



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y LA ATENCIÓN  
AL CLIENTE EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES DE  
COSSIO DEL POMAR, CASTILLA-PIURA 2018.**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO  
DE BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**AUTORA:**

**CHUNGA CORDOVA, HERMINIA EMPERATRIZ**

**ORCID: 0000-0001-8323-6833**

**ASESOR:**

**MG. HÉCTOR YVAN, PELÁEZ CAMACHO**

**ORCID: 0000-0002-5394-1037**

**PIURA – PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Chunga Córdova, Herminia Emperatriz

ORCID: 0000-0001-8323-6833

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Piura,

Perú

### **ASESOR**

Héctor Yvan, Peláez Camacho

ORCID: 0000-0002-5394-1037

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,

Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Piura, Perú

### **JURADO**

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

**I. HOJA DE FIRMA DEL JURADO**

Mg. Victor Hugo Vilela Vargas

ORCID ID (0000-0003-2027-6920)

*Presidente*

Mg. Ivan Arturo Guzmán Castro

ORCID ID (0000-0002-4650-4322)

*Miembro*

Lic. Maritza Zelindeth Chumacero Ancajima

ORCID ID (0000-0001-7372-741X)

*Miembro*

Mg. Héctor Yvan Peláez Camacho

ORCID ID (0000-0002-5394-1037)

*Asesor*

## **II. AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi Dios Jehová por bendecirme, a mi amada madre Violeta por ser el pilar más importante y fundamental de mi vida, por darme su cariño apoyo incondicional a pesar de las adversidades, enseñándome que el que persevera triunfa en la vida, a mi padre que, a pesar de no tenerlo conmigo, sé que desde cielo me cuida. a mis hermanos por su apoyo incondicional y estoy segura que están orgullosos de este logro que es muy importante para mí.

Y por supuesto a mi querida Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote y a todas las autoridades en especial a mi asesor Mg. Héctor Yvan Peláez Camacho, por permitirme concluir con una etapa de mi vida, gracias por la paciencia, orientación y guiarme en el desarrollo de esta investigación.

### **III. DEDICATORIA**

Especialmente a Dios Jehová, por derramar  
Sabiduría, paciencia y guiarme a lo largo de  
Mi formación profesional, por la fortaleza  
Que recibí en cada momento difícil para  
Avanzar y no detenerme, enseñándome a  
Enfrentar las adversidades sin perder la fe  
En él.

A mis hijas Luhana Y Leisy que son mi  
mi motor y motivo, mi mayor felicidad  
para continuar con mi formación  
académica.

#### IV. RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general determinar las características de la capacitación y la atención al cliente; en la metodología de la investigación su nivel es descriptivo, tipo cuantitativo, con un diseño no experimental, de corte transversal. La población está conformada por las 03 MYPE rubro Restaurantes del Cossío De Pomar, Castilla-Piura donde la muestra está conformada por 139 clientes para la variable atención al cliente y para la variable capacitación por los 15 trabajadores de las MYPE; la técnica de recolección de datos es la encuesta, y el instrumento es el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones se determinó en correlación a los elementos que inciden en la atención al cliente de las MYPE; es la atención adecuada, la confiabilidad y la gestión eficaz de la MYPE, ya que de esta condición se lograra mantener clientes satisfechos. Las estrategias de atención al cliente; deben estar enfocadas en la fidelización del consumidor, esmerándose en la atención brindada, contando con una imagen empresarial evidente que permita la satisfacción global del cliente. Se identificó que el personal considera relevante y necesaria la capacitación; asimismo se manifestó la necesidad de capacitarse en atención al cliente, para brindar un correcto servicio y lograr la satisfacción de los clientes. Se determinó que las técnicas de capacitación se brindan de manera semanal; ya que no se emplean muchos recursos y se establece un contacto directo con los trabajadores, animándolos a brindar un servicio de calidad, que permita brindar un desempeño adecuado.

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

## V. SUMMARY

The objective of this research was to establish the characteristics of customer service and training; in the methodology of the research its level is descriptive, with a non-experimental, transversal design. The population is made up of the 03 MYPE Restaurants category of the Cossio of Pomar, Castilla-La Mancha where the sample is made up of 139 clients for the variable customer service and for the variable training by the 15 MYPE workers; the technique of data collection is the survey, and the instrument is the questionnaire. Within the main conclusions was determined in relation to the factors that affect the customer service of MYPE; is the fast attention, reliability and efficient management of the MYPE, since this way it is possible to maintain satisfied customers. Customer service strategies; should be focused on customer loyalty, taking care of the attention given, with a clear business image that allows the client's overall satisfaction. It was identified that workers consider training to be important and necessary; also expressed the need to train in customer service, to provide an adequate service and achieve customer satisfaction. It was determined that the means of training are provided through group meetings; Since many resources are not used and direct contact is established with the workers, encouraging them to provide a quality service that allows adequate performance.

**Key words:** Customer service, Training, Restaurants

## CONTENIDO

I.- HOJA DE FIRMA DEL JURADO .....	III
II.- AGRADECIMIENTO .....	IV
III.- DEDICATORIA .....	V
IV.- RESUMEN .....	VI
V.- SUMMARY .....	VII
CONTENIDO .....	VIII
INDICE DE TABLAS... ..	XI
INDICE DE CUADROS... ..	XIII
I. INTRODUCCION.....	1
II. REVISION DE LA LITERATURA .....	10
2.1 Antecedentes .....	10
2.2 Bases Teóricas.....	18
2.2.1. Variable Capacitación.....	28
2.2.1.1. Técnicas De Capacitación Al Personal.....	18
2.2.1.2. Frecuencia de Capacitaciones.....	19
2.2.1.3. Programa Organizacionales .....	19
2.2.1.4. Medios de Capacitacion.....	20
2.2.1.5. Necesidades de la Capacitacion.....	21
2.2.1.6. Tiempo de Induccion .....	22
2.2.1.7. Expectativa al Capacitar .....	22

2.2.1.8. Eficiencia y Desempeño .....	22
2.2.2. Variable Atencion al Cliente .....	23
2.2.2.1. Nivel de Satisfaccion de atencion al Cliente .....	23
2.2.2.2. Amabilidad en el Servicio .....	24
2.2.2.3. Excelencia en el Servicio.....	24
2.2.2.4. Analizar la calidad de Servicio Externo y Interno.....	24
2.2.2.5. Diversidad de Servicio.....	25
2.2.2.6. Capacidad de Solucion .....	26
III. HIPÓTESIS.....	27
IV. METODOLOGIA.....	28
4.1 Diseño De La Investigación .....	28
4.2 Población y muestra .....	29
Criterios de inclusión y exclusión .....	30
Técnicas e instrumentos .....	32
Técnicas: .....	32
Instrumentos .....	32
4.5 Plan De Análisis .....	32
4.6 Matriz de Consistencia .....	33
4.7. Principios Éticos... ..	34
V.- RESULTADOS... ..	35
Análisis de Resultados... ..	52
VI.- CONCLUSIONES.....	60

Referencias bibliográficas.....	62
Anexos... ..	67

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: ¿Usted ofrece capacitaciones a sus nuevos trabajadores? .....	45
Tabla 2: ¿Usted Cuenta con reglas internas de capacitación?.....	46
Tabla 3: ¿Cree usted que debería crear un programa organizacional de capacitación?.....	47
Tabla 4: ¿Utilizan Charlas De Capacitación Mediante Videos Que Motivan Al Personal?.....	48
Tabla 5: ¿Cree Usted Que Las Técnicas De Capacitación Que Utiliza Son Las Adecuadas? .....	49
Tabla 6: ¿Usted Considera Que Necesita Capacitarse Para Desempeñarse Mejor?.....	50
Tabla 7: ¿Usted recibe capacitaciones de manera semanal? .....	51
Tabla 8: ¿Considera que su nivel de desempeño en la MYPE es alto? .....	52
Tabla 9: ¿Es usted eficiente en las tareas que le asignan? .....	53
Tabla 10: ¿Considera que la atención al cliente es la adecuada? .....	54
Tabla 11. ¿Considera usted que esta MYPE se caracteriza por su amabilidad en la atención que brinda?.....	55
Tabla 12: ¿El personal brinda un excelente servicio??.....	56
Tabla 13: ¿Considera usted que este restaurante debería contar con una diversidad de platos a la carta? .....	57
Tabla 14: ¿Cuándo el cliente tiene problemas la MYPE muestra interés en solucionarlos? .....	58
Tabla 15: ¿Se considera un cliente concurrente en esta MYPE .....	59
Tabla 16: ¿Para usted la atención es rápida y ágil?.....	60

Tabla 17: ¿para usted el sabor de la comida en esta MYPE satisfacen sus  
necesidades?..... 61

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: ¿Usted ofrece capacitaciones a sus nuevos trabajadores? .....	45
Figura N° 2: ¿Usted Cuenta con reglas internas de capacitación? .....	46
Figura N° 3: ¿Cree usted que debería crear un programa organizacional de capacitación?.....	47
Figura N° 4: ¿Utilizan Charlas De Capacitación Mediante Videos Que Motivan Al Personal?.....	48
Figura N° 5: ¿Cree Usted Que Las Técnicas De Capacitación Que Utiliza Son Las Adecuadas? .....	49
Figura N° 6: ¿Usted considera que necesita capacitarse para desempeñarse Mejor?.....	50
Figura N° 7: ¿Usted recibe capacitaciones de manera semanal?.....	51
Figura N° 8: ¿Considera que su nivel de desempeño en la MYPE es alto?.....	52
Figura N° 9: ¿Es usted eficiente en las tareas que le asignan? .....	53
Figura N° 10: ¿Considera que la atención al cliente es la adecuada? .....	54
Figura N° 11. ¿Considera usted que esta MYPE se caracteriza por su amabilidad en la atención que brinda?.....	55
Figura N° 12: ¿El personal brinda un excelente servicio?? .....	56
Figura N° 13: ¿Considera usted que este restaurante debería contar con una diversidad de platos a la carta? .....	57
Figura N° 14: ¿Cuándo el cliente tiene problemas la MYPE muestra interés en solucionarlos? .....	58
Figura N° 15: ¿Se considera un cliente concurrente en esta MYPE? .....	59
Figura N° 16: ¿Para usted la atención es rápida y ágil? .....	60

Figura N° 17: ¿Para usted el sabor de la comida en esta MYPE satisfacen sus  
necesidades?..... 61

## I. INTRODUCCION

Las MYPE se han transformado en el motor primordial de desarrollo industrial porque son entidades productoras de la economía de las naciones, a su vez favorecen al crecimiento interior de las micro y pequeña empresa adaptándose con premura a las necesidades inconstantes de las necesidades ,satisfacciones y preferencias de los compradores accediendo a la MYPE desarrollarse en bienes y servicios de cada zona, además son esenciales agentes económicos porque gran parte de la población dependen de su economía (Yamakawa, P; Del Castillo, C . & Valderon, J, 2016).

Las Mype son transcendentales en América Latina Y El Caribe, porque generan desarrollo, hoy estas micro y pequeñas sociedades están amenazadas por la progresiva competencia que existe, ya que cada día se crea un nuevo negocio en el Rubro restaurantes con el objetivo de compensar una serie de necesidades siendo más rigurosas por sus gastadores asumiendo una variedad de opciones para concurrir (Zevallos, 2015).

La atención al cliente y la capacitación se manejan mediante un componente esencial para sobresalir de la competitividad transformándose en una fortaleza de las organizaciones se lo coloca a modo fundamento principal que puede combatir con sociedades más grandiosas que están en ambientes de ofrecer distintos productos con beneficios y montos accesibles porque más de uno no puede cancelar, es por ello que las MYPE en América Latina han cedido a evoluciones muy rápidos debido a que han manejado herramientas de elaboración comparativamente sofisticados , brindando bienes y servicios, aumentando el coste adherido, gracias a ello ayuda considerablemente al progreso económico de los países en capitales bajos, (Cruz, 2014).

La MYPE tiene excesivas dificultades a nivel universal por no tener trabajadores expertos para desempeñar en las diferentes obligaciones ya que no poseen en cálculo que la mano de obra es un técnica significativa por lo que el consumidor está cada vez más enterado eligiendo por la superior opción apropiándose de sus propias disposiciones en el instante de compra, así mismo en Centro América las Mype consiguieron prepararse proveyendo a manera de resultado un servicio de calidad a sus consumidores fidelizados logrando la sostenibilidad de compradores que está en constantes negocios, más actualmente con el pacto de libre comercio y la globalización formando que estas micro empresas no se preparen y no se acomoden a los cambios poseyendo como opción esfumarse o ser absorbidas, (Calderón, 2015).

Hoy las MYPE desempeñan una labor de incuestionable importancia, por lo que manifiesta contribución en la mejora socioeconómica de los territorios conjuntamente a nivel mundial las MYPE son estimadas como la potencia promotora sobre el desarrollo monetario, y generadora de trabajo y la disminución de la escasez en las naciones en progreso, (Avolio, Mesones & Roca, 2016).

Si conforme las MYPE tienen una relación protagónica en la economía, las empresas donde se desenvuelven todavía son muy versátiles, pues se presta atención bajos listas de estabilidad y fortalecimiento industrial de estos mecanismos monetarios (Barba, Jiménez, & Martínez, 2015)

Estos números demuestran la calidad y excelencia de las MYPE en este momento, pero además surge la insuficiencia para igualar factores que restringen el incremento y progreso de las MYPE, con el propósito de aumentar sus posibilidades de éxito, reducir los índices de destrucción de las MYPE y agrandar sus posibilidades de estabilidad en el extenso plazo. (Avolio, Mesones, & Roca, 2016)

A partir del punto de vista de Avolio et al 2016 determina que, de las limitaciones para el desarrollo de las MYPE, se muestran como productores, ejecutivos, estratégicos y externos. Las dificultades administrativas se ocasionan debido a su formación organizacional y en la práctica para conseguir y desenvolver los recursos precisos, que incluyen argumentos coherentes con los trabajadores, los capitales y la gerencia del negocio. Las complicaciones operativas se fundan en una eficaz comercialización, y otros más frecuentes como los espacios funcionales de una organización; (mercadeo, operaciones y estudio). Presentemente estos servicios se ven frecuentemente amenazados por la progresiva competitividad que se vive en este sector, espacio que cada día brota un nuevo restaurante con la finalidad de compensar una variedad de necesidades de los que cada vez son más rigurosos los consumidores, quienes tienen un gran aumento de elecciones para optar que empresa al cual asistir.

Cabe resaltar que el servicio al cliente es una de las fortificaciones de las pequeñas y mediana empresa, para ponerlo de realce, por lo que compite con sociedades más grandiosas que viven en situaciones de ofrecer más diversidad, precios bajos y otros favores agregadas para que el cliente no pueda costear. Por ello, varias pequeñas sociedades se quedan cortas en la calidad de atención al cliente; ¿Por qué? Una de los conocimientos es el desconocimiento; Estrictamente no hay muchos modelos de un buen servicio al cliente que sirvan de guía para su organización. (Collao, 2016)

Centralmente del análisis macroeconómico en nuestro país se halla en un espacio en que se observa un acrecentamiento en la inversión, el cual se sostiene primariamente en las buenas conformidades de negocios que muestra el aumento económico como resultado de la persistencia macroeconómica y el argumento externo propicio.

El factor **Político**, siempre tiene consecuencias relevantes en la línea de oportunidades y obstáculos en el ambiente. En nuestro país existe una etapa de permanencia política y se fomenta el envío con la finalidad de crear divisas y nuevos sitios de trabajo.

La economía en el Perú tiene un desarrollo seguido en un conjunto de noticias no tan prósperos para la economía en el mundo. El Fondo Bancario mundial considera el patrimonio de nuestro país de “robusta” y sus índices sacan superioridad en relación a otras naciones con el propósito de que se desarrolle una autentica economía en nuestro país.

La actual clasificación fabril determinada por la ley N° 30056 “Ley que cambia otras leyes para proporcionar la inversión, para promover el progreso fructífero y el desarrollo industrial”, decretada el 1 de julio de 2013. La Ley N° 30056 se excluye del número de empleados para diferenciar las MYPE y contiene a la mediana empresa.

En el entorno **Económico**, el gabinete de Economía y Finanzas (MEF) crea un informe a la innovación tributaria que pretende emplear el presente mandato gubernativo, semejante que aumentar a más participantes, más que cambiar tasas impositivas, y esta se plasmara en ascendentes ingresos indestructibles que rigen del 2018-2019. “para ello existirá una cifra el Régimen Mype Tributario (RMT) y el uso de cuentas y recibos de desembolso electrónico”, dijo el titulado del Ministerio de Producción (produce), Daniel Córdova, mantuvo, muestra diversas suposiciones al congreso de adquisiciones a MYPE, posee solicitudes reconocidas de cinco gabinetes por s/360 millones para el 2018.”es transcendental que el gobierno le adquiera a las Mype porque a si se promueve el asiento nacional económico del país. Las solicitudes para este período provienen del Mininter, Minsa, Midis y el Gabinete de Trabajo”, preciso.

La división de servicios ascenderá en el 2020, el sector servicios será el primordial motor de aumento de la economía en nuestro país, inclusive, por arriba del sector de comercialización

y edificación, anuncio el Banco de Crédito del Perú (BCP). De convenio a las apreciaciones de esta organización monetaria, el sector productos que crea el 50% del Beneficio Bruto Central (PBI). (Andina, 2018)

Nuestro país ampara un ritmo firme de desarrollo en la división y es una auténtica proporción de inversión en el Perú. La cocina en nuestro país es una de las más famosas en el mundo y una técnica valiosa para nuestra nación, por lo que debe producir al máximo (Pantigoso, 2016).

En el ámbito **Legal**, el fragmento de restaurantes debe perseguir los siguientes conectores legales: Ley N° 26842: en el cual se instituye normas frecuentes sobre atención y control higiénico de suministros y bebidas en defensa de la salud; Valor ministerial N°363-2005/MINSA que Afirma la regla de sanidad para el funcionamiento de restaurantes y productos a fines; Ley N°27626 y su ordenanza competente por D.S N°003-2002-TR.

Estas legislaciones forman que las MYPE tienen que contar con exigencias para su estándar y funcionamiento, asegurando un paralelismo de calidad y capacidad en el sector; ya que de no desempeñar con estas habilidades pueden ser merecedoras a ordenanzas y/o cierre del local (Diario el Comercio, 2018)

A nivel de ambiente enorme o micro ambiente, se halla el elemento político legal compuesto por el vínculo de leyes, reglamentos y códigos formados por los miembros gubernamentales como gabinete de trabajo, superintendencia de dirección tributaria, dirección de búsquedas públicas, ministerio de transportes y comunicaciones. En estas fundaciones desempeñan como ocupaciones, para practicarlas, expresan normas y medidas diferentes, así el estado anuncia la economía mediante la política financiera y fiscal, así que mediante medidas

de diferentes clientes como el laboral (salarios mínimos, comisiones y obligaciones del empleador y propietario, alquiler temporal, etc.) y los compradores financieros.

Con relación a los componentes Socio culturales, poseemos una nación pluricultural, pero vivimos regidos por zonas que colaboran un mismo método cultural por lo que no es dificultoso si zonificamos la vigilancia en desiguales lugares, hoy nos colocamos a la franja norte donde contiene los modelos culturales absolutos, el nivel pedagógico, la norma de desarrollo de la población, la colocación de tiempos, la movilidad; el horizonte de alineación frecuente y específica, las técnicas de productos y dogmas, las reglas de gobierno que afectan en la solicitud de ciertas divisiones ya que es transcendental para el progreso de la MYPE.

En todo lo que al progreso Tecnológico; se evidencia la incorrección de ello, debido a cambios que puedan realizar los propietarios de las MYPE, podemos notar que cuentan con un televisor que atrae canales del círculo donde viven, o equipos de música que expongan líneas radiales de música para la satisfacción de algunos clientes.

En cuanto al micro entorno, se establece a través de las 5 fuerzas de Porter, en cuanto a bienes o servicios suplementarios, existen lugares de comida en camino; así también servicios informales de comercialización de menús.

En correlación al dominio de convenios con los consumidores, ello posee un alto dominio de pacto que les permite elegir qué tipo de restaurante, o negocio de menús en el distrito de Castilla, Urbanización Cossío De Pomar pasa más por la percepción de los consumidores, sus insuficiencias y gustos.

En correlación al dominio de negociación de los proveedores es posee que las MYPE logran preferir dónde adquirir sus materias para la elaboración de los suministros diarios, colectivamente las compras se ejecutan las finales de semana.

Los cambios monetarios a nivel internacional han sumado a una mayor competencia en el contorno industrial; las pequeñas sociedades se afrontan a cuantiosas dificultades para conservar en el mercado de forma profesional; por lo tanto la prestación al cliente se logra manejar como un método poderoso para diferenciar e la competencia e instaurar como una de las posiciones que le puede permitir rivalizar con organizaciones más grandiosas que viven en condiciones de ofrecer más diversidad, costos más bajos y otros beneficios agregados.

Las MYPE del rubro restaurantes, en el ámbito Externo, debe reflexionar sobre la percepción del consumidor en todo lo que a la atención refiere y para ello deben mantener con trabajadores calificados, invertir no solo en construcción sino en su talento humano, por lo cual la investigación, la atención al consumidor resulta relevante en correlación a la fidelización y conservación de los consumidores, que posteriormente va a resultar en la rentabilidad de las MYPE.

La problemática en el ámbito Interno, que vive en el rubro de restaurantes del Distrito De Castilla Urbanización Cossío De Pomar, es que unos restaurantes no brindan un buen servicio a sus consumidores y correspondan brindarles prioridad para ello es preciso establecer un método de reparación, que ayude a registrar el alimento desde su adquisición y acopio hasta el consumo además se da el caso que en unos no refieren con excelente infraestructura para que ofrezcan un excelente servicio.

Por otro lado, el que ofrece el servicio no cuenta con las elaboraciones precisos y aptos para brindar una prestación de eficacia pedido por los consumidores ya que en su totalidad son individuos forasteros. No poseen muy bien efectuadas ciertas tácticas de mercado para lograr detener a sus consumidores y fidelizarlos porque varias veces excluyen esos argumentos por ello solicitan ser capacitados. Estos restaurantes no refieren con diversidad de platos y por otro lado son escasos expresivos los empleados. Para conseguir la calidad en atención al consumidor

se debe poseer en cálculo la prestación que investiga el cliente y la práctica que aparece en el momento que crea uso del servicio. Una de las cifras que afirma una excelente calidad en servicio radica en compensar o sobre pasar las posibilidades que poseen los consumidores en proporción a la empresa, resaltando la determinación de la cual es la dificultad que el consumidor espera que le solucionen y cuál es el nivel de fortuna que esperan que se les brinde.

Por lo anteriormente expresado el anunciado problema de investigación es el siguiente:  
¿Cuáles son las características de la Capacitación Y La Atención Al Cliente De Las MYPE Rubro Restaurantes De Cossío De Pomar, Castilla-Piura, Año, 2018

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: “Determinar las características de la Capacitación y la Atención al Cliente de las MYPE Rubro Restaurantes de Cossío del Pomar, Castilla-Piura, Año, 2018”

Por la cual se han planteado los siguientes objetivos específicos: (a) “conocer las técnicas de capacitación al personal de las MYPE Rubro Restaurantes de Cossío del Pomar, Castilla-Piura, Año, 2018” (b) “identificar las necesidades de capacitación Rubro Restaurantes de Cossío del Pomar, Castilla-Piura, Año, 2018” (c) “determinar el nivel de satisfacción de atención al cliente que tiene las MYPE Rubro Restaurantes de Cossío del Pomar, Castilla-Piura, Año, 2018” (d) “analizar la calidad de servicio externo e interno que tiene las MYPE Rubro Restaurantes de Cossío del Pomar, Castilla-Piura, Año, 2018”

Desde el lugar de vista experto este estudio pretende instituir las particularidades de la atención al consumidor de las MYPE rubro restoranes del distrito de Castilla, Cossío De Pomar; en todo lo que a los elementos y habilidades de la atención al consumidor; y los medios y asiduidad de capacitación de las MYPE.

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

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

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

De manera **Metodológica** la investigación utilizó la técnica de la encuesta para el recojo de datos primarios, a través del instrumento cuestionario aplicado, a los trabajadores para la variable capacitación y a los clientes para la variable atención al cliente, como un requisito de la Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote (ULADECH) Para Obtener El Grado Universitario De Bachiller En La Escuela De Administración

## II. REVISION DE LA LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

#### VARIABLE CAPACITACIÓN

Según Sevelleno (2014) realizo una propuesta en su tesis “Análisis De Las Necesidades E La Capacitación En Restaurantes De Servicio Completo Pertenecientes A Canirac De la Delegación Puebla”; presentada en la Universidad De Las Américas de Puebla en CHoluca-Puebla (México), empleo la metodología de tipo descriptiva, llegando a concluir que dentro de la organización es importante planificar capacitaciones internas de capacitación porque van a convertirse en un módulo de mejora a los individuos y concebida como un proceso de alineación en el ámbito profesional favoreciendo a la institución; además la capacitación es un mecanismo de mejoramiento al personal y concebida como un proceso de formación en el ámbito laboral beneficiando a la organización porque pesar de conocer los gerentes acerca de las necesidades de capacitación de los empleados esta depende directamente de los dueños y por parte de estos existe una falta de interés para capacitar a su personal y no están dispuestos a invertir más pensando que si capacita a un empleado este llegue a retirarse de la empresa, visto como una mala inversión lo que da lugar a un personal desinteresado y conformista con su puesto de trabajo.

Torres (2015) en su investigación Plan de capacitación de servicio al personal del restaurante Yaraví ubicado en la mitad del mundo; presentado en el Instituto Tecnológico Cordillera de Ecuador se empleó un enfoque mixto, de nivel descriptivo con diseño no experimental propositivo. Para el presente proyecto se ha tomado en cuenta al personal del restaurante “Yaraví”, el cual cuenta con 18 empleados, así como también se tomó en cuenta a clientes del restaurante “Yaraví” para poder obtener una opinión diferente a la del personal, concluyendo que los métodos de capacitación organizacionales se esperanza que la empresa

cuenta con empleados listos para ofrecer un servicio de calidad a distintos individuos que requieran de algún tipo de servicio; los empleados que no ha recibido ningún tipo de capacitación o información para poder tener contacto con el cliente. Con la ejecución del plan de capacitación se espera que el establecimiento de alimentos y bebidas cuente con un personal apto para brindar un servicio de calidad a turistas nacionales y extranjeros.

Pérez (2015) en su investigación “Plan de capacitación para optimizar la calidad del servicio del Restaurante Cocolón de la Ciudad de Guayaquil; presentado en la Universidad de Guayaquil”, Se empleó un método mixto; de tipo descriptiva y de campo, concluyendo: que la capacitación audiovisual es instrumento primordial y transcendental que ayuda al desarrollo de las pequeñas y medianas sociedades y que esto garantiza el éxito de las mismas.

Guevara (2014). En su trabajo de investigación titulada “Caracterización Del Financiamiento, La Capacitación Y La Rentabilidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas (MYPE) Del Sector Servicios Rubro Restaurantes Distrito De Chimbote,” presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (Chimbote) el autor llegó a las siguientes conclusiones respecto a la capacitación: que el personal toma algún ejemplo de capacitación ya sea por cálculo de la institución o por cuenta del mismo empleador, en su mayoría piensan que la capacitación es un mecanismo pedagógico para optimizar y vigorizar su competitividad, estos consideran que la capacitación es un elemento formativo para mejorar y reforzar su competitividad.

Sánchez (2014) en su tesis titulada “Capacitación De Habilidades De Atención Al Cliente Para Mejorar La Calidad De Servicio En Los Restaurantes De La Ciudad De Trujillo “presentada por la Universidad Privada Antenor Orrego (Trujillo), empleando una metodología descriptiva donde concluye que la capacitación influye directamente en el desempeño laboral del personal, y que estas deberían de ser dadas de manera semanal donde les accede desmolerse

mejor y concebir satisfacción y a su vez las insuficiencias de los restaurantes se muestren en habilidades de atención al consumidor estimulación, liderazgo, debilidades, fortificaciones, labores en equipo y conducción de personal. También, recomienda ejecutar un rastreo de los beneficios que se derivaron de la implementación del plan de capacitación, así como a las aplicaciones que le dan los trabajadores, a la temática incluida en el plan de capacitación, para poder evaluar si todos los conocimientos adquiridos están siendo aplicados o si deben modificarse para futuros planteamientos de capacitación.

Anticona (2015) en su tesis denominada “Caracterización Del Financiamiento Y La Capacitación, De Las MYPE Del Sector Servicios Rubro Restaurantes, Del Distrito De Conchucos, Provincia De Pallasca-Chimbote”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (Chimbote); empleando una metodología descriptiva el mismo que concluyó que un 72% los trabajadores para ser eficientes deben de ser capacitados con instructores de manera continua para ejecutar un perfecto compromiso al facilitar sus servicios a los consumidores, teniendo en cuenta que la capacitación es un proceso capaz de generar a mediano plazo desarrollo para el país la mayoría de las MYPE encuestadas recibió una vez algún tipo de capacitación, considerándolo como una inversión, y que la capacitación de su personal si es relevante

Gómez (2014) en su investigación titulada “Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las MYPE, rubro restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013”, tesis presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote ( Piura); empleando una metodología descriptiva concluyó que las característica de la capacitación en los restaurantes de la ciudad Chulucanas, se basan en el 45.5 % requieren ser capacitadas de modo adecuada para que el empleado se sienta cómodo y orgulloso con lo que elabora, generando motivación y que le permita una mayor satisfacción y comodidad en el trabajo, por lo tanto, se determina

que el personal requiere de un programa de capacitación de atención al cliente. Además, considera que 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. Los dueños de los restaurantes de estudio 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.

Velasco (2014) en su tesis titulada “Capacitación de Personal y Servicio al Cliente en las MYPE, rubro restaurantes-chifas (Piura),” presentada en la Universidad los Ángeles de Chimbote (Piura); empleando una metodología descriptiva donde concluyó que centralmente los primordiales objetivos de la capacitación están en capacitar a los nuevos trabajadores al momento de su ingreso, ya que la organización va a tomar medidas al personal que ayude a la realización de varias tareas particulares de la empresa, y que estas se han enmarcadas desde el primer instante de ingreso; la capacitación de personal se basa en el capital humano proporcionando un conjunto de habilidades y el servicio al cliente mantienen características enfocadas en el cliente, así con respecto a la variable capacitación se identificó que el nivel de capacitación en el que se encuentran los trabajadores es bueno en una escala de deficiente a excelente.

Muñoz (2015). En su tesis titulada “Caracterización Del Financiamiento, La Capacitación De Las MYPE Del Sector Servicios –Rubro Restaurantes De La Ciudad De Sullana”, presentada por la Universidad Los Ángeles De Chimbote (Piura) empleando una metodología descriptiva en el cual el autor llegó a las siguientes conclusiones respecto a la capacitación: determino que un nivel alto de desempeño genera productividad y por ende rentabilidad marcando que en un 72% piensa tener las capacidades necesarias para compensar

las necesidades y anhelos de los consumidores; La falta de capacitación de los trabajadores disminuye la calidad del servicio y por ende no se genera muchos recursos, mayor sensibilización en este tema, por parte de las mismas financieras que son las que trabajan de la mano con estas MYPE.

## **VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE**

Vera & Trujillo (2014); en su investigación “El Papel De La Atención Al Cliente Del Restaurante Como Antecedente De La Lealtad Del Cliente”; perteneciente a la Universidad De Talca (Chile), empleando una metodología descriptiva cuya finalidad fue proveer cierta explicación sobre la medida en que los factores que componen la calidad de servicio son predictores de la opinión general del cliente y de su lealtad hacia el restaurante. Dentro de las conclusiones luego de aplicar 111 cuestionarios a comensales de restaurantes, se destaca que siendo las dimensiones consideradas los aspectos tangibles e intangibles del servicio; dentro de los aspectos tangibles se contempló: las instalaciones (aspecto, comodidad e higiene), las accesibilidades (ubicación, estacionamiento y facilidades de pago) y la comida (sabor, olor, frescura, tamaño de la porción, presentación, variedad, temperatura, consistencia e higiene de los alimentos); con relación a los aspectos intangibles tenemos: personal (recepción y cortesía, conocimiento y habilidad, presentación, rapidez y trato empático).

González y Palomino (2015) realizaron la investigación titulada “Acciones Para La Atención Al Cliente Sanitaria E Inocuidad De Los Alimentos En Un Restaurante Con Servicio Bufet”, presentada por la Universidad Nacional De La Habana (Cuba) empleando metodología descriptiva, donde concluye la importancia de una adecuada calidad de servicio referente al manejo de alimentos dado que a través de los alimentos el consumidor se puede ver afectado por enfermedades. Con este fin, se evaluó el cumplimiento de las buenas prácticas de elaboración de alimentos a través

de la implementación de la Guía para la Evaluación Sanitaria de Establecimientos de Alojamiento Turístico y el Perfil Sanitario.

Nieto (2014) realizó la tesis para licenciatura titulada “Evaluación De La Percepción De La Atención Al Cliente Del Restaurante Amor”, empleando una metodología descriptiva presentada por la universidad De Puebla (México) A través de esta investigación, Nieto concluye que, debido a la gran competitividad en su país en la elaboración restaurantera, nace la necesidad de realizar políticas de calidad que satisfagan las necesidades de los clientes y se mantengan leales los consumidores donde lleva a cabo un trabajo de medición de percepción de los clientes con respecto al servicio, los productos e instalaciones del restaurante. Con este fin, realiza una encuesta a través de cuestionarios, aplicada a 211 comensales, en un lapso de 24 días entre los meses de enero y febrero de 2014. Dicho instrumento de medición de calidad fue aplicado a los comensales después de que pedían la cuenta y antes de su partida, y se tomó en cuenta el día y periodo de consumo. Entre los resultados que arrojó el trabajo de campo, se vio que entre los elementos de menos satisfacción se encontraban la falta de rapidez en el servicio, principalmente en fines de semana; por otro lado, uno de los elementos de mayor satisfacción fue el buen trato por parte del personal y el sabor de sus platos.

Balladares (2015) realizó su investigación en “Análisis De La Atención Al Cliente Del Restaurante Pícalos Y La Deficiencia En Los Otros Restaurantes Del Distrito De San Vicente -Cañete”, presentada por la universidad Nacional De Cañete (Lima), empleando una metodología descriptiva, cuya finalidad es analizar la calidad del servicio del restaurante Pícalos frente a los otros restaurantes que son deficientes en el distrito de San Vicente –Cañete. Dentro de las conclusiones se descubrieron que los sitios de fortificación del restaurante lo cual simboliza una superioridad competitiva cuyo propósito es examinar la eficacia del servicio del restaurante pícalos cara a los demás restaurantes que son defectuosos; asimismo uno de los resultados más relevantes que se logró identificar es que la rapidez del servicio fue sumamente

criticada, ya que el 16.1% considero que esta fue de muy mala a regular, el día en el que se mostró mayor inconformidad.

Marques (2015), realizo una investigación para determinar “El Tiempo De La Calidad De Servicio Y Capacitación En Los Restaurantes De Lima” de la Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas (Lima)”, empleando la metodología descriptiva, llegando a concluir, que la excelente atención al cliente se ha transformado en una habilidad prioritaria y cada vez alternan de precisar, calcular y por ultimo perfeccionar; sin embargo, muchas compañías no han logrado dar una excelente calidad de atención al consumidor debido a que no saben lo que simboliza verdaderamente, ya que esto no va más allá que la cortesía que ofrecen los empleados, de este modo debe existir dentro de la organización un compromiso de liderazgo, es decir no puede existir una política de calidad si la empresa no está consciente del deber que tiene tanto con sus clientes internos como externos.

Clemente (2015), “hacia un Análisis En La Mejora De La Atención Al Cliente De Los Restaurantes Casita Rustica” de la Pontificia Universidad Católica Del Perú (Lima), empleando una metodología descriptiva, llegando a la conclusión, la excelencia de calidad de preparación es un mecanismo que atribuye no solo al tipo de arreglo o servicio que se recoge, si no de la eficacia del individuo encargado de ofrecerlo , esto puede ser resultado tanto de la practica o falta de esta, como del contexto del método en este momento, pues un asalariado suele ejecutar la maniobra de modo más expedita no obstante esta logre poseer efectos nocivos en la solicitud al cliente.

Ricse (2014), “realizo una investigación para Determinar El Grado De La Competitividad En La Atención Al Cliente Y El Costo De Oportunidad En Los Restaurantes Que Quieran Incursionar de Lima En La Universidad De San Martin De Porres (Lima), empleando la metodología cuantitativa, llegando a la conclusión, no se trata solo de elaboración del producto o del importe son muchas las compañías que disipan consumidores por la creación

de actuales mercados, todo dependerá de la elaboración y sazón de la compañía en la intimidad de cada consumidor en particular.

Hermosa (2015), “hacia un análisis en el estudio de la atención al cliente y buena calidad de servicio en los restaurantes de Sullana de la Universidad Nacional De Piura”, empleando la metodología descriptiva, llegando a la conclusión, que el procedimiento rápido de los empleados les den a sus clientelas son de gran ayuda ya que poseen gran categoría en los servicios pues los consumidores requieren perpetuamente una excelente atención y es un mecanismo primordial para recalcar y crear una primicia competitiva, igual que va hacer capaz de influir en el deleite del cliente lo que ayuda en gran medida a que una sociedad sobreviva y prospere pues los consumidores requieren productos y bienes que compensen sus insuficiencias y resalten sus perspectivas.

Silva (2015), “realizo una investigación para Determinar La Atención Al Cliente En El Restaurant La Lomita – Tambogrande (Piura) presentada por La Universidad Nacional De Piura”, empleando una metodología descriptiva, llegando concluyendo, que toda sociedad tiene consumidores fidelizados a las cuales satisfacer, por ello, depende en gran medida el éxito de las mismas, además del cuidado al cliente es un semblante primordial para alcanzar una ventaja profesional sobre la competitividad de otras organizaciones.

Mauriola (2015), “hacia un Análisis De La Calidad De Servicios Y Atención Al Cliente En Los Restaurantes Turísticos De Canchaque, Huancabamba De La Universidad Nacional De Piura”, empleando una metodología descriptiva, llegando a concluir que ofrecer una excelente atención al consumidor rápida y ágil es una cifra para una excelente calidad de servicio sobre todo aquellos en las que lo consumidores concurrentes, siendo una excelente iniciación de entrada por lo tanto es un asunto prioritario y su primordial objetivo para lograr rentabilidad.

## **2.2 Bases Teóricas**

### **2.2.1 Variable Capacitación**

La capacitación es una contestación a la escasez que posee las sociedades de dominio para contar con personal competente y especializado; así mismo estas formaciones están en invariables cambios debido a la capacidad del cliente por lo que eternamente van a solicitar de personal competente dignificando de instrucciones y técnicas que avalen eficiencia y eficacia ayudando a su incremento y progreso personal como competitivo de los trabajadores, así como de la sociedad, (Viscarra, 2015).

La capacitación es un conjunto de diligencias arregladas que se utiliza mediante tiempos e indicadores completamente determinadas, así mismo son una sucesión de culturas, habilidades, apropiadamente constituidas y planeadas por eso es transcendental el ensayo puesto que es así como la asociación establece sus lugares frágiles para perfeccionar y alcanzar los objetivos diseñados por la sociedad, (Alles, 2015).

#### **2.2.1.1 Técnicas De Capacitación Al Personal**

Las metodologías de capacitación en una sociedad juegan una correlación muy significativa porque aprueba un desarrollo en su producción y forma en el trabajo y hacia la sociedad así instruye con una sucesión de normas así que son la misión y visión, así como mercados y habilidades que se proporcionarán interiormente en la sociedad mediante manejos corrientes facilitando como consecuencia desarrollo y conformidades de progreso a la sociedad (Silíceo, 2016).

Importantes Métodos De Capacitación:

- Delegar a sus trabajadores en su zona de trabajo
- Estudiar la dirección y destrezas del actual empleado

- Calcular las capacidades de aprendizaje del actual trabajador
- Ayudar la elaboración de técnicas que ayuden al progreso de los actuales empleados

### **2.2.1.2. Frecuencia De Capacitaciones**

Cada vez las empresas invierten una gran cantidad de dinero en capacitar a sus empleados surge la gran pregunta si es un gasto o una inversión, cabe resaltar que mediante la capacitación, el objetivo es de aumentar la productividad y generar una ventaja competitiva en el mercado, ya que las empresas dependen del talento humano mientras más capacitado esta su personal mayor será el beneficio y rentabilidad para la empresa, sin embargo hay trabajadores que suelen aburrirse del exceso de capacitaciones por el tipo de metodología que utiliza el empleador, ya que en la actualidad los practicantes buscan que sea más práctica, interactiva, proactiva y participativa.

Las mejores capacitaciones se logran cuando se le enseña a la persona como hacer las cosas correctamente y haciendo la práctica necesaria que ayudan al participante aprender algo nuevo y diferente, por ello la capacitación debe ser continua y constante, dependiendo la necesidad debe hacerse al menos una vez al mes (Chiavenato, 2014).

### **2.2.1.3. Programas Organizacionales**

Es importante que dentro de las empresas se creen programas organizacionales, con la finalidad que puedan crear nuevas habilidades para cumplir con los objetivos a corto plazo y que estos puedan ser responsables de su propio crecimiento, que les permitirá sobrevivir y mantenerse y llegar a la excelencia, alcanzando niveles altos de productividad y éxito (Carrillo, 2014)

Algunos programas organizacionales que destacan en una empresa:

- ✓ capacitar a sus nuevos trabajadores en su zona de labores.

- ✓ Establecer las primordiales posibilidades de acomodo de los nuevos empleados.
- ✓ Crear programas internos organizacionales que ayuden a los trabajadores de la organización a crear conocimientos que le ayuden a desempeñarse eficaz y eficiente.
- ✓ Retroalimentar al nuevo empleado por medio de capacitaciones, eventos, talleres semejantes que mejoren el crecimiento de nuevas instrucciones al empleador que

Le Accedan Desplegar De Un Modo Eficiente.

- ✓ Utilizar medios de capacitación para Estudiar la dirección y destrezas del actual empleado.
- ✓ Calcular las capacidades de aprendizaje del actual trabajador.
- ✓ Ayudar en la elaboración de técnicas que ayuden al progreso de los actuales empleados.

#### **2.2.1.4. Medios De Capacitación.**

Las empresas reflejan en su interior una gran cantidad de transformaciones y renovaciones, lo cual es el resultado de la adquisición de conocimientos, culturas y valores, es decir el aprendizaje de las personas por la cual tiene que utilizar medios de capacitación que le permita promover un aprendizaje adaptivo y generativo (Chiavenato, 2014)

para los cuales resaltan los principales medios de capacitación:

- ✓ Tener un cronograma de capacitación para saber el tiempo de inducción y Tomar medidas al personal para su realización en diferentes tareas personales de la empresa.
- ✓ Facilitar oportunidades para el perenne progreso personal, no solo en sus obligaciones recientes sino también para otros puestos para las cuales él individuo debe ser tomado en cuenta.

- ✓ Cambiar la capacidad de los individuos y que sus expectativas de capacitación sean diferentes con propósitos entre las cuales esta fomentar un clima más agradable entre los trabajadores para desarrollar su motivación y hacerlos más aceptables.

### **2.2.1.5 Necesidades De La Capacitación**

Descubrir o determinar las necesidades de la capacitación es el único paso en la capacitación, favoreciendo a que la empresa no tome el peligro al equivocarse al brindar una capacitación inoportuna creando costos impropios dando como consecuencia le ineficiencia por la incorrección de capacitar a los empleados; es por ello describimos con tres niveles de capacitación:

- ✓ Nivel de análisis de toda la sociedad
- ✓ Nivel de análisis del talento humano
- ✓ Nivel de análisis de las sistematizaciones y labores (Chiavenato, 2014)

Mediante la elaboración de estos niveles se debe medir el tiempo de inducción de capacitaciones que se le da a personal con la finalidad suficiente que pueda socorrer a la MYPE en que está fracasando para así perfeccionar y a partir de ahí poder proyectar, constituir, elaborar y evaluar una causa de capacitación y lograr así un determinado modo que se refleje en las necesidades de la capacitación en una organización (Chiavenato, 2014).

Para ello Carrillo, (2014) define a las necesidades de la capacitación como la caracterización de los desiguales temas en que los empleados requieren transmisiones importantes para la investigación de los citados programas de capacitación o fortalecimiento que va a permitir la mejor continúa esto va a permitir realización la eficiencia y un buen desempeño conllevando a:

- ✓ Progreso de sus habilidades individuales

- ✓ Perfeccionamiento de las habilidades de trabajo
- ✓ Involucramiento en la gestión de ocupación
- ✓ Progreso en los medios de capacitación y técnicas

#### **2.2.1.6 Tiempo De Inducción**

Consiste en un conjunto de actividades para informar al trabajador sobre los planes, objetivos y las políticas de la organización para que se integre al puesto, al grupo de trabajo, y a la organización lo más rápido posible, además lo conforman diversas actividades enfocadas a desarrollar habilidades y mejorara aptitudes del personal respecto a las tareas que realizan, conjugando la autorrealización individual con la consecución de los objetivos. (Rodríguez, 2014)

#### **2.2.1.7 Expectativas Al Capacitar**

Las expectativas al capacitar surgen a través de los cambios y tendencias que se presentan en el mercado, identificando las debilidades de su personal y enfocándose en las necesidades del cliente, para hacer evaluaciones periódicas para identificar quienes necesitan entrenarse en alguna área específica, que a corto plazo le permita desenvolverse mejor, el aprendizaje implica un compromiso de que el organismo pueda seguir aprendiendo de sus propias experiencias y mediante ello se pueda ver involucrado toda la empresa (Rodríguez, 2014)

#### **2.2.1.8 Eficiencia Y Desempeño**

La eficiencia y desempeño involucra a los empleados de una empresa, ya que los resultados se ven reflejados en la rentabilidad de la empresa, porque depende directamente del trabajo de los trabajadores, esto genera motivación en cada uno de ellos para lograr la eficiencia que requiera la empresa con menos recursos, pero con la finalidad de tener buenos resultados (Chiavenato, 2014)

## **2.2.2 Variable Atención Al Cliente**

Se obtiene precisar como el conjunto de las tipologías anheladas o desarrolladas en un beneficio o prestación y las peculiaridades efectivamente conseguidas en él; por otro lado, Crosby (1987), marca que correspondemos precisar la eficacia como el “efectuar con las obligaciones”. Las obligaciones corresponden precisar con luminosidad de carácter que no logren malinterpretarse, En aquel tiempo se toman moderadas perennemente al final de establecer el desempeño con sentencias obligaciones, El no efectuar con las exigencias simboliza alejamiento de disposición. (Martin, 2015).

Por otro lado, Diaz (2014) determina que la atención al cliente es ya que es un punto central de la amabilidad con el propósito de satisfacer expectativas del cliente, además es un conjunto de estrategias que una empresa diseña para satisfacer los gustos del cliente, ya que es de suma importancia para el desarrollo de la empresa.

### **2.2.2.1 Nivel De Satisfacción De Atención Al Cliente**

La calidad de servicio favorece al servicio de las excelentes prácticas de perfección y servicio, tanto de los gastadores como trabajadores de la empresa proporcionando la pro actividad individual estableciendo ventajas en favor del servicio dado, así mismo coexiste una correlación entre capacitación y la complacencia al cliente ofreciendo materiales para optimizar las habilidades y competencias para impulsar hábitos efectivos en la sociedad (Martínez, 2015).

La importancia de una excelente atención reside en atraer y captar gastadores, siendo esta la clave del éxito en las sociedades, además poseemos varios tipos más resaltantes que llevaran al éxito de las mismas:

- ✓ Honestidad
- ✓ Cortesía

- ✓ Brindar varios servicios de la sociedad
- ✓ Autenticidad
- ✓ Lucidez

#### **2.2.2.2 Amabilidad En El Servicio**

la amabilidad en el servicio es un conjunto de factores, incluyendo como el de aquella persona que tiene una actitud complaciente y afectuosa al tratar con otras personas al brindar un determinado servicio, ya que sin clientes no hay empresa que pueda ser rentable y cubrir sus costes y generar ingresos, por lo mismo hay que extremarlos cuidados con los clientes, brindándoles un producto de calidad, con buenos precios y sobre todo que satisfaga sus necesidades primordiales (Fontáñez, 2014).

#### **2.2.2.3 Excelencia En El Servicio**

Para las empresas ofrecer un excelente servicio es fundamental para establecer un vínculo directo con cada cliente, por lo mismo este autor afirma que “la excelencia en el servicio no se puede improvisar”, por la cual debe capacitarse al personal y poner a su alcance una serie de procesos de servicio metódicos y bien diseñados que vayan acompañados de un entorno laboral positivo y que contenga herramientas adecuadas para realizar el trabajo de manera óptima y eficiente (Fontáñez, 2014)

#### **2.2.2.4 Analizar La Calidad De Servicio Externo Y Interno.**

La regla ISO 9000 2000, en la habilidad hay ambas características de calidad de servicio:

La calidad externa, Solicita facilitar mercados o productos que compensen las escaseces de las clientelas instituyendo la fidelización de sus consumidores y de este carácter optimizar su colaboración en los clientes; por ende, los más favorecidos son los consumidores y los asociados externamente de la profesión, digno que accede que se piensen las necesidades tácitas que los consumidores no formulan.

Por otro lado, el mismo autor Martínez, (2015), establece que la eficacia de servicio se fracciona en fases:

- ✓ Espacio de solicitud
- ✓ Cortesía a los trabajadores
- ✓ Aparatos, máquina o materia prima
- ✓ Indicadores de solicitud
- ✓ Remediar dificultades
- ✓ Si recogió la solicitud que se solicitaba
- ✓ Si la vigilancia hubo resuelta
- ✓ Si hubo consideración con obediencia a sus consumidores.

La calidad de servicio interna, pertenece a la mejora interna de la empresa con el propósito de acceder y detectar los funcionamientos equivocados habiendo como favorecidos a los administradores, patronos, apoderados y trabajadores, Cruzando por etapas participativas que asemejan y formalizan las técnicas internas de la organización.

#### **2.2.2.5 Diversidad De Servicios**

El comensal moderno llegó para cambiar los paradigmas dentro de un restaurante, no basta con brindar un buen servicio, es primordial establecer un vínculo directo con el cliente, proporcionándole en cada visita una diversidad de servicios que satisfagan sus necesidades en especial que tenga un excelente deleite culinario un catálogo de sensaciones que lo hagan repetir una y otra vez, la diversidad de servicios lo es todo, debido a esto algunas personas se mantienen fidelizados durante años aun mismo lugar justo por el buen trato, donde la comida pasa por un segundo plano (Gómez, 2016).

### **2.2.2.6 Capacidad De Solución**

la capacidad para resolver problemas se puede definir como la eficacia y agilidad a la hora de encontrar soluciones a los problemas surgidos; aquellas personas calificadas para actuar de forma proactiva, sin perder el tiempo y encontrando las soluciones más apropiadas para cada caso de los comensales pensando siempre en las repercusiones que estas pueden tener a largo plazo (Gómez, 2016)

### **III. HIPÓTESIS**

Para la investigación no se manejó hipótesis ya que su trascendencia no implica una influencia o casualidad ya que simplemente se representará las características de las variables capacitación y atención al cliente; por ello se trata de un estudio descriptivo (Hernández, Fernández & Batista, 2014).

## **IV. METODOLOGIA**

### **4.1 Diseño De La Investigación**

El diseño de la investigación es no experimental y de corte transversal porque no tuvo manejo deliberado o universal de las variables en estudiado; se prestar atención a los fenómenos tal y como se mostraron para posteriormente narrarlos. Así mismo, presento un diseño transversal, debido a que el estudio de los instrumentos de acopio de datos se ejecutó en un solo periodo de tiempo, en el mismo argumento de análisis.

Según Rodríguez y Burneo (2017), los diseños experimentales son investigaciones que no ejecutan manipulación de las variables, simplemente observan los fenómenos en un espacio natural para su posterior análisis; por ello las delineaciones transversales ejecutan el recojo de datos en un solo instante y tiempo excelente, donde su finalidad es representar las variables.

Por ello estudio es de tipo descriptivo, ya que permite que los datos sean estudiados y tengan una alta precisión y fidelidad posible, una realidad empresarial o un mercado.

Según Hernández, Fernández & Batista (2014), determinan que los estudios descriptivos buscan manifestar las propiedades, particularidades y los individuos, grupos, asociaciones y técnicas que se pretenda realizar un análisis.

El nivel de investigación es cuantitativo por que busca especificar, las características del problema y evalúa los hechos que se dan en un contexto determinado de las MYPE del rubro restaurantes del distrito de Cossío del Pomar.

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

## 4.2 Población y muestra

En la presente investigación, se ha determinado dentro del sector de MYPE rubro restaurantes en Cossío del Pomar del distrito de Castilla; conformada por un total de 03 MYPE, descritas a continuación:

<b>NOMBRE DE LA MYPE</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>RUC</b>	<b>N°DE TRABAJADORES</b>
La Guarida Del Lobo	AV. Cabo, lote 5 Castilla-Piura	1028216821	5
Restaurant “Jhired”	Cossio Del Pomar MZ A2 LOTE 15 Piura, Peru	20514270849	5
Restaurant “El buen sabor”	Av. Cabo, Lote 25 Castilla-Piura	20530240097	5
<b>TOTAL</b>			<b>15</b>

Elaboración: propia

Tomando a 5 empleados por cada MYPE; 15 en total entre damas y caballeros cuyas edades son entre 20y 50 años de edad; por lo tanto, es una población muestral finita para la variable Capacitación según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) “si la población es mínima o igual de 50 personas, la población es equivalente a su muestra”. La población para la variable atención al cliente, se concurrió a los propios consumidores que asisten a estas MYPE, entre caballeros y damas que se hallan entre los 20 y 70 años de edad, que concurren normalmente a estos Restaurantes, por lo tanto, es una población infinita o desconocida.

Se empleará la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$
$$n = \frac{1.95^2 \cdot 0.9 \cdot 0.10}{0.05^2}$$
$$n = 139$$

Z = 1.95%  Simboliza el nivel de confianza

$P = 0.9\%$         Simboliza el porcentaje de la población fidelizada

$Q = 0.10\%$         Simboliza lo que no concurren a esta MYPE

$E = 0.05\%$         Margen de error

Continuando con la población se precisa la misma por cada variable con la finalidad de asemejar la característica de cada una.

### **Criterios de inclusión y exclusión**

Se incluye a clientes que al momento de la aplicación del cuestionario se encuentren consumiendo en el restaurante, se considera clientes mayores de 18 años de edad. Se incluye a trabajadores que presenten un año o más laborando. Se excluyen a clientes que no deseen participar ni brindar información, en el llenado del cuestionario

<b>Variables</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>
<b>Capacitación</b>	La capacitación es una contestación a la escasez que posee las sociedades de dominio para referir con personal alto competente y especialista; así mismo estas formaciones están en invariables cambios debido a la capacidad del cliente por lo que Eternamente van a solicitar de personal competente significando (Vizcarra, 2015)	<b>Técnicas</b>	La dimensión técnicas se medirá con su indicador frecuencias de capacitaciones, programas y medios de capacitación con el método encuesta, instrumento el cuestionario	Frecuencia de Capacitaciones	Nominal
				Programas Organizacionales	
				Medios de Capacitación	
		<b>Necesidades</b>	La dimensión necesidades se medirá con su indicador tiempo de inducción, expectativas al capacitar y eficiencia y desempeño con el método encuesta, instrumento el cuestionario	Tiempo de Inducción	Nominal
				Expectativas al Capacitar	
				Eficiencia y Desempeño	
<b>Atención Al Cliente</b>	Se obtiene precisar como el valor de la aproximación entre las tipologías anheladas o desarrolladas en un beneficio o prestación y las peculiaridades efectivamente conseguidas con la finalidad de establecer el desempeño con sentencias obligaciones, El no efectuar con las exigencias simboliza alejamiento de disposición. (Martin, 2015).	<b>Niveles de Satisfacción</b>	La dimensión niveles de satisfacción se medirá con sus indicadores amabilidad y excelencia en el servicio con el método encuesta, instrumento el cuestionario	Amabilidad En El Servicio	Nominal
				Excelencia En El Servicio	
		<b>Servicio Externo e Interno</b>	La dimensión servicio externo e interno se medirá con sus indicadores diversidad de servicios, capacidad de solución y satisfacción de expectativas con el método encuesta, instrumento el cuestionario	Diversidad de Servicios	Nominal
				Capacidad De Solución	
				Satisfacción De Expectativas	

## **Técnicas e instrumentos**

### **Técnicas:**

- a) Encuestas: Las encuestas estuvieron elaboradas para instituir las características de las variables, capacitación y atención del cliente de las MYPE rubro restaurantes de Cossío del Pomar, Castilla- Piura.

### **Instrumentos**

- a) Cuestionario: se elaboró una variedad de preguntas las mismas que fueron elaboradas a los empleados para la variable capacitación; y aplicadas a los consumidores para la variable atención al cliente

## **4.5 Plan De Análisis**

Una vez coleccionada la información se calculan y grafican los datos establecidos de acuerdo a cada variable y sus extensiones, es por ello se utilizara un esquema expresivo deduciendo las frecuencias y proporciones, rápidamente se ejecutan el estudio y la interpretación de la información obtenida por la herramienta de acopio de información (preguntas) que será validado con la técnica sensata del experto, el proceso de la investigación se ejecutara manejando el sistema de tecnología Microsoft, Office, Excel 201

#### 4.6 Matriz de Consistencia

TITULO	PREGUNTA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
Caracterización De La Capacitación y Atención al Cliente Rubro Restaurantes de Cossío de Pomar, Castilla-Piura, Año 2018.	Cuáles son las características que tiene la capacitación Y Atención Al cliente Rubro Restaurantes De Cossío De Pomar, Castilla-Piura, año, 2018.	Determinar las características de la Capacitación Y La Atención Al Cliente De Las MYPE Rubro Restaurantes De Cossío De Pomar Castilla-Piura, Año, ¿2018?	La investigación no manejó ya que su trascendencia no implica una influencia o casualidad ya que simplemente se representa las características de las variables ya que trata de un estudio descriptivo (Hernández Fernández & Batista, 2014)	Capacitación	<p><b>Nivel y Tipo:</b> Descriptiva y Cuantitativa</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental de corte transversal</p> <p><b>Población:</b> Capacitación N = finita con 15 trabajadores</p> <p>Atención al Cliente Cliente N = infinita</p> <p><b>Muestra:</b> n= 15 trabajadores n= 139 clientes</p> <p><b>Técnicas:</b> Instrumento/ Encuestas/ Cuestionario</p>
		<p>a) Conocer las técnicas de capacitación al personal de las MYPE rubro restaurantes de Cossío De Pomar, Castilla-Piura, año 2018.</p> <p>b) Identificar las necesidades de Capacitación Rubro restaurantes de Cossío De Pomar, Castilla-Piura, año 2018.</p> <p>c) Determinar el nivel de satisfacción al cliente que tiene las MYPE Rubro Restaurantes De Cossío De Pomar, Castilla-Piura, Año, 2018.</p> <p>d) analizar la calidad de servicio externo e interno que tiene las MYPE Rubro Restaurantes De Cossío De Pomar, Castilla-Piura, Año, 2018.</p>		Atención al cliente	

#### **4.7- Principios Éticos**

En este estudio de investigación, se empleará con nitidez y autenticidad en la recolección de información, legitimidad en los resultados conseguidos, se les consultara a los consumidores la razón de la indagación, preservando la identidad de los clientes que informan en la tesis, se impugnarán las terminaciones prejuiciosas manejadas y alienantes.

## V-RESULTADOS

### Variable Capacitación

**Objetivo Especifico 01** Conocer Las Técnicas De Capacitación Al Personal De Las MYPE Rubro Restaurantes de Cossío del Pomar Castilla -Piura, Año, 2018.

**Tabla 1**  
*¿Usted ofrece capacitaciones a sus nuevos trabajadores?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	15	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Elaboración: propia

Fuente: resultados encuesta aplicada al trabajador

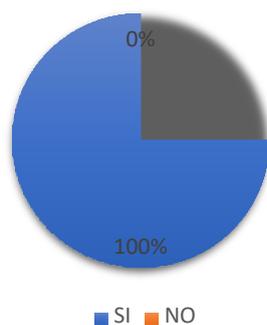


Figura N°1: diagrama circular

Que representa ¿Usted ofrece capacitaciones a sus nuevos trabajadores?

En la tabla N°1 y figura N°1 denominada representa ¿Usted ofrece capacitaciones a sus nuevos trabajadores? se observó que el 100% de los colaboradores respondieron sí.

**Tabla 2**  
*¿Usted Cuenta con reglas internas de capacitación?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	13.5	90%
No	1.5	10%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Elaboración: propia

Fuente: resultados encuesta aplicada al trabajador

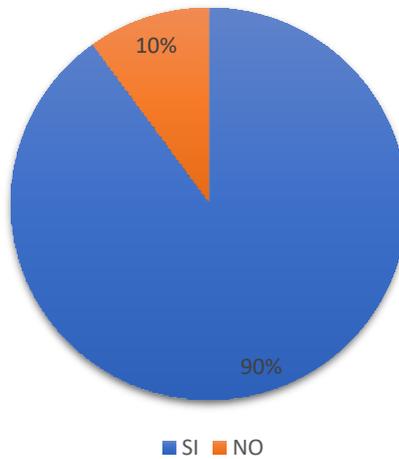


Figura N°2: diagrama circular

Que representa ¿Usted Cuenta con reglas internas de capacitación?

En la tabla N°2 y figura N°2 denominada representa ¿Usted Cuenta con reglas internas de capacitación? se observó que el 90% de los colaboradores respondieron sí, mientras que el 10% no.

**Tabla 3**  
*¿Cree usted que debería crear un programa organizacional de capacitación?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	10.5	70%
No	4.5	30%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Elaboración: propia

Fuente: resultados encuesta aplicada al trabajador

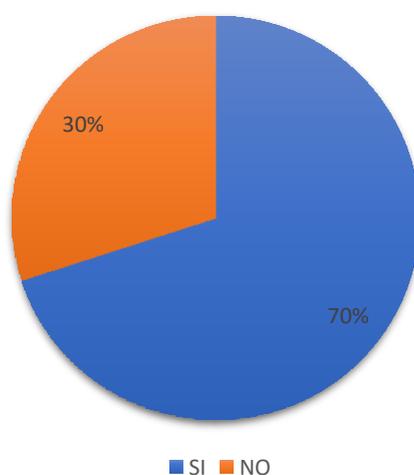


Figura N°3: diagrama circular

Que representa ¿Cree usted que debería crear un programa organizacional de capacitación?

En la tabla N°3 y figura N°3 denominada ¿Cree usted que debería crear un programa organizacional de capacitación? se observó que el 70% de los colaboradores respondieron sí, mientras que el 30% no.

**Tabla 4**  
*¿Utilizan Charlas De Capacitación Mediante Videos Que Motivan Al Personal?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	15	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Elaboración: propia

Fuente: resultados encuesta aplicada al trabajador

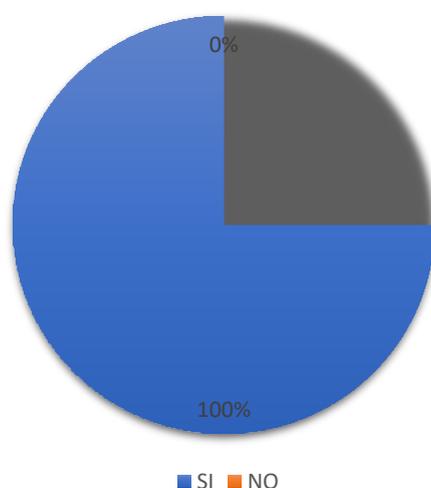


Figura N°4: diagrama circular

Que representa ¿Utilizan Charlas De Capacitación Mediante Videos Que Motivan Al Personal?

En la tabla N°4 y figura N°4 denominada ¿Cree usted que debería crear un programa organizacional de capacitación? se observó que el 100% de los colaboradores respondieron sí.

**Tabla 5**  
*¿Cree Usted Que Las Técnicas De Capacitación Que Utiliza Son Las Adecuadas?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	12	80%
No	3	20%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Elaboración: propia

Fuente: resultados encuesta aplicada al trabajador

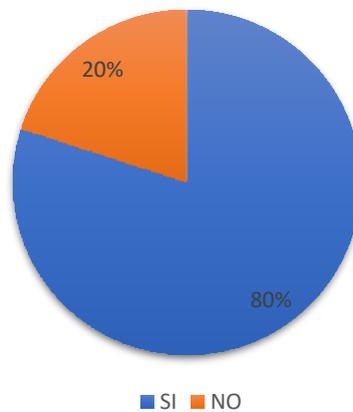


Figura N°5: diagrama circular

Que representa ¿Cree Usted Que Las Técnicas De Capacitación Que Utiliza Son Las Adecuadas?

En la tabla N°5 y figura N°5 denominada ¿Cree Usted Que Las Técnicas De Capacitación Que Utiliza Son Las Adecuadas? se observó que el 80% de los colaboradores respondieron sí, mientras que el 20% respondió que no.

**Objetivo Especifico 02** Identificar Las Necesidades De Capacitación Al Personal De Las MYPE Rubro Restaurantes De Cossío De Pomar Castilla -Piura, Año, 2018.

**Tabla 6**  
*¿Usted Considera Que Necesita Capacitarse Para Desempeñarse Mejor?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	15	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Elaboración: propia

Fuente: resultados encuesta aplicada al trabajador

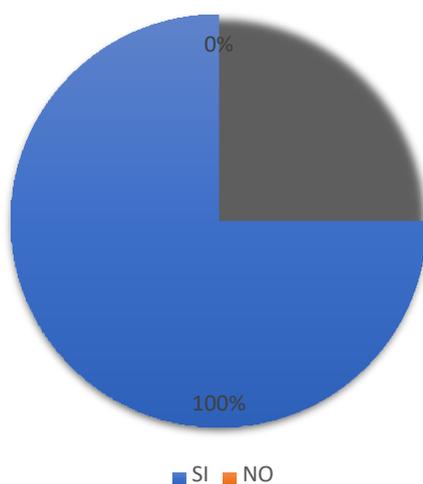


Figura N°6: diagrama circular

Que representa ¿Usted Considera Que Necesita Capacitarse Para Desempeñarse Mejor?

En la tabla N°6 y figura N°6 denominada ¿Usted Considera Que Necesita Capacitarse Para Desempeñarse Mejor? se observó que el 100% de los colaboradores respondieron sí.

**Tabla 7**  
*¿usted recibe capacitaciones de manera semanal?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	7.5	50%
No	7.5	50%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Elaboración: propia

Fuente: resultados encuesta aplicada al trabajador

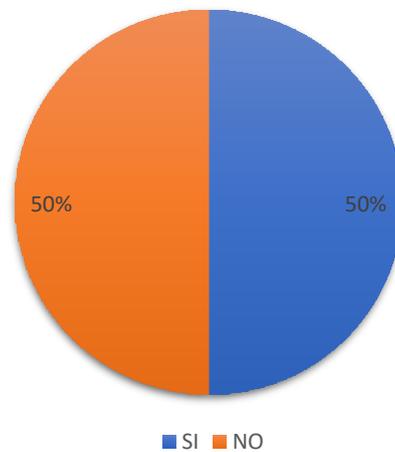


Figura N°7: diagrama circular

Que representa ¿usted recibe capacitaciones de manera semanal?

En la tabla N°7 y figura N°7 denominada ¿usted recibe capacitaciones de manera semanal? se observó que el 50% de los trabajadores respondieron que sí, mientras que el otro 50% dijo que el propietario no muestra interés en capacitarlos.

**Tabla 8**  
*¿considera que su nivel de desempeño en la MYPE es alto?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	14	94%
No	1	6%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Elaboración: propia

Fuente: resultados encuesta aplicada al trabajador

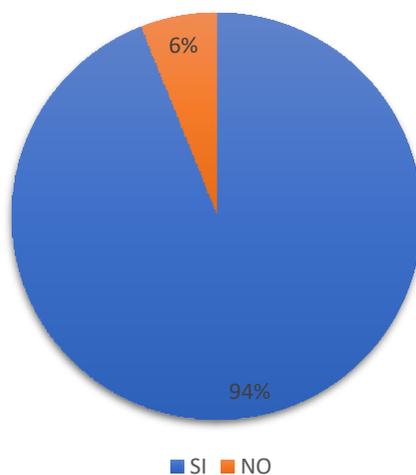


Figura N°8: diagrama circular

Que representa ¿considera que su nivel de desempeño en la MYPE es alto?

En la tabla N°8 y figura N°8 denominada ¿considera que su nivel de desempeño en la MYPE es alto? se observó que el 94% de los colaboradores respondieron sí, mientras que el 2% no.

**Tabla 9**  
*¿Es usted eficiente en las tareas que le asignan?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	15	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Elaboración: propia

Fuente: resultados encuesta aplicada al trabajador

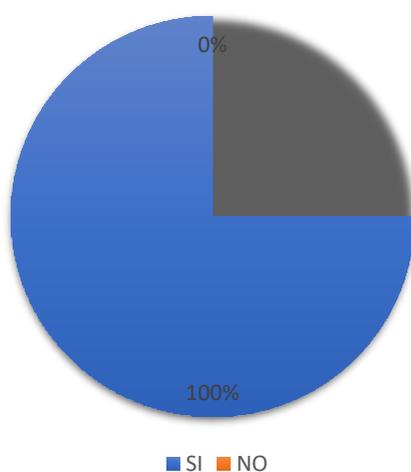


Figura N°9: diagrama circular

Que representa ¿Es usted eficiente en las tareas que le asignan?

Lectura: En la tabla N°9 y figura N°9 denominada ¿Es usted eficiente en las tareas que le asignan? se observó que el 100% de los trabajadores respondieron sí.

## Variable Atención Al Cliente

**Objetivo Especifico 02** determinar el nivel de satisfacción al cliente de las MYPE rubro restaurantes de Cossío De Pomar, Castilla-Piura, Año, 2018.

**Tabla 10**  
*¿Considera que la atención al cliente es la adecuada?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	97	70%
No	42	30%
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Elaboración: propia

Fuente: resultados encuesta aplicada al cliente

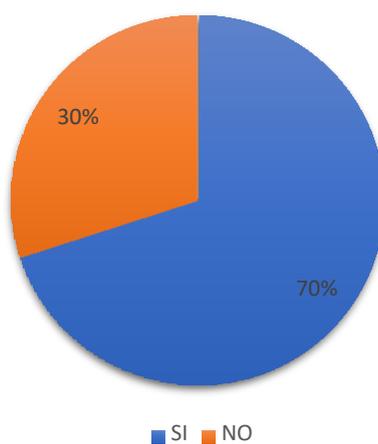


Figura N°10: diagrama circular

Que representa ¿Considera que la atención al cliente es la adecuada?

En la tabla N°10 y figura N°10 denominada ¿Considera que la atención al cliente es la adecuada? se observó que el 70% de los clientes se sienten satisfechos, mientras que el 30% respondieron no.

**Tabla 11**

*¿Considera usted que esta MYPE se caracteriza por su amabilidad en la atención que brinda?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	97	70%
No	42	30%
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Elaboración: propia

Fuente: resultados encuesta aplicada al cliente

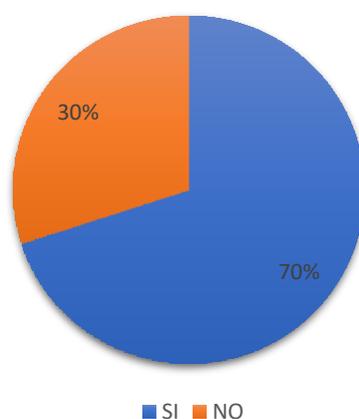


Figura N°11: diagrama circular

Que representa ¿Considera que la atención al cliente es la adecuada?

En la tabla N°11 y figura N°11 denominada ¿Considera que la atención al cliente es la adecuada? se observó que el 70% de los clientes respondieron sí, mientras que el 30% respondió que no.

**Tabla 12**  
*¿El personal brinda un excelente servicio?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	125	90%
No	14	10%
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Elaboración: propia

Fuente: resultados encuesta aplicada al cliente

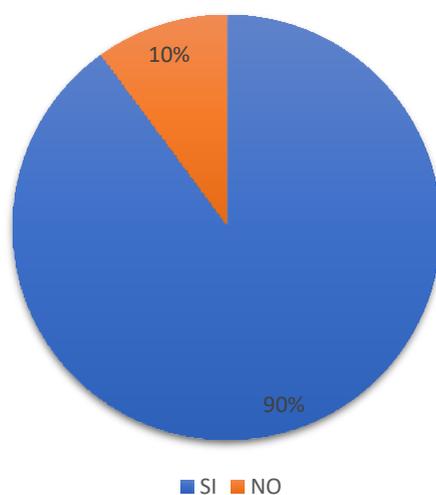


Figura N°12: diagrama circular

Que representa ¿El personal brinda un excelente servicio?

En la tabla N°12 y figura N°12 denominada ¿El personal brinda un excelente servicio? se observó que el 90% de los clientes respondieron sí, mientras que el 10% no.

**Objetivo Especifico 04** Analizar La Calidad De Servicio Externo E Interno De Las MYPE

Rubro Restaurantes De Cossío De Pomar, Castilla-Piura, Año, 2018.

**Tabla 13**

*¿Considera usted que este restaurante debería contar con una diversidad de platos a la carta?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	69.5	50%
No	69.5	50%
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Elaboración: propia

Fuente: resultados encuesta aplicada al cliente

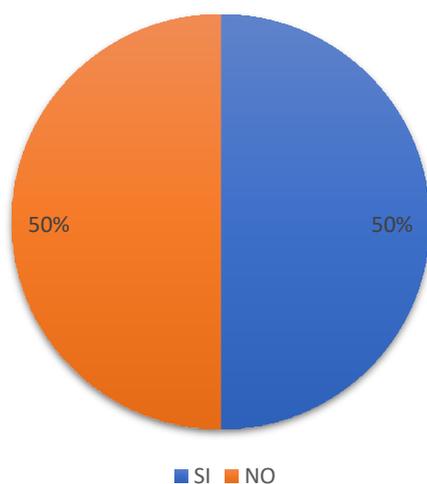


Figura N°13: diagrama circular

Que representa ¿Considera usted que este restaurante debería contar con una diversidad de platos a la carta?

En la tabla N°13 y figura N°13 denominada ¿Considera usted que este restaurante debería contar con una diversidad de platos a la carta? se observó que el 50% de los colaboradores respondieron sí, mientras que el otro 50% respondió que no.

**Tabla 14**

*¿Cuándo el cliente tiene problemas la MYPE muestra interés en solucionarlos?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	97	70%
No	42	30%
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Elaboración: propia

Fuente: resultados encuesta aplicada al cliente

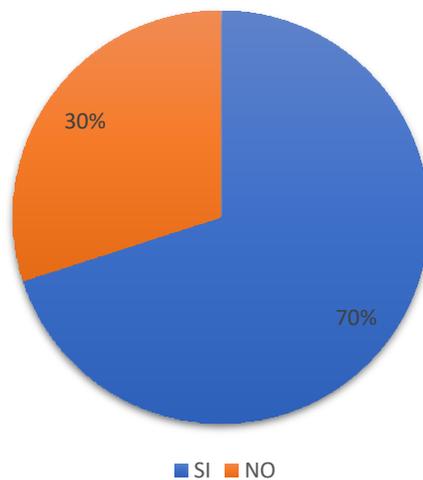


Figura N°14: diagrama circular

Que representa ¿Cuándo el cliente tiene problemas la MYPE muestra interés en solucionarlos?

En la tabla N°14 y figura N°14 denominada ¿Cuándo el cliente tiene problemas la MYPE muestra interés en solucionarlos? se observó que el 70% de los clientes respondieron sí, mientras que el 30% respondió que no.

**Tabla 15**

*¿Se considera un cliente concurrente en esta MYPE?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	136	98%
No	3	2%
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Elaboración: propia

Fuente: resultados encuesta aplicada al cliente

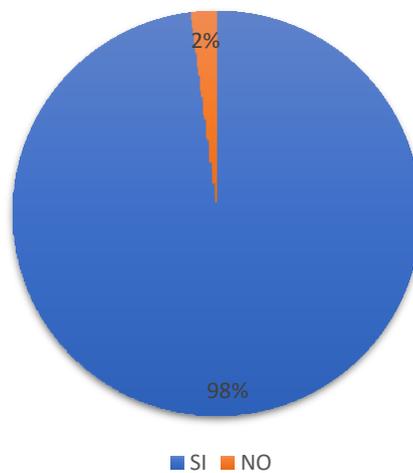


Figura N°15: diagrama circular

Que representa ¿Se considera un cliente concurrente en esta MYPE?

En la tabla N°15 y figura N°15 denominada ¿Se considera un cliente concurrente en esta MYPE? se observó que el 98% de los colaboradores respondieron sí, mientras que el 2% respondió no.

**Tabla 16**  
*¿Para usted la atención es rápida y ágil?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	132	95%
No	7	5%
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Elaboración: propia

Fuente: resultados encuesta aplicada al cliente

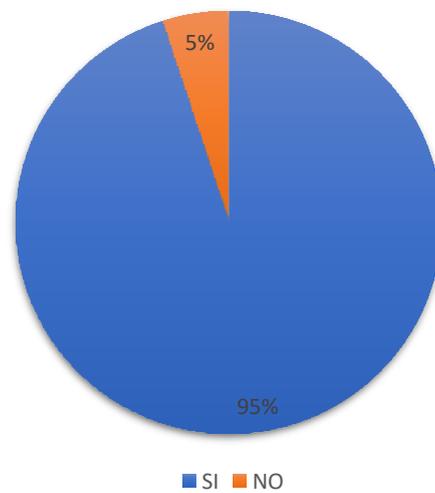


Figura N°16: diagrama circular

Que representa ¿Para usted la atención es rápida y ágil?

En la tabla N°16 y figura N°16 denominada ¿Para usted la atención es rápida y ágil? se observó que el 95% de los colaboradores respondieron sí, mientras que el 5% no.

**Tabla 17**

*¿para usted el sabor de la comida en esta MYPE satisfacen sus necesidades?*

<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	111	80%
No	28	20%
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

Elaboración: propia

Fuente: resultados encuesta aplicada al cliente

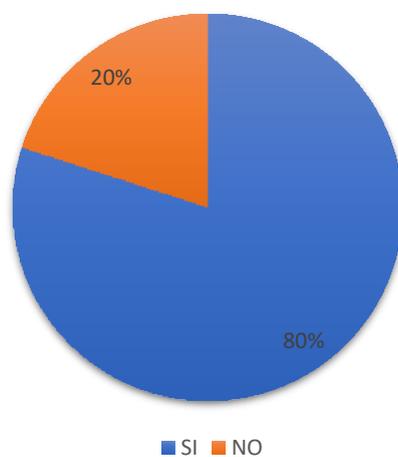


Figura N°17: diagrama circular

Que representa ¿Para usted el sabor de la comida en esta MYPE satisfacen sus necesidades?

En la tabla N°17 y figura N°17 denominada ¿Para usted el sabor de la comida en esta MYPE satisfacen sus necesidades? se observó que el 80% de los clientes respondieron sí, mientras que el 20% respondió no.

## 5.2 Análisis de Resultado

En la tabla 1; denominada “Usted Ofrece Capacitaciones A Sus nuevos trabajadores” se observa que en su totalidad los empleados si obtuvieron capacitación al minuto de ingresar a su nuevo lugar de labor, para que las tareas que se les otorga lo realicen con eficiencia y eficacia, permitiéndoles, engrandecer sus conocimientos, según (Viscarra, 2015) la capacitación es una contestación a la escasez que posee las sociedades de dominio para contar con personal competente y especializado; así mismo estas formaciones están en invariables cambios debido a la capacidad del cliente por lo que eternamente van a solicitar de personal competente dignificando de instrucciones y técnicas que avalen eficiencia y eficacia ayudando a su incremento y progreso personal; Coincidiendo con Velasco (2014) quien refiere que centralmente los primordiales objetivos de la capacitación están en capacitar a los nuevos trabajadores al momento de su ingreso, ya que la organización va a tomar medidas al personal que ayude a la realización de varias tareas particulares de la empresa, y que estas se han enmarcadas desde el primer instante de ingreso.

En la tabla 2: denominada “Usted Cuenta con reglas internas de capacitación “sé verifica que el 90% de los trabajadores cuentan con normas internas de capacitación, que les facilita desplegarse de modo eficaz y eficiente, con la finalidad de crear rentabilidad para la organización, mientras que el 10% no. según (Chiavenato, 2014) Las mejores capacitaciones se logran cuando se le enseña a la persona como hacer las cosas correctamente y haciendo la práctica necesaria que ayudan al participante aprender algo nuevo y diferente, por ello la capacitación debe ser continua y constante, dependiendo la necesidad debe hacerse al menos una vez al mes Lo que coincide con la investigación de Sevelleno (2014) quien refiere que dentro de la organización es importante planificar capacitaciones internas de capacitación porque van a convertirse en un módulo de mejora

a los individuos y concebida como un proceso de alineación en el ámbito profesional favoreciendo a la institución.

En la Tabla 3: denominada “Cree usted que debería crear un programa organizacional de capacitación”, el 70% refieren anhelarían contar con programas organizacionales de capacitación para una superior labor, mientras el 30% de ellos no lo considera importante; según (Carrillo, 2014) Es importante que dentro de las empresas se creen programas organizacionales, con la finalidad que puedan crear nuevas habilidades para cumplir con los objetivos a corto plazo y que estos puedan ser responsables de su propio crecimiento, que les permitirá sobrevivir y mantenerse y llegar a la excelencia, alcanzando niveles altos de productividad y éxito lo que coincide con Torres (2015) estableciendo que Con la realización de métodos de capacitación organizacionales se espera que la empresa cuente con empleados listos para ofrecer un servicio de calidad a distintos individuos que requieran de algún tipo de servicio.

En la tabla 4; denominada “Utilizan Charlas De Capacitación Mediante Videos Que Motivan Al Personal”, señalan en su totalidad si se les ha capacitado por medio de capacitaciones audiovisuales lo que genera al personal ejecutar mejor sus labores, teniendo como resultado que los empleados de la MYPE, estén motivados para laborar mejor; según (Chiavenato, 2014) las empresas reflejan en su interior una gran cantidad de transformaciones y renovaciones, lo cual es el resultado de la adquisición de conocimientos, culturas y valores, es decir el aprendizaje de las personas por la cual tiene que utilizar medios de capacitación que le permita promover un aprendizaje adaptivo y generativo Coincidiendo con Pérez (2015) quien determino; que la capacitación audiovisual es una instrumento primordial y transcendental que ayuda al desarrollo de las pequeñas y medianas sociedades, y que esto garantiza el éxito de las mismas.

En la tabla 5: denominada “Cree Usted Que Las Técnicas De Capacitación Que Utiliza Son Las Adecuadas”, el 80% manifestaron que sí, que se dan de manera clara lo que permite que en el trabajo día a día se perfeccione su labor y que esta le permita mayor productividad, mientras que el 20% estén en desacuerdo; Esto se refleja y se comparan con lo dicho por Gómez (2014) quien estableció que el 45,5% de las MYPE requieren ser capacitadas de modo adecuado para que el empleado se sienta agradable y orgulloso con lo que elabora, generando motivación y que le permita una mayor satisfacción y comodidad en el trabajo.

En la tabla 6: denominada “Usted Considera Que Necesita Capacitarse Para Desempeñarse Mejor” el 100% manifestaron que sí, creen es importante recibir frecuentemente capacitaciones, permitiendo, el logro de las expectativas deseadas por la organización; según Estas consecuencias concuerdan con Guevara (2014) quien estableció que personal toma algún ejemplo de capacitación, ya sea por cálculo de la institución o por cuenta del mismo empleador, en su mayoría piensan que la capacitación es un mecanismo pedagógico para optimar y vigorizar su competitividad.

En la tabla 7: denominada “usted recibe capacitaciones de manera semanal” fundamentaron que el 50% de ellos inducidos por el propietario, mientras que el otro 50% indica que el propietario no muestra interés en su preparación; según Rodríguez (2014) la inducción consiste en un conjunto de actividades para informar al trabajador sobre los planes, objetivos y las políticas de la organización para que se integre al puesto, al grupo de trabajo, y a la organización lo más rápido posible, además lo conforman diversas actividades enfocadas a desarrollar habilidades y mejorara aptitudes del personal respecto a las tareas que realizan, conjugando la autorrealización individual con la consecución de los objetivos; coincidiendo con Sánchez (2014) indicando que la capacitación influye claramente en el desempeño laboral del personal y que estas deberían de ser dadas de

manera semanal, donde les accede desenvolverse mejor y concebir satisfacción y a su vez las insuficiencias de los restaurantes se muestran en habilidades de atención al consumidor, estimulación, liderazgo, agotamientos, fortificaciones, labores en equipo y conducción de personal. También, encomienda ejecutar un rastreo de los favores que se procedieron de la ejecución del plan de capacitación.

En la tabla 8: denominada “considera que su nivel de desempeño en la MYPE es alto” el 94% afirman tener un excelente desempeño en la MYPE, mientras que el 6% no, según Chiavenato (2014) la eficiencia y desempeño involucra a los empleados de una empresa, ya que los resultados se ven reflejados en la rentabilidad de la empresa, porque depende directamente del trabajo de los trabajadores, esto genera motivación en cada uno de ellos para lograr la eficiencia que requiera la empresa con menos recursos, pero con la finalidad de tener buenos resultados; coincidiendo con Muñoz (2015) quien determino que un nivel alto de desempeño genera productividad y por ende rentabilidad marcando que en un 72% piensa tener las capacidades necesarias para compensar las necesidades y anhelos de los consumidores.

En la tabla 9; denominada “Es usted eficiente en las tareas que le asignan” muestra que el 100% de los trabajadores tienen un alto nivel eficiente en las tareas asignadas, Demostrando una de las características sobre las eficiencias de los trabajadores del personal de MYPE Estas resultas se contrastan con los estudios por Anticona (2015) quien determina en un 72%, que los trabajadores para ser eficientes deben de ser capacitados por instructores de manera continua para ejecutar un perfecto compromiso al facilitar sus servicios a los consumidores.

En la tabla 10: denominada “Considera que la atención al cliente es la adecuada”, se comprobó que el 70% los clientes están contentos con la atención brindada por los trabajadores de la MYPE, permitiéndole el desarrollo y ganancias prosperas para la

organización; mientras que el 30% están en disconformidad ; según Diaz (2014) determina que la atención al cliente es ya que es un punto central de la amabilidad con el propósito de satisfacer expectativas del cliente, además es un conjunto de estrategias que una empresa diseña para satisfacer los gustos del cliente, ya que es de suma importancia para el desarrollo de la empresa. Contrastando con Balladares (2015) quien determino que los sitios de fortificación del restaurante, lo cual simboliza una superioridad competitiva cuyo propósito es examinar la eficacia del servicio del restaurante Pícalos cara a los demás restaurantes que son defectuosos.

En la tabla 11: denominada “Considera usted que esta MYPE se caracteriza por su amabilidad en la atención que brinda”, se aprecia que el 70% están satisfechos por el servicio brindado, mientras que el 30% aduce haber sufrido malos tratos; según Fontáñez (2014) la amabilidad en el servicio es un conjunto de factores, incluyendo como el de aquella persona que tiene una actitud complaciente y afectuosa al tratar con otras personas al brindar un determinado servicio, ya que sin clientes no hay empresa que pueda ser rentable y cubrir sus costes y generar ingresos, por lo mismo hay que extremarlos cuidados con los clientes, brindándoles un producto de calidad, con buenos precios y sobre todo que satisfaga sus necesidades primordiales coincidiendo con Márquez (2015) quien establece que la excelente atención al cliente se ha transformado en una habilidad prioritaria y cada vez son las que alternan de precisar, calcular y por ultimo perfeccionar; sin embargo, varias compañías no han conseguido brindar una excelente calidad de atención al consumidor, debido a que no saben lo que simboliza verdaderamente, ya que esto no va más allá que la educación que brindan los excedentes, de esta manera debe estar dentro de la compañía una responsabilidad de liderazgo.

En la tabla 12: designada “El personal brinda un excelente servicio”, evidenciando que el 90% de los clientes se encuentran contentos con el servicio adquirido; lo que le permite a la MYPE tener clientes fidelizados, mientras el 10% no se siente a gusto, según Fontánez (2014) para las empresas ofrecer un excelente servicio es fundamental para establecer un vínculo directo con cada cliente, por lo mismo este autor afirma que “la excelencia en el servicio no se puede improvisar”, por la cual debe capacitarse al personal y poner a su alcance una serie de procesos de servicio metódicos y bien diseñados que vayan acompañados de un entorno laboral positivo. Clemente (2015) concuerda con lo antes dicho porque en su tesis concluye, que la excelencia de calidad de prestación es un mecanismo que estribará no solo del tipo de arreglo o servicio que se recoge, si no de la eficacia del individuo encargado de ofrecerlo esto puede ser resultado tanto de la práctica o falta de esta, como del contexto del método en este momento, pues un asalariado suele ejecutar la maniobra de modo más expedita no obstante esta logre poseer efectos nocivos en la solicitud al cliente.

En la tabla 13: designada “Considera usted que este restaurante debería contar con una diversidad de platos a la carta”, muestra que el 50% de los clientes, están en muy acuerdo, que vayan otros tipos de preparación de comida que satisfaga necesidades de algunos demandantes, mientras que el otro 50% están de desacuerdo porque estas MYPE ya lo han intentado y han fracasado, según Gómez (2016) el comensal moderno llegó para cambiar los paradigmas dentro de un restaurante, no basta con brindar un buen servicio, es primordial establecer un vínculo directo con el cliente, proporcionándole en cada visita una diversidad de servicios que satisfagan sus necesidades en especial que tenga un excelente deleite culinario un catálogo de sensaciones que lo hagan repetir una y otra vez. Ricce (2014) concuerda con lo antes dicho llegando a la conclusión, que no se trata solo de la elaboración del producto o del importe son muchas las compañías que disipan

consumidores por la creación de actuales mercados, todo penderá de la elaboración y sazón de la compañía en la intimidad y de cada consumidor en particular.

En la tabla 14: designada “Cuándo el cliente tiene problemas la MYPE muestra interés en solucionarlos”, el 70% han sido ayudados por los trabajadores de las MYPE, mostrando interés por resolver incomodidades o inconformidad respecto al servicio dado, mientras el 30% de ellos nunca recibió la ayuda necesaria; según Gómez (2016) la capacidad para resolver problemas se puede definir como la eficacia y agilidad a la hora de encontrar soluciones a los problemas surgidos; aquellas personas calificadas para actuar de forma proactiva, sin perder el tiempo y encontrando las soluciones más apropiadas para cada caso de los comensales pensando siempre en las repercusiones que estas pueden tener a largo plazo. Hermosa (2015) concuerda con lo antes dicho porque en su indagación concluye que el procedimiento de la solución rápida que los empleados les den a los clientelas ,son de gran ayuda ya que poseen gran categoría en los servicios, pues los consumidores requieren perpetuamente una excelente atención y es un mecanismo primordial para recalcar y crear una primacía competitiva, igual que va a ser capaz de influir en deleite del cliente lo que ayuda en gran medida a que una sociedad sobreviva y prospere, pues los consumidores requieren productos y bienes que compensen sus insuficiencias y resalten sus perspectivas.

En la tabla 15: designada “Se considera un cliente concurrente en esta MYPE” se aprecia que el 98% de los clientes se consideran fidelizados con la MYPE; mientras que el 2% solo acude los fines de semana. Silva (2015) concuerda determinando, toda sociedad tiene consumidores fidelizados a las cuales satisfacer, por ello depende en gran medida el éxito de las mismas, además del, cuidado al cliente es un semblante primordial para alcanzar una ventaja profesional sobre la competitividad de otras organizaciones.

En la tabla 16: designada “Para usted la atención es rápida y ágil” se aprecia que el 95% de los clientes consideran que la atención si es rápida y ágil; por otro lado, el 5% está disconforme. Mauriola (2015) concuerda con lo antes dicho llegando a ultimar que ofrecer una excelente atención al consumidor rápida y ágil es una cifra para una excelente calidad de servicio sobre todo aquellos en las que lo consumidores concurrentes, siendo una excelente iniciación de entrada por lo tanto es un asunto prioritario y su primordial objetivo para lograr rentabilidad.

En la tabla 17: designada “para usted el sabor de la comida en esta MYPE satisfacen sus necesidades” el 80% respondieron que sí, estas MYPE si cumplen y satisfacen las necesidades a sus clientes que concurren, mostrando interés en ofrecer un servicio de calidad, mientras el 20% esta disconforme; Nieto (2015) concuerda con lo antes dicho porque en su indagación concluye que, debido a la gran competitividad en su país en la elaboración restaurantera, nace la necesidad de realizar políticas de calidad que satisfagan las necesidades de los clientes y se mantengan leales los consumidores.

## VI- CONCLUSIONES

Se concluyó en cuanto al objetivo general el determinar las características de capacitación y atención al cliente de las MYPE investigadas, se identifica deficiencias en los trabajadores por falta de capacitación que es necesaria para lograr el desarrollo personal lo que genera en minoría una mala atención al cliente; por lo tanto, se recomienda perfeccionar los métodos de capacitaciones que se dan para el mejoramiento de la atención al cliente y así poder formar trabajadores proactivos, eficientes y eficaces.

En relación a las técnicas de capacitación que se ofrece a los empleados en las MYPE de los restaurantes de Cossío de pomar, debe ser implementado con mejoras que ayuden al desarrollo del progreso personal de cada uno de ellos ya que estas charlas son de manera empírica, no cuenta con una elaboración hecha por algún profesional que perfeccione muchas deficiencias que no les permite desarrollarse por sí mismo, por ello, se recomienda el asesoramiento adecuado que permita la utilización de métodos de capacitación y que estas sirvan de estímulo y no de aburrimiento para los empleados que quieren enriquecer sus conocimientos y de esta manera crecer en cada lugar de trabajo que poseen.

Con relación a las necesidades de capacitación , se identificó que los empleados en las MYPE de los restaurantes de Cossío de pomar no cuenta con una planificación de programas organizacionales de capacitación las mismas que detecten las debilidades que surgen a diario dentro de la MYPE para establecer objetivos de plan de preparación, que ayude a mejorar las deficiencias de la organización, así mismos se recomienda la contratación de instructores para que elaboren programas de capacitación para trazar objetivos, como en que, donde y a quien capacitar para perfeccionar el aprendizaje de cada uno de ellos y que permita un mejor desenvolvimiento con el propósito de obtener una mejor productividad y por ende la rentabilidad.

En cuanto al nivel de satisfacción se determinó que en correlación a la complacencia del consumidor en las MYPE de Cossío de pomar están en conformidad con la variedad de productos de atención que toman, con las perspectivas formadas por recibir, con los productos que facilitan los restaurantes, se recomienda seguir con la excelente atención al cliente, solución rápida que los trabajadores muestran ante un inconveniente surgido y la atención eficiente que dan estas MYPE y que de alguna manera se sienten identificadas.

Con relación a la calidad del servicio externo e interno de la MYPE Se estableció que la las instalaciones de MYPE de los restaurantes de Cossío de pomar, están en cambios constantes debido a que no cuentan con los medios necesarios para implementar toda su infraestructura, recurriendo a préstamos bancarios, por otro lado poseen una excelente atención al cliente y son concurridos por individuos que son cautivados por el deleite de sus platos además del buen servicio que otorgan, se recomienda tomar las medidas necesarias para que su personal siempre este apto para la buena atención a los consumidores ya que en mayoría se sienten fidelizados.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alles, I. (2015). Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE de servicio rubro restaurante - Felipe Cossío del Pomar Castilla – Piura, 2018. Tesis para optar el título de licenciada en administración, universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Piura. Recuperado del sitio internet <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3411>
- Andina (2018). “Produce: micro y pequeñas empresas aportan 24% al PBI nacional”. Recuperado del sitio web: <https://andina.pe/agencia/noticia-produce-micro-y-pequenas-empresas-aportan-24-al-pbi-nacional-711589.aspx>
- Anticona, E (2015). La Capacitación y Producción de la Empresa Langostera EXAPAL SRL, Tumbes, 2016. Informe de Tesis para obtener el Título de Licenciada en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – sede de Tumbes. Recuperado del sitio de internet:
- Avolio, Mesones & Roca, (2016). *El 85% de las Mype en Perú es informal*. Recuperado el 28 de diciembre de 2014, de Perú 21: <http://peru21.pe/opinion/85-mype-peru-informal-2191941>
- Balladares, F. (2017). Caracterización de la gestión de calidad y capacitación de las Mypes, en el sector servicio rubro hospedaje en el distrito de Tumbes, 2017. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Tumbes. Recuperado del sitio de internet: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3849>
- Barba, Jiménez, & Martínez, (2015). *El servicio al cliente en las MYPEs ubicadas en el Perimetro del Mercado de Abastos*. Piura.
- Calderón, S (2015). *La contribución de las MYPE al PBI*. Obtenido de ASEP. Lima: <http://asep.pe/mypes-aportan-el-40-del-pbi/>

- Carrillo (2014). *Apoyando a las pymes: Políticas de fomento en América Latina y El Caribe*.  
Obtenido de [http://www.elfinancierocr.com/biblioteca/Apoyando-Politicas-America-Latina-Caribe\\_ELFFIL20130731\\_0037.pdf](http://www.elfinancierocr.com/biblioteca/Apoyando-Politicas-America-Latina-Caribe_ELFFIL20130731_0037.pdf)
- Collao. (2016). *Boletín Empresarial: OFREZCA UN SERVICIO DE EXCELENCIA*.  
Recuperado el 17 de 04 de 2014, de Boletín Empresarial: OFREZCA UN SERVICIO DE EXCELENCIA: <http://www.aempresarial.com/web/informativo.php?id=369>
- Cruz, M (2014). *Propuesta de estrategias de mejoras en el servicio de atención al cliente en el restaurante el Ranchón, ubicado en el municipio de San Marcos, Departamento de Carazo, durante el II semestre del año 2014. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua*. Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/3447/1/4301.pdf>
- Chiavenato, I, (2014). *Gestión del Talento Humano*. Tercera edición. Editora McGraw-Hill/INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V.
- Diario El Comercio (2018). “Más del 60% de las Mypes usan celulares con acceso a Internet”. Recuperado del sitio web: <https://elcomercio.pe/economia/60-mype-celulares-acceso-internet-noticia-537799>
- Díaz , D (2017). *Caracterización de la Calidad de servicio al Cliente y Rentabilidad en las MYPES en el sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Pampas de Hospital – Tumbes, 2017. Informe de Tesis para optar el título de licenciada en administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Tumbes*.  
Recuperado del sitio de internet: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3942>
- Fontánez, P (2014). *Estrategia de servicio de atención al cliente*.
- Guevara, J.. (2015). *Relación entre el clima organizacional y la competitividad laboral de una Empresa*. Colombia.

- Gómez, J. (2016). *La hora de las MYPE exportadoras*. Recuperado el 18 de Abril de 2014, de Conexiónesan.com:<http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/08/23/la-hora-de-las-mypes-exportadoras/>
- Hermosa (2015), *Caracterización del Financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las empresas del rubro Pollerías al año 2012*. Lima.
- Hernández, Fernández & Batista, (2014). *Capacitación y desarrollo de personal*. Lima: S/E.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2016). *Comportamiento de la Economía Peruana en el primer trimestre de 2016*. Obtenido de Cuentas Nacionales Año base 2007. Lima: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-n02\\_pbi-trimestral\\_2016i.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-n02_pbi-trimestral_2016i.pdf)
- Martín, F (2015). *Rentabilidad y Gestión en el Punto de venta*. Obtenido de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15481/1/44016\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15481/1/44016_1.pdf)
- Márquez, H (2015). *Más allá de la excelencia y de la calidad total*. Mexico: DF Trillas.
- Mauriola, p (2015). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía shipibo-concibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010*. Universidad Ángeles de Chimbote.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2013). *MIPYME*. Recuperado el 2014, de MIPYME: <http://www.produce.gob.pe/remype/data/mype2012.pdf>
- Muñoz, L (2015). *Los programas de inducción y capacitación como herramientas de competitividad: el caso de una empresa del sector turístico de la ciudad de Tecate, Baja California, México*. Obtenido de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xxi/docs/3.10.pdf>
- Nieto, M. (2014). *Estrategia competitiva: Técnicas para analizar las industrias y la competencia*. Buenos Aires, Argentina: Mc Graw Hill.

- Pantigoso, R. (2016). *Competitividad, Formalización y desarrollo de la MYPE*. Lima: <http://peru21.pe/economia/cambios-ley-mype-permitira-que-170-mil-empresas-se-formalicen-2014-2139763>.
- Pérez, L. (2015). *Plan de capacitación para optimizar la calidad del servicio del Restaurante Cocolón de la Ciudad de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9090/1/PLAN%20DE%20CAPACITACION%20PARA%20OPTIMIZAR%20LA%20CALIDAD%20DEL%20SERVICIO%20DEL%20RESTAURAN%20COCOLON.pdf>
- Ricce, (2014). *La capacitación en las organizaciones modernas*. Chihuahua - México: Universidad Autónoma de Chihuahua.
- Rodríguez, J., & Burneo, K. (2017). *Metodología de la investigación*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Rodríguez, R. (2014). *INEI: El 99.6% de empresas son micro, pequeñas y medianas, pero las grandes concentran el 79% de ventas*. Obtenido de Noticias de emprendimiento: <http://emprende.pe/inei-el-99-6-de-empresas-son-micro-pequenas-y-medianas-pero-las-grandes-concentran-el-79-de-ventas/>
- Sevelleno (2014). *Caracterización de la calidad y la Rentabilidad de las Micro-empresas comerciales de útiles de oficina de Loreto*. Loreto.
- Sánchez (2014). *Relación entre la inteligencia emocional y la capacitación de los trabajadores ejecutivos de MYNAS S.A*. Barcelona.
- Silíceo, I. (2016). *Mejora del servicio al cliente en el restaurante, Costillas de Nico 2 en la ciudad de Guayaquil, 2016*. Universidad laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1353/1/T-ULVR-1153.pdf>

- Silva, E (2015). Las Mypes están haciendo crecer a Piura. (E. Belletich, Entrevistador)
- Torres, K. (2015). *Plan de capacitación de servicio al personal del restaurante Yaraví ubicado en la Mitad del Mundo. Instituto Tecnológico Cordillera de Ecuador*. Obtenido de <http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/359/93-TURISM-14-15-1718011750.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vera. (2014). *Capacitación al personal*. Lima: I.S.T.P Nuestra Señora del Carmen.
- Viscarra, G (2015) *El Crecimiento del Perú*. Lima: <http://elcomercio.pe/economia/negocios/christine-lagarde-crecimiento-peru-seguira-siendo-robusto-noticia-1641323>.
- Velasco (2014). *Unas 165,000 mypes formales se crearon en 2012*. Obtenido de <http://peru21.pe/economia/unas-165000-mypes-formales-se-crearon-2012-2131202>
- Yamakawa, P; Del Castillo, C. & Valderon, J, (2016) *Entrevista: Importancia de la MYPE en el desarrollo del País*. Recuperado el 19 de 04 de 2014, de Entrevista: Importancia de la MYPE en el desarrollo del País: <http://www.teleley.com/revistaperuana/villaran-66.pdf>
- Zevallos, R (2015). *Manual: Estudio de las Micro, pequeñas y medianas empresas*. Lima: Universidad San Martín de Porres.

# ANEXOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### CUESTIONARIO

Buen día sr(a) encuestado, soy alumna de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, de la carrera de Administración, y me encuentro realizando un estudio sobre capacitación al personal en el rubro restaurantes de Cossío De Pomar, Castilla- Piura, este cuestionario ha sido elaborado para que sea desarrollado por los trabajadores.

En tal sentido conoedora de su espíritu altruista le solicito me responda el siguiente cuestionario.

1. ¿Usted Ofrece Capacitaciones A Sus nuevos trabajadores?  
 SI                       NO
2. ¿Usted Cuenta con reglas internas de capacitación?  
 SI                       NO
3. ¿Cree usted que debería crear un programa organizacional de capacitación?  
 SI                       NO
4. ¿Utilizan Charlas De Capacitación Mediante Videos Que Motivan Al Personal?  
 SI                       NO
5. ¿Cree Usted Que Las Técnicas De Capacitación Que Utiliza Son Las Adecuadas?  
 SI                       NO
6. ¿Usted Considera Que Necesita Capacitarse Para Desempeñarse Mejor?  
 SI                       NO
7. ¿usted recibe capacitaciones de manera semanal?  
 SI                       NO
8. ¿considera que su nivel de desempeño en la MYPE es alto?  
 SI                       NO
9. ¿Es usted eficiente en las tareas que le asignan?  
 SI                       NO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### CUESTIONARIO

Buen día sr(a) encuestado, soy alumna de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, de la carrera de Administración, y me encuentro realizando un estudio sobre atención al cliente en el rubro restaurantes de Cossío De Pomar, Castilla- Piura, este cuestionario ha sido elaborado para que sea desarrollado por los clientes.

En tal sentido conoedora de su espíritu altruista le solicito me responda el siguiente cuestionario.

10. ¿Considera la atención al cliente es la adecuada?  
 SI  NO
11. ¿Considera usted que esta MYPE se caracteriza por su amabilidad en la atención que brinda?  
 SI  NO
12. ¿El personal brinda un excelente servicio?  
 SI  NO
13. ¿Considera usted que este restaurante debería contar con una diversidad de platos a la carta?  
 SI  NO
14. ¿Cuándo el cliente tiene problemas la MYPE muestra interés en solucionarlos?  
 SI  NO
15. ¿Se considera un cliente concurrente en esta MYPE?  
 SI  NO
16. ¿Para usted la atención es rápida y ágil?  
 SI  NO
17. ¿Para usted el sabor de la comida en esta MYPE satisfacen sus necesidades?  
 SI  NO



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Hector Calderon Juca Cerejo identificado con DNI 02726302 con grado de Magister Por medio de la presente hago constar que he realizado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Encuesta elaborado por Herminia Emperatriz Changa Córdova, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "Caracterización De La Capacitación Y Atención Al Cliente Rubro Restaurantes De Casillo De Pomar, Castilla Parva, Año 2018" que se encuentra realizando.

Después de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados. Pisco, 11 de junio del 2019.

Firma

Ítems relacionados con la variable Atención Al Cliente	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso equívoco?		¿Se necesitan más ÍTEMES para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>PREGUNTAS AL CLIENTE</b>							
1. ¿Considera que la atención al cliente es la adecuada?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (X)
2. ¿Considera usted que esta MYPE se caracteriza por su amabilidad en la atención que brinda?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (X)
3. ¿El personal brinda un excelente servicio?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (X)
4. ¿Considera usted que este restaurante debería contar con una diversidad de platos a la carta?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (X)
5. ¿Cuando el cliente tiene problemas la MYPE muestra interés en relacionarlos?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (X)
6. ¿Se considera un cliente concurrente en esta MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (X)
7. ¿Para usted la atención es rápida y ágil?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (X)
8. ¿para usted el sabor de la comida en esta MYPE satisfacen sus necesidades?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (X)

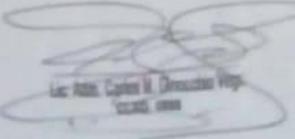
*[Handwritten signature]*  
 DR. GUSTAVO  
 GUSTAVO

Ítems relacionado con la variable Capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ITEMS para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>PREGUNTAS AL PROPIETARIO</b>							
1.- ¿Usted Ofrece Capacitaciones A Sus nuevos trabajadores?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
2.- ¿Usted Cuenta con reglas internas de capacitación?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
3.- ¿Cree usted que debería crear un programa organizacional de capacitación?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
4.- ¿Utilizan charlas de capacitación mediante videos que motivan al personal?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
5.- ¿Cree usted que las técnicas de capacitación que utiliza son las adecuadas?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
6.- ¿Usted considera que necesita capacitarse para desempeñarse mejor?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
7.- ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
8.- ¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
9.- ¿Es usted eficiente en las tareas que le asignan?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)

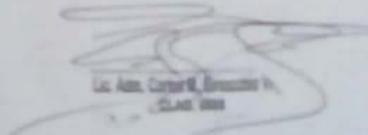
  
 M. Juan Carlos Rodríguez  
 095 0100000000



Ítem relacionado con la variable Capacitación	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso equívoco?		¿Se necesita más ÍTEMS para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>PREGUNTAS AL PROPIETARIO</b>							
1.- ¿Usted Ofrece Capacitaciones A Sus nuevos trabajadores?	/		/		/		SI ( ) No (✓)
2.- ¿Usted Cuenta con reglas internas de capacitación?	/		/		/		SI ( ) No (✓)
3.- ¿Cree usted que debería crear un programa organizacional de capacitación?	/		/		/		SI ( ) No (✓)
4.- ¿Utilizan charlas de capacitación mediante videos que motivan al personal?	/		/		/		SI ( ) No (✓)
5.- ¿Cree usted que las técnicas de capacitación que utiliza son las adecuadas?	/		/		/		SI ( ) No (✓)
6.- ¿Usted considera que necesita capacitarse para desempeñarse mejor?	/		/		/		SI ( ) No (✓)
7.- ¿Cada que tiempo recibe capacitaciones?	/		/		/		SI ( ) No (✓)
8.- ¿Cómo considera su nivel de desempeño en la MYPE?	/		/		/		SI ( ) No (✓)
9.- ¿Es usted eficiente en las tareas que le asignan?	/		/		/		SI ( ) No (✓)

  
 Lic. Abel Castro M. Director VPM  
 2022

Ítem relacionado con la variable Atención Al Cliente	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso equívoco?		¿Se necesita más ÍTEMS para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>PREGUNTAS AL CLIENTE</b>							
1. ¿Considera que la atención al cliente es la adecuada?	/			/	/		SI ( ) No (X)
2. ¿Considera usted que esta MYPE se caracteriza por su amabilidad en la atención que brinda?	/			/	/		SI ( ) No (X)
3. ¿El personal brinda un excelente servicio?	/			/	/		SI ( ) No (X)
4. ¿Considera usted que este restaurante debería contar con una diversidad de platos a la carta?	/			/	/		SI ( ) No (X)
5. ¿Cuando el cliente tiene problemas la MYPE muestra interés en solucionarlos?	/			/	/		SI ( ) No (X)
6. ¿Se considera un cliente concusente en esta MYPE?	/			/	/		SI ( ) No (X)
7. ¿Para usted la atención es rápida y ágil?	/			/	/		SI ( ) No (X)
8. ¿para usted el sabor de la comida en esta MYPE satisfacen sus necesidades?	/			/	/		SI ( ) No (X)

  
 Lic. Aldo Corrales, Encuestado N.º  
 21 de 2008

**Matriz de pregunta**

Variable	Dimensión	Indicadores	Pregunta	Fuente	Escala de medición
Capacitación	Técnicas	Frecuencias de capacitaciones	¿Usted Ofrece Capacitaciones A Sus nuevos trabajadores?	Trabajadores	Nominal
		Programas organizacionales	¿Usted Cuenta con reglas internas de capacitación?		
			¿Cree usted que debería crear un programa organizacional de capacitación?		
		Medios de capacitación	¿Utilizan Charlas De Capacitación Mediante Videos Que Motivan Al Personal?		
	¿Cree Usted Que Las Técnicas De Capacitación Que Utiliza Son Las Adecuadas?				
	Necesidades	Tiempo de inducción	¿Usted Considera Que Necesita Capacitarse Para Desempeñarse Mejor?	Trabajadores	Nominal
		Expectativas al capacitar	¿usted recibe capacitaciones de manera semanal?		
			¿considera que su nivel de desempeño en la MYPE es alto?		
	Eficiencia y Desempeño	¿Es usted eficiente en las tareas que le asignan?			
	Calidad de servicio	Niveles de calidad	Amabilidad en el servicio	¿Considera la atención al cliente es la adecuada?	Clientes
¿Considera usted que esta MYPE se caracteriza por su amabilidad en la atención que brinda?					
Excelencia en el servicio			¿El personal brinda un excelente servicio?		
Servicio externo e interno		diversidad en el servicio	¿Considera usted que este restaurante debería contar con una diversidad de platos a la carta?	Clientes	Nominal
		Capacidad de solución	¿Se considera un cliente concurrente en esta MYPE?		
		Satisfacción de expectativas	¿Para usted la atención es rápida y ágil?		
¿para usted el sabor de la comida en esta MYPE satisfacen sus necesidades?					

## EVIDENCIAS TURNITIN

Entorno Virtual Angelino  
Universidad Católica Los Ángeles  
de Chimbote

HERMINIA EMPERATRIZ CHUNGA CORDOVA

Actividad IU-5: Informe final - Revisión Turnitin

Mis entregas

SECCIÓN 1

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
Actividad IU-5: Informe final - Revisión Turnitin - Sección 1	16 sep 2019 - 00:00	22 sep 2019 - 23:50	16 sep 2019 - 01:50

Resumen:

Estimado estudiante, en esta semana deberá:

- Subir un archivo digital, conteniendo los siguientes elementos: Introducción, Bases teóricas, resultados, análisis de resultados y conclusiones; el cual deberá cumplir con la Política del servicio antiplagio (máximo porcentaje de similitud: 15%)

**Nota:** Recordar que los trabajos no entregados en la fecha programadas serán calificados con nota cero (00)

Actualizar entregas

Ver recibo digital	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
	TURNITIN TALLER IV	1177003751	21/09/2019 01:44	0%	

