obtuvo que el 80% de los encuestados son mozos y el 20% atienden en caja, generalmente los que atienden la caja son los mismos dueños o los administradores.

Las respuestas de los clientes en cuanto a su percepción del servicio al cliente, el 55% de los encuestados mencionaron que tienen regular actitud, el 39% que tienen buena actitud y el 6% mencionan que tienen mala actitud; considerando la falta de capacitación para mejorar las habilidades en atención al cliente. Al preguntarle a los clientes si quienes lo atienden cuentan con los recursos para su atención, manifestaron el 89% que sí y el

11% mencionan que no tienen los recursos necesarios para su buen desempeño; evidenciándose una debilidad.

Por otro lado, los trabajadores manifestaron si realizan controles de sus inventarios ya sea insumos, o materiales representados en un 96% y el 4% mencionan que no realizan control de inventarios.

Los clientes manifiestan que los trabajadores utilizan bien sus recursos disponibles para brindar el servicio, un 55% está de acuerdo, el 40% está muy de acuerdo y el 5% mencionan que está en desacuerdo.

En cuanto a la presentación de los platos el 47% de los encuestados mencionan que la presentación es regular, el 41% que es buena y el 12% mencionan que la presentación es mala; en cuanto a la sazón el 47% de los encuestados mencionan que la sazón es regular, el 41% que es buena y el 12% mencionan que la sazón es mala.

Por último, los clientes manifiestan que su nivel de satisfacción es alto en un 50%, el 41% que la satisfacción es media y el 9% mencionan que su satisfacción es baja.

En conclusiones Se presentan las conclusiones de acuerdo a los objetivos de la investigación:

Las características de la capacitación en los restaurantes de la ciudad de Chulucanas, se basan en su mayoría a la experiencia diaria de venta, donde el servicio al cliente se basa en el esfuerzo del mozo, por utilizar sus recursos de la mejor manera, según indicaciones del dueño o administrador, por lo tanto, se nota que el personal señalado en este párrafo requiere de un programa de capacitación de atención al cliente.

Los medios utilizados para capacitar al personal de los restaurantes de la ciudad de Chulucanas en su totalidad se basan en indicaciones u orientaciones al personal por

parte del dueño, ya que no existe una planificación para capacitar o brindar medios de inducción al nuevo personal.

Las características del servicio al cliente, se basan en la actitud y disposición del mozo y del personal por atender al cliente, utilizando gran parte de su esfuerzo físico para lograr la satisfacción del cliente.

Los factores primordiales para el cliente en cuanto al servicio al cliente, se basan en el producto mismo, por su sazón de las comidas y por la presentación de los platos, el valor agregado es la disposición de los mozos, por tratar de brindar un buen servicio.

Los dueños de los restaurantes de la ciudad de Chulucanas solo ofrecen capacitación de tipo informal, es decir se dan al ingresar al restaurante como instrucciones para su desempeño laboral de manera general, sin contar con una programación.

Zapata (2016) en su tesis: *caracterización de la capacitación y competitividad en las Mype de servicios rubro picanterías de la Legua- Piura, Año 2014*, tuvo como objetivo general: conocer las características de la capacitación, y la competitividad en las MYPE rubro picanterías del distrito de La Legua, año 2014. La metodología empleada es un nivel descriptivo y un diseño no experimental y transversal, la población de la investigación está conformada por las 10 MYPE del rubro picanterías de La Legua (Piura), donde la muestra para la variable capacitación está conformada por los 45 trabajadores de las picanterías; y para la variable competitividad se conforma por los 10 representantes legales y los clientes de las MYPE. La técnica de recolección de datos es la encuesta mediante el instrumento el cuestionario.

En sus resultados obtenidos son que la edad de los representantes en su mayoría se encuentra en un rango mayor de 46 años en un 60%; En la tabla 2 se aprecia que respecto al género de los representantes un 60% pertenece al sexo femenino; tabla 3 se evidencia que un 50% cuenta con estudios secundarios y con estudios superiores no universitarios (técnicos) respectivamente; en la tabla 04 se evidencia que las MYPE en su mayoría se encuentran en el mercado entre 03 a 05 años en un 70%; En cuanto a la variable capacitación, en la tabla 11 se evidencia que un 40% de los trabajadores realizan actividades relacionadas a la atención al cliente, asimismo un 33,3% se dedica a la preparación de alimentos; y un 26,7% se dedica a la administración. En la tabla 12 se determina que existe la necesidad de capacitarse por el 100% de los trabajadores. En la tabla 13 se evidencia que un 66,7% se ha recibido algún tipo de capacitación, mientras que un 33,3% no recibe capacitación; así también en la tabla 14 se evidencia que los trabajadores en un 40% reciben capacitación de forma anual, un 35,6% reciben capacitación cada semestre; en la tabla 15 se aprecia que los 60 trabajadores reciben capacitación a través de cursos en un 62,2%, un 20% a través de reuniones grupales y un 17,8% a través de charlas. En la tabla 16 se evidencia que el desempeño de los empleados es evaluado en un 46,7%; se considera alto en un 33,3% y bajo en un 20%. En cuanto al manejo de los recursos materiales se evidencia en la tabla 17 que es bueno en un 57,8%, regular en un 28,9%; y deficiente en un 13,3%. En la tabla 18 se evidencia que los trabajadores si cuentan con materia prima e insumos en un 64%, y no en un 36%; en la tabla 19 en cuanto al nivel de ventas se aprecia que si aumento en un 80% y no en un 20%; por otro lado, en la tabla 20 se evidencia que la demanda aumento en un 88,9% y no en 11,1%.

Las conclusiones se identificaron que los medios de capacitación de las MYPE de servicios rubro picanterías de la Legua – Piura, son cursos que generalmente los trabajadores llevan por sus propios medios; las MYPE por su parte brindan reuniones y charlas para explicarles sobre la atención al cliente básicamente. Se estableció que la frecuencia de capacitaciones en las MYPE de servicios rubro picanterías de La Legua - Piura es anual en su mayoría, y es de acuerdo a las actividades que realizan, donde la atención al cliente es la más resaltante. Se indica que las ventajas competitivas en las MYPE de servicios rubro picanterías de La Legua – Piura, son la calidad del producto y la sazón, donde se trata de mantener un buen sabor, y al ser MYPE la marca de las diferentes picanterías, deben mantener la calidad en sus comidas y su atención para una mejor aceptación por parte de los clientes. Se señala que las estrategias competitivas en las MYPE de servicios rubro picanterías de La Legua – Piura, se basan en la calidad y el servicio, debido a la competitividad se hace necesario competir con la calidad para ganar mayor número de clientes, para luego en base al servicio que se ofrece fidelizar a los clientes. Se conoció que las características de la capacitación, en las MYPE rubro picanterías del distrito de La Legua, se reciben capacitaciones de forma anual, por medio de cursos, con un desempeño bueno, la actividad más representativa es la alimentación y un manejo de recursos materiales bueno, se controla los inventarios y que si cumplir con el nivel de ventas, aprovechando el crecimiento de la demanda.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Definición de las micro y pequeñas empresas

Las MYPE, son una unidad económica que la representa una persona ya sea jurídica o natural, y tiene como propósito desarrollar actividades ya sea de transformación, extracción, producción, comercialización, de bienes o dar un servicio, en esta investigación será de servicio del rubro restaurantes. Y para cualquiera de estas organizaciones debemos tener en cuenta las legislaciones vigentes.

Bustamante (2018) el 68.8% de la mano de obra empleada en las micro y pequeñas empresas corresponde a familiares lo que equivale a 5, 640 000 trabajadores son de entorno familiar, unipersonales o personas que no son familias eso nos quiere decir que la mayoría de las Mype son familiares.

INEI (2019) el instituto nacional estadístico e informática nos dice que recientemente el 52.1% de las empresas creadas como personas naturales, son lideradas por mujeres, lo cual revela su carácter emprendedor. Dice que existen 47,044 empresas como personas naturales donde 24,501 de negocios están conducidos por mujeres y 22,543 por hombres en empresas de salones de belleza, restaurantes, comercio al por menor.

Características de las micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas deben reunir las siguientes características según la Ley 30056 (2013), diario del Peruano:

- a) El número total de trabajadores:
 - La microempresa no hay límites de trabajadores
 - La pequeña empresa no hay límites de trabajadores
- b) Niveles de ventas anuales:
 - Las microempresas: su monto máximo es 150 UIT.

- La pequeña empresa: A partir de su monto señalado para las microempresas y hasta 1700 UIT (p.498468).

Importancia de las micro y pequeñas empresas

Actualmente en este siglo, las MYPES en el Perú son de mucha importancia. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo nos dice que aportan el 40% al PBI, y también en un 80% de oferta laboral ya que se crean para generar ganancias. Podemos decir también los representantes de estas Mypes tienen que ser mayor de edad y con experiencia ya que por falta de Sistema Tributario Estable y Simplificado hay problemas con la formalidad de las empresas ya que no motivan el crecimiento de las MYPE y el crecimiento económico Peruano así lo afirma (Sánchez Barraza, 2014).

Constitución de las micro y pequeñas empresas

Mep (2019), mi empresa propia, pueden ser de modalidad de persona natural con negocio, ejerciendo actividades económicas directamente, y como tal es responsable de las obligaciones de tu negocio; y la persona jurídica representa a una organización con responsabilidades limitada y tiene como objetivo social realizar actividades económicas y son:

- Empresa Individual de Responsabilidad Limitada: (E.I.R.L), constituida por voluntad unipersonal, con patrimonio propio distinto al de su titular, que se constituye para el desarrollo de actividades económicas de pequeña empresa.
- Sociedad Anónima: (S.A), conformada por un número mínimo de 2 accionistas, no tiene un número máximo de accionistas.
- Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada: (S.R.L), requiere un mínimo de dos socios y no puede exceder de 20 socios.

- Sociedad Anónima Cerrada: (S.A.C), como en todas las sociedades anónimas, el capital social esta representado por acciones que se distribuyen entre accionistas según su aporte al capital social.

Ventajas de las micro y pequeña empresa

- ✓ Descentralizar y diversificar las fuentes de trabajo.
- ✓ Oportunidad de una relación más humana.
- ✓ La comunicación es más rápida y eficaz.
- ✓ Hay más creatividad e iniciativa para emprendedores.
- ✓ Contacto directo con el cliente.

Desventajas de las micro y pequeña empresa

- ✓ Crédito, ahorros, capital insuficiente
- ✓ Falta de conocimiento de la existencia de organizaciones de apoyo.
- ✓ Temor a los trámites legales.
- ✓ Falta de tiempo para dedicarle a la empresa.
- ✓ Mezclar problemas familiares con la empresa.
- ✓ Falta de personal capacitado.

Gestión de calidad

La gestión de calidad tiene como objetivo evitar errores en el proceso de producción y en los productos o servicios que se obtienen. Esto quiere decir que se deben evitar errores antes de que ocurran, la manera que se lleva a cabo es evaluando siempre nuestro proceso productivo y así podemos ver errores y adelantarse a que estos ocurran. Por eso siempre se debe hacer auditorias periódicas, reuniones, para ver como se va ejecutando la labor.

Aquí participan todos los que laboran en la empresa y de esta manera, todas las personas implicadas ayudan a dar soluciones para posibles errores o desviaciones esto hace que exista comunicación fluida con el personal y relaciones más humanas. Es importantes anticiparnos a posibles problemas futuros porque de esta manera reduciremos costos y tiempo según la organización internacional (ISO 9001,2015)

El proceso administrativo en función a la calidad

Como todos sabemos hoy en día los empresarios tiene metas y objetivos muy claros uno de ellos es tener un producto y poder venderlo o un servicio y poder cubrir las necesidades, pues bien, aquí entra a tallar la calidad, de tal manera que se aplica en la producción, atención al cliente o consumidores. Ese es el resultado de la calidad de dar un buen producto sin engaños y sea todo lo que diga en la etiqueta o servicio.

El proceso de calidad en todas las áreas del proceso administrativo tiene un efecto lineal y multiplicador ya que cada área tiene diferentes destinos como en un restaurant, existe la cocina, el salón, el almacén, etc., en la empresa cuando una de estas áreas no cumpla con los requisitos de oportunidad y especificidad de calidad, las demás áreas sufren y no logran alcanzar sus objetivos de mejora afirma (Cámara, 2017).

Ventajas de tener una gestión de calidad en la organización

- ✓ Optimiza procesos y se logra teniendo una visión clara de los objetivos generales y están orientados al cumplimiento de las metas.
- ✓ Mejora la organización de manera interna, ya que se aplica métodos de comunicación mas claros y eficaces dentro de la producción.

- ✓ Flexibilidad ante el cambio, la gestión de calidad permite la incorporación de variantes y modificaciones según cada situación.
- ✓ Promueve el trabajo en equipo, esto aumenta la sensación de trabajo conjunto y la motivación (Cámara L, 2017).

Ventajas de una gestión de calidad para el cliente o consumidor

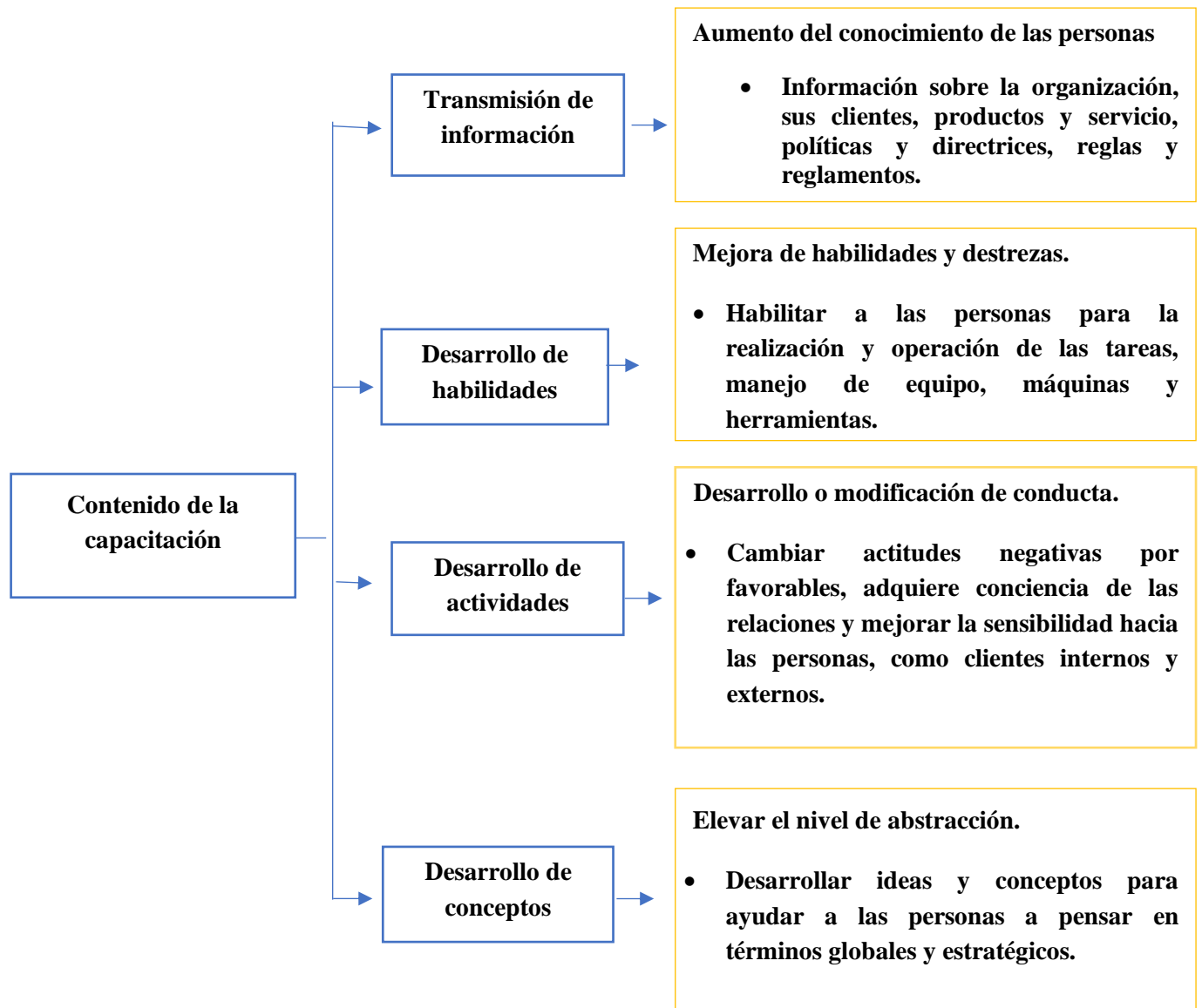
- ✓ Productos mejores elaborados ya que aquí se vela por el cumplimiento de la garantía de servicios o productos óptimos, también las ofertas serán mejores y el mercado ofrecerá distintas opciones.
- ✓ Refuerza la confianza del cliente al ver que la empresa invierte en la gestión de calidad y recibe un plus y de esta manera se creará una relación de fidelidad hacia la marca y el cliente tendrá confianza al comprar (Cámara L, 2017).

Definición de Capacitación:

La capacitación es un aprendizaje que se realiza a corto plazo, donde se identifica, se obtiene, y se proporciona información útil y descriptiva, para que las personas adquieran conocimientos para ser competentes con mucha actitud positiva y de esta manera se obtengan las metas ya realizadas para poder generar ganancias en las organizaciones.

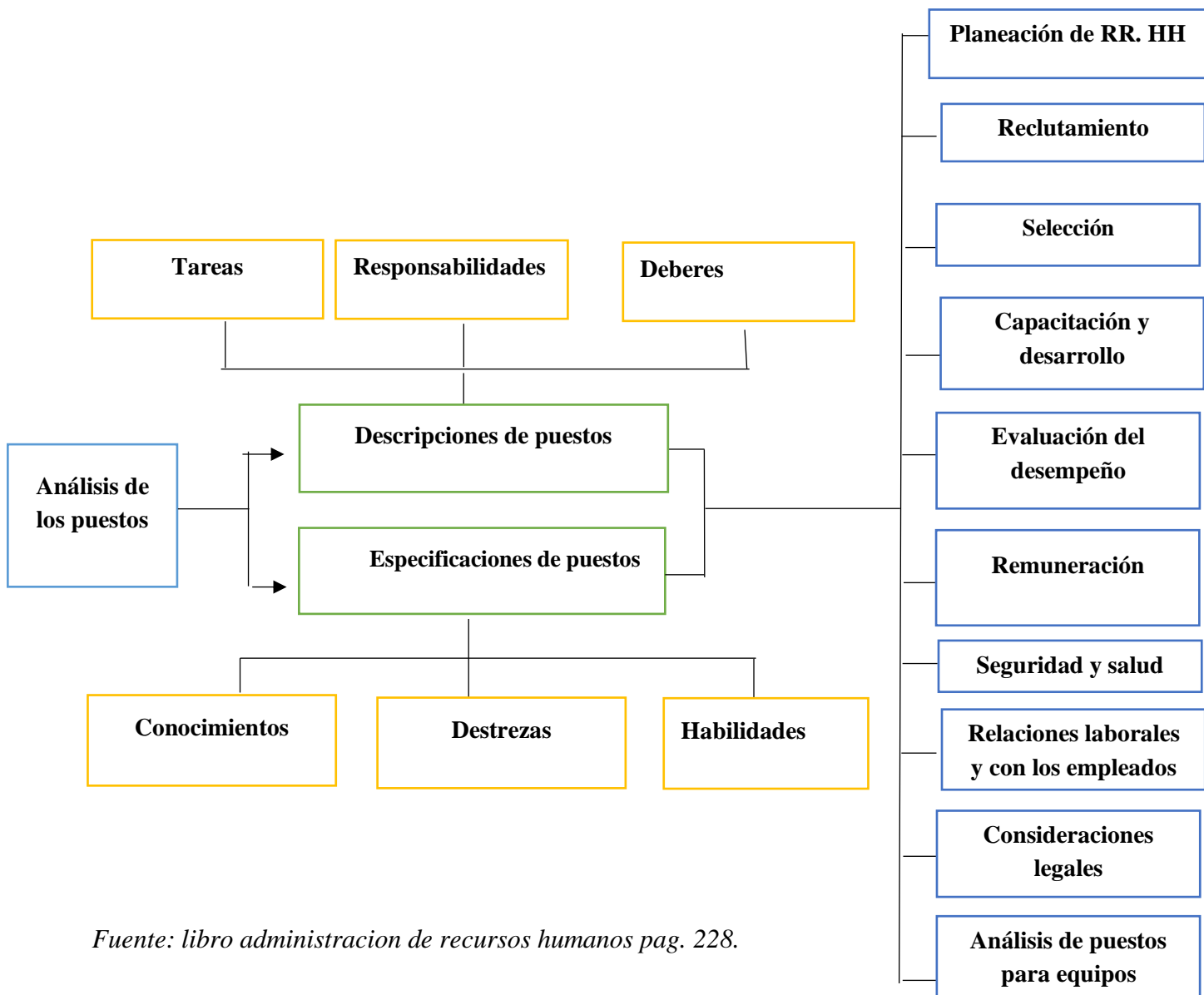
La definición del autor Chiavenato (2007) afirma que:

“La capacitación es comprender todas las actividades que van desde adquirir una habilidad motora hasta proporcionar conocimientos técnicos, desarrollar habilidades y actitudes ante los problemas sociales. La capacitación entraña la transmisión de conocimientos específicos, relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, así como es desarrollo de habilidades y competencias” (p. 322).



Fuente: Libro administración de Recursos Humanos, el capital humano de las organizaciones Pág. 323.

Según Wayne (2010), nos dice que, la capacitación es una inversión y que logra tener muchas ganancias si se logra capacitar si un puesto de trabajo requiere conocimientos, destrezas o habilidades en particular, y la persona que ocupe este puesto no posee estas cualidades necesarias, probablemente se requerirá de capacitación y desarrollo, de igual forma la capacitación debe dirigirse a los empleados y validar el cumplimiento de los deberes especificados en sus descripciones de puestos actuales o en el desarrollo de habilidades para el cumplimiento de responsabilidades más amplias.



Fuente: libro administracion de recursos humanos pag. 228.

Objetivos de la capacitación

El motivo por el cual se da la capacitación en una organización, es para que el personal se adapte en cada función o tareas encomendadas dentro de las empresas, los objetivos principales que afirma (Reza, 2007) son:

- ✓ Aumentar la productividad en las organizaciones.
- ✓ Que exista un ambiente laboral accesible para que haya seguridad en el empleo.
- ✓ Facilitar la supervisión del personal mediante los empleadores.
- ✓ Ver los cambios en el comportamiento del empleado para que haya buenas relaciones entre todos los miembros.
- ✓ Lograr que se perfeccionen los empleados e empleadores en el desempeño de sus puestos.
- ✓ Actualizar al personal frente a los cambios tecnológicos y científicos.

Función de la capacitación

Su función es enseñar, desarrollar sistemáticamente y que las personas sean competentes bajo cualquier circunstancia. Las más importantes según (Yllescos, 2012) son:

- ✓ Hacer que se desarrolle el personal profesionalmente, y también el desarrollo de la organización con respecto a la rentabilidad.
- ✓ Propiciar y fortalecer el conocimiento técnico necesario para mejorar las labores del personal.
- ✓ Perfeccionar al empleado en su puesto de trabajo

Etapas de la capacitación

Nos sirve para poder facilitar e imaginar hay que seguir procesos fundamentales y de según (ISO 10015) son 5:

1. Detección de necesidades de capacitación.
2. Diseño y planificación.
3. Ejecución.
4. Evaluación de los resultados.
5. Seguimiento y monitoreo.

Proceso de capacitación

Afirma Sánchez, L (2010) que los pasos del proceso de capacitación son 6:

1. Detección de necesidades. Aquí se aplican técnicas para saber las necesidades de capacitación de la empresa como por ejemplo una encuesta.
2. Clasificación y jerarquización de las necesidades de capacitación. Se clasifica y se ordena para saber cual es la necesidad mas urgente y cuales se tienen que programar a largo plazo.
3. Definición de los objetivos. Motivos para llevar a cabo el programa de capacitación, estos objetivos se tienen que planificar de manera clara, precisa para luego poder evaluar los resultados.
4. Elaboración del programa de capacitación. En este momento se aplica el programa ya sea con técnicas, se formula un horario con fechas específicas, escoger un determinado grupo y también ver el presupuesto de la empresa.
5. Ejecución. Aquí quiere decir que hay que ponerlo en práctica.

6. Evaluación de resultados. Esto se debe hacer, antes, durante y después de la capacitación.

Como medir los resultados de una capacitación

Afirma Gutman (2011) que hay diferentes herramientas para medir una capacitación y son:

1. Reacción. Se observa al participante durante el curso de capacitación y se aplica una encuesta de satisfacción al finalizar.
2. Aprendizaje. Se mide el grado en que se incrementó un conocimiento o habilidad, se realiza a través de un test, evaluación y observaciones.
3. Conducta. Aquí se mide el alcance de la aplicación de lo aprendido en el puesto de trabajo, se implementa a través de observaciones o entrevistas.
4. Resultados. Se le llama test ácido porque pueden tener un gusto amargo ya que mide como cambio el producto en el participante a partir de la capacitación e impacta en los resultados del negocio. Se requiere un análisis objetivo que contemple las diferentes variables en su contexto y pondré el grado en el que el mismo a impactado la capacitación.

Tipos de capacitación

Según Galván (2011) afirma que son diferentes y pueden ser:

1. Por su formalidad: existen dos capacitación informal y formal.
2. Por su naturaleza: pueden ser capacitaciones de orientación, vestibular, en el trabajo, entrenamiento de aprendices, entrenamiento técnico, capacitación de supervisores y de otros tipos.

3. Por su nivel ocupación: hay capacitaciones de operarios, obreros calificados, supervisores, jefes de línea, Gerentes.
4. Capacitación en el trabajo: hay capacitaciones preingreso, de inducción, promocional, en el trabajo.

Importancia de la capacitación:

La capacitación es de suma importancia ya que es una inversión muy rentable que se puede realizar en las empresas porque beneficia en un aumento de productividad y rentabilidad, también les levanta la moral a los trabajadores, mejora la imagen organizacional; las relaciones con los jefes y subordinados es amena, las capacitaciones ayudan a reducir costos, resolver problemas, tomar decisiones, permite el logro de metas individuales, aumenta la confianza en si mismo.

La capacitación ayuda a orientar a los nuevos empleados, proporcionando información y convertir a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar.

III. HIPÓTESIS:

La presente investigación “La capacitación como factor relevante en la gestión y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro restaurantes del Asentamiento Humano Primavera, Distrito de Castilla, Piura 2019” es de tipo descriptivo, por lo tanto, no se formulará una hipótesis, porque su alcance no implica una influencia o casualidad según (Hernández, Fernández y baptista, 2014).

IV. METODOLOGÍA

4.1.- Diseño de la investigación

La investigación es no experimental, porque no se ha efectuado manipulación intencional a alguna de las variables, según Hernández, Fernández y Baptista (2014) que nos dice que los estudios no experimentales se realizan sin la manipulación de las variables, por lo tanto, solo se observa los problemas en su ambiente natural para luego poder analizarlos.

También la investigación es Transversal porque el recojo de datos solo se ha realizado una sola vez, es una investigación descriptiva ya que se ha descrito con la realidad y sinceridad del caso a las Mype rubro restaurantes ya vamos a especificar a los representantes y colaboradores.

Es cuantitativo porque se ha medido el grado de relación que existe entre las variables en este caso capacitación y gestión de calidad, además se ha hecho una recopilación de datos numéricos mediante la encuesta.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación es descriptiva porque se ha observado, descrito, el comportamiento de las Mypes, y se especifica las características, y los perfiles de estos restaurantes tanto de sus dueños como del personal.

4.2.- Población y muestra

La población en el estudio está conformada por las 20 MYPES del sector servicio, rubro restaurante del Asentamiento Humano Primavera Distrito de Castilla, Piura 2019. (fuente Municipalidad Distrital de Castilla 2016), se anexa la relación de las empresas.

Determinando, así como unidades de análisis la muestra de 20 representantes; no aplicando una muestra probabilística ya que la muestra viene hacer la misma cantidad de restaurantes mencionados en la población, es de decir se va a trabajar con el 100%.

4.3.-Definición y operacionalización de las variables e indicadores.

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Características de los representantes de la Mypes	Es la persona que tiene a cargo la Micro, pequeña y mediana empresa	Edad	<ul style="list-style-type: none"> - 18 a 30 años - 31 a 50 años - 51 a más años 	Ordinal: Numérico
		Genero	<ul style="list-style-type: none"> - Femenino - Masculino 	Nominal
		Grado de Instrucción	<ul style="list-style-type: none"> - Sin instrucción - Primaria - Secundaria - Superior no universitaria - Superior universitaria. 	Ordinal
		Cargo	<ul style="list-style-type: none"> - Dueño - Administrador 	Nominal
		Tiempo del cargo	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a mas años 	Ordinal: Número

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Características de las Micro y Pequeñas Empresas	Las MYPE juegan un papel muy importante ya que aumenta el desarrollo social y económico de nuestro país a cargo de una persona jurídica o natural, bajo la legislación vigente, ya que tienen como objetivos desarrollar actividades de comercialización, producción, extracción, prestación de servicio, etc.	Tiempo de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años 	Razón
		Número trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> - 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores 	Ordinal: Numérico
		Personas que trabajan en su empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Familiares - Personas no familiares 	Nominal
		Objetivo de la creación	<ul style="list-style-type: none"> - Generar ganancia - Subsistencia 	Nominal

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de calidad	Conceptual			
	Es una agrupación de normas, que buscan un objetivo en común y es la calidad general dentro de una empresa.	Término de Gestión de Calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - Tiene poco conocimiento 	Nominal
		técnicas de la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking - Marketing - Empowerment - Las 5 c - Outsourcing - Otros 	Nominal
		Dificultades de la implementación de gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros 	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> - La observación - La evaluación - Escala de puntuaciones - Evaluación de 360° - Otros 	Nominal
	La gestión de calidad mejora el rendimiento de su negocio		<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Capacitación	Es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito es preparar, desarrollar e integrar a los recursos humanos al proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores en sus actitudes y futuros cargos y adaptarse a las exigencias cambiantes del entorno.	Recibió capacitación antes de crear su Mype	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
		Capacitación en los últimos años.	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
		Numero de capacitaciones	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 veces - 04 a más - Nunca 	Nominal
		Consideración la Capacitación como	<ul style="list-style-type: none"> - Inversión - Gasto 	Nominal
		Capacita al personal	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces 	Nominal
		Técnicas para capacitar a su personal	<ul style="list-style-type: none"> - Charlas - Cursos - Seminarios - Conferencias - Simulacros - Otros - Ninguno 	Nominal
		Temas de capacitación realizada	<ul style="list-style-type: none"> - Publicidad - Ventas - Atención al cliente - Trabajo en equipo - Otros - No capacita a su personal 	Nominal
		Razón de no capacitar a su personal	<ul style="list-style-type: none"> - Desconocimiento - Desinterés - Falta de dinero - Mala organización - Otros - Si capacita al personal 	Nominal

		Beneficios de la capacitación.	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento a las ventas - Fidelización del cliente - Mejor organización - Aumento de clientes - Otros - Ninguno, porque no capacita. 	
		La capacitación mejora el rendimiento de sus trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces - No, porque no capacita a su personal 	Nominal
		Evalúa los resultados de la capacitación	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces - No, porque no capacita. 	Nominal
		La capacitación mejora la rentabilidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	
		La capacitación mejora la competitividad.	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	
		La capacitación es un factor relevante para la gestión de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	
		De que manera mejora el personal con la capacitación	<ul style="list-style-type: none"> - Aumenta el rendimiento del trabajo. - Mejora la rapidez en el trabajo. - Mejora la calidad del trabajo 	
		Normas que utiliza su empresa para dar una atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - ISO 9001 – 2015 - Reglamento de la empresa. - Normas legales 	

4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos

En este trabajo de investigación se aplicó la técnica de la encuesta con el instrumento del cuestionario, estructurado por 30 preguntas y está relacionado a las características de los representantes, características de las Mype, gestión de calidad, capacitación y está dirigido a los encargados de los restaurantes en el Asentamiento Humano Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019.

La encuesta es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en la que el investigador recopila datos mediante un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoja la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, grafica o tabla, esta información se obtiene mediante una observación indirecta de los hechos a través de las manifestaciones realizadas por los encuestados por lo que cabe la posibilidad de que la información obtenida no siempre refleja la realidad (Casas, 2003).

Pérez y Gardey (2014), afirma que el cuestionario es un grupo de preguntas para lograr tener información de algún objetivo en concreto; los cuestionarios; los cuestionarios suelen ser el mecanismo para evaluar a un grupo de personas y así tener información para poder encontrar un problema y de esta manera dar solución.

4.5. Plan de análisis

Se aplicó un cuestionario a la muestra y se utilizó el programa Excel para el procesamiento de la información.

Posteriormente se utilizó el programa Word, para realizar las tablas, el análisis del resultado y gráficos.

Al finalizar se utilizó el programa PDF para la presentación del informe final.

4.6. Matriz de consistencia

ENUNCIADO	VARIABLES	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	POBLACION MUESTRAL	INSTRUMENTO
<p>¿Cuáles son las características de la capacitación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Asentamiento Humano Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019</p>	<p>Capacitación Gestión de calidad.</p>	<p>Determinar las características de la capacitación como factor importante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Asentamiento Humano Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019.</p>	<p>1.- Determinar las características de los representantes del sector servicio, rubro restaurantes en el Asentamiento Humano Primavera Distrito de Castilla, Piura 2019. 2.- Determinar las características de las MYPE del sector servicio, rubro restaurantes del Asentamiento Humano la primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019. 3.- Determinar las características de la capacitación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Asentamiento Humano la Primavera, Distrito de Castilla, Piura 2019 4.- Elaborar un plan de mejora en función a los resultados de la investigación.</p>	<p>Población es de 20 MYPE con 20 dueños del Asentamiento Humano Primavera Castilla, Piura, 2019. Muestra no hay porque la cantidad de empresas son solo 20.</p>	<p>CUESTIONARIO TECNICA: Encuesta</p>

4.7. Principios éticos

La investigación ha sido realizada con los **principios de protección de las personas**, porque al ejecutar la encuesta se ha tratado con respeto, amabilidad a las personas ya sean representantes o colaboradores y también hemos tenido mucha discreción al realizar las encuestas ya que de esta manera protegemos y ayudamos a los dueños de las MYPE para que mejoren y a los colaboradores para que los capaciten y tengan mejor talento humano.

Asimismo, **el principio de Integridad Científica** ya que esta investigación ha sido realizada en base de enseñanza porque cada pregunta ha sido explicada para que las personas entiendan y contesten con toda la sinceridad posible.

Otro **principio de consentimiento informado y expreso**, se empleó aquí en la investigación porque hemos contado con información de la Municipalidad Distrital de Castilla, Piura para saber cuántas Mypes existen en el lugar Primavera y también se pidió el debido consentimiento para realizar las encuestas a los dueños o representantes y colaboradores de los restaurantes de tal manera nos regalen unos minutos de su valioso tiempo.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1: Características de los representantes de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes del Asentamiento Humano La Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019

Características	n	%
Edad		
18-30 años	7	35.00
31-50 años	11	55.00
51 a mas años	2	10.00
Total	20	100.00
Género		
Masculino	13	65.00
Femenino	7	35.00
Total	20	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	1	5.00
Secundaria	5	25.00
Superior no universitaria	9	45.00
Superior universitaria	5	25.00
Total	20	100.00
Cargo		
Dueño	14	70.00
Administrador	6	30.00
Total	20	100.00
Tiempo del cargo		
0 a 3 años	17	85.00
4 a 6 años	3	15.00
7 a más años	0	0.00
Total	20	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Asentamiento Humano La Primavera del Distrito Castilla, Piura 2019.

Tabla 2: Características de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes del Asentamiento Humano La Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019.

Características	n	%
Tiempo de la empresa		
0 a 3 años	13	65.00
4 a 6 años	5	25.00
7 a más años	2	10.00
Total	20	100.00
Cantidad de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	18	90.00
6 a 10 trabajadores	2	10.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	20	100.00
Colaboradores de la empresa son		
Familiares	4	20.00
Personas no familiares	16	80.00
Total	20	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	17	85.00
Subsistencia	3	15.00
Total	20	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Asentamiento Humano La Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019.

Tabla 3 : Características de la gestión de calidad y la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del asentamiento humano la primavera del distrito de castilla, Piura 2019.

Características	n	%
Conocimiento sobre gestión de calidad		
Si	10	50.00
No	7	35.00
Tiene poco conocimiento	3	15.00
Total	20	100.00
Técnicas actuales que conoce		
Benchmarking	3	15.00
Marketing	4	20.00
Empowerment	3	15.00
Las 5 C	2	10.00
Otsourcing	6	30.00
Otros	2	10.00
Total	20	100.00
Dificultades de gestión de calidad		
Poca iniciativa	5	25.00
Aprendizaje lento	6	30.00
No se adapta a los cambios	2	10.00
Desconocimiento del Puesto	2	10.00
Otros	5	25.00
Total	20	100.00
Técnicas para medir el rendimiento		
La observación	13	65.00
La evaluación	2	10.00
Escala de puntuaciones	3	15.00
Evaluación 360°	2	10.00
Otros	0	0.00
Total	20	100.00
La gestión de calidad contribuye con el rendimiento		
Si	11	55.00
No	9	45.00
Total	20	100.00

Continua.

Recibió Capacitación		
Si	8	40.00
No	12	60.00
Total	20	100.00
Se ha capacitado actualmente		
Si	6	30.00
No	14	70.00
Total	20	100.00
Número de capacitaciones realizadas		
01 veces a 03 veces	8	40.00
04 veces a más	1	5.00
Nunca	11	55.00
Total	20	100.00
Considera la capacitación como		
Inversión	9	45.00
Gasto	11	55.00
Total	20	100.00
Capacita a su personal		
Si	7	35.00
No	10	50.00
A veces	3	15.00
Total	20	100.00
Técnicas que ha realizado para capacitar		
Charlas	4	20.00
Cursos	4	20.00
Seminarios	0	0.00
Conferencias	0	0.00
Simulacros	1	5.00
Otros	1	5.00
Ninguna	10	50.00
Total	20	100.00
Temas de capacitación realizada		
Publicidad	2	10.00
Ventas	2	10.00
Atención al Cliente	4	20.00
Trabajo en equipo	3	15.00
Otros	0	0.00
No capacita a su personal	9	45.00
Total	20	100.00

Continua.

Razón de no capacitar		
Desconocimiento	2	10.00
Desinterés	2	10.00
Falta de dinero	8	40.00
Mala organización	3	15.00
Otros	5	25.00
Total	20	100.00
Beneficios de la capacitación		
Incremento en la venta	4	20.00
Fidelización del cliente	3	15.00
Mejor Organización	2	10.00
Aumento de clientes	2	10.00
Otros	0	0.00
Ninguna, porque no capacita al personal	9	45.00
Total	20	100.00
La capacitación mejora el rendimiento		
Si	9	45.00
No	1	5.00
A veces	1	5.00
No, porque no capacita a su personal	9	45.00
Total	20	100.00
Evalúa los resultados luego de una capacitación		
Si	7	35.00
No	2	10.00
A veces	1	5.00
No, porque no capacita a su personal	10	50.00
Total	20	100.00
La capacitación mejora la rentabilidad		
Si	20	100.00
No	0	0.00
Total	20	100.00
La capacitación mejora la competitividad		
Si	15	75.00
No	5	25.00
Total	20	100.00

Continua.

Capacitación es factor relevante de la gestión de Calidad		
Si	8	40.00
No	12	60.00
Total	20	100.00
Como mejora el personal con la Capacitación		
Aumenta el rendimiento de trabajo	6	30.00
Mejora la rapidez en el trabajo	2	10.00
Mejora la calidad de trabajo	2	10.00
Nunca he capacitado al personal	10	50.00
Total	20	100.00
Normas para dar buena atención		
ISO 9001 – 2015	3	15.00
Reglamento de la empresa	14	70.00
Normas Legales	3	15.00
Total	20	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Asentamiento Humano La Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019

5.2. Análisis de los Resultados

a) Respecto al objetivo 1: Características de los representantes de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes del Asentamiento Humano La Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019.

La edad que tiene la mayoría de los representantes es entre los 31 a 50 años el 55% (tabla 1), lo cual difiere de con Gómez (2014) que nos dice que el 56% tiene entre 25 y 35 años; coincide con Ramos (2014) quien manifestó que el 68% de los representantes son adultos mayores a los 30 a 50 años, también coincide con Sáenz (2016) que nos dice que el 90% manifiesta que están en la edad de 31 a 50 años. Esto se asemeja según Sánchez (2014) en sus bases teóricas donde manifiesta que los dueños o representantes tienen que ser mayor de edad y con experiencia para que sean empresas formales y motiven el crecimiento de las Mype. Se concluye que la mayoría de estas micro empresas son adultos y tienen un alto grado de experiencia, estabilidad, madurez, responsabilidad al responder la encuesta y de esta manera tener información verídica en la realización de esta.

Son de género masculino la mayoría, el 65% (tabla 1), de los representantes encuestados, esto coincide con Gómez (2014), quien manifiesta que el 67% de los encuestados son de sexo masculino, esto contrasta con Sáenz (2016) quien afirma que el 90% que son de sexo masculino, difiere de Zapata (2016) que afirma que el 60 % de representantes son de género femenino, se provee del INEI (2019) en sus bases teóricas, manifiesta que el hombre está entrando a los negocios a los que antiguamente trabajaba solo la mujer como por ejemplo los salones de belleza, restaurantes, comercio al por

menor; por lo tanto puedo concluir que está siendo reconocido el hombre por el arte culinario teniendo una buena gestión, organización y habilidades que permiten que haya igualdad de género.

La mayoría relativa de los representantes tienen un grado de instrucción del 45% (tabla 1), son de superior no universitaria, esto difiere con Ramos (2014) afirma que el 30% de los encuestados tiene estudios universitarios de igual forma difiere de Gómez (2014) quien nos dice que el 45% de los encuestados tiene estudios de superior universitarios, coincide los resultados con Zapata (2016) quien afirma que el 50% de los representantes cuenta con estudios superiores no universitarios, se concluye que los representantes o dueños son técnicos, esto demuestra que los representantes de las Mype cuentan con estudios, de tal manera ellos administran sus actividades de manera satisfactoria y elevan el crecimiento empresarial.

El 70% la mayoría (tabla 1) e los encuestados se desempeña como dueños, de tal manera ellos son titulares, esto quiere decir que para ellos es innecesario contratar un administrador ya sea debido a la desconfianza ya que quizás han vivido malas experiencias como robos es por ello que los dueños administran, evalúan, controlan; de tal manera son personas con estudios superiores y saben de información en cómo administrar adecuadamente la empresa.

- b) Objetivo 2: Características de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes del Asentamiento Humano La Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019.

La mayoría, el 85 % (tabla 2) , de las Mypes tiene entre 0 y 3 años de tiempo en el cargo , esto quiere decir que los representantes son nuevos en el mercado y no cuentan quizás con mucha experiencia.

El tiempo de permanencia de la empresa, la mayoría, 65 % (tabla2) de los representantes de las Mypes contestaron que es de 0 a 3 años ejerciendo como restaurantes; difiere Ramos (2014) dice que el 39% de las micro empresas tienen más de 3 años ya funcionando, de igual forma difiere con Sáenz (2016) ya que afirma que las empresas tienen más de 4 años de antigüedad en el mercado igualmente difiere Zapata (2016) que las empresas tienen entre 3 a 5 años de tal manera; concluyendo que estas empresas están empezando a ser estables, no obstante, se ve un interés por su crecimiento.

Con respecto a la cantidad de trabajadores, la mayoría con el 90% (tabla 2) de los representantes respondieron que solo tienen entre 1 a 5 trabajadores en su empresa, esto coincide con Ramos (2014) afirmando el 31% es decir la mayoría relativa , de los entrevistados tiene en su MYPE entre 1 a 6 trabajadores, de igual forma coincide ligeramente con Sáenz (2014) afirma que tiene entre 1 a 3 trabajadores en su empresa se asemeja con la Ley 30056 (2013) del diario el Peruano en sus bases teóricas, manifiesta que nos dice que no hay límite de trabajadores en las micro y pequeñas empresas por lo tanto se concluye que la mayoría de las MYPE tiene entre 1 a 5 trabajadores que se debe por motivo de presupuesto o porque no son empresas muy grandes como para requerir de más personal en ellas.

Según los representantes dicen que los colaboradores de las Mypes es su mayoría con un 80% (tabla 2) son personas que no son familiares, difiere con Ramos (2014) diciendo que el 33% le da empleo a la familia, según las bases teóricas Bustamante (2018) nos dice que las Mypes peruanas trabajan con la familia; concluyo que las micro empresas de este sector no poseen ningún tipo de parentesco dentro de las organizaciones así evitan problemas.

Como objetivo de la creación de las Mype, la mayoría con el 85% (tabla 2) tiene como objetivo obtener ganancias y contribuir con el país; coincide con Ramos (2014) dice que el 33% de las micro su objetivo de creación es generar ingresos, igual manera afirma Sáenz (2014) con un 60% que el objetivo de creación de las empresas es tener ganancias, con respecto a Gómez (2014) con un 100% que la creación de las Mypes es para generar ganancias se asemeja a las bases teóricas que nos dice Sánchez Barraza (2014) manifiesta que las micro y pequeñas empresas aportan el 40% al PBI, y también en un 80% de oferta laboral ya que se crean para generar ganancias; concluyo que para que los dueños o representantes se sienten satisfechos en obtener una ganancia de la venta de sus comidas, el talento culinario y servicio que se ofrece en estos restaurantes.

c) Objetivo 3: Características de la gestión de calidad y la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del asentamiento humano la primavera del distrito de castilla, Piura 2019.

El conocimiento sobre el término gestión de calidad respondió la mitad, el 50 % (tabla 3) dice que, si tiene conocimiento sobre gestión de calidad, eso quiere decir que

solo la mitad de los micro empresarios saben de la importancia de la gestión de calidad, difiere con Medina, Saravia y Torres (2015) que el 45% no conoce el término gestión de calidad. Pues según la ISO 9001 (2015) en sus bases teóricas manifiesta que la gestión de calidad tiene como objetivo evitar errores en el proceso de producción y en los productos o servicios que se obtienen, concluyo que para evitar errores hay que aplicar la gestión de calidad antes de que ocurran, y la manera que se lleva a cabo es evaluando siempre nuestro proceso productivo y así podemos ver errores y adelantarse a que estos ocurran.

Con respecto a las técnicas actuales, el 30% (tabla 3) de los representantes en su mayoría relativa contestó que con respecto a las técnicas actuales la que conoce es el outsourcing, según Cámara (2017) en sus bases teóricas manifiesta que el proceso de calidad en todas las áreas del proceso administrativo tiene un efecto lineal y multiplicador ya que cada área tiene diferentes destinos como en un restaurant, existe la cocina, el salón, el almacén, etc., en la empresa cuando una de estas áreas no cumpla con los requisitos de oportunidad y especificidad de calidad, las demás áreas sufren y no logran alcanzar sus objetivos de mejora. Concluyo que las micro y pequeñas empresas si conoce las técnicas actuales de tal modo que tiene sub contrataciones de servicios en este caso pueden ser las contrataciones de los que abastecen al restaurant ya sea con pescados o mariscos o a empresas que brindan el servicio de atención al cliente en este caso se requiera de mozos, las peñas o cantantes para los shows que se realizan los fines de semana en estos restaurantes.

La dificultad sobre la implementación de la Gestión de Calidad respondió con el 30 % (tabla 3), la mayoría relativa que el aprendizaje es lento y concluyo que ocupan mucho tiempo para implementarla y no tienen interés en hacerlo.

La técnica empleada para medir el rendimiento de una capacitación, la mayoría, el 65% (tabla 3) de los representantes contestó que la técnica que emplean es la observación, según afirma Gutman (2011) que hay diferentes herramientas para medir una capacitación una de ellas es la reacción. Se observa al participante durante el curso de capacitación y se aplica una encuesta de satisfacción al finalizar eso quiere decir que ellos mirando al personal saben cómo se desempeñan. Pues concluyo que los representantes utilizan la técnica de la observación.

La Gestión de Calidad contribuye en mejorar el rendimiento del negocio de las micro empresas respondió, la mayoría, el 55% (tabla 3) que sí; concluyo que los representantes saben la importancia y beneficiosa para ellas que es la Gestión de Calidad.

Recibió Capacitación antes de crear la MYPE, la mayoría, el 60% (tabla 3) respondió que no ha recibido capacitación antes de crear su Mype, coincide con Sáenz (2016), que nos dice que el 93% no ha recibido capacitación, difiere con Nowel (2015) que nos dice que el 75% si se ha capacitado antes de crear su empresa, y coincide con Gómez (2014), nos dice que el 73% de los encuestados no han sido capacitados antes de abrir una micro empresa, Chiavenato (2007) nos dice en sus bases teóricas que la capacitación es comprender todas las actividades que van desde adquirir una habilidad motora hasta proporcionar conocimientos técnicos, desarrollar habilidades y actitudes

ante los problemas sociales y logro concluir que los representantes no tienen mucho conocimiento en ni siquiera como orientar al personal para que haga su labor.

Con respecto a la capacitación en los últimos años los representantes respondieron la mayoría, el 70% (tabla 3) no se ha capacitado en los últimos años, coincide con Nowel (2015) afirmó el 100% que no ha recibido capacitación en los últimos años, difiere con Ramos (2014) que afirma el 62% si recibió capacitación en los últimos años, Según Galván (2011) en sus bases teórica manifiesta que la capacitación es de suma importancia ya que es una inversión muy rentable que se puede realizar en las empresas porque beneficia en un aumento de productividad y rentabilidad, también les levanta la moral a los trabajadores, mejora la imagen organizacional, de tal manera concluyó que no están actualizados en las Mypes con las capacitaciones y las nuevas técnicas y modernizaciones que se pueden emplear para producir y obtener más ganancia en la empresa.

La cantidad de veces que se ha capacitado la mayoría, el 55% (tabla 3) de los representantes contestó que nunca se ha capacitado, difiere de Zapata (2016) con un 68% que dice que si se ha capacitado entre 0 a 3 veces, y coincide con Gómez (2014) en un 53% afirma que nunca se ha capacitado pues difiere al autor Reza (2007) en sus bases teóricas afirma que el motivo por el cual se da la capacitación en una organización, es para que el personal se adapte en cada función o tareas encomendadas dentro de las empresas, los objetivos principales y se puede concluir que hay un bajo nivel de competitividad con las empresas que si se han capacitado y tiene nuevas técnicas para ofrecer y servir en estos restaurantes ya sea como la psicología del cliente.

Como considera la capacitación, la mayoría , el 55% (tabla 3) de los micro empresarios respondieron que la capacitación es un gasto, difiere con Sáenz (2016) respondió el 80% que la capacitación es una inversión, coincide con Ramos (2014) que nos dice que la capacitación es un gasto, se asemeja a Wayne (2010) que nos dice en sus bases teóricas la capacitación es una inversión y que logra tener muchas ganancias si se logra capacitar si un puesto de trabajo requiere conocimientos, destrezas o habilidades en particular, es por ello que concluimos que las empresas no capacitan a su personal por su mal concepto que se tiene sobre la capacitación y la falta de conocimiento que a la larga le puede beneficiar muchísimo.

Capacita a su personal, el 50% la mitad (tabla 3) respondió que no capacita a su personal. Aquí se concluye que las mypes no tienen iniciativa de salir adelante o tienen un mal concepto sobre la capacitación.

Las técnicas que realizan para capacitar al personal, el 50% la mitad (tabla 3) contestó que la técnica empleada para la capacitación de su personal es ninguna, ya que el personal no ha recibido ninguna capacitación esto difiere con Nowel (2015) afirma que el 35% que ha recibido capacitación mediante charlas, difiere de Sáenz (2016) que nos dice el 60% recibió cursos para capacitarse pues según Yllescos(2012) en sus bases teóricas informa que la función de la capacitación es enseñar, desarrollar sistemáticamente y que las personas sean competentes bajo cualquier circunstancia se concluye que las empresas no han recibido capacitación.

Temas de capacitación, el 45% en su mayoría relativa (tabla 3), respondió que en los temas que se ha capacitado al personal, fue que no los capacitan por lo tanto no pueden elegir tema alguno, difiere de Nowel (2015) dice el 35% si ha recibido capacitación en el tema de atención al cliente, difiere Gómez (2014) afirma el 89% que ha recibido capacitación en atención al cliente semejante con Galván (2011) en sus bases teóricas nos dice que por su naturaleza: pueden ser capacitaciones de orientación, vestibular, en el trabajo, entrenamiento de aprendices, entrenamiento técnico, capacitación de supervisores y de otros tipos. Y como conclusión digo que a las empresas de este sector tiene que capacitarse urgentemente para ser líderes y competitivas.

La razón por la que no capacita a su personal los representantes en su mayoría relativa, el 40% (tabla 3) contestó que es por la decadencia del dinero. De tal manera concluyo que estas empresas no cuentan con mucha liquidez es por ello que no capacitan a su personal.

Los beneficios que proporciona la capacitación, El 45% en su mayoría relativa (tabla 3), respondió que ningún beneficio porque no capacitan a su personal.

La capacitación mejora el rendimiento de sus trabajadores, el 45% en su mayoría relativa (tabla 3) respondió, que la capacitación no mejora el rendimiento de sus trabajadores porque no capacita a su personal y otro 45 % en su mayoría simple contesto que la capacitación si mejora el rendimiento del personal; concluyo que las empresas no tienen un concepto específico con respecto a la capacitación ya que esta, si mejora el rendimiento del personal y ahorra muchísimo tiempo para desempeñar las actividades.

Evalúa los resultados después de capacitar a su personal, la mitad, el 50% (tabla 3) respondió que no evalúa al personal luego de una capacitación porque nunca los capacita, difiere de Gómez (2014), que nos dice que el 78% de los encuestados si son evaluados, por su desempeño luego de una capacitación, difiere también Zapata (2016) afirma que si son evaluados después de una capacitación, se asemeja con Gutman (2011) en sus bases teóricas manifiesta que hay diferentes herramientas para medir una capacitación y deben ser obligatoriamente evaluadas y se concluye que las empresas tienen que capacitarse urgentemente ya que no han recibido capacitación.

La capacitación mejora la rentabilidad de la empresa, en su totalidad, el 100% (tabla 3) respondió que sí; esto coincide con Cabrera y Vallejo (2018), el 97% dice que con la capacitación la empresa sería más rentable, también coincide con Sáenz (2016), el 80% de los encuestados sabe que la capacitación permite reducir costos e incrementar utilidades y de esta manera aumenta la rentabilidad; se asemeja con las bases teóricas de Yllescos (2012) afirma que con la capacitación crece el desarrollo del personal profesionalmente, y también el desarrollo de la organización con respecto a la rentabilidad; concluyo que los representantes saben que si invierten en la capacitación tendrán más rentabilidad.

La capacitación mejora la competitividad, la mayoría, el 75% (tabla 3), de los representantes respondió que si mejora la competitividad de los restaurantes de esta manera puedo concluir que los representantes de las micro empresas si tienen el conocimiento de cuán importante es la capacitación.

La capacitación es un factor relevante de la gestión de calidad, el 60%, la mayoría (tabla 3) de los encuestados respondió que no, difiere de Medina, Saravia, Torres (2015) que nos dice que el 89% dice que la capacitación es un factor relevante en la gestión de calidad, según las bases teóricas Cámara (2017) manifiesta que el proceso de calidad en todas las áreas del proceso administrativo tiene un efecto lineal y multiplicador ya que cada área tiene diferentes destinos como en un restaurant, existe la cocina, el salón, el almacén, etc., en la empresa cuando una de estas áreas no cumpla con los requisitos de oportunidad y especificidad de calidad, las demás áreas sufren y no logran alcanzar sus objetivos de mejora afirma. Concluyo que las empresas de este sector no tienen claro que la capacitación es factor relevante de la gestión de calidad.

Como mejora el rendimiento del personal con la capacitación, el 50% la mitad (tabla 3), respondió que nunca ha capacitado a su personal por lo tanto no sabe cómo mejoraría el personal cuando la capacitación se lleva a cabo pues bien, concluyo que la empresa tiene que capacitar a su personal para que aumente su rendimiento, y para que haya más rentabilidad.

Con respecto a las Normas que utiliza su empresa para dar una buena atención, El 70% la mayoría (tabla 3), de los representantes de las Mype respondió; que es el reglamento de la empresa.

d) Objetivo 4: Elaborar un plan de mejora en función a los resultados de la investigación.

1. Datos generales:

- Restaurante Rosal Viviente- 10026260154- Villa Córdova Teodoro
- Ramírez Vilches José Manuel - 10801728222
- Restaurant-Pollería Mary - 10028281621 - Paz Silva Luz María
- Restaurant Mi casita - 10463876253 - Flores Melendrez Quetzali
- Restaurant Cevichería Vero- 10467511080 - Karen Tatiana Cerro Sernaque
- Restaurant Cevichería Doña Elena - 10033129900 - Álamo de Chang Rosa Elena
- Restaurant Cuchara Brava- DNI 46314132 – Erazo Remaycuna, Pablo
- Restaurant Cevichería el Limón Norteño - 10412566942 - Tineo Sosa Edeysa
- Picantería la Casa de Janet-10741380728 - García Godos Lacca Arturo Renato
- Restaurant S & N 10472019011 - Jiménez Chinchay Magdalena
- Restaurant el Rincón Zaperokero - 10028119742 - Litano Celi Edgard Burbio
- Restaurant el Sabor Chigniano - 10455667181 - Tineo Huamán Norma
- Restaurant Cevichería "Lalos" 10415653064 - "- Saavedra Herrera Lorena Magaly
- Restaurant el Manantial- 10427871211 - Maco Meléndrez Lily Karina
- Restaurant Bar "El loco"10026788299 - Ancajima Chero Cleotilde
- Restaurant la Gloria del Sabor - 10452146466 - Guerrero Saldaña Gloria
- Restaurant Criollo la Casa de Elio
- Restaurant Cevichería aquí me Quedo
- La Bahía de Quijada
- Video Pub San Antonio Vip

El giro de las empresas: Servicio

Dirección: Asentamiento Humano la Primavera, Castilla Piura.

2. Misión

La misión para todos los restaurantes encuestados es que sean los mejores y sean reconocidos por su arte culinario, especializado en comidas criollas, menú, parrillas, pollerías, brindando un excelente servicio de atención y calidad en la preparación de estos alimentos, basándose en un precio accesible para los clientes.

3. Visión

Para todos los restaurantes encuestados es que sean empresas lideresas extendiéndose sus servicios a nivel local, promoviendo los estándares de excelente calidad, a través de sus exquisitas preparaciones y contando con personal altamente capacitado en el rubro que labora.

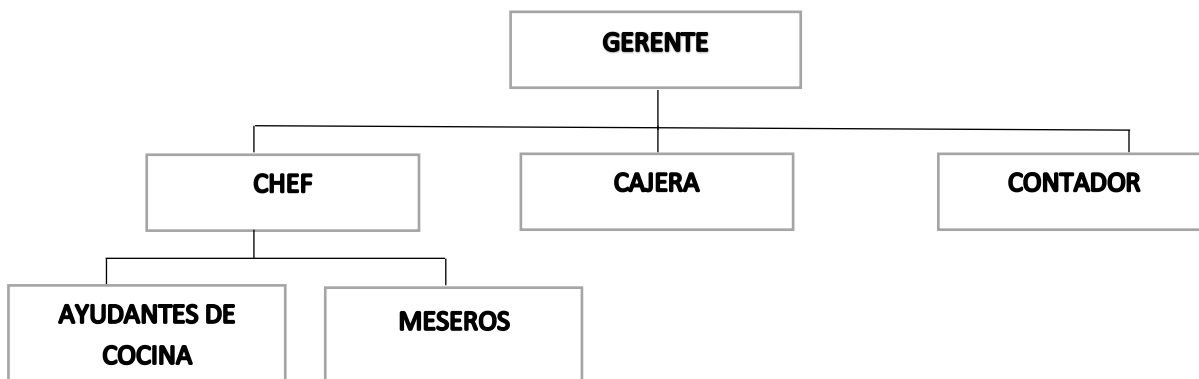
4. Objetivos:

- En 3 años crecer con una empresa más a nivel local, y Ofrecer la mejor atención al cliente, teniendo al personal capacitado, ya que depende de ellos el éxito del restaurant.
- Incrementar año tras año la satisfacción del cliente, elaborando los platillos gastronómicos llenos de sabores agradables para sus paladares.
- Siempre estar al alcance del bolsillo de los clientes, y dando calidad a precios bajos.
- Mantener conservados los equipos e instalaciones en buenas condiciones de funcionamiento y de apariencia.

5. Productos y o servicios

Los restaurantes cuentan con un ambiente externo acogedor, amplio, cómodo, y con lo básico para degustar de los ricos potajes, están equipadas con mesas, sillas, equipos, televisiones, cuadros de decoración, algunas tienen escenario para peñas, refrigeradoras para las bebidas, baños para hombres y mujeres en cada restaurant, en el ambiente interno cuentan con cocina, congeladoras, mesas de trabajo, utensilios de cocina como ollas, wok, sartenes, cucharas, espátulas, lavadores de agua. En la mayoría de estas empresas dan de cortesía chifles con cancha y en otros leche de tigre por cada persona que llegue y se siente a comer , la atención mayormente es de 9 de la mañana hasta las 5 o 6 de la tarde; venden platos a la carta como el ceviche, rondas criollas, rondas marinas, sudados, parihuelas, carne seca , menú; el estacionamiento en estos restaurantes es afuera de los locales y algunos tiene personal para cuidar los vehículos sin costo alguno.

6. Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia

7. Diagnostico general

ANALISIS FODA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> - Tener buenas ganancias y extenderse con otro local. - Las personas demandan de servicios de restaurantes con ambientes cómodos para pasarla en familia. - Aumento de inmigrantes. - Aumento de actividad económica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de competencias del rubro. - Crisis económica y a raíz de eso los clientes prefieran cocinar en sus casas. - Inseguridad - Productos en mal estado.
FORTALEZAS	ESTRATEGIA F-O	ESTRATEGIA F- A
<ul style="list-style-type: none"> - Cumplen con el horario de atención. - Ubicaciones estratégicas. - Son restaurantes modernos, con un ambiente acogedor, limpio. - Algunas cuentan con peñas familiares. - Atención rápida y con calidad del producto. - Clientes fidelizados. - Precios de acorde al mercado. - Buena sazón. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sacar provecho del aumento de inmigrantes para de esta manera mejorar el servicio de manera rápida y con calidad del producto. - Ofrecer combos y promociones a nuestros clientes fidelizados. - Hacer que el cliente se sienta a gusto con nuestro servicio y producto que le brindamos para que vuelva pronto por la buena sazón de los restaurantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Seguir dando una atención rápida y con calidad del producto para captar clientes. - Mantenerse con los precios de acorde al mercado para que no afecte la crisis económica y las personas sigan comprando en los restaurantes.
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS D -O	ESTRATEGIAS D – A
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de capacitación al personal. - Carencia de planes estratégicos. - Aprendizaje lento de parte de los colaboradores. - Presupuesto limitado 	<ul style="list-style-type: none"> - Al tener buenas ganancias extenderse con otro local y capacitar al personal para que a si haya planes estratégicos dentro de la empresa. - Debido al aumento de inmigrantes hacer que el personal sea rápido y ágil para dar una atención de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Captar a trabajadores con experiencia en el rubro y capacitarlos para que así aprendan rápido y sean ágiles. - Implementar planes estratégicos para que los productos no lleguen a mal estado. - Para la inseguridad estar conectados con la policía Nacional o seguridad ciudadana.

Fuente: Elaboración propia

8. Indicadores de una buena gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de las Mype
Dificultades del personal para la implementación de Gestión de Calidad.	Los trabajadores tienen dificultad para implementar la gestión de calidad, debido a que tienen un aprendizaje lento, y poca iniciativa para los cambios.
Técnicas para medir el rendimiento del personal	La empresa solo conoce la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal.
Considera la técnica de la capacitación como	Para las empresas la capacitación es un gasto, no lo ven como una inversión que les dará más ganancias y rendimiento en el trabajo.
Capacitación al personal	Las empresas no capacitan al personal.
razón de no capacita al personal	Las empresas no capacitan al personal por falta de dinero.
Tipo de beneficios que proporciona la capacitación	A las empresas no le proporciona ningún beneficio la capacitación porque no capacitan a su personal.
Capacitación es factor relevante de la gestión de Calidad	Las empresas no tienen mucho conocimiento sobre la gestión de calidad es por ello que para ellas no es un factor relevante.

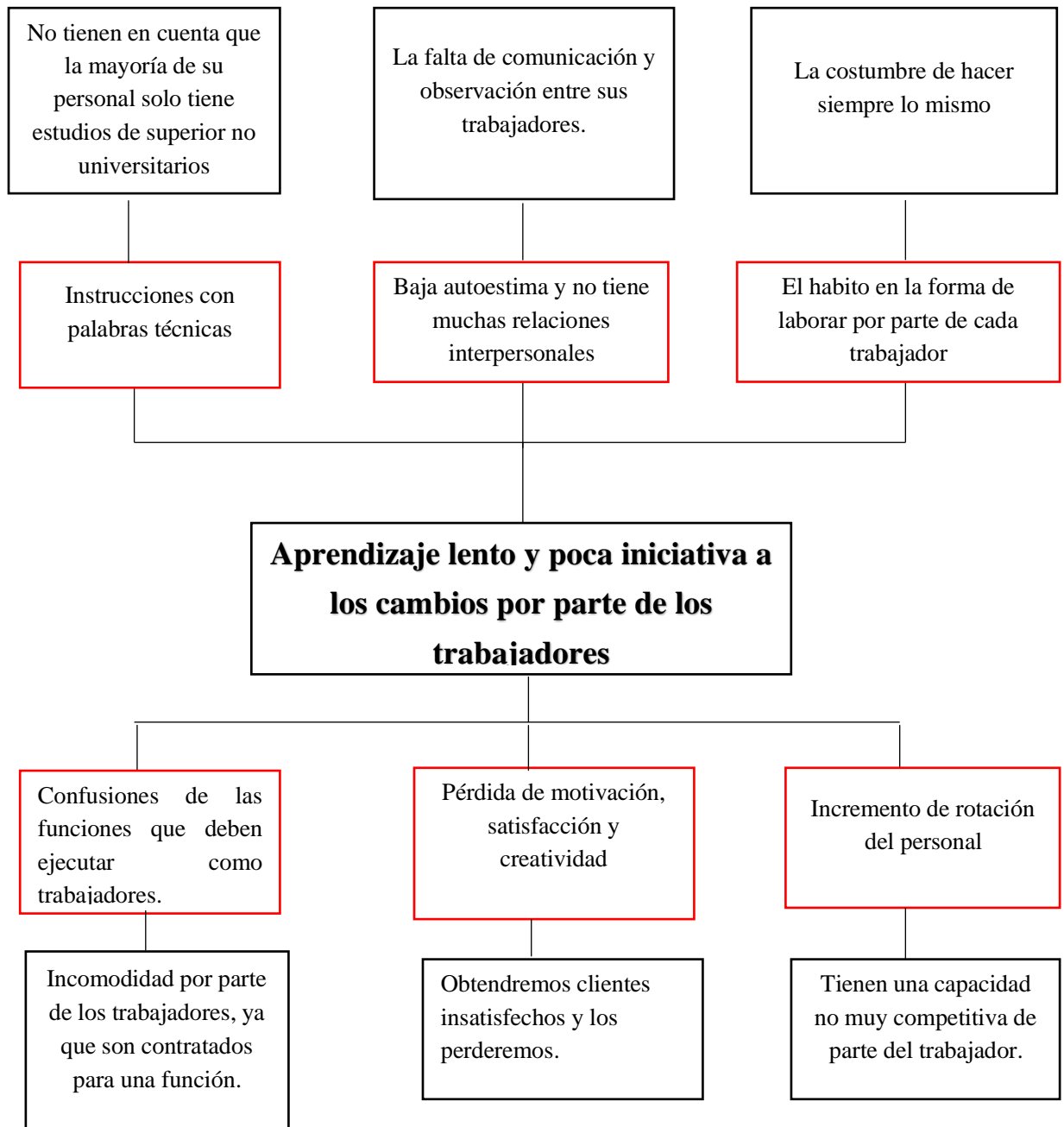
9. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Dificultades del personal para la implementación de Gestión de Calidad.	Aprendizaje lento y poca iniciativa para los cambios.	Esto se da porque el personal no le da importancia la empresa, o quizás porque el sueldo es muy poco para cubrir las exigencias.
Técnicas para medir el rendimiento del personal	Uso de una sola técnica para medir el rendimiento de su personal.	Miden el rendimiento con la técnica de la observación, ya que les resulta fácil de emplearla y menos gasto para las Mypes.
Considera la técnica de la capacitación como	Es considerada un gasto la capacitación.	Tienen un mal concepto de la capacitación ya que lo ven como un gasto mientras es una inversión que generaría ganancias.
Capacita al personal	No capacita a su personal.	No capacitan al personal por falta de dinero y interés.
Tipo de beneficios que proporciona la capacitación.	Ninguno, porque no capacitan al personal.	No saben que si invierten obtendrían muchos beneficios y también ganancias.
Porque razón no capacita al personal	No tienen dinero para capacitar al personal.	No tienen mucho financiamiento para invertir en la capacitación.
Capacitación es factor relevante de la gestión de Calidad	No tienen conocimiento de la importancia de la gestión de calidad.	Esto se da porque no tienen conocimiento de la importancia que le daría a las Mypes la gestión de calidad y la fidelización de clientes.

10. Causas

□ Causas y efectos principales

□ Causas y efectos secundarios



11. Establecer soluciones

11.1. Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Dificultades del personal para la implementación de Gestión de Calidad.	Aprendizaje lento y poca iniciativa para los cambios.	Motivar al personal, y usar un léxico adecuado que lo puedan entender todos los colaboradores para de que esta manera realice bien sus funciones y ser un poco pacientes con el personal de aprendizaje lento.
Técnicas para medir el rendimiento del personal	Utilizan solo la técnica de la observación porque les resulta más fácil emplearlas y no gastan mucho.	Darles a conocer otras técnicas como la de 360°, para medir el rendimiento de los colaboradores dentro de la empresa y se conozcan ambos tanto el personal como los representantes ya sea en su comportamiento, desempeño, oportunidades, etc.
Considera la técnica de la capacitación como	Es considerada como un gasto porque tienen un mal concepto de la capacitación ya que es una inversión para generar más ganancias.	Cambiarles el pensamiento a los representantes y hacerles entender que la capacitación es una inversión que si la aplican generarían más ganancias para estas empresas y capacitarlos constantemente.
Capacita al personal	Aquí las empresas no capacitan al personal por falta de dinero e interés de generar más ganancias.	Hacer una retroalimentación acerca de la calidad de atención del servicio que se brinda también de los productos que ofrecen y lograr que haya interés para invertir en capacitar al personal.
Tipo de beneficios que proporciona la capacitación.	No obtiene ningún beneficio, porque no capacitan al personal, no tiene el conocimiento de que si invierten en capacitación obtendría muchos beneficios como clientes fidelizados con la empresa.	Expresarles los beneficios que proporciona la capacitación como el incremento en las ventas, fidelización del cliente, mejorar la organización en el salón y dentro de cocina y almacén, aumento de clientes, y ser líderes en la rama de restaurantes.
Porque razón no capacita al personal	Las Mypes no tienen mucho financiamiento para invertir en capacitación.	Realizar un préstamo para capacitarlos y así obtener muchas ganancias no solo para la empresa si no también beneficio para el personal para que suban su autoestima.
La Capacitación es factor relevante de la gestión de Calidad	La capacitación no es un factor importante de la Gestión de Calidad, esto se da porque no tienen conocimiento de la importancia que le daría a las Mypes la gestión de calidad y la fidelización de clientes.	Pues bien, brindarles el conocimiento a los representantes y colaboradores que la Gestión de Calidad asegura la eficiencia para incrementar la confianza de los clientes para así competir con las grandes empresas.

12. Recursos para la implementación de estrategias

		Recursos Humanos	Tiempo	Financiamiento
1	Motivar al personal, y usar un léxico adecuado que lo puedan entender todos los colaboradores para de que esta manera realice bien sus funciones y ser un poco pacientes con el personal de aprendizaje lento.	Representante del restaurante.	15 días	S/ 30.00
2	Darles a conocer otras técnicas como la de 360° para medir el rendimiento de los colaboradores dentro de la empresa y se conozcan ambos tanto el personal como los representantes ya sea en su comportamiento, desempeño, oportunidades, etc.	Representante del restaurante	12 días	S/ 30.00
3	Cambiarles el pensamiento a los representantes y hacerles entender que la capacitación es una inversión que si la aplican generarían más ganancias para estas empresas y capacitarlos constantemente empezando con los representantes.	Representante del restaurante y colaboradores	10 días	S/ 150.00
4	Hacer una retroalimentación acerca de la calidad de atención del servicio que se brinda también de los productos que ofrecen y lograr que haya interés para invertir en capacitar al personal.	Representante del restaurant y colaboradores	9 días	S/ 100.00
5	Expresarles los beneficios que proporciona la capacitación como el incremento en las ventas, fidelización del cliente, mejorar la organización en el salón y dentro de cocina y almacén, aumento de clientes, y ser líderes en la rama de restaurantes.	Representante del restaurant	7 días	S/ 30.00
6	Realizar un préstamo para capacitar al personal y a los representantes y así obtener muchas ganancias no solo para la empresa si no también beneficio para el personal para que suban su autoestima.	Representante del restaurant	5 días	S/20.00
7	Pues bien, brindarles el conocimiento a los representantes y colaboradores que la Gestión de Calidad asegura la eficiencia para incrementar la confianza de los clientes para así competir con las grandes empresas.	Representante del restaurant y colaboradores	3 días	S/ 20.00

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes encuestados tienen una edad entre 31 a 50 años (55%), así mismo la mayoría son de género masculino (65%), de igual manera la mayoría relativa cuenta con un grado de instrucción de superior no universitaria (45%), también la mayoría de los que tienen el cargo de los restaurantes son los dueños los que administran los restaurantes (70%), con respecto al tiempo que tienen el cargo es de 0 a 3 años (85%); manifestándose de esta manera que los administradores de los restaurantes son hombres, y cuentan con un nivel medio en educación, y poseen experiencia laboral ya que son mayores de edad, de tal manera estas características hacen que administren bien las Mypes.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes tienen entre 0 a 3 años de tiempo de permanencia de la empresa (65%), además la mayoría cuenta con 1 a 5 trabajadores (90%), así mismo los colaboradores que laboran aquí, en su mayoría no tienen ningún parentesco familiar en la empresa (80%), la mayoría de los objetivos de creación de las Mypes es que han sido creadas para generar ganancias (80%); dándose a entender que los restaurantes son rentables debido a que día a día las Mypes están creciendo, desarrollándose y existe muchísima demanda del mercado que beneficia al cliente de manera positiva, y por supuesto pudiendo cubrir sus necesidades ya que para eso existen las micro empresas para adaptarse al bolsillo del cliente y de esta manera generar muchas ganancias.

La mitad de las Mypes conoce el termino gestión de calidad (50%), asimismo en su mayoría relativa con respecto a las técnicas actuales que conocen es el outsourcing

(30%), de tal manera la mayoría simple tienen dificultades para la implementar la Gestión de Calidad porque el aprendizaje es lento (30%), también las técnicas para medir el rendimiento la que emplean es la observación (65%), además la gestión de calidad la mayoría si contribuye con el rendimiento (55%) dijo que si, al mismo tiempo la mayoría de estas Mypes no han recibido capacitación (60%), además la mayoría de las Mypes no han sido capacitadas actualmente (70%), asimismo el número de capacitaciones realizadas en su mayoría nunca se han capacitado (55%), de tal manera la mayoría considera que la capacitación es un gasto (55%), también la mitad de las Mypes no capacita a su personal (50%), con respecto a las técnicas que ha realizado para capacitar a su personal la mitad dijo que ninguna (50%), asimismo la mayoría relativa no capacita a su personal por lo tanto no tiene temas de capacitación que haya realizado (45%), además la mayoría simple dice que la razón por la que no capacita al personal es por falta de dinero (40%), también la mayoría relativa nos dice que no tienen beneficios con la capacitación porque no capacitan a su personal (45%), al mismo tiempo en su mayoría relativa afirma que la capacitación mejora el rendimiento del personal (45%), con respecto a la evaluación de los resultados después de una capacitación la mitad no evalúa al personal porque no los capacitan (50%), además la totalidad de los representantes afirman que la capacitación mejora la rentabilidad (100%), también en su mayoría relativa afirma que la capacitación mejora la competitividad (75%), de tal manera la mayoría no considera a la capacitación como un factor relevante de la Gestión de Calidad (60%), también la mitad dice que nunca ha capacitado a su personal por lo tanto no saben cómo mejora el personal con la capacitación (50%), de igual forma la mayoría utiliza normas para dar una buena atención

al cliente y está en el reglamento de la empresa (70%); manifestando que hasta la actualidad las Mype no tienen el conocimiento sobre la definición de Gestión de Calidad, ya que es un elemento fundamental para mejorar los conocimientos de sus productos o servicios, de igual forma no capacitan a su personal pero saben que si los capacitan tendrían más beneficios, y obtendrían más rentabilidad.

Puedo concluir que los representantes de las mypes de servicio rubro restaurantes del Asentamiento Humano la Primavera deben de realizar una capacitación inmediatamente, empezando ellos mismos ya que cada empleado tiene un cargo como por ejemplo la cocina el chefs y el salón los mozos y no cambiando los papeles, luego capacitar al personal para que su talento o profesionalismo lo exploten.

También concluyo que si los representantes motivan al personal con las capacitaciones será más fácil implementar la gestión de calidad y de esta manera el cliente se beneficiaría ya que tendría mas confianza de consumir sus alimentos en estos restaurantes ya que sus productos serán de primera, tendrán una atención eficiente y amable y fidelizaríamos a los clientes.

ASPECTO COMPLEMENTARIO

Recomendaciones:

Motivar al personal, usando un léxico adecuado para que todos puedan entender las funciones que se les encomienda.

Implementar nuevas técnicas para evaluar el desempeño del personal, y ser un poco pacientes con el personal de aprendizaje lento, motivándolos siempre con incentivos, regalos, remuneraciones.

Capacitaciones más seguidas para que el personal tenga conocimiento de nuevas técnicas de gestión y lo pongan en práctica.

Finalmente, se les recomienda a las Mypes contratar a jóvenes entre los 18 y 30 años que quizás no cuenten con la experiencia suficiente, pero al brindarles la oportunidad ellos demostrarían sus conocimientos, habilidades, agilidades y capacidad para adaptarse rápidamente a las nuevas tendencias para insertarse en el mundo laboral que cada día es más difícil.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Apega. (2015). Sociedad Peruana de Gastronomía, *Gastronomía, desarrollo e identidad nacional*. Recuperado de <http://www.apega.pe/descargas/contenido/130-apega-cocina-peruana.pdf>
- Bustamante. (2014). Perú: 68.8% de la mano de obra que emplean las Mypes corresponde a familiares. *Agencia Peruana de Noticia, Andina*. Recuperado de <https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/peru-688-de-la-mano-de-obra-que-emplean-las-mypes-corresponde-familiares>.
- Cámara L. (2017). La calidad en el proceso administrativo. *El Empresario*. Recuperado de <https://eempresario.mx/calidad/calidad-proceso-administrativo>.
- Cabrera, M y Vallejo. C (2018). *Propuesta de un plan de capacitación para mejorar la capacitación al cliente en el sector gastronómico Guayaquil por medio de la empresa Municipal de turismo de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/37724/1/PROPUESTA%20DE%20UN%20PLAND%20E%20CAPACITACION%20PARA%20MEJORAR%20LA%20ATENCION%20AL%20CLIENTE%20EN%20EL%20SECTOR%20GASTRONOMICO.pdf>
- Casas, A. (2003, mayo, 27). La encuesta como técnica de investigación, elaboración de cuestionario y tratamiento estadístico de los datos. *Elsevier*. Recuperado de <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>.
- Chiavenato, I. (2009). *Administración de recursos humanos, el capital humano de las organizaciones*. Brasil: editorial Copyright, recuperado de https://www.academia.edu/29724210/Chiavenato._Administracion_de_Recursos_Humanos_subrayado.

- Elías, J. (2018, mayo, 17). Informalidad en Mype llega al 60% en la Libertad. *La República*. Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/1244414-informalidad-mypes-llega-60-libertad/>
- Fernández. J. A. (2016, marzo,4). Sector restaurantero genera 1,000 mdp en venta. *Forbes México*. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/sector-restaurantero-genera-1000-mdp-ventas/>.
- Flores, C. C.(2018,05 de abril). ¿Cuál es la situación actual de las mipymes de Piura? Un dato más del 30 % son informales. *Infomercado*. Recuperado <https://infomercado.pe/cual-es-la-situacion-actual-de-las-mipymes-de-piura/>.
- Galván, B. (10 de 04 de 2011). Capacitación. Recuperado de <http://barbaragalvangnz.blogspot.com/2011/04/tipos-de-capacitacion.html>.
- Gómez. C. F. H. (2018). *Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las MYPE, rubro restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013*. Universidad católica los Ángeles de Chimbote, Piura. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034143>.
- Gutman, N. (2011). *Como medir los resultados de una capacitación*. Recuperado de <http://www.americalearningmedia.com/component/content/article/60-innovacion/256-como-medir-los-resultados-de-una-capacitacion>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación Científica*. Prentice Hall. Obtenido de Editorial Prentice Hall. México D.F.
- INEI (2019, 10 de junio). Mas de un millón de Mypes son lideradas por mujeres. *Diario el Peruano*. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia-mas-un-millon-mypes-son-lideradas-mujeres-80352.aspx>
- IPE (2019, junio,11). La región no avanza en Ranking Nacional de competitividad. *La Industria*. Recuperado de <https://www.ipe.org.pe/portal/la-region-no-avanza-en-ranking-nacional-de-competitividad/>
- ISO 10015. (2013). Etapas en la gestión de capacitación. Recuperado de http://www.imaginar.org/docs/etapas_capacitacion.pdf.

- ISO 9001. (2015). *Gestión de calidad*. Recuperado de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/10/quiere-saber-lo-que-significa-la-gestion-de-calidad/>.
- Ley 30056. *Diario oficial el Peruano*. Perú. 2 de julio, 2013. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>.
- Medina. C; Saravia. H y Torres. I. (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; año 2015*”. Universidad del Salvador Facultad Multidisciplinaria Oriental Departamento de Ciencias Económicas Sección de Administración de Empresas, el Salvador, Centro América. Recuperado de <http://ri.ues.edu.sv/10665/1/50108203.pdf>
- Mep. (2019). *Constitución y formalización de tu empresa en el Perú*. Recuperado de <https://mep.pe/constitucion-y-formalizacion-de-tu-empresa-en-el-peru/>.
- MINCETUR. (2018). *Reporte Regional del Comercio en Piura*. Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/estadisticas_y_publicaciones/estadisticas/reporte_regional/RRC_Piura_1Semestre_2018.pdf.
- Ministerio de la Producción. (2017). *MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESAS (MIPYME) Más de 1,9 millones de MiPymes formales operan en el mercado peruano al 2017*. recuperado de <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>.
- Nowell. L. L. C. L (2015). “*CAPACITACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE (Estudio realizado en los restaurantes Salón el Tecun y Pasaje Mediterráneo de la zona 1 de Quetzaltenango)*”, Guatemala. UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR. Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Nowell-Crysta.pdf>.

- Pacherre.R.G. (2019). Dia de la Mype: 500 mil micro y pequeñas empresas son formales. *Emprender*. Recuperado de <https://emprender.pe/dia-de-la-mype-500-mil-micro-y-pequeñas-empresas-son-formales-en-piura/>.
- Pérez, P y Gardey A (2014). *Definición de cuestionario*. recuperado de <https://definicion.de/cuestionario/>
- Pérez, R.R. (2018, 29 de mayo). Produce: Micro y pequeñas empresas aportan 24% al PBI nacional. *Andina agencia Peruana de Noticias*. Recuperado de <https://andina.pe/AGENCIA/noticia-produce-micro-y-pequeñas-empresas- aportan-24-al-pbi-nacional-711589.aspx>.
- Ramos. B. D. A. (2014). *Caracterización de financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro - pollerías del distrito de Carabayllo, provincia de Lima, departamento de Lima periodo 2012 – 2013*. Universidad católica los Ángeles de Chimbote, lima. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034285>.
- Reza, R.C. (2007). *Evaluación de capacitación en las organizaciones*. México. Panorama editorial, S.A de C.V. recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=08HaCM57MIMC&pg=PA14&dq=definicion+de+capacitacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiIsp_7gr_kAhVnK7kGHUyaA4IQ6AEIPTAE#v=onepage&q=definicion%20de%20capacitacion&f=false.
- Rousseaux, J. A. (2017, 20 de junio). En Argentina hay 605.626 empresas activas: el 99% son pymes y el 0.6% grandes compañías. *Télam*. Recuperado de <http://www.telam.com.ar/notas/201706/192914-argentina-empresas-activas-cifras-mayoria-pymes.html>
- Sáenz. A. J (2016). *La capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del A.H. Miraflores alto – zona de reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015*.

- Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(6).pdf.
- Sánchez Barraza, B. (2014). LAS MYPES EN PERÚ. SU IMPORTANCIA Y PROPUESTA TRIBUTARIA. *Quipukamayoc*, 13(25),127-131. Recuperado de <https://doi.org/10.15381/quipu.v13i25.5433>.
- Sánchez, L. (2010). *Los pasos del proceso de capacitación*. Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/los-pasos-del-proceso-de-capacitacion.html>
- Sánchez. M. M (2014). *Capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en “el restaurant mar picante” de la ciudad de Trujillo*. Universidad Privada Antenor Orrego Trujillo. Recuperado de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/351/1/SANCHEZ_MARIA_ATENCION_CLIENTE_CALIDAD_SERVICIO.pdf.
- SUNAT. (2015). *Régimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa*. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>
- Torres, C (2013). *Europa ofrece cooperación para potenciar a las Pymes*. Recuperado de <https://www.laprensa.hn/economia/laeconomia/383082-98/europa-ofrece-cooperaci%C3%B3n-para-potenciar-a-las-pymes>
- Wayne, M. (2010). *Administración de Recursos Humanos*. México: editorial Pearson educación de México. Recuperado de <https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/ccc71a187c22e0bac95c3267e2888f6f.pdf>
- yllescos. c.j.(2012). *slideshare*. objetivos y funciones de capacitación. recuperado de <https://es.slideshare.net/yezkas-yeye/objetivos-y-funciones-de-la-capacitacion>.
- Zapata. T. D. (2016). *caracterización de la capacitación y competitividad en las mype de servicios rubro picanterías de La legua–Piura, año 2014*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura. recuperado de file:///c:/users/lenovo/downloads/uladech_biblioteca_virtual%20(32).pdf

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: La capacitación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas en el sector de servicio, rubro restaurantes en el lugar Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019. Para obtener el título de Licenciada en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

1.1. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. Edad

- a) 18 – 30 años
- b) 31 – 50 años
- c) 51 a más años

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitaria
- e) Superior universitaria

4. Cargo

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo en el cargo

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

1.2.REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

6. Tiempo de permanencia de la empresa

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

7. Cantidad de trabajadores en la empresa

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares

9. Objetivo de creación de la empresa

- a) Generar ganancias
- b) Subsistencia

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD EN LA CAPACITACIÓN

10. Conoce el término Gestión de Calidad

- a) Si
- b) No
- c) Tiene poco conocimiento

11. Técnicas modernas de la gestión de calidad que conoce:

- a) Benchmarking
- b) Marketing
- c) Empowerment
- d) Las 5 C
- e) Outsourcing
- f) Otros

12. Dificultades que tiene el personal para la implementación de gestión de calidad

- a) Poca iniciativa
- b) Aprendizaje lento
- c) No se adapta a los cambios
- d) Desconocimiento del puesto

e) Otros

13. Técnicas para medir el rendimiento de personal conoce

a) La observación

b) La evaluación

c) Escala de puntuaciones

d) Evaluación de 360°

e) otros

14. La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio

a) Si

b) No

15. Ha recibido algún tipo de capacitación antes de crear su Mype

a) Si

b) No

16. Se ha capacitado en los últimos años:

a) Si

b) No

17. ¿Cuántas veces se ha capacitado?

a) 01 veces a 03 veces

b) 04 veces a más

c) Nunca

18. ¿Considera la técnica de capacitación como?

a) Inversión

b) Gasto

19. Capacita usted a su personal

a) Si

b) No

c) A veces

20. Técnicas que realiza para capacitar a su personal

a) Charlas

b) Cursos

c) Seminarios

d) Conferencia

e) Simulacros

f) Otros

g) Ninguna

21. ¿En qué temas se ha capacitado y a capacitado a su personal?

a) Publicidad

b) Ventas

c) Atención al cliente

d) Trabajo en equipo

e) Otros

f) No capacita a su personal

22. ¿Por qué razón no capacita a su personal?

- a) Desconocimiento
- b) Desinterés
- c) Falta de dinero
- d) Mala organización
- e) Otros
- f) Si, capacita a su personal

23. Tipo de beneficios le proporcionó la capacitación

- a) Incremento en las ventas
- b) Fidelización del cliente
- c) Mejor organización
- d) Aumento de clientes
- e) Otros
- f) Ninguna, porque no capacita a su personal

24. Considera usted que la capacitación mejora el rendimiento de sus trabajadores

- a) Si
- b) No
- c) A veces
- d) No, porque no capacita a su personal

25. Realiza una evaluación de resultados después de capacitar a su personal

- a) Si
- b) No
- c) A veces
- d) No, porque no capacita a su personal.

26. La capacitación mejora la rentabilidad de la empresa.

- a) Si
- b) No

27. La capacitación mejora la competitividad

- a) Si
- b) No

28. La capacitación es un factor relevante para la gestión de calidad

- a) Si
- b) No

29. De qué manera mejora el personal con la capacitación en la empresa

- a) Aumenta el rendimiento del trabajo.
- b) Mejora la rapidez en el trabajo.
- c) Mejora la calidad del trabajo

30. Normas que utiliza su empresa para dar una buena atención

- a) ISO 9001- 2015
- b) Reglamento de la empresa
- c) Normas Legales.

Anexo 2: Consentimiento Informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado señor (a)

"El Rosal Viviente"

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación optar el título profesional de Administración denominado: La capacitación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio, rubro restaurantes del Asentamiento Humano Primavera del distrito de Castilla, Piura 2019.

Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas con el uso de la Capacitación como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa

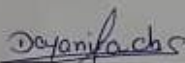
Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas sobre el estudio, puede comunicarse con mi persona al teléfono N° 941843515, correo: chungadeyanira@gmail.com o con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Trujillo, Perú: Carlos Enaldo Rebaza Alfaro con celular N° 931116791 y a los Correos: carlosenaldorebazaalfaro@gmail.com y crebazaa@uladech.edu.pe

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado.


Chunga Serriague Deyanira
Nombre del investigador


Firma del investigador

14-10-19
Fecha

10:00 am
Hora

Carlos E. Rebaza Alfaro
Nombre del docente tutor


Firma del docente tutor
Escuela de Administración
U.L.A.D.E.C.H.
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD: 36391

13-10-19
Fecha

9:30 am
Hora

Anexo 3: Figuras
Tabla 01

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Asentamiento Humano Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019.

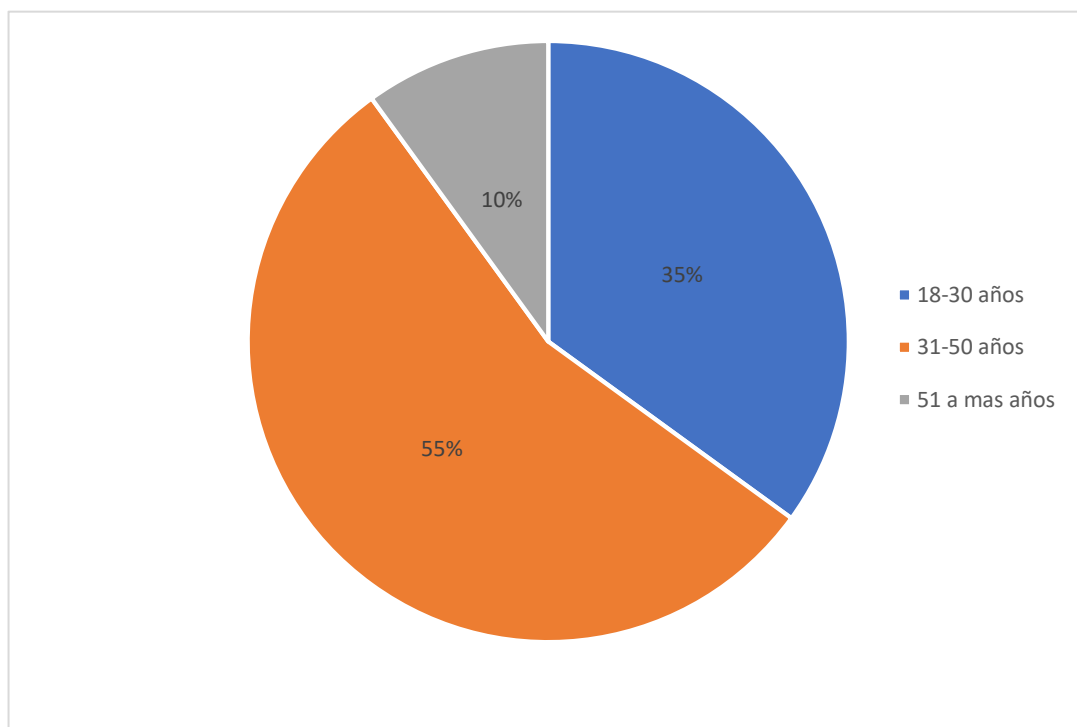


FIGURA 1: EDAD DE LOS REPRESENTANTES

Fuente: Tabla 1

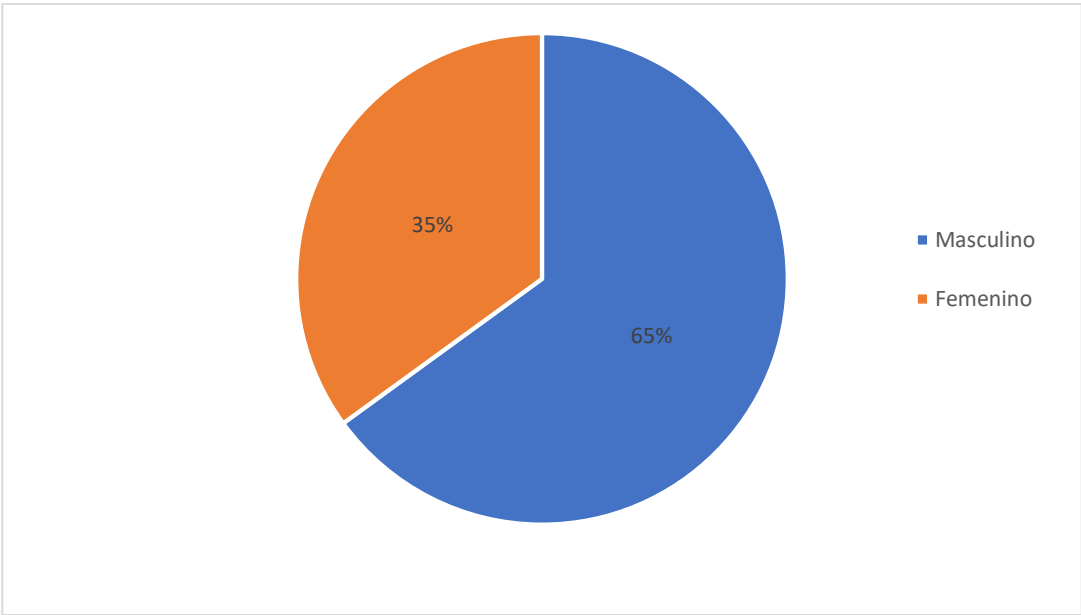


FIGURA 2: GÉNERO DE LOS REPRESENTANTES

Fuente: Tabla 1

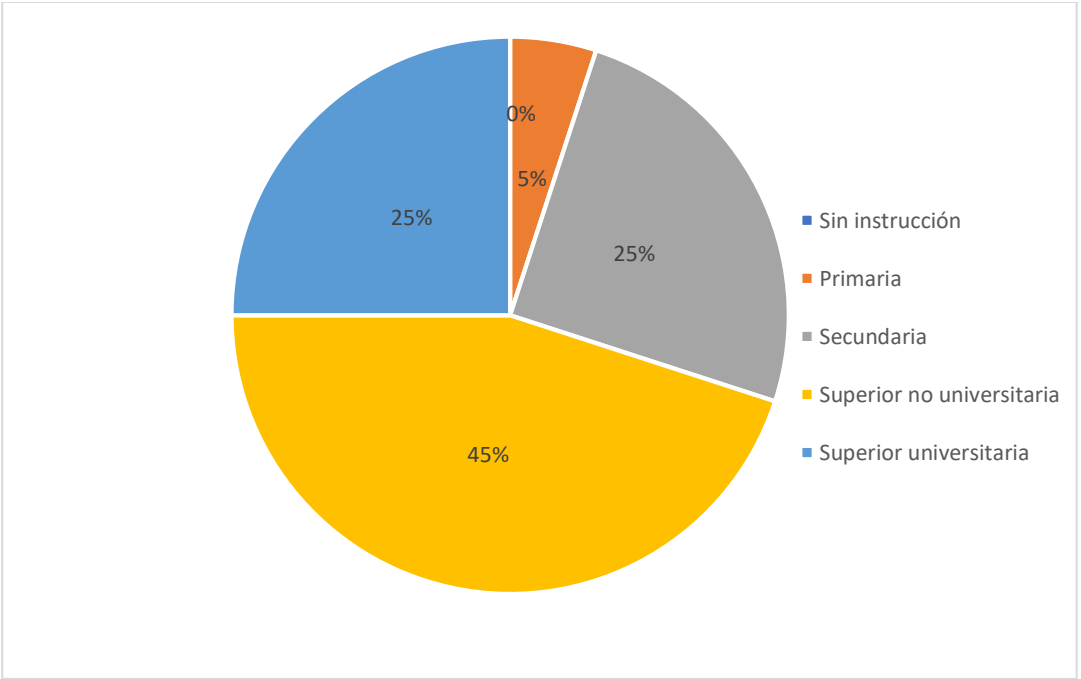


FIGURA 3: GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LOS REPRESENTANTES

Fuente: Tabla 1

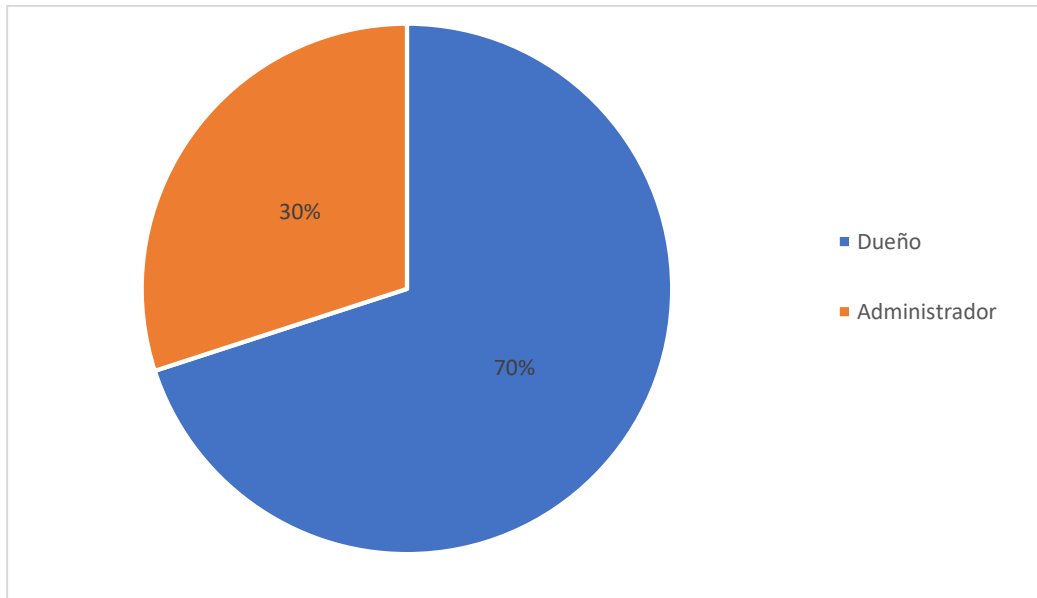


FIGURA 4 : CARGO DE LOS REPRESENTANTES

Fuente: Tabla 1

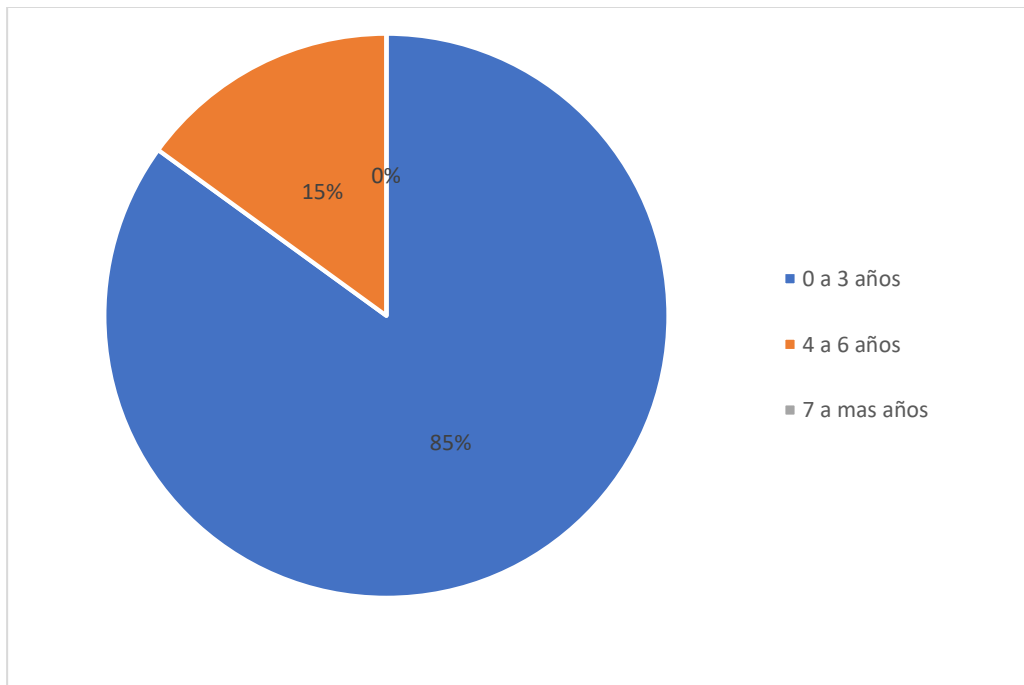


FIGURA 5: TIEMPO DE CARGO DE LOS REPRESENTANTES

Fuente: Tabla 1

Tabla 2

características de las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes del Asentamiento Humano Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019.

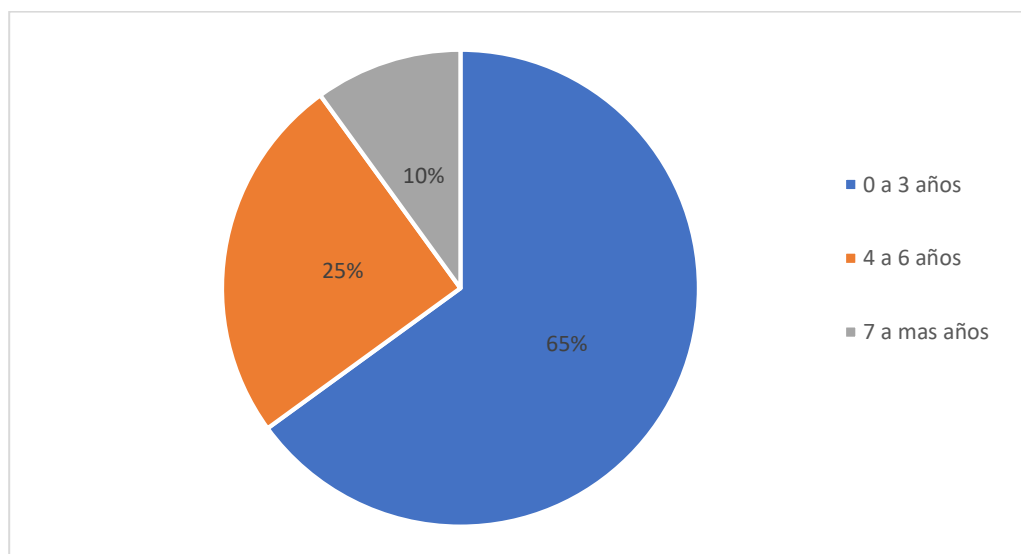


FIGURA 6: TIEMPO DE LA EMPRESA

Fuente: Tabla 2

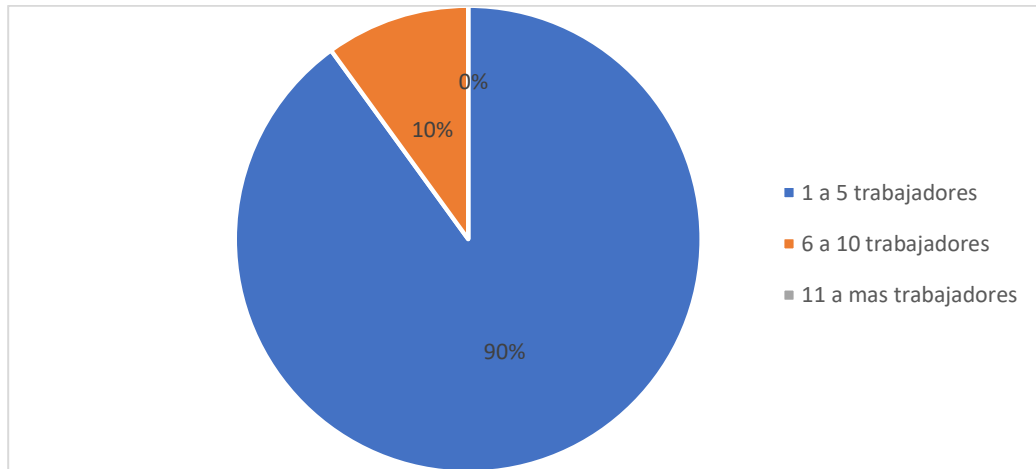


FIGURA 7: CANTIDAD DE TRABAJADORES EN LA EMPRESA

Fuente: Tabla 2

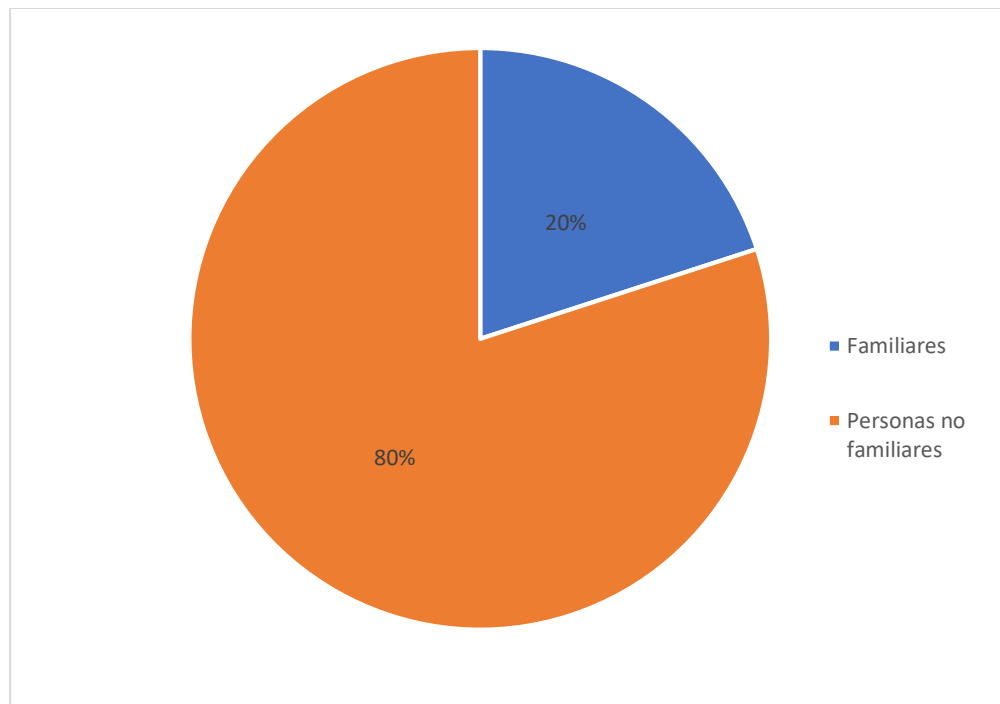


FIGURA 8: COLABORADORES DE LA EMPRESA

Fuente: Tabla 2

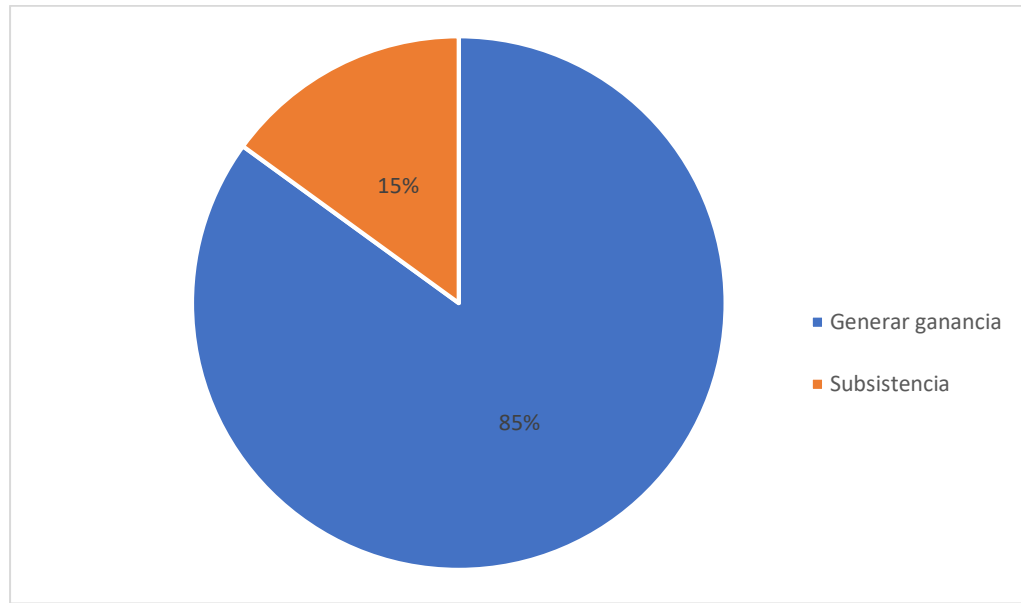


FIGURA 9: OBJETIVO DE CREACIÓN DE LA EMPRESA

Fuente: Tabla 2

Tabla 3

Características de la capacitación como factor relevante en la gestión de calidad de en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio, rubro restaurantes en el Asentamiento Humano Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019.

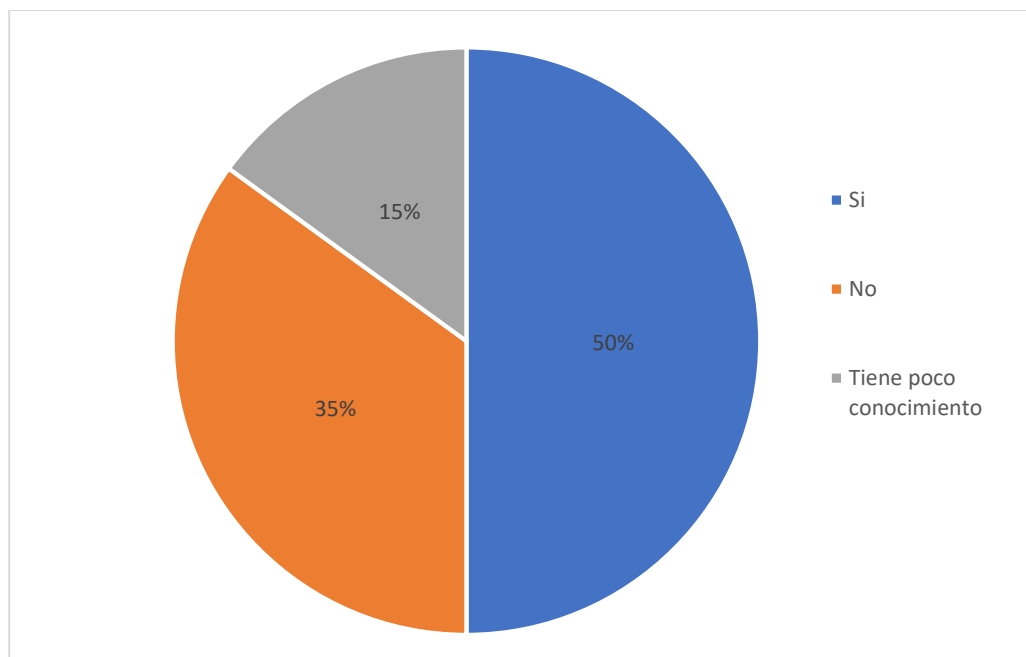


FIGURA 10: CONOCIMIENTO SOBRE GESTIÓN DE CALIDAD

Fuente: Tabla 3.

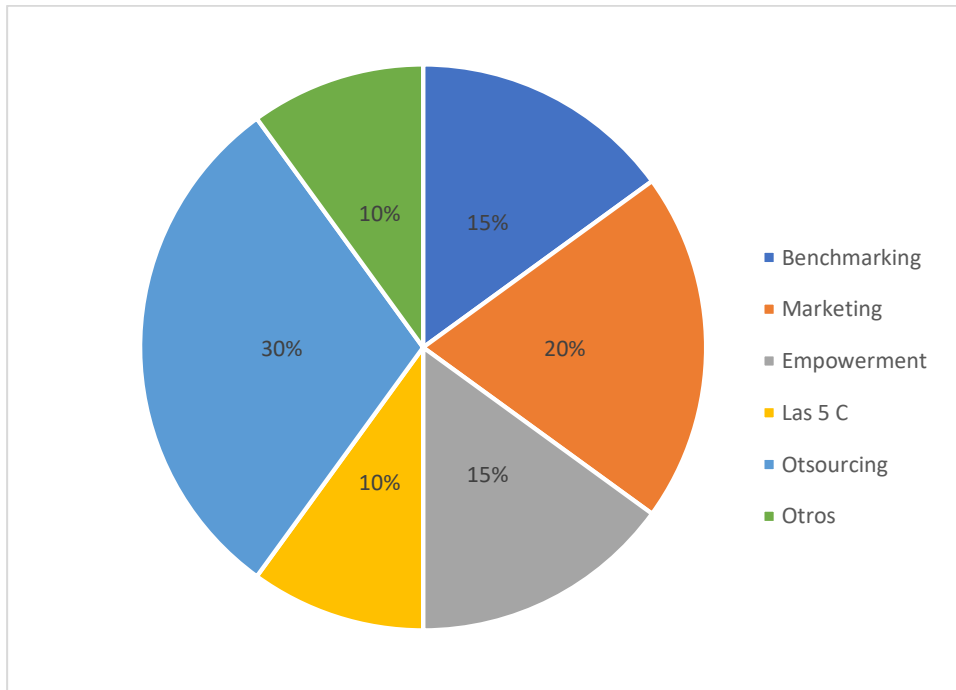


FIGURA 11: TÉCNICAS ACTUALES QUE CONOCE.

Fuente: Tabla 3.

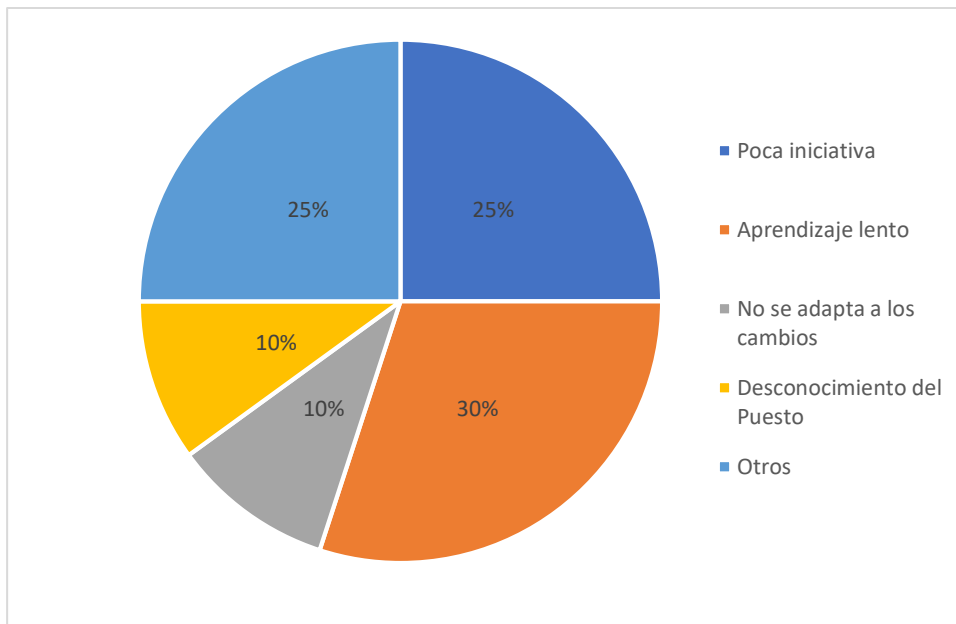


FIGURA 12: DIFICULTADES DE LA GESTIÓN DE CALIDAD

Fuente: Tabla 3.

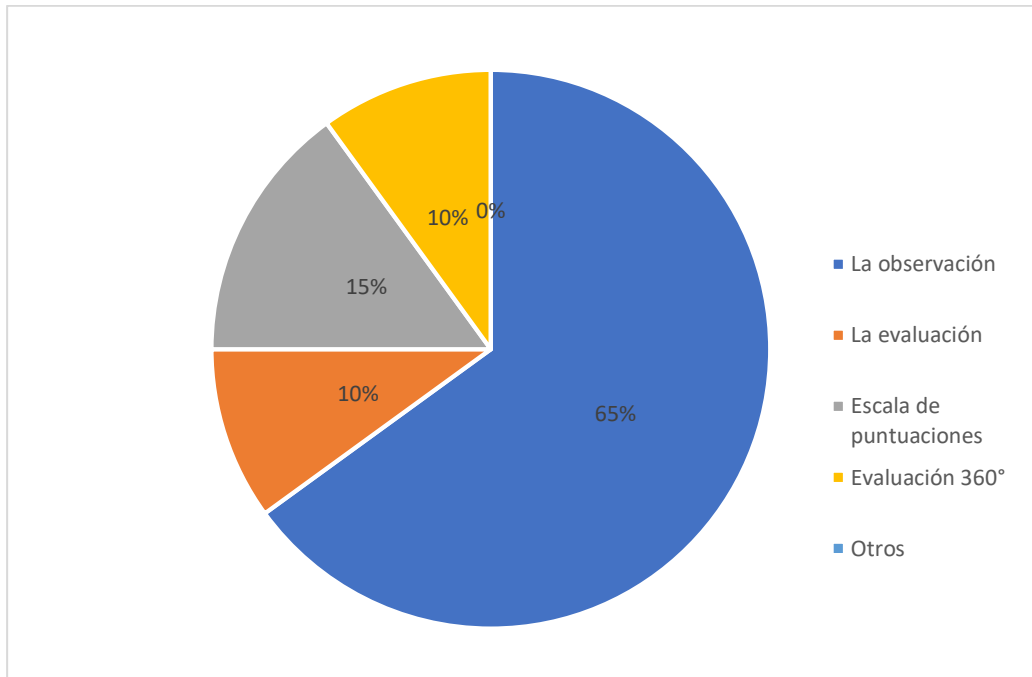


FIGURA 13: TÉCNICAS PARA MEDIR EL RENDIMIENTO

Fuente: Tabla 3.

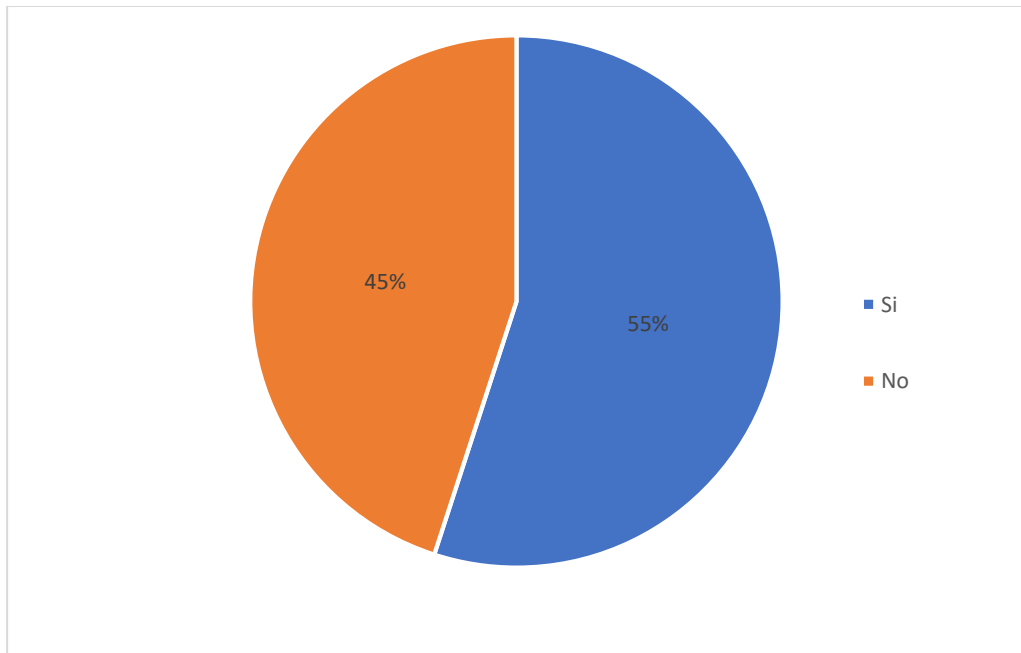


FIGURA 14: LA GESTIÓN DE CALIDAD CONTRIBUYE CON EL RENDIMIENTO

Fuente: Tabla 3.

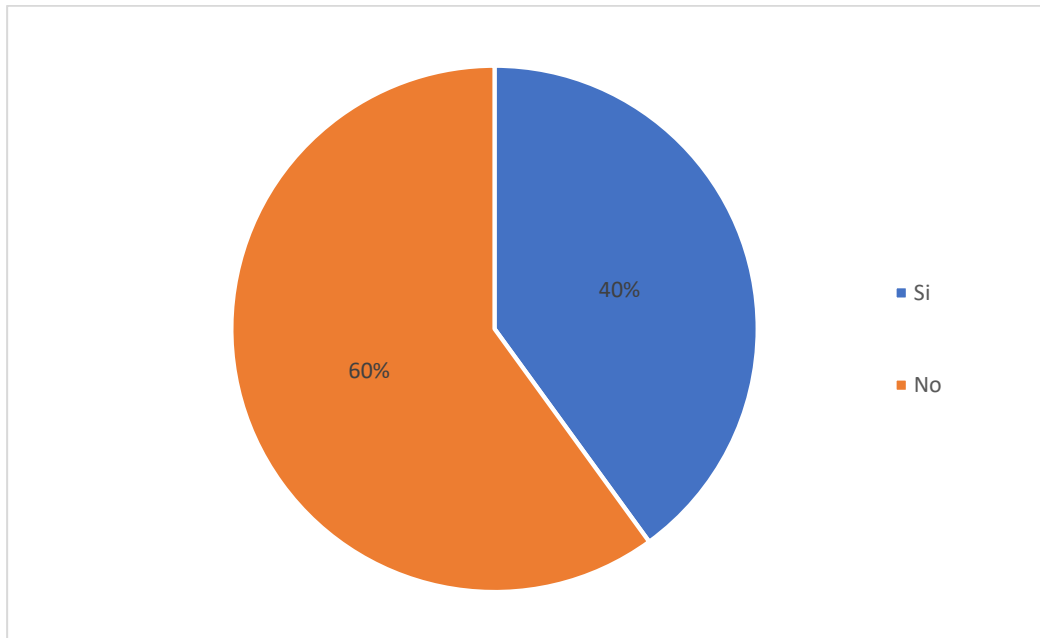


FIGURA 15: HA RECIBIDO CAPACITACIÓN ANTES DE CREAR SU MYPE.

Fuente: Tabla 3.

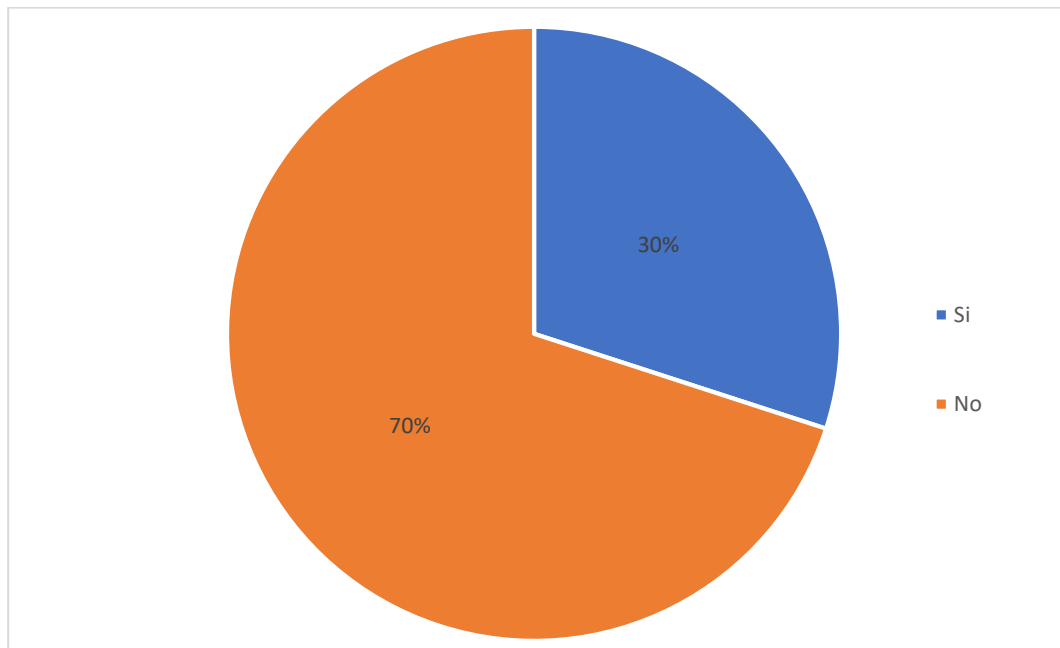


FIGURA 16: CAPACITACIÓN EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

Fuente: Tabla 3.

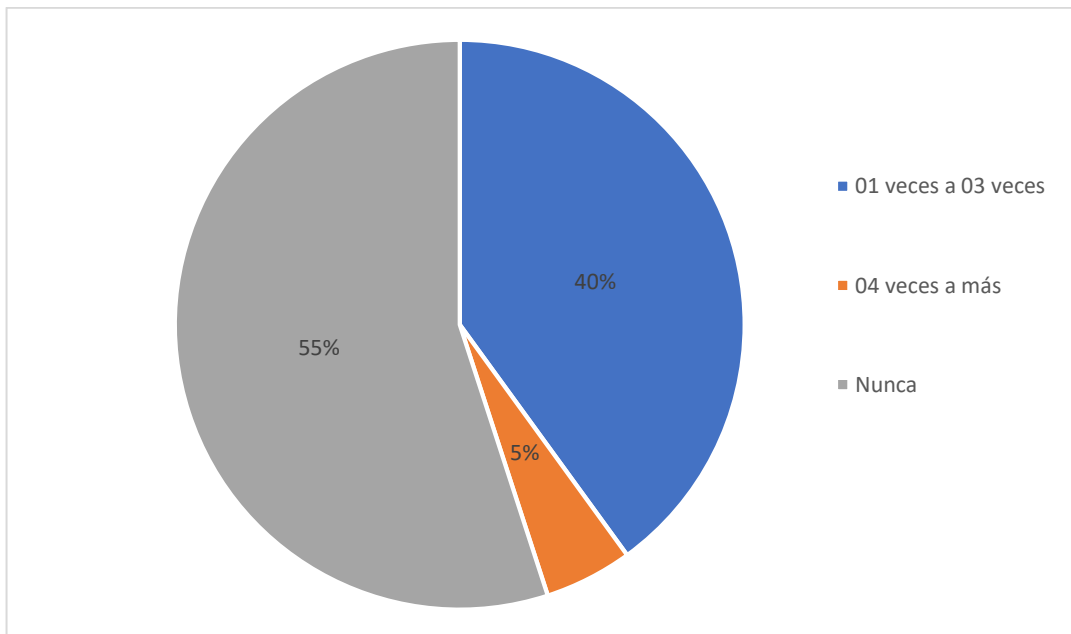


FIGURA 17: NÚMERO DE CAPACITACIONES REALIZADAS.

Fuente: Tabla 3.

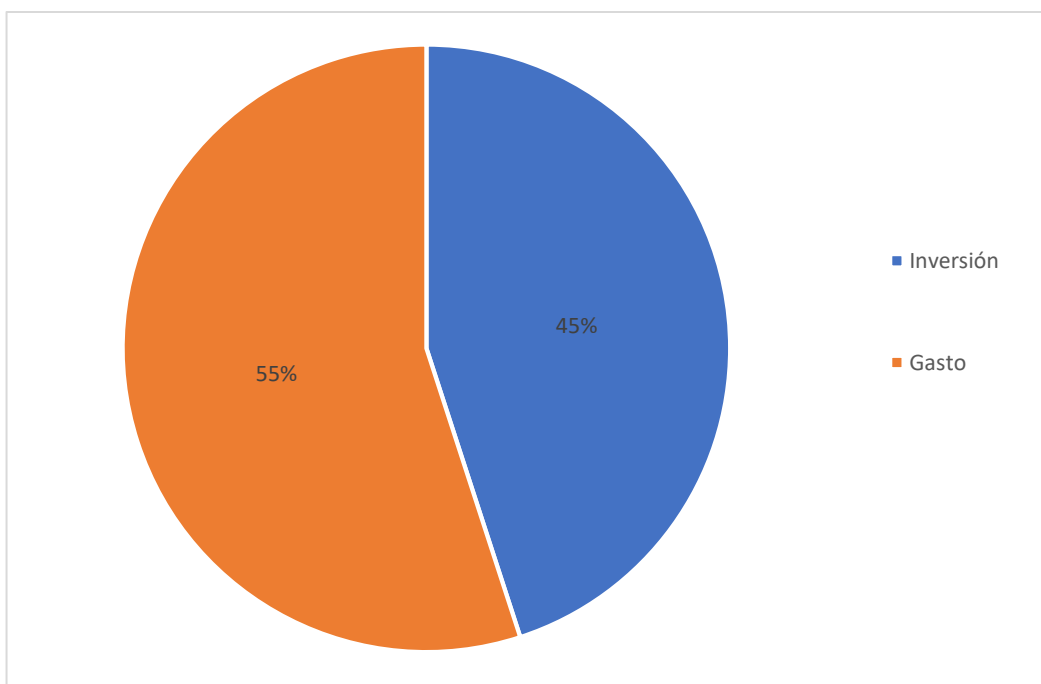


FIGURA 18: CONSIDERA LA CAPACITACIÓN COMO INVERSIÓN Y GASTO.

Fuente: Tabla 3.

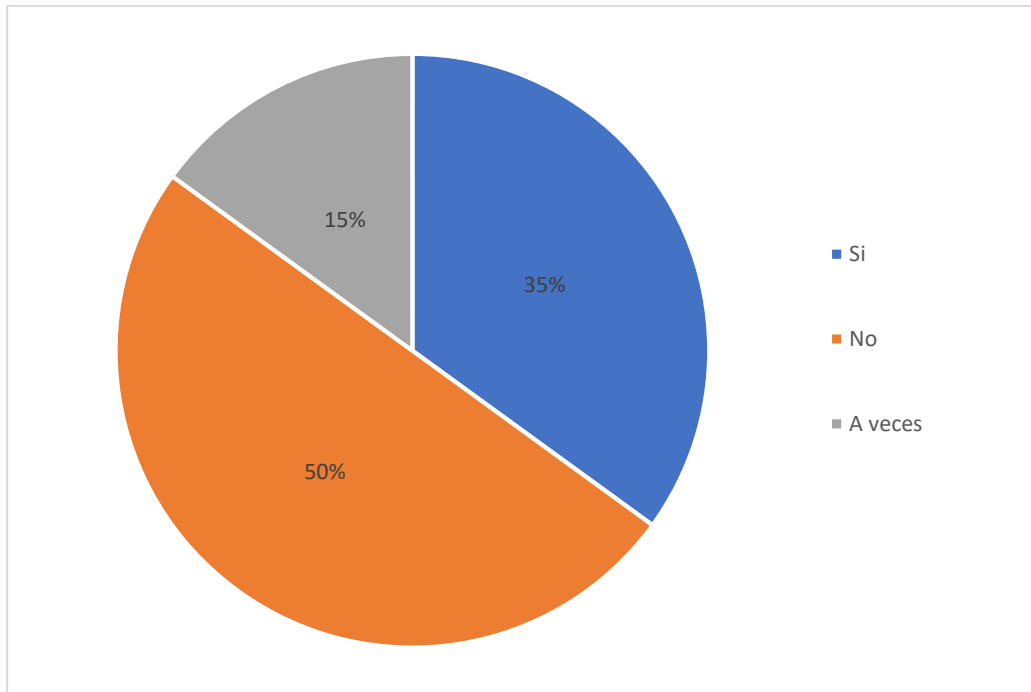


FIGURA 19: CAPACITA A SU PERSONAL

Fuente: Tabla 3.

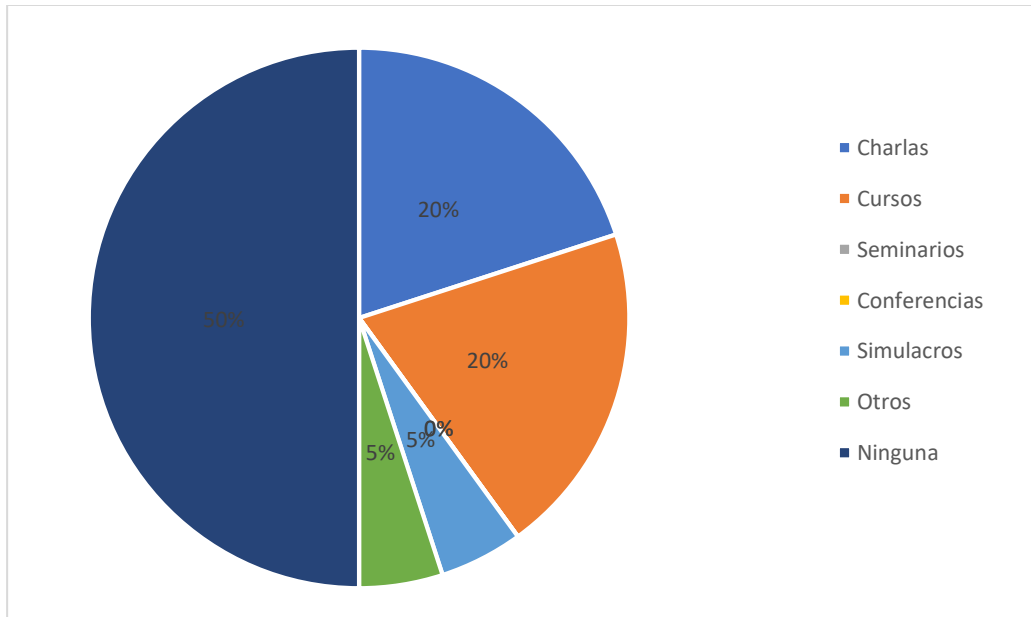


FIGURA 20: TÉCNICAS QUE HA REALIZADO PARA CAPACITAR

Fuente: Tabla 3.

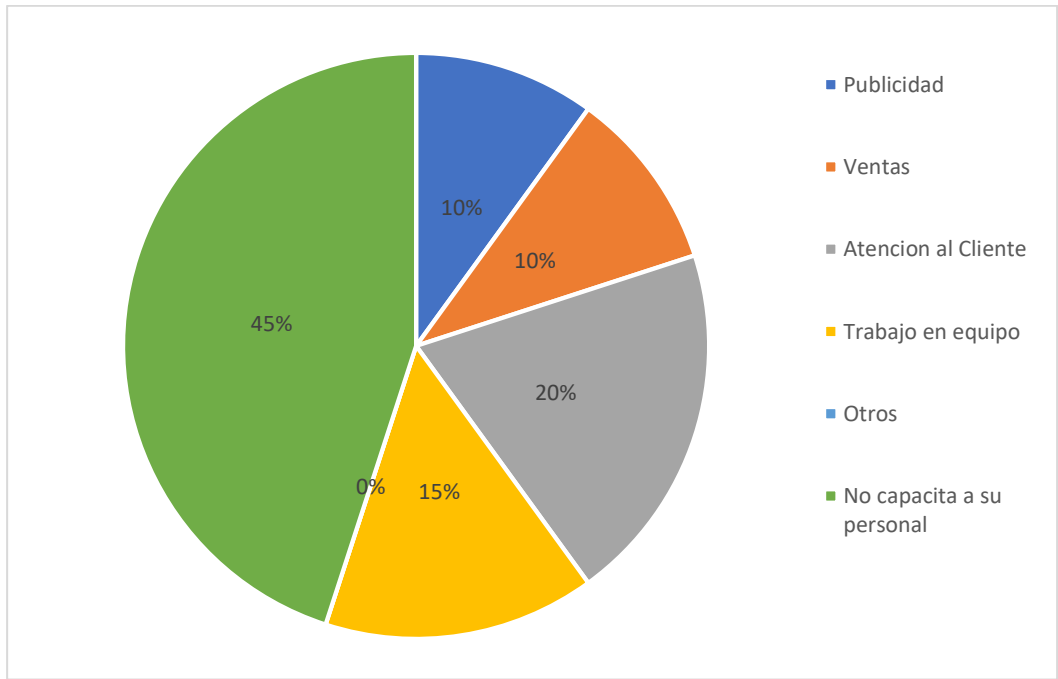


FIGURA 21: TEMAS DE CAPACITACIÓN REALIZADAS

Fuente: Tabla 3.

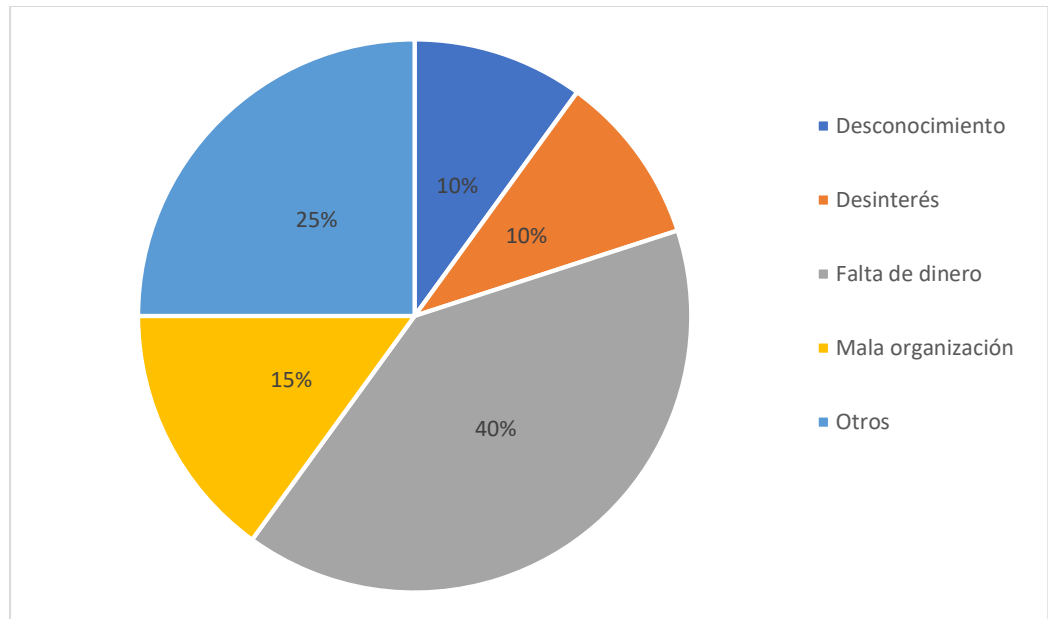


FIGURA 22: RAZÓN POR LA CUAL NO CAPACITA

Fuente: Tabla 3.

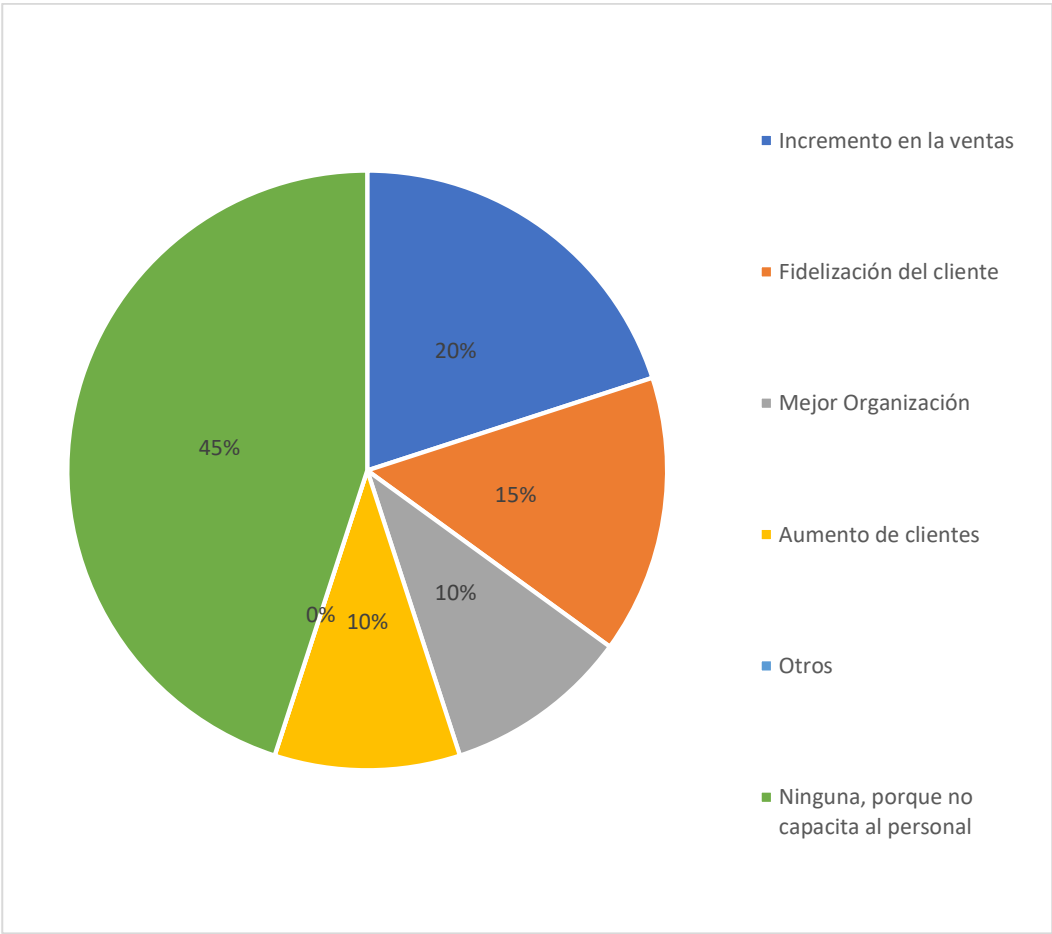


FIGURA 23: BENEFICIOS DE LA CAPACITACIÓN

Fuente: Tabla 3.

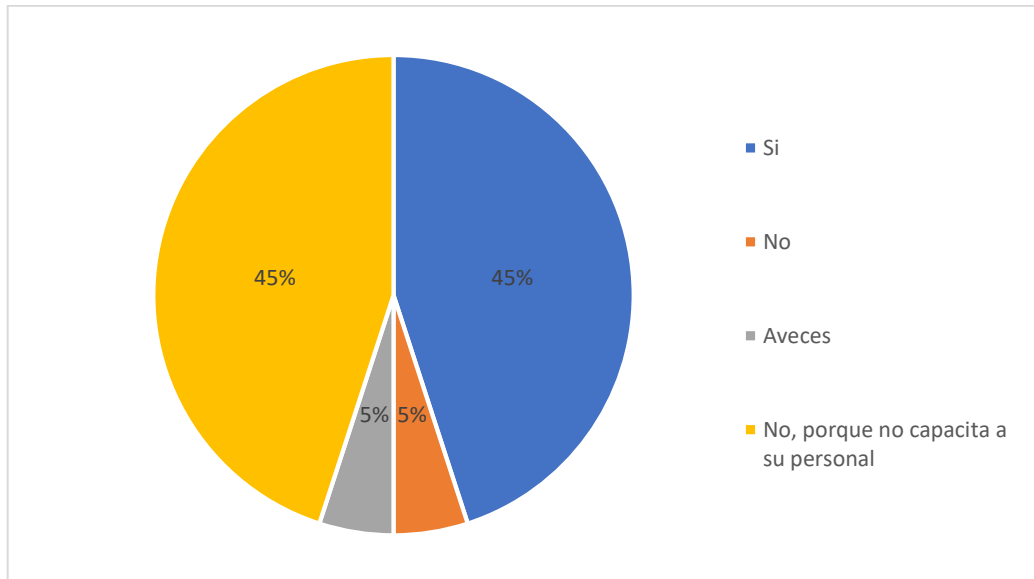


FIGURA 24: LA CAPACITACIÓN MEJORA EL RENDIMIENTO

Fuente: Tabla 3

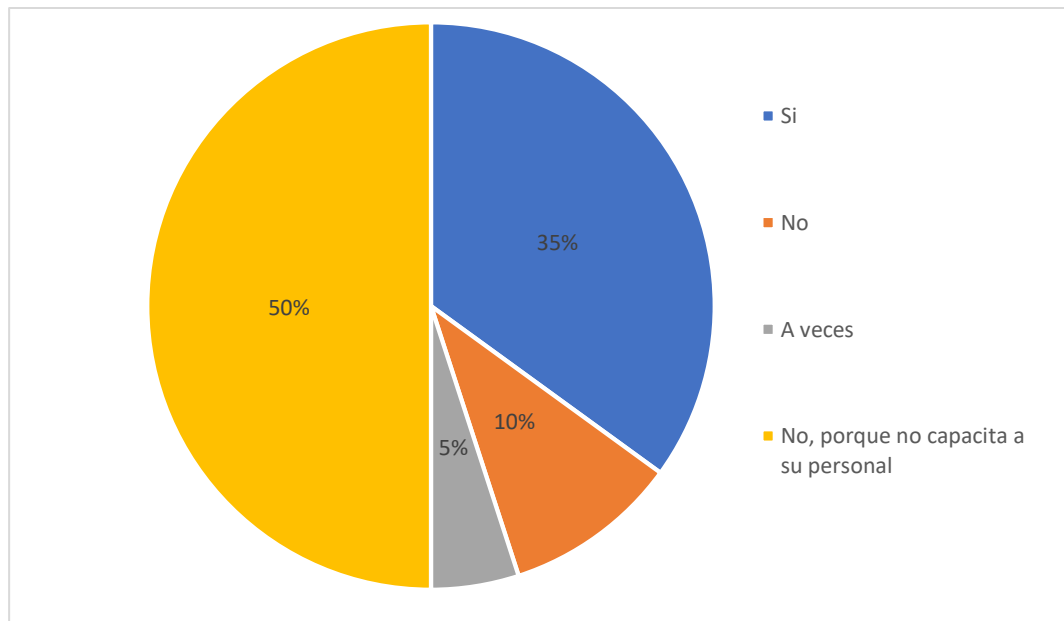


FIGURA 25: EVALÚA LOS RESULTADOS LUEGO DE UNA CAPACITACIÓN

Fuente: Tabla 3.

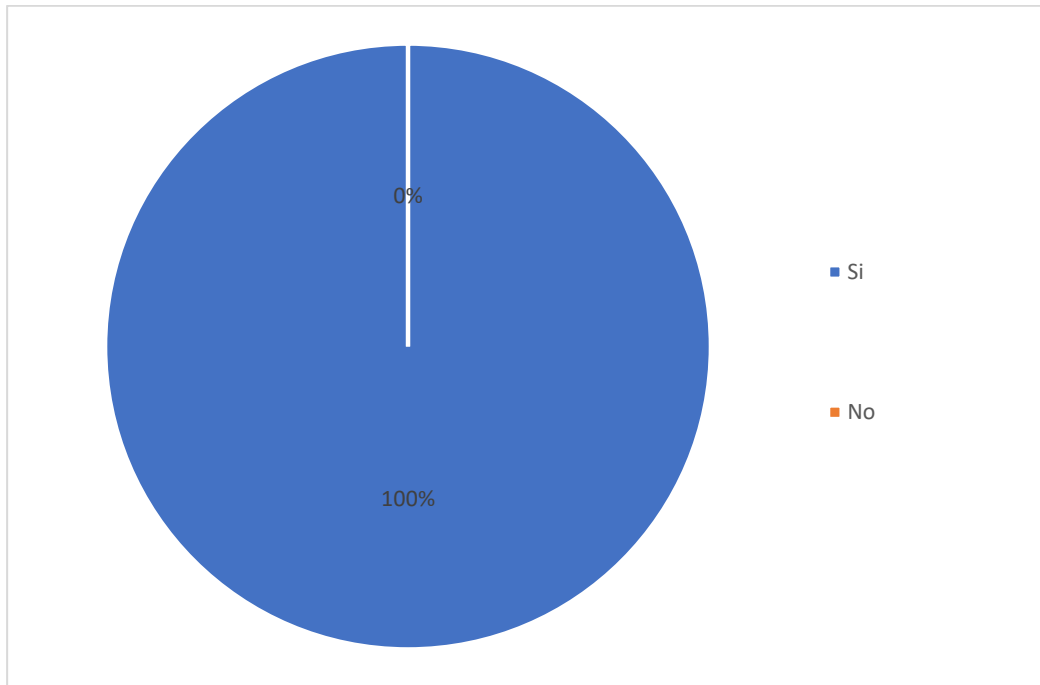


FIGURA 26: LA CAPACITACIÓN MEJORA LA RENTABILIDAD

Fuente: Tabla 3.

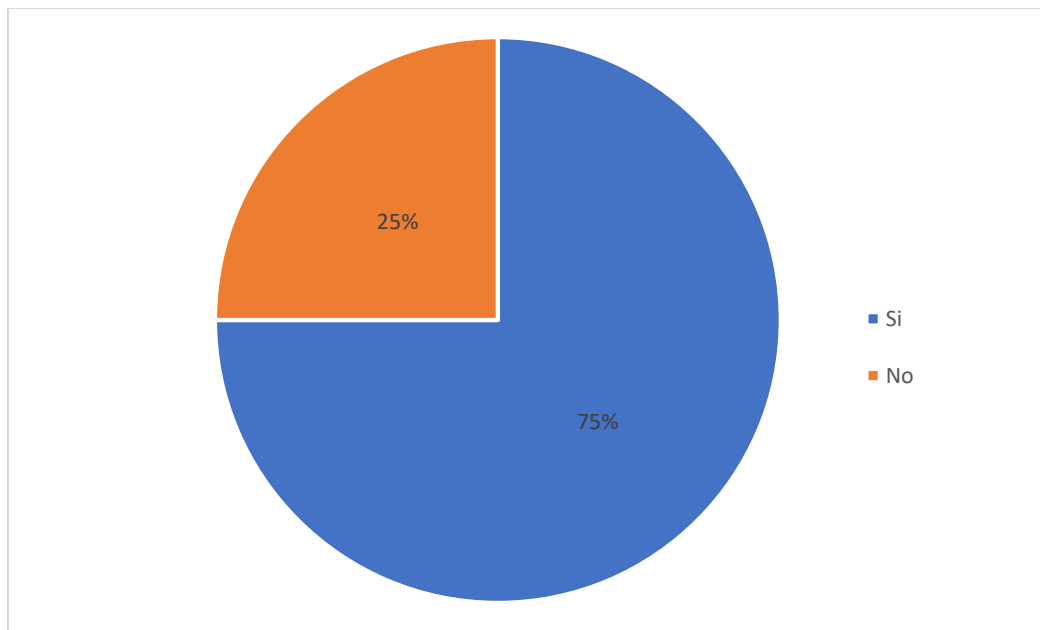


FIGURA 27: LA CAPACITACIÓN MEJORA LA COMPETITIVIDAD

Fuente: Tabla 3.

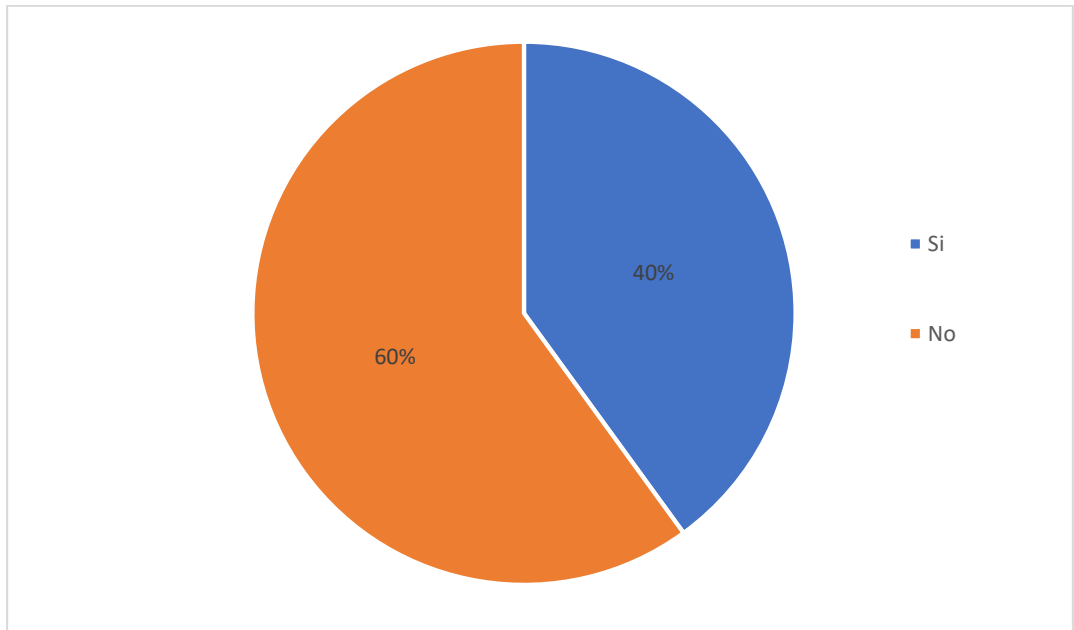


FIGURA 28: LA CAPACITACIÓN ES FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD

Fuente: Tabla 3.

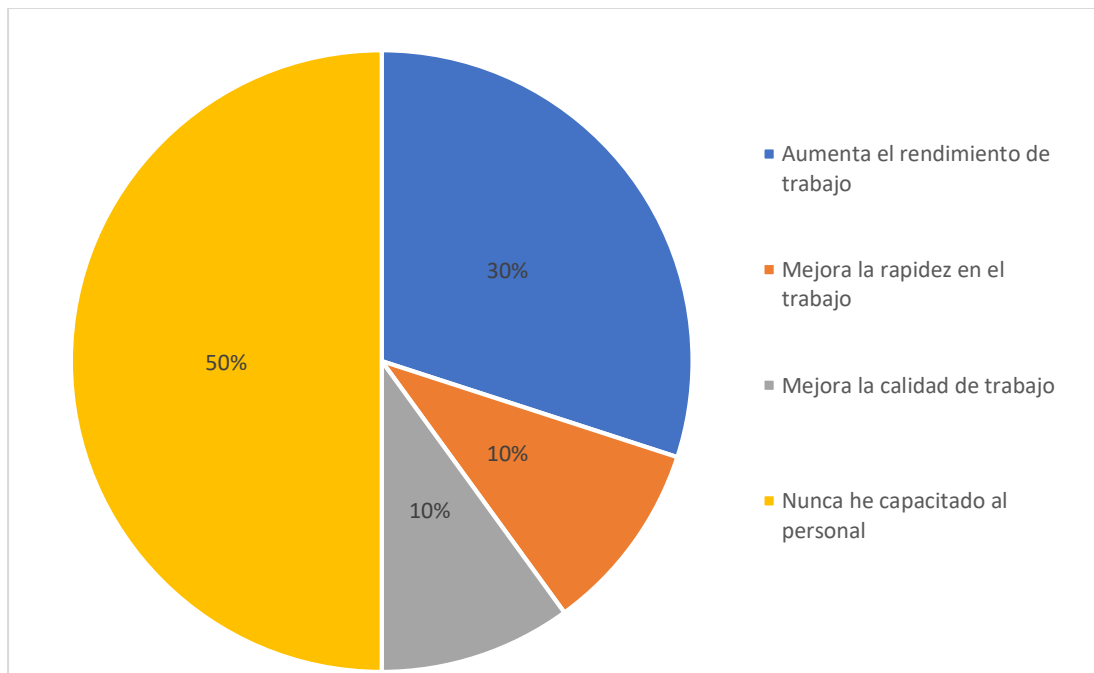


FIGURA 29: COMO MEJORA EL PERSONAL CON LA CAPACITACIÓN

Fuente: Tabla 3.

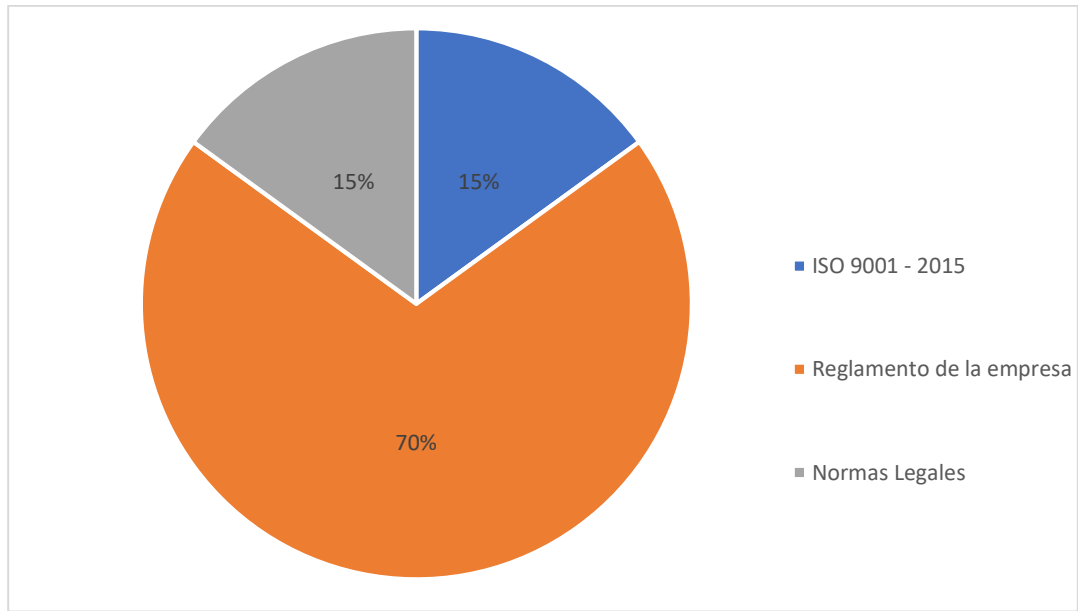


FIGURA 30: NORMAS PARA DAR BUENA ATENCIÓN

Fuente: Tabla 3.

Anexo 4: Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
	Actividades	Año 2019															
		Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del proyecto	X	X	X	X	X	X										
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación							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							
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos										X						
7	Elaboración del consentimiento elaborado										X						
8	Recolección de datos											X					
9	Presentación de datos												X				
10	Análisis e interpretación de los resultados												X				
11	Redacción del informe preliminar													X			
12	Revisión del informe final de la tesis por el jurado de la investigación														X		
13	Aprobación del informe final de la tesis por el jurado de investigación															X	
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación.															X	
15	Redacción del artículo científico																X

Anexo 5: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.30	100	300
• Fotocopias	0.10	200	200
• Empastado	50.00	2	100
• Papel bond A-4 (500 hojas)	11.00	1	11.00
• Lapiceros	1.00	6	6.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			617.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	35.00	5	175.00
Sub total			175.00
Total, presupuesto de desembolsable			792.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.0 0	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.0 0	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.0 0	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.0 0	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.0 0	4	252.00
Sub total			252.00
Total presupuesto no De desembolsable			652.00
Total (S/.)			1,444.000

Anexo 6: Información de las Mypes de la municipalidad distrital de castilla

LEYENDA DE FUNCIONAMIENTO 2024-2026

AÑO	ITEM	RUC DEL INFORMANTE	NUMERO DE LICENCIA	RUC DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCIÓN FISCAL	RUBRO	AREA
10	1	10028360154	00006		EL ROSAL VIVIENTE	ILIA CORDOVA TUDOR A.H LA PRIMAVERA MZ. B1, LOTE 1		Restaurantes	108M2
17	2	10028254542	000163			JIMENEZ RIVAS MANUE MZ. E1 LOTE 28 A.H LA PRIMAVERA		Restaurantes	15
26	3	10003728222	000456			PAMIREZ VICHEZ MANA H LA PRIMAVERA 3 ETAPA MZ. G3 LOTE 22		Restaurantes	115.5
28	4	10028381621	000602		RESTAURANT POLLERIA MARIY	PAZ SILVIA LUZ MARIYA A.H LA PRIMAVERA AV. GUARDIA CIVIL MZ. C1 LO		Restaurantes	66.70M2
60	5	10463076253	000991		RESTAURANT "MI CASTIA"	FLORES HENRIQUEZ OHAV. GUARDIA CIVIL MZ. "G1" S1. 01 - AA.HH LA PRIMAVERA 1 ETAPA		Restaurantes	50.00M2
73	6	10033129660	001205	1003179960	RESTAURANT CEVICHERIA "TOMA ELEN ALAMO DE CHANG ROS. MZ. D1 LOTE 02 A.H. LA PRIMAVERA 1 ETAPA			Restaurantes	210.00M2
80	7	10028161617	001303	10026916157	RESTAURANT "ADIFEC'S"	CALLE FLORES PETROF MZA. D1 LOTE 03 A.H. LA PRIMAVERA 1 ETAPA P.U. RESTAURANTES		Restaurantes	74.30M2
86	8	10278465707	001628	10278465707	RESTAURANT "MI FLORCITA"	PALACIOS MELENDEZ MZ. B1 LOTE 26. A.H. LA PRIMAVERA		Restaurantes	194.04 M2
145	9	10028338942	001141		RESTAURANT CROLO LA CASA DE EL	MZ. "B4" LOTE "P" 12 - AA.HH LA PRIMAVERA - 1		Restaurantes	180.00 M2
148	10	10741380726	003186		LA CASA DE JAVIER	MZ. "A2" LOTE "H" - AA.HH LA PRIMAVERA - 11		Restaurantes	30.00 M2
149	11	10472019011	003196		S.A.N.	JIMENEZ CHICHAY MZ. "D" LOTE "P" 09 - AA.HH LA PRIMAVERA - CAS		Restaurantes	32.90 M2
150	12	10006679290	003220		"EL ENCANTO"	CHINCEL GARCIA SANTI MZ. "D1" LOTE "P" 01 - AA.HH LA PRIMAVERA - CAL		Restaurantes	38.06 M2
153	13	10455687181	003263		SABOR CHIMANG	ERAZO RIVAYTORA PIMAZ. "D1" LOTE "P" 04 - AA.HH LA PRIMAVERA - 10		Restaurantes	90.00 M2
154	14	10463141326	003292		"LUCIANA BRAVA"	MZ. "D1" LOTE "P" 07 - AA.HH LA PRIMAVERA - CAL		Restaurantes	75.14 M2
159	15	10028110742	003430		EL PINCON ZAPIROKERO	EDGARDO UTARIG CELU. AA.HH LA PRIMAVERA MZ. F1 LOTE "B" - CASTILLA		Restaurantes	121.00 M2
164	16	10412546692	003489		EL LIMON NOITEHO	TINTE 505A EDEYSA AV. GUARDIA CIVIL MZ. "F1" LOTE "P" 01 - AA.HH LA PRIMAVERA - CEVI		Restaurantes	180M2
169	17	10027918009	000005		RESTAURANT CEVICHERIA HOLLSIEVS	SANTOS YARLEQUE, LUISA AA.HH. LA PRIMAVERA MZ. E1 LOTE 28		Restaurantes	85.00M2
172	18	10454728829	000044		EL BUEN BITUTE	MARTINO RUIZ, LUZ SABINA AA.HH LA PRIMAVERA MZ. C2 LOTE 01		Restaurantes	32 M2
178	19	10497094502	000176		MELIZA VALENIELA RESTAURANT	NIÑA VALENELIA MELIZA ELIZABETH AA.HH LA PRIMAVERA MZ. D1 LOTE 6		Restaurantes	70 M2
179	20	10431728685	000299		EL SERRANITO POLLERIA RESTAURANT	CORROVA LOPEZ GUSTO AMANTE AA.HH LA PRIMAVERA MZ. E3 LOTE 30		Restaurantes	



Anexo 7: Tabla de tabulaciones

TABLA 1 CARACTERISTICAS DE LOS REPRESENTANTES		
<i>Preguntas y alternativas</i>	<i>frecuencia absoluta</i>	<i>frecuencia relativa</i>
Edad		
18-30 años	VII	35%
31-50 años	XI	55%
51 a más años	II	10%
Total	XX	100%
Género		
Masculino	XIII	65%
Femenino	VII	35%
Total	XX	100%
Grado de instrucción		
Sin instrucción		0%
Primaria	I	5%
Secundaria	V	25%
Superior no universitaria	IX	45%
Superior universitaria	V	25%
Total	XX	100%
Cargo		
Dueño	XIV	70%
Administrador	VI	30%
Total	XX	100%
Tiempo del cargo		
0 a 3 años	XVII	85%
4 a 6 años	III	15%
7 a más años		0%
Total	XX	100%
Características de las Mypes		
<i>Preguntas y alternativas</i>	<i>frecuencia absoluta</i>	<i>frecuencia relativa</i>
Tiempo de permanencia de la empresa		
0 a 3 años	XIII	65%
4 a 6 años	V	25%
7 a más años	II	10%
Total	XX	100%

Cantidad de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	XVIII	90%
6 a 10 trabajadores	II	10%
11 a mas trabajadores		0%
Total	XX	100%
Colaboradores de la empresa son		
Familiares	IV	20%
Personas no familiares	XVI	80%
Total	XX	100%
Objetivo de creación		
Generar ganancia	XVII	85%
Subsistencia	III	15%
Total	XX	100%
<i>características de capacitación y la gestión de calidad.</i>		
<i>Preguntas y alternativas</i>	<i>frecuencia absoluta</i>	<i>frecuencia relativa</i>
Conocimiento sobre gestión de calidad		
Si	X	50%
No	VII	35%
Tiene poco conocimiento	III	15%
Total	XX	100%
Técnicas actuales que conoce		
Benchmarking	III	15%
Marketing	IV	20%
Empowerment	III	15%
Las 5 C	II	10%
Otsourcing	VI	30%
Otros	II	10%
Total	XX	100%
Dificultades de gestión de calidad		
Poca iniciativa	V	25%
Aprendizaje lento	VI	30%
No se adapta a los cambios	II	10%
Desconocimiento del Puesto	II	10%
Otros	V	25%
Total	XX	100%
Técnicas para medir el rendimiento		

La observación	XIII	65%
La evaluación	II	10%
Escala de puntuaciones	III	15%
Evaluación 360°	II	10%
Otros		0%
Total	XX	100%
La gestión de calidad contribuye con el rendimiento		
Si	XI	55%
No	IX	45%
Total	XX	100%
Recibió Capacitación		
Si	VIII	40%
No	XIII	60%
Total	XX	100%
Se ha capacitado actualmente		
Si	VI	30%
No	XIV	70%
Total	XX	100%
Número de capacitaciones realizadas		
01 veces a 03 veces	VIII	40%
04 veces a más	I	5%
Nunca	XI	55%
Total	XX	100%
Considera la capacitación como		
Inversión	IX	45%
Gasto	XI	55%
Total	XX	100%
Capacita a su personal		
Si	VII	35%
No	X	50%
A veces	III	15%
Total	XX	100%
Técnicas que ha realizado para capacitar		
Charlas	IV	20%
Cursos	IV	20%
Seminarios		0

Conferencias		0
Simulacros	I	5%
Otros	I	5%
Ninguna	X	50%
Total	XX	100%
Temas de capacitación realizada		
Publicidad	II	10%
Ventas	II	10%
Atención al Cliente	IV	20%
Trabajo en equipo	III	15%
Otros		0%
No capacita a su personal	IX	45%
Total	XX	100%
Razón de no capacitar		
Desconocimiento	II	10%
Desinterés	II	10%
Falta de dinero	VIII	40%
Mala organización	III	15%
Otros	V	25%
Total	XX	100%
Beneficios de la capacitación		
Incremento en las ventas	IV	20%
Fidelización del cliente	III	15%
Mejor Organización	II	10%
Aumento de clientes	II	10%
Otros		0%
Ninguna, porque no capacita al personal	IX	45%
Total	XX	100%
La capacitación mejora el rendimiento		
Si	IX	45%
No	I	5%
A veces	I	5%
No, porque no capacita a su personal	IX	45%
Total	XX	100%
Evalúa los resultados luego de una capacitación		
Si	VII	35%
No	II	10%

A veces	I	5%
No, porque no capacita a su personal	X	50%
Total	XX	100%
La capacitación mejora la rentabilidad		
Si	XX	100%
No		0%
Total	XX	100%
La capacitación mejora la competitividad		
Si	XV	75%
No	V	25%
Total	XX	100%
Capacitación es factor relevante de la gestión de Calidad		
Si	VIII	40%
No	XIII	60%
Total	XX	100%
Como mejora el personal con la Capacitación		
Aumenta el rendimiento de trabajo	VI	30%
Mejora la rapidez en el trabajo	II	10%
Mejora la calidad de trabajo	II	10%
Nunca he capacitado al personal	X	50%
Total	XX	100%
Normas para dar buena atención		
ISO 9001 - 2015	III	15%
Reglamento de la empresa	XIV	70%
Normas Legales	III	15%
Total	XX	100%

Anexo 8: Lista de las Mypes encuestadas

- Restaurante Rosal Viviente- Villa Córdova Teodoro- 10026260154
- Ramírez Vilches José Manuel - 10801728222
- Restaurant-Pollería Mary - 10028281621 - Paz Silva Luz María
- Restaurant Mi casita - 10463876253 - Flores Melendrez Quetzali
- Restaurant Cevichería Vero- 10467511080 - Karen Tatiana Cerro Sernaque
- Restaurant Cevichería Doña Elena - 10033129900 - Álamo de Chang Rosa Elena
- Restaurant Cuchara Brava- DNI 46314132 – Erazo Remaycuna, Pablo
- Restaurant Cevichería el Limón Norteño - 10412566942 - Tineo Sosa Edeysa
- Picantería la Casa de Janet-10741380728 - García Godos Lacca Arturo Renato
- Restaurant S & N 10472019011 - Jiménez Chinchay Magdalena
- Restaurant el Rincón Zaperokero - 10028119742 - Litano Celi Edgard Burbio
- Restaurant el Sabor Chigniano - 10455667181 - Tineo Huamán Norma
- Restaurant Cevichería "Lalos" 10415653064 - " - Saavedra Herrera Lorena Magaly
- Restaurant el Manantial- 10427871211 - Maco Meléndrez Lily Karina
- Restaurant Bar "El loco"10026788299 - Ancajima Chero Cleotilde
- Restaurant la Gloria del Sabor - 10452146466 - Guerrero Saldaña Gloria
- Restaurant Criollo la Casa de Elio
- Restaurant Cevichería aquí me Quedo
- La Bahía de Quijada
- Video Pub San Antonio Vip

El giro de las empresas: Servicio

Dirección: Asentamiento Humano la Primavera, Castilla Piura.