



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE  
Y LA CAPACITACIÓN EN LAS MYPE DEL RUBRO  
RESTAURANTES DEL DISTRITO DE LALAQUIZ -  
HUANCABAMBA, 2015**

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

**AUTORA:**

**FABIOLA ESTHER GARCÍA CRUZ**

**ASESORA:**

**MG. MERCEDES RENEE PALACIOS DE BRICEÑO**

**PIURA – PERU**

**2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE  
Y LA CAPACITACIÓN EN LAS MYPE DEL RUBRO  
RESTAURANTES DEL DISTRITO DE LALAQUIZ -  
HUANCABAMBA, 2015**

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

**AUTORA:**

**FABIOLA ESTHER GARCÍA CRUZ**

**ASESORA:**

**MG. MERCEDES RENEE PALACIOS DE BRICEÑO**

**PIURA – PERU**

**2015**

**JURADO EVALUADOR Y ASESORA**

---

LIC. VICTOR HUGO VILELA VARGAS  
PRESIDENTE

---

MG.VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO  
SECRETARIO

---

MG. MARITZA ZELIDETH CHUMACERO ANCAJIMA  
MIEMBRO

---

MG. MERCEDES RENEE PALACIOS DE BRICEÑO  
ASESORA

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por la dicha de la salud y fortalecimiento que nos da para seguir día a día con nuestro proyecto profesional, a mis padres por el esfuerzo que realizaron para que pueda cumplir con esta meta de ser profesional de éxito, a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote por brindarnos la oportunidad de tener una formación académica integral, a mi asesora Mercedes Palacios de Briceño por brindarnos su guía y sabiduría en el desarrollo de esta investigación

## DEDICATORIA

A Dios quien guía mi vida a cada instante a mis queridos padres **Enma y Aníbal**, a mis hermanos quienes me brindaron su apoyo incondicional en los momentos difíciles.

Y de manera muy especial a la memoria de mi tío **José cruz García** quien puso toda su confianza en mí.

## **RESUMEN**

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

**Palabras Claves:** Atención al cliente, Capacitación y MYPE

## **ABSTRACT**

This research aims to establish the characteristics of the customer and training in MYPE category restaurants in the district of Lalaquiz - Huancabamba, 2015. The research methodology experimental no cross section was used, with the results grouped according to the study variable, based on a sample of 20 employees and 135 customers MYPE mentioned, who were applied a questionnaire to study the training variable and another for variable customer, respectively. In research it is concluded that the customer MYPE restaurants in the category Lalaquiz district - Huancabamba, is low; and customers give greater importance to the intangible aspects seeking to meet their needs; on the other hand it is determined that there needs training all workers; and generally they have no training therefore no means are evident formal training

**Keywords:** Customer Service, Training and MYPE

## TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT.....	vii
TABLA DE CONTENIDO .....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	10
2.1 Antecedentes .....	10
2.2 Marco teórico .....	16
2.3 Hipótesis.....	38
III. METODOLOGÍA.....	39
3.1. Diseño de la investigación .....	39
3.2.- Población y Muestra .....	40
3.3 Definición y operacionalizacion de variables. ....	41
3.4. Técnicas e instrumentos .....	45
3.5 Plan de análisis.....	45
3.6 Matriz de Consistencia:.....	46
3.7 Principios éticos. ....	47

IV RESULTADOS .....	48
4.1 Resultados de la encuesta.....	48
4.2 Análisis de los resultados .....	55
V. CONCLUSIONES .....	60
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	62
ANEXOS .....	64

## Índice de tablas

Tabla 1 Edad .....	48
Tabla 2 Sexo .....	48
Tabla 3 Grado de instrucción.....	48
Tabla 4 Tiempo en años laborando.....	49
Tabla 5 ¿Cuáles son las actividades que realiza en la MYPE?.....	49
Tabla 6 ¿Usted considera que necesita capacitarse?.....	49
Tabla 7 ¿En que considera necesita capacitarse?.....	49
Tabla 8 ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar? .....	50
Tabla 9 ¿Ha recibido algún tipo de capacitación? .....	50
Tabla 10 ¿Cada qué tiempo recibe capacitación?.....	50
Tabla 11 ¿Qué tipo de capacitación recibe? .....	50
Tabla 12 ¿Evalúan su desempeño en las actividades que realiza? .....	50
Tabla 13 ¿En qué nivel considera su desempeño en las funciones encargas? .....	51
Tabla 14 ¿Cómo considera su manejo con los instrumentos que utiliza en su función? .....	51
Tabla 15 ¿Cómo considera su manejo de los equipos que utiliza en su función? .....	51
Tabla 16 ¿Existe un control de inventarios de insumos?.....	51
Tabla 17 ¿Existe un control de inventarios de materia prima?.....	52
Tabla 18 Considera que la atención al cliente en el rubro restaurantes de Lalaquiz es la adecuada.....	52
Tabla 19 Para usted la atención en caja es rápido y ágil.....	52
Tabla 20 Para usted la sazón y el sabor de las comidas satisfacen sus necesidades..	52

Tabla 21 Considera que las actividades de los restaurantes están enfocadas al cliente.	
	53
Tabla 22 Para usted los restaurantes de Lalaquiz deben distribuir mejor sus instalaciones.....	53
Tabla 23 Usted considera que los restaurantes de Lalaquiz deben contar con diversidad de platos .....	53
Tabla 24 Para usted los restaurantes de Lalaquiz cuentan con el personal calificado para la atención .....	53
Tabla 25 Considera que los restaurantes de Lalaquiz cuentan con servicios adecuados a sus necesidades .....	54
Tabla 26 Usted considera que los restaurantes de Lalaquiz cuentan con instalaciones adecuadas .....	54
Tabla 27 Para usted la atención del cliente de los restaurantes de Lalaquiz satisfacen sus expectativas.....	54
Tabla 28 Usted se encuentra satisfecho con los servicios de atención al cliente de los restaurantes de Lalaquiz.....	54

## **I. INTRODUCCIÓN**

Zevallos (2010) manifiesta que las MYPE son importantes agentes económicos para promover el desarrollo de los países de América Latina y el Caribe. Una parte significativa de la población y de la economía depende de la actividad y el desempeño de estas empresas debido a su reconocida capacidad para generar empleo y su participación en la producción.

Actualmente estos negocios se ven constantemente amenazados por la creciente competencia que existe en este sector, puesto que cada día surge un nuevo restaurante con el fin de satisfacer una serie de necesidades de los cada vez más exigentes clientes, quienes ahora tienen una gran cantidad de opciones para elegir el establecimiento al cual concurrir.

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

En la actualidad existe consenso respecto del papel fundamental que cumple la MYPE dentro de la estructura económica del Perú y de los otros países de América Latina. En nuestro caso, son varios los factores que explican la importancia de este tipo de unidades económicas. Por un lado, está su relevancia en términos cuantitativos, ya que concentran 98.6% del total de empresas en el Perú, contribuyen

aproximadamente con 42.1% de la producción nacional (Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, 2006) y generan 88% del empleo (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2008). De otro lado, cualitativamente es necesario resaltar el enorme potencial que presentan para formar un tejido empresarial competitivo, adaptable y eficiente. (Yanakawa, Castillo, Baldeón, Espinoza, Granda, & Vega, 2010)

Huamán (2007) señala que en la experiencia internacional, las MYPE poseen la capacidad de convertirse en el motor de un desarrollo empresarial descentralizado y flexible. Descentralizado porque son el mayor número de unidades económicas en cada una de las regiones del país, por lo cual su consolidación puede contribuir con la generación de riqueza en el interior. Flexible debido a la versatilidad que poseen para adaptarse fácilmente a las necesidades cambiantes de los mercados en comparación con las corporaciones que, como resultado de la inversión a gran escala, ven reducidas sus posibilidades de respuesta ante cambios en el entorno productivo. Esta flexibilidad permite que las MYPE puedan especializarse en la provisión de determinados bienes y servicios, pues aprovechan las eficiencias que se generan en las cadenas de valor dentro de cada sector.

Si bien las MYPES representan un papel muy importante en la economía, el terreno donde se desarrollan todavía es muy frágil, pues se observan bajos índices de supervivencia y consolidación empresarial de estas empresas (Barba, Jiménez, & Martínez, 2007).

En el Perú, las MYPE han ido cobrando mayor importancia cada año, generando fuentes de trabajos formales e informales, y, además, son el principal motor de la actividad comercial en la región Piura. En Piura existen 45 458 MYPE formales; además ocupa el puesto número cuatro, en cuanto a la participación empresarial a

nivel nacional; y, respecto a la participación de las MYPE formales, esta es del 3,8%. Piura se caracteriza por tener una gran actividad comercial, movida principalmente por las MYPE; por lo tanto, son las que están generando más puestos de trabajo. (SUNAT, 2013)

De acuerdo con el estudio Global Entrepreneurship Monitor realizado en el Perú, se estima que 9.2 millones de peruanos están involucrados en una actividad emprendedora, de los cuales el 75% tiene un periodo de operaciones de entre 0 y 42 meses, y el restante 25% sobrepasó este periodo, considerándose como empresas consolidadas. Asimismo, de este 25%, solamente el 3% ha llevado a cabo proyectos emprendedores, como el desarrollo de nuevos productos o el ingreso a nuevos mercados (Serida, Borda, Nakamatsu, Morales & Yamakawa, 2010).

Las MYPE surgen por la falta de puestos de trabajo ya que estas personas (que generalmente han perdido su trabajo o no pueden encontrarlo) guiadas por esa necesidad tratan de ver la manera de poder generar su propia fuente de ingresos, ya que esta necesidad no ha podido ser satisfecha por el Estado, en las últimas décadas las micro y pequeñas empresas (MYPE) han sido objeto de una gran atención tanto por investigadores y académicos, como por empresarios y políticos. (Villarán, 2007)

Asimismo se desconoce si tienen acceso o no a programas de capacitación, si capacitan a su personal, etc. Finalmente, tampoco se conoce si dichas MYPES han sido rentables o no, en estos últimos años. Así mismo, los pequeños empresarios del rubro restaurantes tienen limitaciones para acceder a un taller de capacitación ya sea por falta de financiamiento o por falta de una adecuada gestión competitiva. (Sinarahua, 2011)

Ferraro (2011) comenta que en los últimos 20 años los gobiernos de la región han desarrollado instrumentos y programas de apoyo a las MYPE para fomentar su

crecimiento. Debido a ello se ha mejorado su desempeño económico y productivo y se ha creado un ambiente de negocios favorable. Se han puesto en marcha iniciativas relacionadas con el acceso al crédito, la asistencia técnica para introducir mejoras en la gestión y la calidad, la ampliación y búsqueda de mercados, la participación en el comercio exterior, la capacitación de los recursos humanos y el desarrollo empresarial, entre otras.

El desarrollo de los recursos humanos es central ante el reto tan importante que todos los negocios y las MYPE enfrentan. La capacitación y desarrollo del recurso humano es una estrategia empresarial importante que debe acompañar a los demás esfuerzos de cambio que las organizaciones lleven adelante un óptimo servicio de calidad. (Ayala, 2004)

El trabajador que recibe capacitación siente que el negocio o la empresa lo estima y, por tanto, le asigna un salario que alimenta su preparación personal y considera que están invirtiendo en su talento para mejorar su rendimiento, la calidad de su trabajo, elevar su productividad y, consecuentemente, piensa que puede estar próximo a un ascenso, lo cual es un beneficio para el negocio.

El gerente general de Comex Perú, indicó que dicha situación se observa con mayor intensidad en Lima y Cusco, en donde el crecimiento de los negocios de los restaurantes y afines está vinculado al turismo; expresando que “Hemos notado un incremento importante de pequeños empresarios que están incursionando formalmente en el rubro gastronómico para tener un local en donde atender directamente a la calle”, declaró.

Ferreyros (2012) comenta que el auge de la gastronomía (restaurantes) peruana estimula que los pequeños y medianos empresarios informales de ese rubro decidan formalizar sus negocios, ante los beneficios que les genera desarrollar

sus actividades como influye la capacitación de personal en el servicio al cliente conforme a la ley, afirmó la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (ComexPerú).

Ferreyros (2012), sostuvo que los empresarios del rubro gastronómico evalúan incluso la posibilidad de incorporarse al sistema previsional y también capacitar constantemente al personal, en el marco de la reforma del Sistema Privado de Pensiones que ha emprendido el Gobierno. Consideró importante que las autoridades generen nuevas fórmulas para integrar a las MYPE más pequeñas al sector formal y evitar que las medidas contempladas en la reforma del inhiban su formalización.

Dentro del análisis del Macroentorno; el Fondo Monetario Internacional (2013) proyectó que el crecimiento real de la economía peruana será de 5.5 por ciento en el 2014, ligeramente por debajo de su potencial, mientras que la inflación se reducirá a 2.5 por ciento.

Este nivel de inflación se explica porque las expectativas están bien ancladas, debido al fuerte marco de metas de inflación del Banco Central de Reserva (BCR), dijo en su reciente evaluación de la economía peruana, al concluir la consulta del Artículo IV con Perú. (FMI, 2014)

"Perú sigue siendo un líder en alto crecimiento y baja inflación en la región, lo que se ha logrado a través de una prudente implementación de la política macroeconómica, una agenda de reformas estructurales de gran alcance y un aprovechamiento de un entorno externo benigno". (FMI, 2014)

Señaló que el BCR (2013) ha flexibilizado los requerimientos de encaje, en particular, en moneda local, desde mediados de 2013 y redujo la tasa de interés de su política monetaria en 0.25 por ciento hasta cuatro por ciento en noviembre del 2013, debido a una desaceleración del crecimiento doméstico y mundial El sector

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

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

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

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

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

En cuanto al poder de negociación de los proveedores es bajo debido a que las MYPE pueden elegir a donde comprar sus insumos para la preparación de los alimentos diarios, generalmente las compras se realizan los fines de semana Las barrera de entrada de nuevos negocios es baja, pero depende de la formalidad de las

MYPE, como se presenta en la realidad existen muchos negocios de restaurante informales que expenden menús.

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

En las MYPE restaurantes de Lalaquiz la atención no es apropiada ya que en su gran mayoría los restaurantes no cuentan con ciertos requisitos y normas de salubridad por parte de los que brindan el servicio y esto trae consigo la insatisfacción e incomodidad del cliente al obtener el servicio.

Por otro lado el que brinda el servicio no cuenta con los insumos necesarios e idóneos para ofrecer un servicio de calidad requerido por los clientes ya que en su mayoría son personas foránea.

No tienen muy bien implementada ciertas estrategias de mercadeo para poder retenerlos a sus clientes y fidelizarlos porque muchas veces desconocen estos temas por ello requieren ser capacitados.

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

Para lograr la calidad en la atención al cliente se debe tener en cuenta la prestación que busca el cliente y la experiencia que vive en el momento que hace uso del servicio. Una de las claves que asegura una buena calidad en el servicio consiste en satisfacer o sobrepasar las expectativas que tienen los clientes respecto a la organización, enfatizando la determinación de cuál es el problema que el cliente espera que le resuelvan y cuál es el nivel de bienestar que espera que le proporcionen. En cuanto a la capacitación es muy escasa porque no se da

continuamente ya que no existen recursos económicos suficientes y tampoco centros especializados para poder recibir.

Los trabajadores opinan que gran parte de ellos las veces que lo han hecho a sido de manera personal fuera de su centro de trabajo con recursos propios, es por ello que existe una calidad inadecuada en la producción, relaciones deficientes entre el personal y los clientes por falta de conocimientos en el aspecto técnico.

Las actividades de desarrollo, por otra parte, ayudan al individuo en el manejo de responsabilidades futuras independientemente de las actuales. Muchos programas que se inician solamente para capacitar concluyen ayudando al desarrollo y aumentando potencial a la capacidad como empleado directivo.

Por lo antes caracterizado, el enunciado del problema es: ¿Cuáles son las características de la atención al cliente y la capacitación de las MYPE del rubro Restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015?

Y como objetivo general pretende: Establecer las características de la atención del cliente y la capacitación de las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015. Y como objetivos específicos: (a) Determinar el nivel de atención al cliente en las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015. (b) Indicar los factores más relevantes en la atención al cliente de las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015. (c) Determinar las necesidades de capacitación en las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015. (d) Establecer los medios de capacitación utilizados en las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015. La presente investigación tiene como finalidad practica establecer las características de la capacitación de personal y la atención al cliente de las MYPE del rubro restaurantes

en el distrito de Lalaquiz – Huancabamba. Por otro lado permite cumplir con el requisito que la Universidad Ángeles de Chimbote establece para obtención del título profesional de Licenciado en Administración.

Según los estimados del MTPE, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) y la Sunat, en el Perú funcionan 3.217.478 micro y pequeñas empresas formales e informales, lo que significa 98.6% del total de empresas peruanas, las que son responsables de 42.1% del producto bruto interno (PBI).

Otra de las principales fortalezas de las MYPE se encuentra en su capacidad para generar puestos de trabajo de manera intensiva, pues aportan 62.1% de los empleos del sector empresarial.

Sin embargo, en la actualidad no existe en el Perú una solución que integre las variables que fomenten la competitividad y el desarrollo de capacidades del sector MYPE, a pesar de que se cuenta con tecnologías que permitirían canalizar estos esfuerzos.

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

Finalmente desde el punto de vista social esta investigación, se justifica porque permite a las MYPE en estudio, conocer su realidad y en un futuro tomar las recomendaciones para orientar su gestión de recursos humano en cuanto a la capacitación, y comercial en cuanto a atención del cliente; además es un requisito de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (ULADECH) para obtener el Título Universitario de Licenciada en la Escuela de Administración.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

#### 2.1.1 Variable Atención al cliente

Carpio (2013) en su investigación denominada “Estrategias de atención al cliente para posicionar los servicios de INTEC C.A. en la Web 2.0”, perteneciente a la Universidad José Antoni Páez de San Diego – Venezuela; cuyo objetivo general fue proponer estrategias de atención al cliente para posicionar los servicios de INTEC C.A. en la web 2.0; diagnosticando los servicios que INTEC C.A. ofrece a través de la web 2.0; e identificando los factores clave para el desarrollo de servicios en la web 2.0 con foco en atención al cliente.

Dentro de los principales conclusiones se obtuvo que existe una tendencia favorable a la hora del cumplimiento de compromiso en relación a la entrega de trabajos, es decir la empresa no se pasa de las fechas de entregas propuestas por sus clientes, esto mejora la confianza entre empresa y cliente y hace que estos últimos obtengan fidelidad por parte de quienes adquieren sus servicios, se observa que la empresa cumple responsablemente con cada detalle que exija su clientes, en INTEC C.A siempre se muestra el interés en resolver los problemas que a los usuarios se les presentan, esto se debe a que la empresa se encuentra comprometida con ellos, por lo que trata en lo posible de cumplir con aquello que les promete

Hay una tendencia positiva en lo que a capacitación técnica se refiere solo el 25 % de los trabajadores de INTEC no se capacita regularmente, pero esto no quiere decir que desmejore el servicio prestado, al tener un personal

capacitado la empresa da seguridad al cliente de que los servicios que están presentado son de vanguardia día a día con todas las nuevas tendencias en el mercado.

También se concluye que en la empresa se preocupan siempre por dar un servicio de primera a sus clientes y es lo que ratifica el resultado de la encuesta donde el 100% de los clientes internos encuestados aseguran que utiliza servidores con plataformas firmes y de alta calidad para evitar fallos y errores que pueden afectar el desempeño en el uso de las páginas web utilizada por sus clientes, se observa que 75% de los encuestados afirman que están constantemente actualizando tanto sus equipos de trabajo como los *software* que los operan y así poder obtener un mejor desempeño en las actividades que realiza esta empresa.

García (2013) en su investigación titulada “Percepción y expectativas de la atención de los servicios de salud de los usuarios del Centro de Salud Delicias Villa- Chorrillos en el período Febrero-Mayo 2013”, perteneciente a la Universidad Ricardo Palma, Lima – Perú; cuyo objetivo general fue identificar la percepción y la expectativa de la calidad de la atención recibida por los usuarios/as externos en los diferentes servicios de salud en el período de marzo-abril 2013; determinando el nivel de fiabilidad, la capacidad de respuesta, el grado de empatía, la seguridad y los aspectos tangibles que brinda el Centro de Salud Delicias de Villa- Chorrillos.

Dentro de las principales conclusiones se determinó que los 192 pacientes encuestados en el Centro de Salud Delicias de Villa en Chorrillos se determinó que el 55% de los usuarios encuestados estaba insatisfecho con la calidad de atención brindada en dicho centro, siendo un 45% que indicaba

encontrarse satisfecho. De los niveles de satisfacción según las dimensiones consideradas en ésta evaluación se obtuvo mayor satisfacción en las dimensiones de empatía y seguridad; ya que de todos los encuestados el 52% indicó estar satisfecho con los aspectos encerrados en la dimensión de empatía y el 51.8% en la dimensión de seguridad a diferencia de las otras dimensiones que muestran un grado mayor de insatisfacción como en la dimensión de fiabilidad 58.5%, capacidad de respuesta 60.5% y aspectos tangibles 59.6%.

Según los resultados obtenidos se concluye que para los pacientes atendidos en el Centro de Salud Delicias de Villa lo más importante es el buen trato que recibe de todos los profesionales de la salud; siendo puntos importantes el respeto por su privacidad, una buena comunicación y el sentirse escuchados, demostrado en la dimensión de empatía y seguridad. Es en estas dimensiones en las que debemos trabajar con mayor énfasis para cumplir las expectativas de nuestros pacientes y así disminuir el grado de insatisfacción presente en dicha evaluación en un 55% de todos los encuestados, en lo cual se tiene que enfatizar para mejorar la satisfacción de los usuarios.

Moreno (2012) investigó en su tesis titulada “Medición de la Satisfacción del Cliente en el Restaurante La Cabaña de Don Parce”, perteneciente a la Universidad de Piura; cuya finalidad fue plantear medidas que permitan aumentar la satisfacción de los clientes, incrementar la clientela y lograr su fidelidad.

Dentro de las principales conclusiones Se puede concluir que los clientes del restaurante están satisfechos con el servicio brindado por este, esto se evidencia en que el promedio de las dimensiones de la calidad es de 4.017 y

el promedio obtenido en la pregunta de satisfacción general es de 4.44, puntajes que dentro del baremo de medición se ubican en el rango “alta calidad”; las dimensiones intangibles han sido las mejores calificadas son: empatía, seguridad y capacidad de respuesta han obtenido las mejores calificaciones con puntajes iguales a 4.501, 4.017 y 3.961 respectivamente. De otro lado, las dimensiones de capacidad de respuesta y de confiabilidad han sido las menos apreciadas obteniendo puntajes de 3.951 y 3.928 correspondientemente. Con ellos se pone de manifiesto la preponderancia de lo intangible sobre lo tangible; no se puede indicar de manera categórica la dimensión más importante, por el contrario se diría que hubo una igualdad entre dos dimensiones que son seguridad y confiabilidad. La primera se refiere a la cortesía, amabilidad y profesionalidad del personal y la segunda hace referencia a la calidad, sabor y frescura de la comida.

### **2.1.2 Variable Capacitación**

Alava (2013), titulado “Programa de capacitación dirigido a la Unión de Asociados de Prestadores de Servicios Turísticos del Cantón Playas Provincia del Guayas” – Ecuador, presentado a la Universidad Estatal Península de Santa Elena Extensión Playas para la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de administración. El tipo de investigación utilizado es: descriptivo, evaluativo, explicativo y correlacionado; con una población de 1784 personas y una muestra de 326 personas.

Tuvo como objetivo general: diseñar un programa de capacitación que requieren los servidores turísticos mediante un sistema de capacitación

continua para potencializar el desarrollo del sector turístico del cantón Playas. Dentro de las conclusiones que se determinó que la actualidad los servidores turísticos, se encuentran dispuestos y de acuerdo en que se deben capacitar, para poder mejorar su situación socio económica; así también se concluyó que los servidores turísticos no necesitan una formación académica básica para inscribirse en estos cursos de capacitación que mejorarían sus niveles de aprendizaje y desarrollo de destrezas. La Dirección de Turismo y La Cámara de Turismo no realizan capacitaciones periódicas a los servidores, se nota cierto abandono de los mismos hacia este sector, esto implica que los turistas no reciban la atención y servicio adecuado, y por ende esto se refleja en el consumo de estos servicios, lo cual incide en el aspecto económico del sector turístico.

Fort (2013), titulada “Evaluación de las Estrategias de Capacitación del Programa de Capacitación Laboral Juvenil Pro joven, para la Inserción Laboral de Jóvenes entre 16 a 24 años en la ciudad de Piura” – Piura, presentado en la Pontificia Universidad Católica del Perú - Piura, Escuela de Postgrado. El Tipo de investigación es descriptiva, con una muestra de 30 empresas.

Tuvo como objetivo general: determinar el grado de incidencia de las estrategias de capacitación, la selección de ECAP’S y el currículo del Programa PROJOVEN en Piura, en la inserción laboral de los jóvenes beneficiados de entre 16 a 24 años y proponer alternativas que contribuyan a elevar el nivel de inserción laboral. Dentro de las conclusiones se determinó las estrategias de selección de las Entidades de Capacitación ECAP’s por

parte del Programa ProJoven, exige a las instituciones postulantes cumplir con los siguientes requisitos estipulados en los convenios tales como: infraestructura, equipamiento, laboratorios, talleres, insumos y materiales adecuados en cantidad y calidad.

Así también se concluyó ECAP's solo han cumplido satisfactoriamente con las exigencias del Programa en: Docentes calificados, infraestructura, espacios de laboratorios y talleres de práctica, sin embargo existe deficiencia en la capacidad de gestión de los directivos para las gestiones de inserción laboral; otra de las conclusiones consideradas está referida a las estrategias de capacitación, la selección de ECAP's y el currículo del Programa PROJOVEN en Piura, inciden significativamente en el nivel de conocimiento. Madrid (2013) en su investigación "Capacitación profesional y políticas de motivación del personal de la Municipalidad Provincial de Sullana – Piura, 2012"; para optar el grado académico de Licenciado en administración; perteneciente a la Universidad Los Ángeles de Chimbote – Filial Piura; cuyo objetivo general fue determinar la relación que existe entre la capacitación profesional y las políticas de motivación en el personal de la municipalidad provincial de Sullana, departamento de Piura en el año 2012.

Dentro de las principales conclusiones se obtuvo que la capacitación profesional se relaciona con las políticas de motivación en los trabajadores de la municipalidad de Sullana, con una probabilidad de 0.005, lo que implica una relación significativa. Por último se concluye que si los trabajadores cuentan con una adecuada capacitación deben tener mejores políticas de motivación ya sea profesional o económica.

## 2.2 Marco teórico

En la presente sección se presentan teorías específicas y conceptos que sirven de referencia para ordenar los hechos e interpretar el problema identificado y los objetivos propuestos.

### 2.2.1 Teoría de Atención al cliente

Stanton, Etzel y Walker (2009) definen los servicios "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades" (en esta propuesta, cabe señalar que según los mencionados autores ésta definición excluye a los servicios complementarios que apoyan la venta de bienes u otros servicios, pero sin que esto signifique subestimar su importancia).

Lamb, Hair y Daniel (2006) señalan que "un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente".

La American Marketing Association (2006) señala que los servicios (según una de las dos definiciones que proporcionan) son "productos, tales como un préstamo de banco o la seguridad de un domicilio, que son intangibles o por lo menos substancialmente. Si son totalmente intangibles, se intercambian directamente del productor al usuario, no pueden ser transportados o almacenados, y son casi inmediatamente perecederos. Los

productos de servicio son a menudo difíciles de identificar, porque vienen en existencia en el mismo tiempo que se compran y que se consumen.

#### 2.2.1.1 Definición de servicio

Serna (2006) define al servicio como las estrategias creadas por una compañía para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes. Para así diferenciarse de la competencia. Por lo tanto un buen servicio es importante para el crecimiento de una empresa.

Berry (2002), expresa que los líderes o gerentes de las MYPE deben inculcar el buen servicio a sus colaboradores ya que el buen servicio es lo esencial para el crecimiento de toda empresa sin importar cuál es el mercado objetivo, estos líderes saben que el buen servicio no basta sino que se debe concentrar en los detalles y matices, aquellos detalles mínimos que la competencia consideran como algo irrelevante.

#### 2.2.1.2 Definición de cliente

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

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

#### 2.2.1.3 Definición de servicio al cliente

La atención al cliente es el «conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes» (Blanco, 2001 citado en Pérez, 2006)

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

#### 2.2.1.4 Importancia del servicio al cliente

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

Asimismo Waugh (2005) señala que uno de los grandes retos del servicio de atención al cliente es fomentar una buena relación con los clientes. Una buena relación estratégica aumenta la satisfacción del cliente y el fortalecimiento de los valores transmitidos a los clientes.

#### 2.2.1.5 Dimensiones del servicio al cliente

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

- La accesibilidad: El servicio es fácil de obtener, en lugares accesibles, y en el momento adecuado. Es importante tener en cuenta en un momento determinado, que los canales de apoyo (fuerza de ventas, telemercaderistas, punto de venta, etc.) seleccionados estén al alcance de los consumidores y haya una capacidad de respuesta oportuna y eficiente.
- La comunicación: El servicio y las condiciones comerciales son descritas de manera precisa y en términos fáciles de comprender por el consumidor. Específicamente se refiere a informar detalles en cuanto a las emisiones de facturas y/o remisiones, entrega de mercancía, periodos y/o fechas de pagos, etc. que soportarían la compra.
- La capacidad del personal: El personal posee las habilidades y conocimientos necesarios de los servicios y productos que ofrece la compañía para servir adecuadamente a los clientes.
- La cortesía y la amabilidad: El personal es cortés, amable, respetuoso y atento.
- La credibilidad: La empresa y sus empleados son confiables y quieren ayudar realmente a los clientes.

#### 2.2.1.6 Principios de la atención al cliente

De acuerdo a Pérez (2006) toda organización orientada a la mejora en el servicio debe conocer las necesidades y expectativas de los clientes a los que está destinada la política de atención, de modo que sea posible satisfacer sus necesidades y alcanzar o superar sus expectativas. Las organizaciones deben estar conscientes de los diferentes cambios para adaptarse continuamente a dichos cambios que puedan

producirse en su sector y en las crecientes expectativas de los clientes, destacando en flexibilidad y mejora continua.

#### 2.2.1.7 Calidad del servicio al cliente

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

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

Así mismo, concierne al constante mejoramiento en el servicio al cliente, debido a que la cultura en las organizaciones se ha ido modernizando conforme lo requiere el entorno, al pasar de poner en primer plano las necesidades del cliente que las necesidades de la propia empresa. Según Álvarez (2006) se enlistan una serie de objetivos o metas alcanzar:

- Cumplir las expectativas del cliente y despertar en él nuevas necesidades.
- Reducir o eliminar al máximo los defectos que se producen a lo largo del proceso productivo.
- Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes.

### 2. 2.1.8 Características de la calidad del servicio al cliente

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

- Conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente. Antes de diseñar cualquier política de atención al cliente es necesario conocer a profundidad las necesidades de los diferentes segmentos de clientes para poder satisfacer sus expectativas.
- Flexibilidad y mejora continua. Las MYPE han de estar preparadas para adaptarse a posibles cambios en su sector y a las necesidades crecientes de los clientes. Para ello, el personal que está en contacto directo con el cliente a de tener la formación y capacitación adecuadas para tomar decisiones y satisfacer las necesidades de los clientes incluso en los casos más inverosímiles.
- Orientación al trabajo y al cliente. Los trabajos que implican atención directa al cliente integran dos componentes: el técnico propio del trabajo desempeñado y el humano, derivado del trato directo con personas.
- Plantearse como meta de la atención al cliente la fidelización.

Por otro lado Anierte (2013) señala algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes:

- Debe cumplir sus objetivos
- Debe servir para lo que se diseño

- Debe ser adecuado para el uso
- Debe solucionar las necesidades
- Debe proporcionar resultados

Así mismo, existen otras características más específicas mencionadas por Paz (citado en Verdú, 2013), las cuales estarán a cargo del personal que labora en las entidades, ya que son habilidades necesarias, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes, estas pueden ser:

- Formalidad: honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad
- Iniciativa: ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.
- Ambición: tener deseos inagotables por mejorar y crecer; es decir, tener afán de superación.
- Autodominio: tener capacidad de mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida.
- Disposición de servicio: es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente o usuario del servicio ofrecido.

### 2.2.2 Teoría de Capacitación

Chiavenato (2009) afirma que la capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos. La capacitación tiende a

brindar conocimientos específicos relacionados al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, así como desarrollo de habilidades y competencias.

Según McGehee, citado por Chiavenato (2009) afirma que la capacitación es sinónimo de educación especializada. Comprende todas las actividades que van desde adquirir una habilidad motora, hasta promocionar conocimientos técnicos, desarrollar habilidades administrativas y actitudes ante problemas sociales.

Se puede determinar entonces a la capacitación como un proceso de aprendizaje, en donde se desarrollan habilidades, competencias, conocimientos; con la finalidad de que el proceso se desarrolle eficientemente y se logre cumplir todos los objetivos que han sido establecidos por la empresa.

Davenport (2000) afirma que la capacitación consiste en un conjunto de actividades planeadas en base a las necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador, esta está orientada al perfeccionamiento técnico del trabajador para que se desempeñe eficientemente en las funciones que le han sido asignadas, generando resultados de calidad, brindando excelentes servicios a sus clientes, previniendo y solucionando anticipadamente problemas dentro de la organización.

### 2.2.2.1 Contenido de la capacitación

Según Chiavenato (2009) afirma que, el contenido de la capacitación abarca cuatro formas de cambio de la conducta:

- a) Transmisión de información: el contenido, es el elemento esencial de muchos programas de capacitación. El reto está en repartir la información como un conjunto de conocimientos entre los educandos.
- b) Desarrollo de habilidades: sobre todo, las habilidades, destrezas y conocimientos directamente relacionados con el desempeño del puesto presente o de posibles funciones futuras.
- c) Desarrollo o modificación de actitudes: es decir, la modificación de actitudes negativas de los trabajadores para convertirlas en otras más favorables, como aumentar la motivación o desarrollar la sensibilidad del personal de gerencia y de supervisión en cuanto a los sentimientos y las reacciones de las personas.
- d) Desarrollo de conceptos: la capacitación puede dirigirse a elevar la capacidad de abstracción y la concepción de ideas y filosofías, sea para facilitar la aplicación de conceptos en la práctica de la administración, sea para elevar el nivel de generalización para desarrollar gerentes que piensen en términos globales y amplios.

### 2.2.2.2 Objetivos de la capacitación

Chiavenato (2002) al respecto señala que los objetivos de la capacitación están ligados a proporcionar a la empresa personal altamente

calificado en términos de destrezas, competencias y conocimientos, desarrollar el sentido de responsabilidad hacia la compañía, perfeccionar el desempeño de cada puesto, mantenerse actualizados frente a los cambios que se suscitan, dar la información adecuada y mejorar las relaciones interpersonales de la empresa; con la finalidad de crear un buen ambiente de trabajo y se vean reflejados en el logro de objetivos personales y empresariales.

Chiavenato (2002) al respecto señala que la capacitación cuenta con objetivos precisos, entre los cuales se menciona:

- a) Conducir a la empresa a una mayor rentabilidad y a los empleados a tener una actitud más positiva en el conjunto de procesos que se desarrollan en la empresa.
- b) Obtener una mejor imagen.
- c) Fomentar la autenticidad, la apertura y la confianza.
- d) Agilizar la capacidad de toma de decisiones y la solución de problemas.
- e) Contribuir a la formación de líderes del trabajo dentro y fuera de la empresa.
- f) Incrementar la productividad y calidad del trabajo.

#### 2.2.2.3 Importancia de la capacitación

Chiavenato (2007), al respecto señala que en la actualidad la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las MYPE o instituciones de contar con un personal calificado y

productivo que ayude a cumplir los objetivos de acuerdo al tiempo preestablecido. Para las MYPE y organizaciones, la capacitación debe ser vital porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redunda en los beneficios económicos de la empresa.

#### 2.2.2.4 Ciclo de la capacitación

La capacitación es el acto intencional de proporcionar los medios que permitan el aprendizaje, fenómeno que surge como resultado de los esfuerzos de cada individuo. El aprendizaje es el cambio de conducta cotidiano en todos los individuos. La capacitación debe tratar de orientar las experiencias de aprendizaje en algo positivo y benéfico para la organización, completarlas y reforzarlas con una actividad planeada, para que los individuos trabajadores de la empresa desarrollen más rápido sus conocimientos, actitudes y habilidades que les beneficiará a ellos y a la empresa (Chiavenato , 2009).

El proceso de capacitación según Chiavenato (2009), se asemeja a un modelo de sistema abierto, cuyos componentes son:

- a) Insumos (entradas): como educandos, recursos de la organización, información de la organización, información, conocimientos, etc.
- b) Proceso u operación: como procesos de enseñanza, aprendizaje individual, programas de capacitación, entre otros.
- c) Productos: como personal capacitado, conocimientos, competencias, éxito o eficacia organizacional, etc.

- d) Retroalimentación: como evaluación de los procedimientos y resultados de la capacitación, ya sea con medios informales o procedimientos sistemáticos.

Según Chiavenato (2009) afirma que la capacitación implica un proceso de cuatro etapas:

- a) Detección de las necesidades de capacitación: se refiere al diagnóstico preliminar necesario. Para la detección de las necesidades de capacitación se consideran tres niveles de análisis:

- Sistema organizacional: nivel de análisis de toda la organización.
- Sistema de capacitación: nivel de análisis de los recursos humanos.
- Sistema de adquisición de habilidades: nivel de análisis de las operaciones y tareas.

Esta actividad tiene como objetivos:

- Alcance de los objetivos de la organización.
- Determinación de los requisitos básicos de la fuerza de trabajo.
- Resultados de la evaluación del desempeño.
- Análisis de problemas de producción.
- Análisis de problemas de personal.
- Análisis de informes y otros datos.

Medios para detectar las necesidades de capacitación:

- Evaluación del desempeño.
- Observación.
- Cuestionarios.
- Solicitud de supervisores y gerentes.
- Entrevistas con supervisores y gerentes.
- Reuniones interdepartamentales.
- Examen de empleados.
- Reorganización.
- Entrevista de salida.
- Análisis de puesto y perfil de puesto.

**b) Programa de capacitación para atender las necesidades:**

Chiavenato (2009) al respecto, afirma que una vez efectuado el diagnóstico de la capacitación, se sigue con la terapéutica, es decir, la elección y prescripción de los medios de tratamiento para sanar las necesidades señaladas o percibidas. El programa de capacitación se sistematiza y sustenta en los aspectos siguientes, que deben identificarse durante la detección:

- ¿Cuál es la necesidad?
- ¿Dónde se determinó en primer lugar?
- ¿Ocurre en otra área o división?
- ¿Cuál es su causa?
- ¿Es parte de una necesidad mayor?
- ¿Cómo resolverla: por separado o en combinación con otras?
- ¿Es necesario tomar alguna medida inicial antes de resolverla?

- ¿La necesidad es inmediata? ¿cuál es su prioridad en relación con las demás?
- ¿La necesidad es permanente o temporal?
- ¿Cuántas personas y cuántos servicios de atenderán?
- ¿Cuánto tiempo hay disponible para la capacitación?
- ¿Cuál es el costo probable de la capacitación?
- ¿Quién realizará la capacitación?

El programa de capacitación requiere un plan que incluya los puntos siguientes:

- QUIÉN DEBE CAPACITARSE – Trabajadores.
- QUIÉN VA A CAPACITAR – Capacitador o instructor.
- SOBRE QUÉ VA A CAPACITAR – Asunto o contenido de la capacitación.
- DÓNDE SERÁ LA CAPACITACIÓN – Lugar físico, puesto o aula.
- CÓMO SERÁ LA CAPACITACIÓN – Métodos de capacitación y/o recursos necesarios.
- CUÁNDO SERÁ LA CAPACITACIÓN – Agenda de la capacitación y horario.
- PARA QUÉ ES LA CAPACITACIÓN – Objetivo o resultados esperados.

Etapas de evaluación de un programa de capacitación:

Kirkpatrick, citado en Werther & Davis (2008) afirma que en primer lugar debe ser necesario establecer normas de evaluación antes de que se

inicie el proceso de capacitación. Posteriormente se debe suministrar a los participantes un examen anterior a la capacitación, la comparación entre ambos resultados permitirá verificar los alcances del programa. Si la mejora es significativa habrá logrado sus objetivos totalmente, si se cumplen todas las normas de evaluación y existe la transferencia al puesto del trabajo.

Los criterios (niveles) que se emplean para evaluar la efectividad de la capacitación, de acuerdo con Kirkpatrick, citado en Werther et al (2008) se basan en los resultados que se refieren a:

Reacción:

Uno de los enfoques más comunes y sencillos para evaluar la capacitación es basarse en la reacción de los participantes una vez finalizada la actividad. Se puede definir la reacción como el grado en que los participantes disfrutaron del programa de capacitación; o sea, deben evaluarse solo los sentimientos, ningún aprendizaje. El propósito de esta etapa es recaudar las opiniones de los participantes sobre distintos temas tratados en el curso, y su contexto.

Esto se puede realizar mediante la utilización de diversas herramientas como ser: cuestionarios, entrevistas, discusiones (abiertas o cerradas, individuales o grupales), etc. Las personas entrenadas responden de alguna de estas maneras para evaluar el entrenamiento, así las partes que no les gustaron pueden mejorarse.

Por lo tanto esto refleja la medida de la satisfacción de la persona entrenada. Sin embargo debe observarse que las reacciones positivas no

garantizan que la capacitación haya tenido éxito, a menos que se traduzcan en un comportamiento mejorado y un mejor desempeño del puesto.

Kirkpatrick, citado en Werther & Davis (2008) recomienda seguir cinco pasos esenciales para la medida exacta:

- Determinar qué información se desea.
- Idear una hoja escrita del comentario eso incluye artículos determinados en el paso previo.
- Diseñar la hoja para que las reacciones se puedan tabular fácilmente y pueden ser manipuladas por medios estadísticos.
- Dichas hojas deben ser anónimas.
- Alentar a los participantes a hacer los comentarios adicionales no sacados por preguntas en la hoja.

Evaluar la reacción es importante porque nos da información valiosa que nos ayuda a evaluar la acción, así como comentarios y sugerencias para mejorar futuros programas; los cuestionarios de satisfacción pueden proporcionar información cuantitativa que se puede dar a los directivos y demás empleados involucrados con la finalidad de tomar medidas correctivas en la empresa.

### **Aprendizaje:**

Kirkpatrick, citado en Werther & Davis (2008) define aprendizaje como el grado en que los participantes cambian sus actitudes, amplían sus conocimientos, aumentan sus habilidades, como resultado de haber

participado en el programa. El aprendizaje ha tenido lugar cuando las actitudes han cambiado, el conocimiento se ha incrementado o las habilidades han aumentado.

Es importante medir el aprendizaje porque, a menos que uno o más de estos objetivos se hayan alcanzado no se debe esperar ningún cambio de conducta. Si evaluamos el cambio de conducta y no el aprendizaje, es muy probable arribar a conclusiones erróneas. La evaluación del aprendizaje es más importante porque mide la efectividad del formador para aumentar los conocimientos y/o cambiar las actitudes de los participantes. Muestra su efectividad: si se ha producido poco o ningún aprendizaje, poco o ningún cambio de actitud puede ser esperado (Kirkpatrick, citado en Werther & Davis, 2008)

Probar el conocimiento y las habilidades antes de un programa de capacitación proporciona un parámetro básico sobre los participantes, que pueden medirse nuevamente después de la capacitación para determinar la mejora. Para ello se pueden utilizar diversas herramientas, tales como: observación, tests, pruebas de desempeño, simulaciones, etc. (Kirkpatrick, citado en Werther & Davis, 2008)

- **Comportamiento:**

Se refiere a analizar los cambios en el comportamiento que se deriven del curso de capacitación. En este caso se trata precisamente de modificar la conducta o actitudes ante determinadas situaciones, este cambio debe realizarse en forma personal, aunque ayudado por un agente externo. Para

dicho cambio se necesitan cinco requisitos según Kirkpatrick, citado en Werther & Davis (2008), los cuales son:

- Querer cambiar (mejorar).
- Reconocer las propias debilidades o fallas.
- Trabajar en un ambiente favorable o de crecimiento.
- Tener la ayuda de una persona que comparta intereses y retos.
- Contar con una oportunidad para experimentar nuevas ideas.

El comportamiento de los participantes no cambia una vez que regresan al puesto. La transferencia de la capacitación es una implementación efectiva de principios aprendidos sobre los que se requiere en el puesto. Para maximizar se pueden adoptar varios enfoques, según la definición de Kirkpatrick, citado en Werther & Davis (2008), al respecto afirma lo siguiente:

- Presentar elementos idénticos
- Enfocarse en los principios generales
- Establecer un clima para la transferencia

### **Resultados:**

Chiavenato (2009) afirma que la medición de los resultados de capacitación es difícil, pero posible. Con relación a este criterio muchas empresas piensan en términos de la utilidad de los programas de capacitación. Algunos de los criterios basados en resultados que se utilizan para evaluar la capacitación incluyen:

- Aumento de productividad
- Menos quejas de los empleados
- Reducción de costos y desperdicio
- Rentabilidad

Chiavenato (2009) asegura que se debe tener en cuenta que un esfuerzo de capacitación ha generado algún resultado, cuando un problema o situación problemática anteriormente identificada muestran una mejoría que puede ser atribuida a una forma nueva o diferente de ejecutar las tareas, y este cambio se sustenta en lo aprendido. A la hora de analizar los resultados es de suma importante dar tiempo a que el cambio haya tenido lugar. Se puede afirmar que los resultados de una acción de capacitación podrán ser medidos con una precisión que no podrá superar la precisión con que se ha definido la necesidad que la justifica. En este punto también podemos incluir el modelo de benchmarking, que es un procedimiento para evaluar las prácticas y los servicios de la propia organización, comparándolos con los de los líderes reconocidos, a fin de identificar las áreas que requieren mejoras. Dicho proceso propone a los gerentes: planear, hacer, comprobar, actuar.

Retorno de inversión:

Kirkpatrick, citado en Werther & Davis (2008) al respecto afirma que el proceso comienza con el conjunto de métodos para manejar los datos después del programa. Estos métodos constituyen el meollo de toda evaluación. La elección de los métodos depende de los objetivos, medios,

niveles de medición, plan y coste de recolección de datos para cada evaluación.

**c) Implantación y ejecución del programa de capacitación:**

La ejecución o realización de la capacitación supone el binomio formado por el instructor y el aprendiz. Los aprendices son las personas situadas en un nivel jerárquico cualquiera de la empresa que tienen experiencia o están especializadas en determinada actividad o labor, y transmiten sus conocimientos a los aprendices.

La ejecución de la capacitación depende de los factores siguientes:

- Adecuación del programa de capacitación a las necesidades de la organización.
- Calidad del material de capacitación.
- Cooperación de los gerentes y dirigentes de la empresa.
- Calidad y preparación de los instrumentos.

**d) Evaluación de resultados:**

El programa de capacitación debe incluir la evaluación de su eficiencia, la cual debe considerarse dos aspectos:

- Constatar si la capacitación produjo las modificaciones deseadas en la conducta de los empleados.
- Verificar si los resultados de la capacitación tienen relación con la consecución de las metas de la empresa.

Además se debe constatar si las técnicas de capacitación son eficaces para alcanzar los objetivos propuestos. La evaluación de los resultados de la capacitación se efectuará en tres niveles:

- Evaluación en el nivel organizacional; en este nivel, la capacitación debe proporcionar resultados como: aumento en la eficacia organizacional, mejora de la imagen de la empresa, mejora del clima organizacional, mejora en la relación entre empresa y empleados, apoyo del cambio y la innovación, aumento de la eficacia.
- Evaluación en el nivel de los recursos humanos; en este nivel, la capacitación debe proporcionar resultados como: reducción de la rotación del personal, reducción del ausentismo, aumento de la eficacia individual, aumento del conocimiento, cambio de actitudes.
- Evaluación en el nivel de las tareas y operaciones; en este nivel, la capacitación debe proporcionar resultados como: aumento de la productividad, mejora en la calidad, reducción del flujo de producción, mejora en la atención al cliente, reducción del índice de accidentes, reducción del índice de mantenimiento.

#### 2.2.2.5 Beneficios de la capacitación:

Chiavenato (2002), al respecto señala que los beneficios que posee la capacitación dentro de la empresa como plan de mejoramiento de procesos, son los siguientes:

- Ayuda al individuo para la toma de decisiones y solución de problemas.
- Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.
- Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas.
- Permite el logro de metas individuales.
- Desarrolla un sentido de progreso en muchos campos.
- Elimina los temores a la incompetencia o la ignorancia individual.

#### 2.2.2.6 Necesidades de la capacitación

Según Chiavenato (2007), afirma que las necesidades de capacitación es la detección de problemas provocados por la carencia de conocimientos. Los principales medios utilizados para efectuar el inventario de necesidades son:

- Evaluación de desempeño: Mediante esta, no sólo es posible descubrir a los empleados que vienen ejecutando sus tareas por debajo de un nivel satisfactorio, sino averiguar también qué sectores de la empresa reclaman una atención inmediata de los responsables de la capacitación.
- Observación: Verificar donde hay evidencia de trabajo ineficiente, como daño de equipo, atraso en el cronograma, pérdida excesiva de materia prima, número elevado de problemas disciplinarios, alto índice de ausentismo, y rotación elevada.
- Cuestionarios: Investigaciones mediante cuestionarios y listas de verificación que evidencien las necesidades de capacitación.

Siliceo citado en Chiavenato (2002) afirma que:

"De ahora en adelante la clave es el conocimiento. El mundo no se está convirtiendo en intensivo en trabajo, ni en intensivo en materiales, ni intensivo en energía sino en intensivo en conocimiento" (pág. 25).

### **2.3 Hipótesis**

Para el presente estudio no se formularan hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad. (Hernández, Fernández y Baptista, p. 140, 2003).

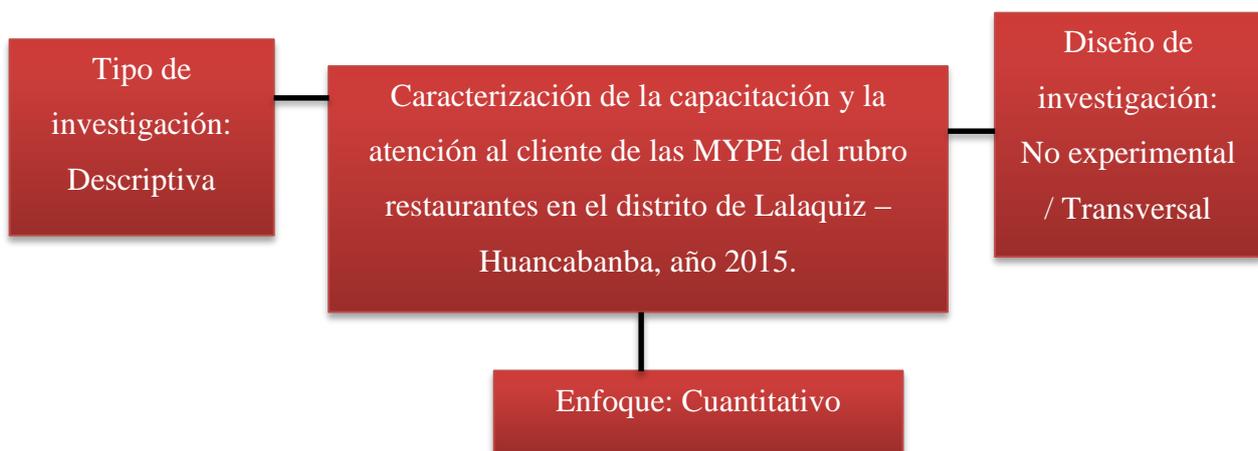
### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Diseño de la investigación

El diseño no experimental de corte transversal, se realizó sin manipular las variables, se observaron las características de la atención al cliente y la capacitación tal y como se dan en la realidad de las MYPE del rubro restaurantes. A su vez fue Transversal, debido a que la recolección de los datos y la aplicación del instrumento cuestionario fue en un solo momento. (Hernández; Fernández y Baptista, 2010)

La investigación fue de tipo descriptiva porque buscó especificar las características en relación a la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba.

Además posee un nivel cuantitativo, por que examina los datos de manera científica, en forma numérica, generalmente con ayuda de la estadística. Recoge y analiza datos sobre las variables y estudia las propiedades y fenómenos de la situación problemática de manera objetiva, así los resultados se pueden generalizar.



Fuente: Elaboración propia

### 3.2.- Población y Muestra

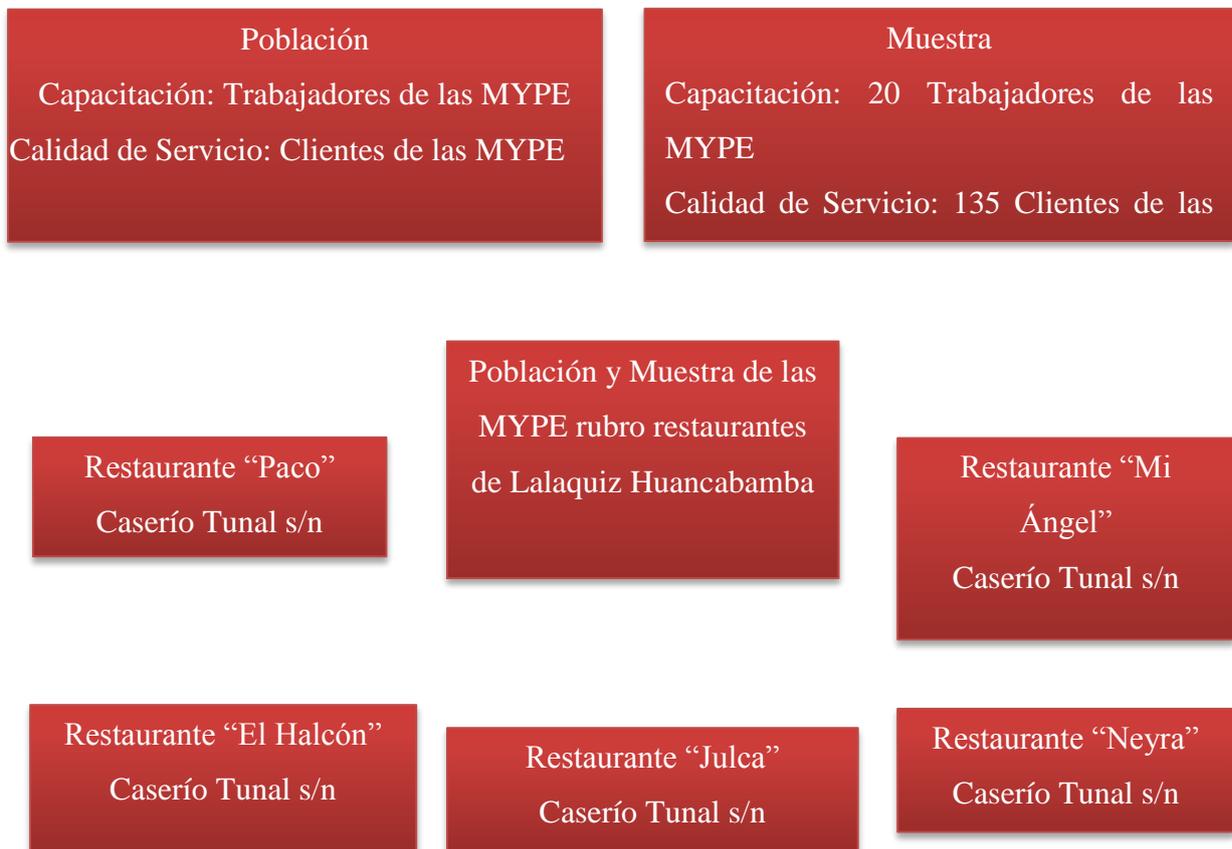
#### 3.2.1 Población

##### Capacitación:

La población estuvo conformada por los 20 trabajadores de las MYPE rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba.

##### Atención al cliente:

La población estuvo conformada por los 135 clientes de las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba.



Fuente: Elaboración propia.

### 3.2.2 Muestra

La muestra está conformada por el total de los 20 trabajadores y 135 clientes de las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba.

Para determinar la muestra de clientes se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

- N= 1336
- $Z^2 = 1.962$  (Nivel de Confianza: 95%)
- p = probabilidad de concurrencia: 50%
- q = 1 – p probabilidad de no concurrencia: 50%
- d = error muestral de 8%

Entonces la muestra será determinada de la siguiente manera:

$$n = \frac{1336 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.08^2 * (1336 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 135 \text{ encuestas}$$

### 3.3 Definición y operacionalización de variables.

Variable: Capacitación

Para Robbins y Coulter (2005) la capacitación del personal es una actividad importante, ya que conforme los empleados exigen beneficios para su estabilidad laboral y personal, las destrezas de éstos se deben modificar y actualizar, para el logro de objetivos empresariales.

Variable: Atención al cliente

La atención al cliente es el «conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes» (Pérez, 2006)

### 3.3. Matriz de operacionalizacion

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Fuentes
CAPACITACION	Para Robbins y Coulter (2005) la capacitación del personal es una actividad importante, ya que conforme los empleados exigen beneficios para su estabilidad laboral y personal, las destrezas de éstos se deben modificar y actualizar, para el logro de objetivos empresariales.	Aprendizaje	¿Cuáles son las actividades que realiza en la MYPE? ¿Usted considera que necesita capacitarse? ¿En que considera necesita capacitarse?	Administrativa ( ) Caja ( ) Atención al público ( ) Preparación cocina ( ) Si ( ) No ( ) Calidad de atención ( ) Cocina ( ) Gestión ( ) Otros ( )	Trabajadores
		Cultura de identidad	¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar? ¿Ha recibido algún tipo de capacitación? ¿Cada qué tiempo recibe capacitaciones? ¿Qué tipo de capacitación recibe?	Si ( ) No ( ) Si ( ) No ( ) Anual ( ) Trimestral ( ) Semestral ( ) No recibe ( ) Cursos ( ) Reuniones grupales ( ) Charlas ( ) Ninguna ( )	Trabajadores
		Calidad	¿Evalúan su desempeño en las actividades que realiza? ¿En qué nivel considera su desempeño en las funciones encargadas?	Si ( ) No ( ) Alto ( ) Medio ( ) Bajo ( )	Trabajadores
		Productividad	¿Cómo considera el manejo de los instrumentos que utiliza en su función? ¿Cómo considera el manejo de los equipos que utiliza en su función? ¿Existe un control de inventarios de insumos? ¿Existe un control de inventarios de materia prima?	Bueno ( ) Regular ( ) Deficiente ( ) Bueno ( ) Regular ( ) Deficiente ( ) Si ( ) No ( ) Si ( ) No ( )	Trabajadores

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Fuentes
ATENCIÓN AL CLIENTE	La atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes» (Blanco, 2001 citado en Pérez, 2006, p.6)	Actividades	<p>¿Considera que la atención al cliente en el rubro restaurantes de Lalaquiz es la adecuada?</p> <p>¿Para usted la atención en caja es rápido y ágil?</p> <p>¿Para usted la sazón y el sabor de las comidas satisfacen sus necesidades?</p> <p>¿Considera que las actividades de los restaurantes están enfocadas al cliente?</p>	<p>Muy de acuerdo ( ) De acuerdo ( ) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( ) En desacuerdo ( ) Muy en desacuerdo ( )</p> <p>Muy de acuerdo ( ) De acuerdo ( ) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( ) En desacuerdo ( ) Muy en desacuerdo ( )</p> <p>Muy de acuerdo ( ) De acuerdo ( ) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( ) En desacuerdo ( ) Muy en desacuerdo ( )</p> <p>Muy de acuerdo ( ) De acuerdo ( ) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( ) En desacuerdo ( ) Muy en desacuerdo ( )</p>	Clientes o Usuarios
		Necesidades	<p>¿La distribución de las instalaciones, le genera satisfacción?</p> <p>¿Usted considera que los restaurantes de Lalaquiz deben contar con diversidad de platos?</p> <p>¿Para usted los restaurantes de Lalaquiz cuentan con el personal calificado para la atención?</p> <p>¿Considera que los restaurantes de Lalaquiz cuentan con servicios adecuados a sus necesidades?</p>	<p>Muy de acuerdo ( ) De acuerdo ( ) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( ) En desacuerdo ( ) Muy en desacuerdo ( )</p> <p>Muy de acuerdo ( ) De acuerdo ( ) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( ) En desacuerdo ( ) Muy en desacuerdo ( )</p> <p>Muy de acuerdo ( ) De acuerdo ( ) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( ) En desacuerdo ( ) Muy en desacuerdo ( )</p> <p>Muy de acuerdo ( ) De acuerdo ( ) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( ) En desacuerdo ( ) Muy en desacuerdo ( )</p>	Clientes o Usuarios
		Satisfacción	<p>¿Para usted la atención del cliente de los restaurantes de Lalaquiz satisfacen sus expectativas?</p> <p>¿Usted se encuentra satisfecho con los servicios de atención al cliente de los restaurantes de Lalaquiz?</p>	<p>Muy de acuerdo ( ) De acuerdo ( ) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( ) En desacuerdo ( ) Muy en desacuerdo ( )</p> <p>Muy de acuerdo ( ) De acuerdo ( ) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( ) En desacuerdo ( ) Muy en desacuerdo ( )</p>	Clientes o Usuarios

### 3.4. Técnicas e instrumentos

#### Técnicas

- a) **Encuestas:** Se elaboró la encuesta de acuerdo a los indicadores de las variables, con la finalidad de determinar las características de la capacitación y la atención al cliente

#### Instrumentos

- a) **Cuestionario:** El cuestionario fue aplicado a los trabajadores (para la variable Capacitación del personal) y a los clientes (para la atención al cliente) de las MYPE del rubro restaurantes del distrito de Lalaquiz Huamcabamba.

### 3.5 Plan de análisis

Para el desarrollo de la presente investigación se aplica la técnica de la encuesta, que busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación. Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

Luego de la obtención de datos se procedió a codificarlos, para mantener el orden y posteriormente elaborar los cuadros estadísticos, mediante el Programa SPSS V.21 de los cuales se realizó el análisis e interpretación de los datos, para la discusión de resultados y la elaboración de las conclusiones, y recomendaciones Además para la elaboración de la tabulación, análisis y la interpretación de los datos se ejecutaron haciendo uso de los programas Microsoft Office Excel 2010.

### 3.6 Matriz de Consistencia:

ENUNCIADO GENERAL	OBJETIVO GENERAL	VARIABLES	METODOLOGÍA
¿Qué características tiene la atención del cliente y la capacitación de las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, 2015?	Establecer las características de la atención del cliente y la capacitación de las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015.	Capacitación	<b>Tipo y nivel</b> DESCRIPTIVA TRANSVERSAL
	a) Determinar el nivel de atención al cliente en las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015. b) Indicar los factores más relevantes en la atención al cliente de las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015. c) Determinar las necesidades de capacitación en las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015. d) Establecer los medios de capacitación utilizados en las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015.	Atención al Cliente	<b>Diseño de la Investigación</b>  NO EXPERIMENTAL CUANTITATIVA  <b>Población</b> Población a un promedio 05 MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba  <b>Técnica</b> Encuestas

### **3.7 Principios éticos.**

El trabajo de investigación ha tomado en cuenta los siguientes principios éticos:

- Transparencia en la recolección de datos de la población en estudio;
- Autenticidad en la recolección de datos: fueron los mismos recolectados de la fuente;
- Énfasis en la autenticidad de los resultados obtenidos;
- Confidencialidad en las respuestas a las encuestas aplicadas;
- Honestidad al momento de realizar el análisis.
- Veracidad de los resultados
- Respeto por los derechos de autor.

## IV RESULTADOS

### 4.1 Resultados de la encuesta

A continuación se presentan los resultados, de la encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE rubro ropa de bebés del Complejo de Mercado Modelo de Piura

#### 4.1.1 Variable Capacitación.

De las características generales de los trabajadores, y respecto de la variable capacitación se obtuvo que:

**Tabla 1 Edad**

	Frecuencia	Porcentaje
18 – 25	3	15.0%
26 – 35	5	25.0%
36 – 45	9	45.0%
Más de 46 años	3	15.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE

**Tabla 2 Sexo**

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	10	50.0%
Femenino	10	50.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE

**Tabla 3 Grado de instrucción**

	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria	15	75.0%
Superior no universitaria	2	10.0%
Universitaria	2	10.0%
Postgrado	1	5.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE

**Tabla 4 Tiempo en años laborando**

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 01 año	9	45.0%
01 a 03 años	10	50.0%
03 a 05 años	1	5.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE

**Tabla 5 ¿Cuáles son las actividades que realiza en la MYPE?**

	Frecuencia	Porcentaje
Administrativa	4	20.0%
Caja	3	15.0%
Atención al público	10	50.0%
Preparación cocina	3	15.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE

**Tabla 6 ¿Usted considera que necesita capacitarse?**

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	20	100.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE

**Tabla 7 ¿En que considera necesita capacitarse?**

	Frecuencia	Porcentaje
Calidad de atención	11	55.0%
Cocina	3	15.0%
Gestión	6	30.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE

**Tabla 8 ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?**

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	4	20.0%
No	16	80.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE

**Tabla 9 ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?**

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	6	30.0%
No	14	70.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE

**Tabla 10 ¿Cada qué tiempo recibe capacitación?**

	Frecuencia	Porcentaje
Anual	6	30.0%
No recibe	14	70.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE

**Tabla 11 ¿Qué tipo de capacitación recibe?**

	Frecuencia	Porcentaje
Cursos	3	15.0%
Charlas	3	15.0%
Ninguna	14	70.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE

**Tabla 12 ¿Evalúan su desempeño en las actividades que realiza?**

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	19	95.0%
No	1	5.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE

**Tabla 13 ¿En qué nivel considera su desempeño en las funciones encargas?**

	Frecuencia	Porcentaje
Medio	20	100.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE

**Tabla 14 ¿Cómo considera su manejo con los instrumentos que utiliza en su función?**

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	20	100.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE

**Tabla 15 ¿Cómo considera su manejo de los equipos que utiliza en su función?**

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	20	100.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE

**Tabla 16 ¿Existe un control de inventarios de insumos?**

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	20	100.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE

**Tabla 17 ¿Existe un control de inventarios de materia prima?**

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	20	100.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE

#### 4.1.2 Variable Atención al cliente

**Tabla 18 Considera que la atención al cliente en el rubro restaurantes de Lalaquiz es la adecuada**

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	6	4.4%
En desacuerdo	116	85.9%
Indiferente	5	3.7%
De acuerdo	8	5.9%
Total	135	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE

**Tabla 19 Para usted la atención en caja es rápido y ágil**

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	58	43.0%
En desacuerdo	71	52.6%
Indiferente	6	4.4%
Total	135	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE

**Tabla 20 Para usted la sazón y el sabor de las comidas satisfacen sus necesidades**

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	21	15.6%
Indiferente	114	84.4%
Total	135	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE

**Tabla 21 Considera que las actividades de los restaurantes están enfocadas al cliente**

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	57	42.2%
Indiferente	24	17.8%
De acuerdo	50	37.0%
Muy de acuerdo	4	3.0%
<b>Total</b>	<b>135</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE

**Tabla 22 Para usted los restaurantes de Lalaquiz deben distribuir mejor sus instalaciones**

	Frecuencia	Porcentaje
Indiferente	1	0.7%
De acuerdo	23	17.0%
Muy de acuerdo	111	82.2%
<b>Total</b>	<b>135</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE

**Tabla 23 Usted considera que los restaurantes de Lalaquiz deben contar con diversidad de platos**

	Frecuencia	Porcentaje
Indiferente	1	0.7%
De acuerdo	5	3.7%
Muy de acuerdo	129	95.6%
<b>Total</b>	<b>135</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE

**Tabla 24 Para usted los restaurantes de Lalaquiz cuentan con el personal calificado para la atención**

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	25	18.5%
Indiferente	105	77.8%
Muy de acuerdo	5	3.7%
<b>Total</b>	<b>135</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE

**Tabla 25 Considera que los restaurantes de Lalaquiz cuentan con servicios adecuados a sus necesidades**

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	103	76.3%
Indiferente	32	23.7%
Total	135	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE

**Tabla 26 Usted considera que los restaurantes de Lalaquiz cuentan con instalaciones adecuadas**

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	72	53.3%
Indiferente	63	46.7%
Total	135	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE

**Tabla 27 Para usted la atención del cliente de los restaurantes de Lalaquiz satisfacen sus expectativas**

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	106	78.5%
Indiferente	29	21.5%
Total	135	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE

**Tabla 28 Usted se encuentra satisfecho con los servicios de atención al cliente de los restaurantes de Lalaquiz**

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	116	85.9%
Indiferente	19	14.1%
Total	135	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE

## **4.2 Análisis de los resultados**

### **4.2.1 Con respecto a la capacitación.**

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE se determinó que la edad está comprendida mayormente entre 36 a 45 años en un 45.0%; además se determinó que el Sexo de los trabajadores es equitativo, masculino en un 50.0% y femenino en un 50.0%. También el Grado de instrucción del personal mayoritariamente es estudios secundarios en un 75.0%. Finalmente entre las características de los trabajadores se determina que el Tiempo en años laborando es entre menos de 01 año en un 45.0%; y de 01 a 03 años en un 50.0%.

De acuerdo a la caracterización de la capacitación se determina que las actividades que realizan en la MYPE son administrativa en un 20.0%; caja en un 15.0%, atención al público en un 50.0% y preparación cocina en un 15.0%. Por lo que se infiere que existe mayor personal en la atención al público. También se determinó que el personal considera que necesita capacitarse en un 100.0%. En cuanto en que necesita capacitarse los trabajadores señalaron que en calidad de atención en un 55.0%; cocina en un 15.0% y gestión en un 30.0%.

Chiavenato (2007), al respecto señala que en la actualidad la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las MYPE o instituciones de contar con un personal calificado y productivo que ayude a cumplir los objetivos de acuerdo al tiempo preestablecido.

Por otro lado se determinó que el personal ha recibido inducción (instrucciones de cómo debe trabajar) cuando ingreso a trabajar en un 20.0% y No en un 80.0%. Además se determinó que ha recibido algún tipo de capacitación en un 30.0% y No en un 70.0%. Así también se determinó que el tiempo que recibe capacitación es

anual en un 30.0% y no recibe en un 70.0%. Además se determinó que el tipo de capacitación que recibe son cursos en un 15.0%; charlas en un 15.0% y ninguna en un 70.0%.

La investigación de Alava (2013) determinó La Dirección de Turismo y La Cámara de Turismo no realizan capacitaciones periódicas a los servidores, se nota cierto abandono de los mismos hacia este sector, esto implica que los turistas no reciban la atención y servicio adecuado, y por ende esto se refleja en el consumo de estos servicios, lo cual incide en el aspecto económico del sector turístico.

Davenport (2000) afirma que la capacitación consiste en un conjunto de actividades planeadas en base a las necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador, esta está orientada al perfeccionamiento técnico del trabajador para que se desempeñe eficientemente en las funciones que le han sido asignadas, generando resultados de calidad, brindando excelentes servicios a sus clientes, previniendo y solucionando anticipadamente problemas dentro de la organización.

Así mismo se determina que evalúan su desempeño en las actividades que realiza en un 95.0% y No en un 5.0%. También que su nivel de desempeño en las funciones encargas es medio en un 100.0%. A su vez consideran que su manejo con los instrumentos que utiliza en su función es regular en un 100.0%. Además se determinó que el manejo de los equipos del restaurantes es regular en un 23.5%; y existe un control de inventarios de insumos en un 82.4% y No en un 17.6%. Finalmente que existe un control de inventarios de materia prima en un 100.0%.

Madrid (2013) en su investigación concluye que si los trabajadores cuentan con una adecuada capacitación deben tener mejores políticas de motivación ya sea profesional o económica, lo cual va mejorar su desempeño.

Kirkpatrick, citado en Werther & Davis (2008) afirma que en primer lugar debe ser necesario establecer normas de evaluación antes de que se inicie el proceso de capacitación. Teniendo en cuenta que según Chiavenato (2007), las necesidades de capacitación es la detección de problemas provocados por la carencia de conocimientos.

#### **4.2.2 Con respecto a la atención al cliente**

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada a los clientes de las MYPE se determinó que considera que la atención al cliente en el rubro restaurantes de Lalaquiz es la adecuada, los clientes están muy en desacuerdo en un 4.4%, en desacuerdo en un 85.9%, indiferente en un 3.7% y de acuerdo en un 5.9%. Se determinó que si la atención en caja es rápido y ágil, los clientes están muy en desacuerdo en un 43.0%, en desacuerdo en un 52.6% e indiferente en un 4.4%.

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

En cuanto a la sazón y el sabor de las comidas satisfacen sus necesidades los clientes están en desacuerdo en un 15.6% e indiferente en un 84.4%. En relación si las actividades de los restaurantes están enfocadas al cliente los clientes están en desacuerdo en un 42.2%; indiferente en un 17.8%, de acuerdo en un 37.0% y muy de acuerdo en un 3.0%.

Carpio (2013) en su investigación determina que el 75% de los encuestados afirman que están constantemente actualizando tantos sus equipos de trabajo como los

software que los operan y así poder obtener un mejor desempeño en las actividades que realiza esta empresa.

Serna (2006) define al servicio como las estrategias creadas por una compañía para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes. Para así diferenciarse de la competencia.

En cuanto que si los restaurantes de Lalaquiz deben distribuir mejor sus instalaciones los clientes se muestran indiferentes en un 0.7%; de acuerdo en un 17.0% y muy de acuerdo en un 82.2%. A la pregunta que si los restaurantes de Lalaquiz deben contar con diversidad de platos los clientes se muestran indiferentes en un 0.7%; de acuerdo en un 3.7% y muy de acuerdo en un 95.6%.

En relación que si los restaurantes de Lalaquiz cuentan con el personal calificado para la atención los clientes manifestaron que sí en un 62.5% y no en un 37.5%. También se determinó que si los restaurantes de Lalaquiz cuentan con servicios adecuados a sus necesidades los clientes manifestaron estar en desacuerdo en un 76.3% e indiferente en un 23.7%.

Contrario a lo que García (2013) determinó en su investigación ya que el 55% de los usuarios encuestados estaba insatisfecho con la calidad de atención brindada en dicho centro de salud, siendo un 45% que indicaba encontrarse satisfecho.

De acuerdo a Pérez (2006) toda organización orientada a la mejora en el servicio debe conocer las necesidades y expectativas de los clientes a los que está destinada la política de atención, de modo que sea posible satisfacer sus necesidades y alcanzar o superar sus expectativas.

A su vez se determinó que si los clientes consideran que los restaurantes de Lalaquiz cuentan con instalaciones adecuadas se muestran en desacuerdo en un 46.7% e indiferente en un 53.3%. En cuanto a la atención del cliente de los restaurantes de Lalaquiz satisfacen sus expectativas los clientes se muestran en desacuerdo en un 78.5% y en desacuerdo en un 21.5%. Finalmente se determinó que si se encuentran satisfecho con los servicios de atención al cliente de los restaurantes de Lalaquiz los clientes manifestaron estar en desacuerdo en un 85.9% e indiferente en un 14.1%.

Moreno (2012) en su investigación determinó que las dimensiones intangibles han sido las mejores calificadas son: empatía, seguridad y capacidad de respuesta han obtenido las mejores calificaciones

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

## V. CONCLUSIONES

Como conclusiones de la investigación, se evidencia que:

- Se determinó que en relación al nivel de atención al cliente en las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, es bajo puesto que los clientes se encontraron en desacuerdo con la atención; porque sus procesos no son rápidos, no cuentan con instalaciones idóneas; no presentan los servicios o productos adecuados a sus necesidades y no satisfacen sus expectativas.
- Dentro de los factores más relevantes en la atención al cliente de las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, se determinó que los aspectos tangibles como las instalaciones, diversidad de platos, y la sazón son las menos valoradas; mientras que los aspectos intangibles como la capacidad de respuesta, la satisfacción de sus necesidades y la atención al público son de mayor relevancia para los clientes.
- En cuanto a las necesidades de capacitación en las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz – Huancabamba, se determinó que los trabajadores en su totalidad son conscientes que necesitan capacitarse; en cuanto a la calidad de atención debido a que la mayoría de los trabajadores mantienen contacto directo con el público.
- En relación a los medios de capacitación utilizados en las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, se evidenció que en su mayoría no reciben capacitación alguna; por otro lado si existe un restaurante que se preocupa por la capacitación brindando charlas en reuniones grupales

a sus trabajadores, siendo el restaurante con mayor afluencia en el distrito de Lalaquiz.

- Finalmente se concluye que la atención al cliente de las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, es baja; y los clientes dan mayor relevancia a los aspectos intangibles en búsqueda de satisfacer sus necesidades; por otro lado se determinó que existe necesidades de capacitación en la totalidad de trabajadores; por lo tanto no se evidencian medios de capacitación formales.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ayala, S. (2004). PROCESO DE DESARROLLO DE LOS RECURSOS HUMANOS. Tarapoto: Texto Universitario Universidad Nacional de San Martín.

Berry (2002). Un buen servicio ya no basta. Colombia. Editorial Norma.

Collao. (2012). Boletín Empresarial: OFREZCA UN SERVICIO DE EXCELENCIA. Recuperado el 17 de 04 de 2014, de Boletín Empresarial: OFREZCA UN SERVICIO DE EXCELENCIA: <http://www.aempresarial.com/web/informativo.php?id=369>

Kotler (2006) Dirección De Marketing. Editorial Pearson.

McGraw Hill (2011) Los consumidores, clientes y usuarios. Unidad 2. Recuperado de: <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448175840.pdf>

Pérez (2006) Calidad total en la atención al cliente. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio • 1ª Edición. Ideaspropias Editorial. Vigo, 2006

Serna (2006). Conceptos básicos. En Servicio al cliente .Colombia: Panamericana editorial Ltda.

Sinarahua, H. (2011). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio rubro suministros de computo . Callería - Pucallpa: Universidad Ángeles de Chimbote.

SUNAT. (2013). Transparencia. Recuperado el 22 de 04 de 2014, de [http://www.peru.gob.pe/transparencia/pep\\_transparencia\\_lista\\_planes.asp?id\\_entidad=83&id\\_tema=1](http://www.peru.gob.pe/transparencia/pep_transparencia_lista_planes.asp?id_entidad=83&id_tema=1)

Villarán, F. (2007). El mundo de la pequeña empresa . Lima: COPEME  
CONFIEP.

Yanakawa, Castillo, D., Baldeón, Espinoza, Granda, & Vega. (2010). Modelo  
tecnológico de integración de servicios para la mype peruana. Lima:  
Esan Ediciones.

## **ANEXOS**

## Cuestionario



### UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPE para desarrollar el trabajo de investigación denominado “CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y LA CAPACITACION EN LAS MYPE DEL RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE LALAQUIZ - HUANCABAMBA, 2015”. Se agradece su participación.

#### I. DATOS GENERALES DE LOS TRABAJADORES

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

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

**1.3 Grado de instrucción:** Secundaria.... Superior No Universitaria..... Universitaria.....  
Postgrado.....

**1.4 Tiempo en años laborando :** Menos de 01 año \_\_ 01 a 03 años \_\_ 03 a 05 años \_\_  
Más de 05 años \_\_

#### CAPACITACIÓN

**Pregunta N° 01. ¿Cuáles son las actividades que realiza en la MYPE?**

Administrativa ( ) Caja ( ) Atención al público ( ) Preparación cocina ( )

**Pregunta N° 02. ¿Usted considera que necesita capacitarse?**

Si ( ) No ( )

**Pregunta N° 03. ¿En que considera necesita capacitarse?**

Calidad de atención ( ) Cocina ( ) Gestión ( ) Otros ( )

**Pregunta N° 04. ¿Ha recibido inducción al ingresar a trabajar?**

Si ( ) No ( )

**Pregunta N° 05. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?**

Si ( ) No ( )

**Pregunta N° 06. ¿Cada qué tiempo recibe capacitaciones?**

Anual ( ) Trimestral ( ) Semestral ( ) No recibe ( )

**Pregunta N° 07. ¿Qué tipo de capacitación recibe?**

Cursos ( ) Reuniones grupales ( ) Charlas ( ) Ninguna ( )

**Pregunta N° 08. ¿Evalúan su desempeño en las actividades que realiza?**

Si ( ) No ( )

**Pregunta N° 09. ¿En qué nivel considera su desempeño en las funciones encargadas?**

Alto ( ) Medio ( ) Bajo ( )

**Pregunta N° 10. ¿Cómo considera su manejo con los instrumentos que utiliza en su función?**

Bueno ( ) Regular ( ) Deficiente ( )

**Pregunta N° 10. ¿Cómo considera su manejo con los equipos que utiliza en su función?**

Bueno ( ) Regular ( ) Deficiente ( )

**Pregunta N° 11. ¿Existe un control de inventarios de insumos?**

Si ( ) No ( )

**Pregunta N° 12. ¿Existe un control de inventarios de materia prima?**

Si ( ) No ( )