



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD CIENCIAS E INGENIERÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CAPACITACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE  
SERVICIO EN LA MICROEMPRESA “POLLERÍA LA  
GRANJA”, IQUITOS 2022**

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

**AUTORA  
RIOS GARCIA, LISSY  
ORCID: 0000-0003-0207-9616**

**ASESOR  
CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS  
ORCID: 0000-0002-6399-5928**

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2023**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Rios Garcia, Lissy

ORCID: 0000-0003-0207-9616

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote

Estudiante de pregrado, Chimbote, Perú

### **ASESOR**

Centurion Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería

Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

### **JURADO**

Canchari Quispe, Alicia

ORCID 0000 0001 6176 191X

**PRESIDENTE**

Rosillo de Purizaga, María del Carmen

ORCID 0000-0003-2177-5676

**MIEMBRO**

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID 0000-0002-7575-3571

**MIEMBRO**

## **HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

Canchari Quispe, Alicia  
ORCID 0000 0001 6176 191X  
PRESIDENTE

Rosillo de Purizaga, María del Carmen  
ORCID 0000-0003-2177-5676  
MIEMBRO

Limo Vásquez, Miguel Ángel  
ORCID 0000-0002-7575-3571  
MIEMBRO

Centurion Medina, Reinerio Zacarías  
ORCID: 0000-0002-6399-5928  
ASESOR

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, a Dios por prestarme la vida y una familia que siempre ha creído en mí.

A la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – ULADECH por brindarme la oportunidad de ser un profesional.

A los docentes que me toco en todos estos años de estudio por apoyarme siempre y guiarme por el camino adecuado en mi vida profesional. A mi asesor por guiarme en la elaboración de este trabajo de investigación.

## **DEDICATORIA**

A Dios por las inmensas bendiciones en lo largo de esta vida, a mis amados padres Alcides y Rosa por siempre estar ahí en los momentos que más los necesite, a mis hermanos por el apoyo mostrado.

A mi hijo Jarek Leonardo, eres el amor de vida, el motor y motivo para seguir adelante y superarme cada día. Recuerda que siempre estaré para ti.

## CONTENIDO

1. Carátula .....	i
2. Equipo de trabajo .....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria.....	iv
5. Índice de contenido .....	vi
6. Índice de tablas y figuras.....	viii
7. Resumen y abstract.....	xi
I. Introducción .....	1
II. Revisión de literatura.....	5
2.1. Antecedentes .....	5
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	5
2.1.2. Antecedentes nacionales .....	8
2.1.3. Antecedentes regionales y/o locales .....	12
2.2. Bases teóricas de la investigación .....	16
2.2.1 Capacitación.....	16
2.2.2 Calidad de servicio.....	18
2.2.3. Teoría de las micro y pequeñas empresas.....	21
2.3. Marco conceptual .....	23
III. Hipótesis.....	26
IV. Metodología .....	27
4.1 Diseño de la investigación .....	27
4.2 Población y muestra .....	28
4.3 Definición y operacionalización de las variables.....	30

4.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	32
4.5	Plan de análisis.....	33
4.6	Matriz de consistencia.....	34
4.7	Principios éticos .....	35
V.	Resultados .....	37
5.1	Resultados .....	37
5.2	Análisis de resultados.....	44
VI.	Conclusiones .....	57
VII.	Recomendaciones .....	58
	Referencias Bibliográficas .....	59
	ANEXOS.....	64
	Anexo 1. Cronograma .....	64
	Anexo 2. Presupuesto.....	65
	Anexo 3. Instrumento de recolección de datos (Variable capacitación) .....	66
	Anexo 4. Instrumento de recolección de datos (Variable calidad de servicio) .....	67
	Anexo 5. Validación de instrumento.....	68
	Anexo 6. Consentimiento informado .....	77
	Anexo 7. Figuras .....	78

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Características de la capacitación en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos, 2022. ....	37
<b>Tabla 2.</b> Características de la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos, 2022.....	39
<b>Tabla 3.</b> Propuesta de mejora de capacitación para mejorar la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos, 2022.....	42



## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Existe un diagnóstico de su problemática referente a la capacitación .....	78
<b>Figura 2.</b> Existe un cuadro de necesidades para la capacitación .....	78
<b>Figura 3.</b> Se tiene definido los temas y contenidos a desarrollarse .....	79
<b>Figura 4.</b> La capacitación se orienta a mejorar el desempeño y calidad.....	79
<b>Figura 5.</b> Se tiene elaborado un Plan de Capacitación al personal. ....	80
<b>Figura 6.</b> Los responsables de la capacitación prevén todo lo necesario.....	80
<b>Figura 7.</b> La capacitación se realiza conforme a los planes.....	81
<b>Figura 8.</b> En el proceso se cumple la evaluación inicial, procesal y final. ....	81
<b>Figura 9.</b> Los equipos de Pollería La Granja se encuentran en buen estado.....	82
<b>Figura 10.</b> Las instalaciones de Pollería La Granja son visualmente atractivas.....	82
<b>Figura 11.</b> El personal tiene apariencia limpia .....	83
<b>Figura 12.</b> La apariencia de los instrumentos o material de servicio se ven higiénicos. .....	83
<b>Figura 13.</b> El personal se preocupa por brindar un servicio amable.....	84
<b>Figura 14.</b> Percibe que existen procedimientos formales en cada etapa de la atención. .....	84
<b>Figura 15.</b> Tiene confianza que en Pollería La Granja ofrecen alimentos apropiadamente elaborados.....	85
<b>Figura 16.</b> Considera que, el personal evita distracciones durante la atención. ....	85
<b>Figura 17.</b> El personal coordina eficazmente para un servicio rápido.....	86
<b>Figura 18.</b> El personal brinda un servicio conforme.....	86

<b>Figura 19.</b> En Pollería La Granja se respeta su privacidad.....	87
<b>Figura 20.</b> En todo momento percibe actitud de servicio del personal.....	87

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general determinar las características de la capacitación para mejorar la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022. Como metodología, la investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo y de propuesta. La población fue finita conformada por los 15 trabajadores de la microempresa en estudio. La muestra fue censal, no probabilística que tomó al 100,0% de la población. La técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento el uso de dos cuestionarios de 8 y 12 preguntas para las variables capacitación y calidad de servicio, respectivamente. Como resultados, la investigación determinó que el 53,3% de los trabajadores opinan que con poca frecuencia se realiza un análisis de las necesidades de capacitación, sin embargo, consideran que es importante para mejorar el desempeño y el servicio al cliente. En calidad de servicio, se determinó que el personal no brinda un servicio con un nivel esperado de amabilidad (53,3%); asimismo los trabajadores consideran que no siguen los procedimientos formales (46,7%). Como conclusiones, la gerencia no percibe los beneficios de seguir un plan de capacitación, el cual, alineado a sus necesidades empresariales podrían generar importantes ventajas competitivas. La calidad de servicio no es satisfactoria porque el personal realiza sus funciones sin experiencia en atención al cliente y carece de vocación de servicio, limitando así una adecuada relación de servicio con el cliente final, en consecuencia, la investigación brinda una propuesta de mejora con plan de acción inmediato.

**Palabras clave:** calidad de servicio, capacitación, microempresas, pollería.

## **ABSTRACT**

The general objective of the research was to determine the characteristics of training to improve the quality of service in the microenterprise "Pollería La Granja", Iquitos 2022. As methodology, the research was of non-experimental, cross-sectional, descriptive and propositional design. The population was finite and consisted of 15 workers of the microenterprise under study. The sample was a non-probabilistic census sample that took 100.0% of the population. The technique used was the survey and as an instrument the use of two questionnaires of 8 and 12 questions for the variables training and quality of service, respectively. As results, the research determined that 53.3% of the workers believe that training needs analysis is infrequently carried out; however, they consider that it is important to improve performance and customer service. In terms of service quality, it was determined that the staff does not provide service with the expected level of friendliness (53.3%); workers also believe that they do not follow formal procedures (46.7%). In conclusion, management does not perceive the benefits of following a training plan, which, aligned with their business needs, could generate important competitive advantages. The quality of service is not satisfactory because the personnel perform their functions without experience in customer service and lack a vocation for service, thus limiting an adequate service relationship with the final client.

**Key words:** microenterprises, poultry, service quality, training.

## I. INTRODUCCIÓN

En el aspecto internacional, en México, las micro y pequeñas representan los principales agentes de la economía que permiten dinamizar el intercambio comercial y generar trabajo a los millones de mexicanos, si bien existen grandes empresas transnacionales, las pequeñas y medianas empresas son más del 92,0% del mercado empresarial (Mungaray et al., 2018), siendo la gastronomía y el turismo sus principales rubros que representan un gran referente para América Latina.

En el actual contexto, las economías de los países son cada vez más dinámicas, por la evolución exponencial de la tecnología las transacciones económicas que ahora son digitales y en consecuencia se mantiene alineada la necesidad de capacitarse y adquirir frecuentemente conocimiento para no ser relegado por el mundo moderno, (Ganga, 2019). El conocimiento fortalece a los países y sus habitantes, los hace más competentes y en consecuencias más empleables.

En el aspecto nacional, luego de que el gobierno peruano flexibilizara las medidas para limitar la propagación del virus del Covid 19 se empezó a reactivar la economía en todos los campos u agentes económicos, permitiendo volver a incrementarse los aforos en aquellos negocios de restaurant en general y otros, todos enfocados a dinamizar el comercio a través de la competencia en el mercado, (Colina et al., 2021).

En Iquitos, lugar donde se realizará la investigación, es una ciudad de la amazonia peruana, importante por su ubicación fronteriza y estratégica que se ha

desarrollado a orillas del Río Amazonas y tiene como principales fuentes de ingresos al turismo y su gastronomía regional y nacional que atraen el turismo nacional e internacional y son conocedores del servicio de calidad por lo que tienen alta percepción de lo que esperan del personal de todos los negocios locales como tiendas comerciales, artesanía, viajes, turismo, hoteles, restaurantes y pollerías. Sin embargo, encuentran en determinadas situaciones en donde el personal ofrece un servicio debajo del nivel esperado y es probable consecuencia de la falta de capacitación y enfoque en calidad de servicio.

Se debe comprender que la calidad de servicio es el mecanismo para conseguir que el cliente vuelva a adquirir o usufructuar los servicios de la empresa, a través de una experiencia de compra positiva, al cual es más conveniente para las empresas capacitar al elemento humano, ya que no todos cuentan con las actitudes innatas para ofrecer un servicio de calidad a los clientes, siendo por el contrario aspectos muy descuidados por las micro y pequeñas empresas que no se interesan en la capacitación y en consecuencia no invierten en un plan de capacitación a su personal y contribuyen para que la mala atención de su personal persista a sus clientes contribuyendo a que la percepción de servicio de calidad sea negativa y en consecuencia una posible pérdida de ventas.

En resumen, la mayoría de los recursos humanos necesitan ser preparados en aspectos acordes a las necesidades de la empresa, para que los objetivos comerciales de las empresas puedan ser cabalmente cumplidos, pero se requiere de dar importancia a la capacitación como la estrategia para mejores desempeños, motivación y contribuciones del personal a la empresa.

De acuerdo a la problemática expuesta, el enunciado de la investigación planteado fue ¿Cuáles son las características de la capacitación para mejorar la calidad

de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022? Asimismo, para dar atención a la problemática, se planteó como objetivo general: Determinar las características de la capacitación para mejorar la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022 y como objetivos específicos: 1.-Identificar las características de la capacitación en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022; 2.-Describir las características de la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022 y 3.-Elaborar la propuesta de mejora de capacitación para mejorar la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022.

La tesis que presentamos justifica su importancia porque estudió dos factores generadores para la funcionalidad de micro y pequeñas empresas: capacitación y la calidad de servicio. La capacitación constituye un propósito empresarial inmerso a diario en las operaciones porque busca el mejor desempeño de sus trabajadores y su integración a las metas establecidas para lograr la efectividad del negocio y garantía de logro de los beneficios. Por otro lado, este estudio beneficia la gestión de la microempresa caso en estudio, porque mejorará la relación empresa-trabajador por un mejor desempeño, asimismo un impacto similar en la calidad de servicio al cliente.

Como metodología, la investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo y de propuesta. La población fue finita conformada por los 15 trabajadores de la microempresa en estudio. La muestra fue censal, no probabilística que tomó al 100,0% de la población. La técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento el uso de dos cuestionarios de 8 y 12 preguntas para las variables capacitación y calidad de servicio, respectivamente.

Como principales resultados, en relación a la variable capacitación, la investigación determinó que el 53,3% de los trabajadores opinan que con poca

frecuencia se realiza un análisis de las necesidades de capacitación, sin embargo, consideran que es importante para mejorar el desempeño y el servicio al cliente. También se determinó que los trabajadores garantizan que la microempresa brinda alimentos sanos (100,0%) porque se infiere que los trabajadores comprenden el alcance de la calidad en todo proceso de la empresa, el cual tiene incidencia en el producto final y en consecuencia en el cliente. Un importante hallazgo es que existen trabajadores que se distraen durante la atención al cliente (53.3%), lo que sugiere falta de trato del personal con el cliente ocasionando una mala experiencia y queja correspondiente. En calidad de servicio, se determinó que el personal no brinda calidad de servicio con un nivel esperado de amabilidad (53,3%); asimismo los trabajadores consideran que no siguen los procedimientos formales establecidos (46,7%), sin embargo, se enfatiza que el servicio garantiza la discreción al cliente (100,0%) pero existen trabajadores que se distraen durante la atención al cliente (53.3%).

Como conclusiones, la gerencia no percibe los beneficios de seguir un plan de capacitación implementado, el cual, alineado a sus necesidades empresariales podrían generar importantes ventajas competitivas. Asimismo, la calidad de servicio no es satisfactoria porque el personal realiza sus funciones sin experiencia en atención al cliente y carece de vocación de servicio, limitando así una adecuada relación de servicio con el cliente final, en consecuencia, la investigación brinda una propuesta de mejora con plan de acción inmediato.



## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1. Antecedentes internacionales

Cárdenas y Escobar (2019) en su trabajo de investigación *Propuesta de capacitación del enfoque de atención al cliente para el Minimarket Joselito (Ecuador)*. Tuvo como objetivo general mejorar los enfoques de atención al cliente y contables en el minimarket ubicado en Chongón, se analizó la idea de formalizar y de implementar un sistema de cobro para minimarket, lo que le permitió obtener mayor ingreso al negocio. Como metodología, se utilizó el enfoque cualitativo, con un tipo de investigación explicativa y descriptiva, luego, para la recolección de datos se empleó como herramienta la entrevista y ficha de observación. Como resultados se determinó que el enfoque de atención al cliente de la empresa presenta falencias. Como conclusiones se determinó que el propietario de la empresa debe formalizar y aplicar las mejoras propuestas respecto a procesos deficientes, asimismo, implementar el proceso de sistema de cobro que mejora del rendimiento y administración.

Marín et al., (2019) en su trabajo de investigación *Propuesta para la implementación del sistema de gestión de calidad en el restaurante La Cafetería en Connecta (Gate Gourmet), Ecuador*. Tuvo como objetivo general, generar una propuesta de implementación de un sistema de gestión de calidad alineada a la norma ISO 9001-2015, para el restaurante la Cafetería en Connecta, enfocados al mejoramiento continuo del proceso administrativo y comercial. Como metodología, la investigación

fue descriptiva, de tipo documental y de campo o diseño de campo. Como conclusiones, la contextualización de la empresa permitió tener un claro diagnóstico que a partir de la herramienta de árbol de problemas se logra identificar las diferentes variables que influyen directamente en la problemática del restaurante y así la posibilidad de actuar en el enfoque de la implementación del sistema de gestión de calidad en el mismo. Se genera el mapa de proceso junto a la caracterización de cada uno de los procesos que involucran la actividad económica del Restaurante y por ende se logró establecer e identificar el Rol y responsable de las actividades, así como la documentación y herramientas de medición necesarias para el seguimiento y control.

Pincay y Parra (2020) en su trabajo de investigación *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador*. Tuvo por objetivo general proponer un plan de mejora en calidad de servicio en una empresa de alimentos. Como metodología, la investigación fue cualitativa, el método empleado fue el inductivo y fue de revisión documental de carácter descriptivo. Como resultados, se evidencia que esta empresa presenta una calidad de servicio regular, siendo el principal problema relacionado con la empatía; no se brinda una atención rápida a los clientes; el personal no tiene la habilidad suficiente para realizar el servicio sin cometer errores generando una baja percepción en los clientes. Como conclusiones, la labor que llevan a cabo las micro y pequeñas empresas a nivel mundial y particularmente en Ecuador es de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también en virtud de su intervención en el desarrollo socioeconómico sobre todo de las zonas en donde se ubican. “La literatura señala particularmente que en Latinoamérica y el Caribe 47% del empleo, es impulsado por las MIPYMES con lo cual asegura no sólo, la distribución de la riqueza, sino el encadenamiento productivo que

genera, lo cual es un pilar fundamental cuando se trata de desarrollo económico y las mejoras en calidad de vida de la población. Sin embargo, las investigaciones han llegado a encontrar que existen elementos que inciden en la permanencia de las PYMES en el mercado, siendo la calidad de servicio ofrecido uno de los factores que ocasionan que los clientes ganen o pierdan fidelidad con la empresa y por tanto continúen de manera competitiva en el mercado.

López (2018) en su trabajo de investigación *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaqui*. Tuvo como objetivo general determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. Como metodología, se siguió un enfoque mixto, con una investigación cuantitativa. Como resultados, a través del desarrollo de esta investigación, se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de esta. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio. Referente al marco teórico se mencionaron algunas teorías, enfoques de la calidad, calidad del servicio, satisfacción al cliente, características de la calidad, modelos de medición de servicio. Como conclusiones, se determinó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos.

Aviles (2018) en su trabajo de investigación *Diseño de un Modelo de Gestión de Calidad de Servicio al Cliente para el restaurante "La Finquita"*. Tuvo por objetivo

general diseñar un modelo de Gestión de calidad de servicio al cliente mediante estrategias que permitan incrementar las ventas del restaurante “La Finquita” en la Ciudad de Guayaquil. Como metodología la investigación fue de tipo descriptiva y correlacional, ya que se debe determinar de una forma específica como se desarrollan las actividades en el local y como se relacionan las variables entre sí. Como conclusiones, se confirmó que los elementos existentes en el restaurante como el servicio al cliente otorgado por parte del personal y la infraestructura del establecimiento son aceptados por parte de los comensales, como un buen lugar para degustar los platos típicos de la comida ecuatoriana pero que aún se debe de mejorar otros aspectos como un mejor trato de los empleados hacia el consumidor y la limpieza del local; asimismo, se demostró en base a los resultados de las encuestas de servicio al cliente, que el restaurante “La Finquita” no posee de un reconocimiento general por parte de los comensales al momento de identificar el nombre del local, también la falta de buenas relaciones entre los trabajadores y los gerentes en el tiempo de desarrollar las labores diarias, asimismo la preferencia de los demandantes de comida por un precio de almuerzo entre 2.50 a 3.00 dólares y no menos importante los desperdicios de alimentos debido a que no logran ser vendidos.

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

García (2021) en su trabajo de investigación *Caracterización de la capacitación y merchandising en las MYPE rubro Restaurant Pollería del distrito de Paimas provincia Ayabaca (Piura), año 2018*. Tuvo por objetivo general determinar las características de la capacitación y merchandising en las MYPES rubro restaurant pollería distrito Paimas, cuyas variables seleccionadas son capacitación y merchandising. Como metodología, la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel

descriptivo, diseño no experimental, corte transversal, la población de estudio está conformada por tres microempresas en donde para la variable capacitación se ha considerado a los trabajadores de género masculino y femenino y para la variable merchandising se ha tomado a los clientes mayores de 18 años tomando como muestra a 138 clientes. La técnica de recolección de datos es la encuesta y su instrumento cuestionario. Como conclusiones, el tipo de capacitación que en su mayoría se desarrolla en las MYPES, es la capacitación en el trabajo. Esto le permite al colaborador obtener nuevos conocimientos y desarrollar sus habilidades, actitudes, conductas, además la capacitación en las MYPES genera beneficios a los colaboradores es decir el desarrollo personal del trabajador lo cual ha permitido la realización de sus sueños y aspiraciones. Por otro lado, respecto a las estrategias del merchandising en su mayoría la decoración de local genera la atracción de los clientes a las MYPES y aumenta su rentabilidad, también el factor del merchandising que mayormente consideran los consumidores al momento de acudir a las MYPES son las actitudes del personal.

Saavedra (2021) en su trabajo de investigación *Caracterización de la capacitación y la ética empresarial en las MYPE rubro Pollerías del AA. HH Tacalá Piura año 2018*. Tuvo por objetivo general, determinar las características que tiene la capacitación y la ética empresarial en las MYPE rubro pollerías del AA. HH Tacalá (Piura) año 2018. Como metodología, la investigación fue de tipo cuantitativa de nivel descriptivo y diseño no experimental de corte transversal. Las unidades de estudio fueron tres microempresas, la población para las variables capacitación y ética empresarial está compuesta por los propietarios 3 y trabajadores 15 que suman un total de 18, se aplicó la técnica encuesta y el instrumento del cuestionario. Como resultados, el 53% de los trabajadores recibió capacitación en el puesto, el 100% de los propietarios

señalo que los principios éticos se ponen en práctica y el 67% opto por el trabajo en equipo. Como conclusiones, se identificó que los trabajadores han recibido capacitación dentro del ámbito laboral a través de técnicas audiovisuales en tanto los tipos de capacitación se concluyó que los trabajadores fueron instruidos antes de empezar a laborar, por otro lado, se identificó la responsabilidad es uno de los principios que más resalta entre sus trabajadores, finalmente se llegó a concluir que el trabajo en equipo es uno de los valores que los trabajadores ponen en práctica.

Chachayma (2019) en su trabajo de investigación *Propuesta de gestión de la capacitación laboral en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías, distrito Jesús Nazareno, Ayacucho, 2019*. Tuvo por objetivo general describir los factores relevantes de gestión de la capacitación laboral que se requieren en las Mypes, rubro pollerías. Como metodología, la investigación fue de tipo aplicada con enfoque cuantitativo, nivel de investigación descriptivo, el diseño de investigación no experimental-transversal. La población y muestra es de 8 Mypes, rubro pollerías, distrito de Jesús Nazareno, Ayacucho. El cuestionario de encuesta se aplicó a 25 trabajadores de las 8 mypes. La técnica de investigación fue la encuesta y el instrumento de investigación es el cuestionario. Como conclusiones, los propietarios no capacitan a sus trabajadores ya que es de suma importancia para fortalecer sus conocimientos, desarrollar sus habilidades y mejorar sus actitudes.

Huamán (2020) en su trabajo de investigación *Propuesta de Mejora de Servicio al Cliente para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurante: Caso "Restaurant – Pollería Rodrigo'S". San Vicente-Cañete, 2019*. Tuvo como objetivo general elaborar la propuesta de mejora de servicio al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio,

rubro restaurante: caso “restaurant – pollería Rodrigo’s”. San Vicente – Cañete, 2019. Como metodología, la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño de la investigación transversal – no experimental. Como conclusión: de acuerdo al objetivo general se elaboró una propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad la cual incluye realizar mejoras en el ambiente interno (cultura corporativa, relación entre empleados). Entre los mecanismos de control interno implementados esta un buzón de sugerencias y la capacidad de respuesta a través de mejorar los tiempos de espera de los servicios con una comunicación fluida entre el empleador y el trabajador.

Calla (2019) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad de servicio al cliente en las pollerías del distrito de Quillabamba la convención departamento de Cusco – 2019*. Tuvo como objetivo general, describir la calidad del servicio al cliente en las pollerías del distrito de Quillabamba la Convención departamento de Cusco - 2019. Como metodología, la investigación fue del tipo descriptiva, nivel descriptivo, diseño es no experimental; la muestra fue de 200 clientes que acuden a las pollerías del distrito de Quillabamba, se utilizó la técnica de la encuesta, como instrumento el cuestionario Servperf el cual contiene 22 preguntas. Como resultados: la calidad de servicio al cliente es 26.50% de insatisfechos en las pollerías del distrito de Quillabamba, de igual manera el 38.50% de clientes estuvieron insatisfechos en cuestión de los aspectos tangibles, así mismo el 28.50% de clientes respondieron que fueron indiferente con la gestión de calidad en la dimensión fiabilidad de servicio al cliente en las pollerías, sin embargo podemos mencionar que un 38% de cliente estuvieron muy insatisfecho con la gestión de calidad en la capacidad de respuesta de servicio al cliente en las pollerías de Quillabamba, también existe un 32.50% de clientes estuvieron muy insatisfecho en la gestión de calidad en la dimensión seguridad de servicio al cliente en

las pollerías, así mismo 32% de clientes estuvieron muy insatisfechos de acuerdo a la empatía. Como conclusiones, la calidad de servicio al cliente es insatisfechos en las pollerías del distrito de Quillabamba la convención departamento de cusco.

Jaramillo (2018) en su trabajo de investigación *La Gestión de Calidad y el uso del Marketing en la Micro y Pequeñas empresas del rubro pollerías del Distrito de Sullana, año 2018*. Tuvo como objetivo general Determinar las características de la gestión de calidad y el uso del marketing en la micro y pequeñas empresas del rubro pollerías del distrito de Sullana, año 2018. Como metodología, la investigación fue de tipo descriptiva – no experimental – cuantitativa; la población estuvo conformada por 68 clientes de las pollerías del distrito de Sullana, a quienes se les aplico un cuestionario utilizando la técnica de la encuesta. Como resultados, el 66,0% manifestaron que la pollería siempre se esfuerza en sobrepasar sus expectativas y el 88,0% mencionó que siempre las pollerías logran brindar un buen servicio de calidad. Respecto al Marketing: El 59,0% manifestaron que siempre visualiza que el personal de las pollerías utiliza estrategias para atraer más clientes, el 59,0% mencionó que siempre reciben publicidad sobre las pollerías en el periódico. Como conclusiones: que las pollerías siempre se esfuerzan en sobrepasar las expectativas de sus clientas y esto conlleva a que estos confíen en la calidad del servicio que les brindan, las pollerías del distrito de Sullana siempre evalúan su entorno para aplicar estrategias de modo tal que los clientes visualizan que el personal las utiliza para atraer a muchos más clientes a sus pollerías.

### **2.1.3. Antecedentes regionales y/o locales**

Rojas (2020) en su trabajo de investigación *La capacitación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro restaurante – pollerías, sector Central Barrio 4 La Esperanza,*



2019. Tuvo como objetivo general determinar las características de la capacitación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, en el sector servicio rubro restaurant –pollerías Sector Central Barrio 4 La Esperanza, 2019. Como metodología, la investigación fue de nivel descriptivo –cuantitativo; diseño no experimental, donde se aplicó una encuesta a una población de 10 micro y pequeñas empresas, a través de un cuestionario de 26 preguntas cerradas, 5 referente a los representantes, 4 referente a las características de las Mypes y 17 referente a las variables de estudio. Como resultados, el 70% de la población encuestada pertenecen al género masculino; el 60% utiliza como técnica moderna al Marketing; el 100% indican que las personas que trabajan con ellos no son familiares; el 100% conoce el termino de gestión de calidad, el 90% considera que la capacitación es una Inversión; el 80% considera la charla como técnica para capacitar a su personal; el 50% considera que el beneficio obtenido por la capacitación es el incremento a las ventas; el 100% considera que la capacitación es un factor importante o relevante para la gestión de calidad. Como conclusiones, se determinó que las Mypes tienen disposición a implementar técnicas que les permitirán crecer en el mundo laboral, parte de ello es la capacitación que recibe su personal para que su atención sea de calidad.

Paez (2019) en su trabajo de investigación *La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de las pollerías del distrito de Satipo 2019*. Tuvo por objetivo general Determinar en qué medida la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes de las pollerías del distrito de Satipo, 2019. Como metodología, la investigación fue de tipo correlacional, el método empleado fue el método general científico. La población estuvo constituida por 30 clientes del establecimiento pollería Fredd Chicken del distrito de Satipo, para medir el grado de

correlación se utilizó a través del Excel y software estadístico SPSS V.24 Como conclusiones, se logró determinar con el análisis del coeficiente  $r$  de Pearson obtener como resultado el coeficiente  $r=0,870$  que midió la relación entre la Calidad de servicio y Satisfacción del cliente podemos concluir que ambas variables se relacionan de manera positiva perfecta, pudiendo de esta manera determinar que la entidad logro satisfacer al cliente a través de la buena gestión de la calidad de servicio que se brinda al cliente en un 75,69%.

Reátegui (2019) en su trabajo de *investigación Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022*. Tuvo como objetivo general: Determinar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022. Como metodología, la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental- transversal-descriptivo de propuesta. Se tuvo dos poblaciones: para la variable atención al cliente una población infinita de clientes y para la variable gestión de calidad una población finita compuesta por 84 pollerías del distrito de Callería. La muestra para la variable atención al cliente fue de 384 clientes y la muestra para la variable gestión de calidad fue tipo censal, que tomó al 100.0% de la población. La técnica fue la encuesta y como instrumento dos cuestionarios de 18 y 12 preguntas. Como resultados, el 80,4% de los clientes consideran que la mejor disposición de los productos favorece su compra o consumo motivando la satisfacción del cliente; el 48,9% manifiestan percibir falta de empatía en el personal, aspecto que perjudica el servicio de calidad del establecimiento. En gestión de calidad, el 70,2% de los microempresarios impulsan la dirección en relación a su visión de futuro; el 82,1% realizan el análisis de la funcionalidad de los procesos de la

pollería. Como conclusión general, la investigación determinó una propuesta de mejora que recoge los aspectos de atención al cliente que necesitan mejorar para brindar soporte a la gestión de las pollerías del distrito de Callería.

Soarez (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector comercial, rubro minimarkets, distrito de Iquitos, año 2018*. Tuvo por objetivo general determinar el nivel de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro minimarkets, distrito de Iquitos, año 2018. Como metodología de investigación fue descriptivo. Para recolectar los datos se escogió una muestra poblacional de 34 minimarkets más importantes del distrito de Iquitos, a quienes se aplicó un cuestionario de preguntas, utilizando la técnica de la encuesta. Como resultados respecto a la gestión de calidad se determinó que el 80.4% expresaron que se desarrollan gestión de calidad en los minimarkets del distrito de Iquitos centrados en las dimensiones de infraestructura de calidad, fiabilidad en los productos de los productos ofertados en cuanto a marca y calidad, percepción de calidad basados en productos tradicionales pero una poca comunicación entre los directivos, personal administrativo y de servicios, seguridad percibida a partir de los servicios de atención que brindan los colaboradores a los clientes y trato personal basadas en la atención personalizada, rapidez en la atención y desarrollo de una cortesía y amistad que brindan los colaboradores. Respecto a la atención del cliente, la aceptación de los entrevistados es de 71.8% quienes manifestaron que es buena centrados en las dimensiones de capacidad técnica: entrenamiento constante de los colaboradores, satisfacción general del cliente, actitud en la atención, fidelidad y servicio orientado a las necesidades del cliente.

## 2.2. Bases teóricas de la investigación

### 2.2.1 Capacitación

**Definición.** Se define como el proceso que realiza la empresa para formar, dotar o especializar a sus colaboradores para una determinada función o determinado desempeño en alineación a sus objetivos, misión y visión. (Chiavenato, 2018)

**Dimensiones e indicadores de la variable.** Para nuestra investigación se ha establecido dos dimensiones importantes sobre la que destaca la estrategia de la capacitación:

**Requerimientos de capacitación.** Esta dimensión está referido a los aspectos que dan origen o son causales de una capacitación o plan de capacitación en la empresa. La capacitación debe estar alineada a los objetivos de la empresa y parten de un diagnóstico para establecer el alcance y el perfil de que miembros serán los que participen de ella. (López & Jorge, 2020)

#### **Indicadores:**

La dimensión requerimientos de capacitación presenta los siguientes indicadores:

- **Diagnóstico:** el indicador identifica el paso inicial dentro del proceso de la necesidad de capacitación. (López & Jorge, 2020)

- **Necesidades:** se identifica la dimensión de la necesidad de capacitación en relación al objetivo que se desea cubrir. (López & Jorge, 2020)
- **Temas:** se analiza las posibles opciones de conocimiento que satisficará la necesidad identificada. (López & Jorge, 2020)
- **Competencias:** se analiza las características del perfil que la propuesta de capacitación debe contener para su alienación al objetivo. (López & Jorge, 2020)

***Procesos de capacitación.*** Esta dimensión está referida a la ejecución de la capacitación en la empresa. Es decir, al plan que se ha diseñado para aplicar a los interesados o personal seleccionado. Se establece cual será el impacto y los ajustes que se deberán considerar para lograr los impactos deseados, pero finalmente cual será la percepción de los clientes. (López & Jorge, 2020)

**Indicadores:**

- **Planificación:** Es el primer proceso de cómo se ejecutará el plan de capacitación en aspectos de organización y recursos para asegurar cumplir con los objetivos que la empresa se ha trazado. (López & Jorge, 2020)
- **Implementación:** es la dotación de los elementos necesarios para el desarrollo del plan de capacitación dentro de los límites esperados con la finalidad de

asegurar los objetivos de la empresa con el futuro desempeño deseado de los trabajadores. (López & Jorge, 2020)

- **Ejecución:** Es la puesta en marcha del plan de capacitación. Los aspectos como organización deben alinearse con los recursos económicos, humanos y espacio disponibles para asegurar cumplir con los objetivos que la empresa se ha trazado sin perjudicar las operaciones. (López & Jorge, 2020)
- **Evaluación:** Es proceso de control para identificar desviaciones, problemas u oportunidades de mejora en el proceso de ejecución del plan de capacitación. (López & Jorge, 2020)

### 2.2.2 *Calidad de servicio*

**Definición.** La calidad está relacionada a la satisfacción total del cliente que implica la percepción que tiene con relación a como se ha cumplido con sus requisitos o atributos de valor del servicio, es decir, el resultado de la comparación de lo que espera (expectativas previas) versus lo que recibe (valor percibido) al finalizar la relación comercial. (Velasco, 2017) Ríos (2022 como se citó en Tschohl, 2012) define a la calidad de servicio como “la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes”.

#### **Dimensiones e indicadores de la variable**

**Elementos tangibles.** Los elementos tangibles representan la capacidad física que tiene una entidad para estar en capacidad de ofrecer bienes o servicios para satisfacer

a sus clientes, de cual la apariencia tiene una especial particularidad en los clientes.  
(Orellana, 2018)

**Indicadores:**

- **Apariencia de las instalaciones físicas.** el indicador se enfoca en identificar la percepción del cliente respecto a la condición de las instalaciones físicas del lugar donde se ofrece el servicio. (Vas, 2018)
  
- **Apariencia de los equipos.** el indicador se enfoca en identificar la percepción del cliente respecto a la condición de los equipos con los cuales realizan sus distintas operaciones la empresa. (Vas, 2018)
  
- **Apariencia del personal.** el indicador se enfoca en identificar la percepción del cliente respecto a la condición como se presenta la persona que ofrece el servicio o brinda la atención. (Vas, 2018)
  
- **Apariencia de los materiales:** el indicador se enfoca en identificar la percepción del cliente respecto a la condición de los materiales o insumos con los que se combinan o utilizan para brindar el servicio. (Vas, 2018)

***Empatía.*** La empatía es la adopción voluntaria de una actitud positiva. En términos de servicio es ofrecer una atención personalizada y esperada a los clientes.  
(Orellana, 2017)

**Indicadores:**

- **Atención amable:** Es la actitud positiva del personal frente a un cliente, la cual repercutirá en su posterior evaluación, Ríos (2022 como se citó en Paride, 2017).

**Confiabilidad.** Se expresa como la capacidad de una empresa en producir u ofrecer un bien o servicio con exactitud, seguridad y consciente al cliente, que espera a cambio por su inversión, Ríos (2022 como se citó en Paride, 2017).

**Indicadores:**

- **Servicio con formalidad:** Es la capacidad de brindar un servicio mediante procesos o procedimientos coordinados y estandarizados, Ríos (2022 como se citó en Paride, 2017).
- **Servicio fiable:** Es la capacidad de brindar un servicio integro en todo momento o espacio al cliente, Ríos (2022 como se citó en Paride, 2017).
- **Servicio cuidadoso:** Es la capacidad de brindar un servicio escrupuloso, metódico al cliente, Ríos (2022 como se citó en Paride, 2017).

**Capacidad de respuesta.** Bajo esta dimensión se expresa que la empresa se encuentra en las condiciones de suministrar u ofrecer el bien en los tiempos acordados y esperados por el cliente. (Vas, 2018)



### **Indicadores:**

- **Servicio rápido:** El indicador mide la coordinación de los componentes internos para que el servicio se ofrezca en el tiempo óptimo. (Vas, 2018)
- **Servicio adecuado:** El indicador mide la percepción de los clientes respecto a la calidad del servicio en términos de tiempo. (Vas, 2018)

**Seguridad.** Este aspecto dentro de la calidad de servicio mide la habilidad de los empleados de transmitir seguridad, confianza y percepción de conocimiento del personal a sus clientes. (Ganga et al., 2019)

- **Conocimiento de los empleados.** el indicador mide la percepción de los clientes respecto a la capacidad de los empleados para responder dudas respecto a los producto o servicios que adquieren, (Ganga et al., 2019).
- **Cortesía de los empleados.** el indicador mide la percepción de los clientes (positiva o negativa) respecto a la actitud de servicio del personal. (Ganga et al., 2019)

### **2.2.3. Teoría de las micro y pequeñas empresas**

A través de la Ley N° 28015, se define como Micro y Pequeña empresa a la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción,

comercialización de bienes o prestación de servicios. Martínez (2019) resalta los siguientes elementos característicos:

- Actividad no intensiva en capital; denominado también con predominio de mano de obra.
- Administración independiente. (usualmente dirigida y operada por el propio dueño)
- Escasa especialización en el trabajo: tanto en el aspecto productivo como en el administrativo; en este último el empresario atiende todos los campos: ventanas, producción, finanzas, compras, personal, etc.
- Incidencia no significativa en el mercado. El área de operaciones es relativamente pequeña y principalmente local.
- Limitados recursos financieros (El capital de la empresa es suministrado por el propio dueño).
- Número total de trabajadores: Microempresa, de uno (1) hasta diez (10) trabajadores y pequeña empresa, de (1) hasta cincuenta (50) trabajadores, h) Niveles de venta anuales: La Microempresa: hasta el monto de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), y la pequeña empresa: a partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Tecnología, existen dos opiniones con relación a este punto: Aquellos que consideran que la pequeña Empresa utiliza tecnología en la relación al mercado que abastece, esto es, resaltar la capacidad creativa y adopción de tecnología de acuerdo con el medio y aquellos que resaltan la escasa información tecnológica que caracterizan algunas actividades de pequeña escala.

**Clasificación de las micro y pequeñas empresas por actividad.** Según Jiménez (2014), las micro y pequeñas empresas se organizan de acuerdo a las siguientes actividades:

**Minería:** A diferencia de otras actividades, la minería se organiza más en gran escala que en pequeña escala.

**Industria:** La industria tiene una mayor diversidad tecnológica y permite organizar la producción en distintas escalas. Es decir, existen espacios tanto para la gran, mediana, pequeña y microempresa.

**Servicios no personales:** El sector de servicios no personales es muy heterogéneo tecnológicamente y los servicios se prestan en diversas escalas, habiendo espacio para la gran, mediana y pequeña empresa y en mayor grado para el auto empleo y la microempresa.

**Comercio y Servicios Personales:** Estas dos actividades se caracterizan por la facilidad de entrada para organizar la producción.

### **2.3. Marco conceptual**

- ***Atención al cliente.*** Es la disposición puesta en el cliente respecto a la atención de sus necesidades para lograr una experiencia positiva respecto a un producto o servicio. (Rojas et al., 2020)

- ***Auditoría de servicio.*** Es la estrategia de las empresas en función al enfoque al cliente que consiste en verificar el cumplimiento de estándares de servicio previamente diseñados. (Rojas et al., 2020)
  
- ***Atributo de valor.*** Son los aspectos de valor que tiene definido el cliente respecto a un producto o servicio. (Ríos, 2022)
  
- ***Calidad de servicio.*** Es la atención a los atributos de valor que el cliente espera y que genera su satisfacción o supera sus expectativas, (Rojas et al., 2020).
  
- ***Capacitación.*** Es la estrategia de las empresas para mejorar las capacidades y desempeño del personal que desarrolla funciones operativas o dirigidas a atender al cliente. (Ríos, 2022)
  
- ***Necesidades.*** Son las aspiraciones que el cliente carece y desea satisfacer en un determinado tiempo y al cual está dispuesto a contribuir. (Ríos, 2022)
  
- ***Satisfacción.*** Es el nivel de percepción positivo que el cliente percibe al comprobar que se cumplido con sus expectativas. (Ríos, 2022)
  
- ***Servicio al cliente.*** Es un concepto que sigue tomando relevancia para las empresas interesadas en sus propósitos de fidelizar a sus clientes, (Rojas et al., 2020).

- ***Plan de capacitación.*** Es la estrategia secuencial que la empresa se ha planteado incurrir y que representa la asignación de recurso económicos y humanos. (Ríos, 2022)

### **III. HIPÓTESIS**

En el presente estudio de investigación no se planteó hipótesis por ser una investigación de tipo descriptiva. Las investigaciones de tipo descriptiva enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática. (Pino, 2018)

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1 Diseño de la investigación

La investigación fue de diseño no experimental- transversal- descriptivo- de propuesta. Para Pino (2018), los diseños metodológicos representan las estrategias para tratar científicamente una investigación.

#### *No experimental*

La investigación fue no experimental porque se basó en conceptos, variables, sucesos, que se dan sin la intervención directa del investigador. Para Hernández et al., (2014), una investigación es no experimental cuando no se manipula las variables, solo se observa el estado existente de la investigación no existe control en las variables ni se influyen en ellas.

#### *Transversal*

La investigación se caracterizó por seguir un diseño de corte transversal porque se recolectaron los datos en un solo momento y en un tiempo determinado. Según Hernández et al., (2014), una investigación es transversal cuando la recolección de datos se realiza en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

#### *Descriptivo*

La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir el comportamiento y las principales características de las variables capacitación y calidad de servicio.

Según Sánchez (2019) las investigaciones de nivel descriptivo detallan situaciones y eventos, es decir, como es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, (p.155).

### ***De propuesta***

En esta investigación se elaboró una propuesta de mejora respecto a los resultados encontrados en la investigación de las variables capacitación y calidad de servicio en la microempresa Pollería La Granja del distrito de Iquitos 2022. Para Hernández et al., (2014) una propuesta de mejora está orientada a establecer e identificar detalles, características y perfiles de personas o grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, con el fin de establecer su estructura o comportamiento.

## **4.2 Población y muestra**

### ***Población***

Para ambas variables, capacitación y calidad de servicio, la población fue finita, conformada por 15 trabajadores de la microempresa en estudio. Como fundamento metodológico, Pino (2018) sostiene que la población de una investigación se compone de todos los elementos disponibles para estudiar.

### ***Muestra***

Para realizar la investigación, la muestra se caracterizó por ser censal, no probabilística que tomó al 100,0% de los trabajadores de la Pollería La Granja del



distrito de Iquitos año 2022. Al respecto, Pino (2018), sostiene que para el investigador le resulta más fácil examinar a todos los sujetos por la proximidad geográfica, porque la población de este estudio es pequeña y a fin de tener informes certeros sobre el tema de estudio.

### 4.3 Definición y operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala
Capacitación	La capacitación es el proceso mediante el cual la empresa estimula al trabajador o empleado a incrementar sus conocimientos, destrezas y habilidades para aumentar su productividad. (Castel, 2018)	La variable capacitación se mide a través de un cuestionario de preguntas formuladas en función a las dimensiones: Requerimientos y Procesos y sus indicadores definidos.	Requerimientos	Diagnóstico	1.- ¿En pollería La Granja existe un diagnóstico situacional de su problemática referente a la capacitación?	Trabajadores	Ordinal (Lickert)
				Necesidades	2.- ¿Existe un cuadro de necesidades prioritarias para la capacitación del personal que labora en Pollería La Granja?		
				Temas	3.- ¿Pollería La Granja tiene definido los temas y contenidos a desarrollarse en los procesos de capacitación?		
				Competencias	4.- ¿La capacitación del personal se orienta a mejorar su desempeño laboral y la calidad de servicio al cliente?		
			Procesos	Planificación	5.- ¿En Pollería La Granja se ha elaborado un Plan de Capacitación al personal?		
				Implementación	6.- ¿Los responsables de la capacitación prevén todo lo necesario para el proceso de capacitación?		
				Ejecución	7.- ¿La capacitación se realiza conforme a los lineamientos estipulados en los planes?		
				Evaluación	8.- ¿En el proceso de capacitación se cumple la evaluación inicial, procesal y final?		

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala
Calidad de servicio	Representa una serie de actividades que una empresa debe seguir, involucra tanto su estructura como su organización considerando sus responsabilidades, procedimientos, operaciones y los recursos imprescindibles para su funcionalidad adecuada. (Flores, 2020)	La variable de calidad de servicio se mide a través de un cuestionario de preguntas formuladas en función a las dimensiones: Elementos tangibles, Empatía, Confiabilidad, Capacidad de respuesta y Seguridad y sus indicadores definidos.	Elementos tangibles	Equipos	1.- ¿Los equipos de Pollería La Granja se ven en buen estado?	Trabajadores	Ordinal (Likert)
				Instalaciones	2.- ¿Las instalaciones de Pollería La Granja son visualmente atractivas?		
				Personal	3.- ¿El personal tiene apariencia limpia?		
				Menaje	4.- ¿La apariencia del menaje utilizados en su atención se ven higiénicos?		
			Empatía	Servicio amable	5.- El personal se preocupa por brindar un servicio amable.		
			Confiabilidad	Formalidad	6.- ¿Percibe que existen procedimientos formales en cada etapa de la atención?		
				Confianza	7.- ¿Tiene la confianza que en Pollería La Granja ofrecen alimentos sanos?		
				Atención	8.- ¿Considera que, durante la atención, el personal a la hora de atenderle evita distracciones como las causadas por el celular, conversaciones, etc; se centra en su trabajo?		
			Capacidad de respuesta	Rapidez	9.- ¿Percibe que el personal coordina eficazmente para un servicio rápido?		
				Conformidad	10.- ¿Percibe que el personal brinda un servicio conforme?		
			Seguridad	Discreción	11.- ¿Cree que durante su atención en Pollería La Granja respetó su privacidad?		
				Cortesía	12.- ¿En todo momento percibe actitud de servicio del personal?		

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

##### *Técnicas*

Se utilizó la técnica de encuesta. La encuesta es una técnica de recolectar información que consiste en la elección de una serie de datos que las personas deben responder sobre la base de un cuestionario

Para Sánchez (2019), las encuestas permiten obtener información intangible; es decir, conocer aspectos de la realidad que el investigador no puede observar directamente, (p.94).

##### **Instrumentos**

En la presente investigación se utilizaron dos cuestionarios dirigidos a los trabajadores: uno para medir la variable Capacitación conformado por 8 preguntas y otro para medir la variable Calidad de servicio conformado por 12 preguntas. Como tipo de respuesta se utilizó la escala de medición Likert.

Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
--------------	------------------------	----------------------	---------------------	----------------

Sánchez (2019) define que un instrumento está conformado por un cuestionario. A su vez, el cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir del estudio.

#### **4.5 Plan de análisis**

Pino (2018) explica que el plan de análisis consiste en procesar los datos (dispersos, desordenados, individuales) obtenidos de la población objetivo de estudio durante el trabajo de campo, y tiene como finalidad generar resultados (datos agrupados y ordenados), a partir de los cuales se realiza el correspondiente análisis. En la presente investigación, el plan de análisis consistió en procesar los datos obtenidos de la muestra poblacional producto del trabajo de campo y tiene como finalidad generar resultados, a partir de los cuales se realizó el análisis para establecer conclusiones y recomendaciones.

#### 4.6 Matriz de consistencia

**Título de la tesis:** Capacitación para mejorar la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general			
¿Cuáles son las características de la capacitación para mejorar la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022?	Determinar las características de la capacitación para mejorar la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022.	No se planteó hipótesis por tratarse de una investigación de nivel descriptivo.	Capacitación	<b>Diseño de la investigación</b> No experimental, transversal, Descriptivo y de propuesta.
Problemas específicos	Objetivos específicos			<b>Población</b>
1. ¿Cuáles son las características de la capacitación en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022?	1. Identificar las características de la capacitación en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022.			Población finita, conformada por 15 trabajadores de la microempresa en estudio para medir las variables capacitación y calidad de servicio.
2. ¿Cuáles son las características de la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022?	2. Describir las características de la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022.			<b>Muestra:</b> Censal, no probabilística que tomó al 100,0% de la población.
3. ¿Cuál es la propuesta de mejora de capacitación para mejorar la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022?	3. Elaborar la propuesta de mejora de capacitación para mejorar la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022.		Calidad de servicio	<b>Plan de análisis:</b> Aplicación de los programas de Microsoft (Word, Excel, PPT), Pdf, Turnitin y Mendeley.

#### **4.7 Principios éticos**

Son los principios basados en el Código de ética para la investigación versión 004, aprobado por acuerdo de Consejo Universitario con Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica, de fecha 13 de enero del 2021:

- ***Principio de beneficencia y no maleficencia***

En la presente investigación por su naturaleza no representó riesgo alguno ni para los participantes de la investigación ni para el investigador. Durante el recojo de información se informó de ello a los integrantes de la muestra. En todo momento se busca maximizar los beneficios en favor de la investigación, sin ir en contra de los derechos de los participantes.

- ***Principio de justicia,***

En la presente investigación fue fundamental el principio de justicia pues e trabajó en total respeto hacia este principio, ya que se tomaron las debidas precauciones para que cualquier indicio de injusticia se erradique de la investigación.

- ***Principio de integridad científica***

Así mismo la presente investigación fue íntegra y honesta, ya que no se usaron datos modificados por conveniencia, ni se falsificaron la información redactada. Este principio ético nos permitió ser mejores profesionales y ser personas honestas, responsables y empáticos respecto a los demás estudiantes y la sociedad en sí.

- ***Principio de libre participación y derecho a estar informado***

En la presente investigación antes del recojo de información se solicitó expresamente el consentimiento informado a cada participante, así mismo se solicitó hagan llegar todas sus dudas o consultas respecto a la investigación para ser absueltas oportunamente y evitar cualquier contratiempo durante o después de la investigación.

- ***Principio de protección a las personas***

Para esta investigación se usó de principio de protección de personas ya que no se registraron sus datos, se tomaron información de sus respuestas obtenidas a las preguntas que se les señalo, del mismo modo fue de manera voluntaria a responderlas. Los resultados obtenidos fueron con fines de estudio y no se usó la información con malicia, ni para el beneficio propio o de otras personas ajenas al estudio.

- ***Principio cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad***

En señal de compromiso con el medio ambiente para la presente investigación se utilizó papeles reciclables con el fin de minimizar la contaminación. Asimismo, se hizo uso responsable de la energía eléctrica evitando la sobrecarga de equipos electrónicos.



## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

**Objetivo específico 1.** Características de la capacitación en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022.

**Tabla 1.**

*Características de la capacitación.*

Existe un diagnóstico de su problemática referente a la capacitación	n	%
Siempre	3	20.00
Casi siempre	1	6.67
Algunas veces	8	53.33
Casi nunca	3	20.00
Nunca	0	0.00
Total	15	100.00
Existe un cuadro de necesidades para la capacitación		
Siempre	1	6.67
Casi siempre	2	13.33
Algunas veces	7	46.67
Casi nunca	5	33.33
Nunca	0	0.00
Total	15	100.00
Se tiene definido los temas y contenidos a desarrollarse		
Siempre	3	20.00
Casi siempre	3	20.00
Algunas veces	7	46.67
Casi nunca	2	13.33
Nunca	0	0.00
Total	15	100.00
La capacitación se orienta a mejorar el desempeño y calidad		
Siempre	8	53.33
Casi siempre	4	26.67
Algunas veces	3	20.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	15	100.00

Continúa...

**Tabla 1.***Características de la capacitación.*

<b>De la dimensión: Procesos</b>		
<b>Se tiene elaborado un Plan de Capacitación al personal</b>		
	<b>n</b>	<b>%</b>
Siempre	3	20.00
Casi siempre	1	6.67
Algunas veces	4	26.67
Casi nunca	7	46.67
Nunca	0	0.00
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>
<b>Los responsables de la capacitación prevén todo lo necesario</b>		
Siempre	5	33.33
Casi siempre	2	13.33
Algunas veces	7	46.67
Casi nunca	1	6.67
Nunca	0	0.00
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>
<b>La capacitación se realiza conforme a los planes</b>		
Siempre	4	26.67
Casi siempre	7	46.67
Algunas veces	4	26.67
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>
<b>En el proceso se cumple la evaluación inicial, procesal y final</b>		
Siempre	3	20.00
Casi siempre	4	26.67
Algunas veces	7	46.67
Casi nunca	1	6.67
Nunca	0	0.00
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>

*Nota:* Resultados de la aplicación de instrumento a colaboradores de la microempresa en estudio.

**Objetivo específico 2.** Características de la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022.

**Tabla 2.**

*Características de la calidad de servicio.*

<b>De la dimensión Elementos tangibles</b>		
	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Las instalaciones son visualmente atractivas</b>		
Siempre	10	66.67
Casi siempre	2	13.33
Algunas veces	3	20.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>
<b>Los equipos se encuentran en buen estado</b>		
Siempre	12	80.00
Casi siempre	2	13.33
Algunas veces	1	6.67
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>
<b>El personal tiene apariencia limpia</b>		
Siempre	13	86.67
Casi siempre	2	13.33
Algunas veces	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>
<b>La apariencia del menaje se ven higiénicos</b>		
Siempre	15	100.00
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>

Continúa...

**Tabla 2.***Características de la calidad de servicio.*

<b>De la dimensión: Empatía-Confiable</b>		
	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>El personal se preocupa por brindar un servicio amable</b>		
Siempre	3	20.00
Casi siempre	4	26.67
Algunas veces	8	53.33
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	15	100.00
<b>Percibe que existen procedimientos formales en cada etapa</b>		
Siempre	4	26.67
Casi siempre	2	13.33
Algunas veces	7	46.67
Casi nunca	2	13.33
Nunca	0	0.00
Total	15	100.00
<b>Tiene confianza que Pollería La Granja ofrecen alimentos sanos</b>		
Siempre	15	100.00
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	15	100.00
<b>El personal evita distracciones durante la atención al cliente</b>		
Siempre	2	13.33
Casi siempre	5	33.33
Algunas veces	8	53.33
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	15	100.00

Continúa...

**Tabla 2.***Características de la calidad de servicio.*

<b>De la dimensión: Capacidad de respuesta-Seguridad</b>		
	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>El personal coordina eficazmente para un servicio rápido</b>		
Siempre	1	6.67
Casi siempre	5	33.33
Algunas veces	7	46.67
Casi nunca	2	13.33
Nunca	0	0.00
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>
<b>El personal brinda un servicio conforme</b>		
Siempre	3	20.00
Casi siempre	7	46.67
Algunas veces	5	33.33
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>
<b>En Pollería La Granja se respeta la privacidad del cliente</b>		
Siempre	10	66.67
Casi siempre	2	13.33
Algunas veces	3	20.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>
<b>En todo momento tiene actitud de servicio</b>		
Siempre	4	26.67
Casi siempre	7	46.67
Algunas veces	4	26.67
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>

*Nota:* Resultados de la aplicación de instrumento a colaboradores de la microempresa en estudio.

**Objetivo específico 3:** Elaborar la propuesta de mejora de capacitación para mejorar la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022.

**Tabla 3.**

*Propuesta de mejora de capacitación para mejorar la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022.*

<b>Indicadores</b>	<b>Problemas encontrados</b>	<b>Causas del problema</b>	<b>Consecuencia del problema</b>	<b>Acciones de mejora</b>	<b>Responsable</b>	<b>Presupuesto</b>
Necesidades de capacitación	- Personal carece del expertiz (experiencia) suficiente para sus labores y tratar con clientes.	- Sin capacitación. - La empresa no ha realizado un diagnóstico de necesidades de capacitación.	- Errores funcionales - Molestias al cliente - Sobrecosto de operaciones - Rotación de personal	- Plan de inducción al personal respecto a misión, visión, objetivos de la empresa. - Plan de capacitación según necesidades. - Implementar protocolo estándar de atención al cliente.	Gerencia Administración	S/. 6,000.00
Planificación	- La gerencia no tiene interés en la capacitación del personal.	- Gerencia desconoce las ventajas y beneficios de la capacitación. - Rotación de personal.	- Sobre costos de operación. - Demora en el tiempo de aprendizaje (empirismo). - Errores funcionales	- Definir plan de capacitación según necesidades. - Asignar el presupuesto. - Implementar control del nivel de desempeño.	Gerencia Administración	S/. 4,000.00
Servicio amable	- Personal desconoce la relevancia de un servicio amable al cliente.	- Quejas del cliente - No existe capacitación en servicio al cliente. - Se motiva aprendizaje empírico.	- Quejas y pérdida de clientes - Rotación de personal - Repercusión en el clima laboral.	- Capacitación en atención al cliente. - Implementar protocolo estándar de atención al cliente. - Monitorear desempeño.	Administración Personal	S/. 3,000.00

Atención	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personal incurre en distracciones durante la jornada laboral afectando a clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personal no recibió inducción.</li> <li>- No existe capacitación en servicio al cliente.</li> <li>- Personal sin experiencia laboral previa (jóvenes)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El servicio no es eficaz.</li> <li>- El servicio no es conforme</li> <li>- Quejas del cliente por calidad de servicio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan de inducción al personal respecto a misión, visión, objetivos de la empresa.</li> <li>- Capacitación en atención al cliente.</li> <li>- Implementar control del nivel de desempeño.</li> </ul>	Administración Personal	S/. 3,000.00
----------	--	---	--	--	----------------------------	--------------

## 5.2 Análisis de resultados

Según el **objetivo específico 1**: Identificar las características de la capacitación en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022, los resultados de la dimensión Requerimientos para el proceso de capacitación, la investigación determina que los trabajadores perciben que algunas veces (53.3%) se realiza un diagnóstico de las necesidades capacitación, en consecuencia un 46.8% considera que eventualmente existe un cuadro de necesidades establecidas de capacitación, este resultado tiene similitud con la investigación de Cárdenas & Escobar (2019) en el sentido que el propietario debe tomar la iniciativa de mejorar el nivel de expertiz de sus colaboradores con la implementación de procesos de capacitación. De la misma manera, se determina que 46,7% se han definido los temas que urge capacitar al personal; sin embargo, los trabajadores encuestados (53,3%) consideran que la capacitación podría ayudar a mejorar el desempeño laboral y la calidad de servicio. Estos resultados tienen similitud con la investigación de García (2021) en el sentido que una de las ventajas de la capacitación es el reconocimiento de una mejor cultura dentro de la organización y el reconocimiento del colaborador por mejorar. En relación a la dimensión Procesos, la investigación determina que con poca frecuencia (46,7%) se ha establecido un plan de capacitación; asimismo tampoco sus responsables realizan las coordinaciones suficientes, lo que permite inferir que tampoco se realiza un seguimiento de la capacitación como herramienta eficaz de mejora, estos resultados contrastan con la investigación de Saavedraa (2021) en el sentido que la organización reconoce la implementación de los procesos administrativos entre ellos el de capacitación, el cual contribuye a establecer un mejor estándar de rendimiento laboral y en consecuencia una mejor contribución a la gestión de las empresas.



Según el **objetivo específico 2**: Describir las características de la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022, el análisis tomó como muestra a los trabajadores de la microempresa en estudio quienes refieren (66,7%) que las instalaciones físicas se encuentran en buen estado y disponibles para el cliente, asimismo, refieren también que los equipos se encuentran en buen estado (80,0%), estos resultados contrastan con los resultados de Aviles (2018) que determina una falta de compromiso de los trabajadores que limita una buena percepción del cliente. Otro aspecto evaluado fue la apariencia del personal la cual es conforme (86,7%) en la empresa en estudio y el menaje se mantiene en óptimas condiciones de higiene (100,0%). En la investigación se determinó que el personal no brinda un servicio con un nivel esperado de amabilidad (53,3%); asimismo el personal considera que no siguen los procedimientos formales (46,7%). Estos resultados tienen similitud con la investigación de Pincay y Parra (2020) que concluye que la falta de empatía en los colaboradores genera múltiples falencias en el servicio, sobrecostos de operación y la consecuente insatisfacción de los clientes. La investigación determina que los trabajadores garantizan que la microempresa en estudio brinda alimentos sanos (100,0%), estos resultados tienen similitud con la investigación de López (2018) que concluye que los colaboradores deben comprender el alcance de la calidad en todo proceso de la empresa, porque tiene incidencia en el producto final y en consecuencia en el cliente. Un importante hallazgo es que existen trabajadores que se distraen durante la atención al cliente (53,3%), resultado que tiene similitud con la investigación de Aviles (2018) que concluye que la falta de trato del personal con el cliente ocasiona una mala experiencia y queja correspondiente. Otro hallazgo representa que 46,7% del personal no realiza una adecuada coordinación para generar

mayor rapidez al servicio, este resultado tiene similitud con la investigación de Huamán (2020) que determina que la solución para este tipo de situaciones es seguir un plan de mejora que contengan aspecto de cultura de servicio, indicadores de gestión de tiempos y la medición de satisfacción al cliente para identificar oportunidades de mejora. Sin embargo, los trabajadores enfatizan que el servicio se garantiza la discreción al cliente (100,0%) y que casi siempre tienen actitud de servicio (46,7%), resultados que tienen similitud con la investigación de Jaramillo (2018) porque la cortesía y afán de atención parte del mismo trabajador consiguiendo una opinión positiva del cliente, por otro lado, los resultados contrastan con la investigación de Calla (2019) que determina como principales hallazgos la falta de empatía y discrecionalidad con el cliente, aspectos que generan no solo insatisfacción sino una mala percepción de la microempresa en general, por lo que debe recurrir a la toma de acción inmediata. Desde aspecto teórico, los resultados se relacionan con la afirmación de Ríos (2022 como se citó en Tschohl, 2012) que define a la calidad de servicio como “la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes”, y esto es la esencia para enfocar al equipo de colaboradores de una empresa.

Según el **objetivo específico 3**: Elaborar la propuesta de mejora de capacitación para mejorar la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022, la investigación realizó el hallazgo de problemáticas que representan oportunidades de mejora, los cuales han sido consignados en el plan de mejora propuesto. Esta práctica se reafirma con la cita de Robles (2020) que sugiere que toda investigación debe facilitar una propuesta de mejora como aporte al conocimiento y solución a los problemas determinados.

# **PLAN DE MEJORA DE LA MICROEMPRESA “POLLERÍA LA GRANJA” EN LA CIUDAD DE IQUITOS AÑO 2022.**

## **1. Datos generales**

<b>Razón social</b>	:	Pollería La Granja EIRL
<b>RUC</b>	:	20604063654
<b>Fundada</b>	:	24 octubre de 2018
<b>Gerente general</b>	:	John Horna Rengifo
<b>Rubro</b>	:	Preparación y venta de pollos a la brasa.

## **2. Misión**

Ofrecer a nuestros clientes la preparación de exquisitos pollos a la brasa con única receta original de Loreto para compartir gratos momentos en familia.

## **3. Visión**

Ser la mejor empresa de alimentos del rubro Pollería de la turística ciudad de Iquitos y ser modelo de admiración por sus buenas prácticas de elaboración y gestión.

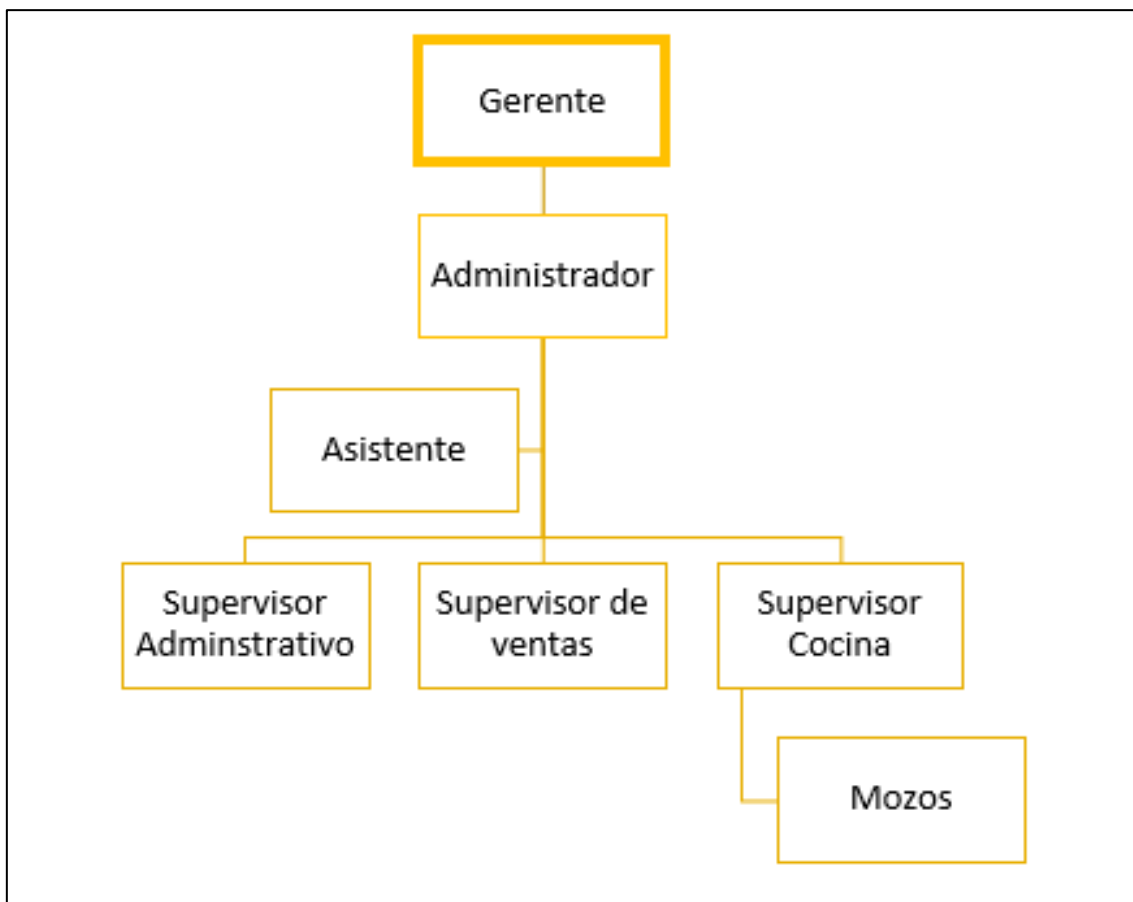
## **4. Objetivos**

1.-Satisfacer a nuestros clientes con un excelente nivel de servicio bajo altos estándares de calidad.

2.-Mejorar el nivel de desempeño de nuestros colaboradores, haciéndolo partícipes del éxito de la empresa a través de una formación y experiencia laboral ventajosa.

## 5. Organigrama

### ORGANIGRAMA PROPUESTO “POLLERÍA LA GRANJA EIRL”



## 6. Problemas

<b>Indicadores</b>	<b>Problemas encontrados</b>	<b>Causas del problema</b>
- Necesidades de capacitación	- Personal carece del expertiz (experiencia) suficiente para sus labores y tratar con clientes.	- Sin capacitación. - La empresa no ha realizado un diagnóstico de necesidades de capacitación.
- Planificación	- La gerencia no tiene interés en la capacitación del personal.	- Gerencia desconoce las ventajas y beneficios de la capacitación.  - Rotación de personal.
- Servicio amable	- Personal desconoce la relevancia de un servicio amable al cliente.	- Quejas del cliente - No existe capacitación en servicio al cliente. - Se motiva aprendizaje empírico.
- Atención	- Personal incurre en distracciones durante la jornada laboral afectando a clientes.	- Personal no recibió inducción. - No existe capacitación en servicio al cliente.  - Personal sin experiencia laboral previa (jóvenes)

## 7. Establecer soluciones

<b>Indicadores</b>	<b>Problemas encontrados</b>	<b>Acciones de mejora</b>
- Necesidades de capacitación	- Personal carece del expertiz (experiencia) suficiente para sus labores y tratar con clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan de inducción al personal respecto a misión, visión, objetivos de la empresa.</li> <li>- Plan de capacitación según necesidades.</li> <li>- Implementar protocolo estándar de atención al cliente.</li> </ul>
- Planificación	- La gerencia no tiene interés en la capacitación del personal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir plan de capacitación según necesidades.</li> <li>- Asignar el presupuesto.</li> <li>- Implementar control del nivel de desempeño.</li> </ul>
- Servicio amable	- Personal desconoce la relevancia de un servicio amable al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitación en atención al cliente.</li> <li>- Implementar protocolo estándar de atención al cliente.</li> <li>- Monitorear desempeño.</li> </ul>
- Atención	- Personal incurre en distracciones durante la jornada laboral afectando a clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan de inducción al personal respecto a misión, visión, objetivos de la empresa.</li> <li>- Capacitación en atención al cliente.</li> <li>- Implementar control del nivel de desempeño.</li> </ul>

### 8. Recursos para la implementación de las estrategias

<b>Estrategias</b>	<b>Recursos humanos</b>	<b>Recursos económicos</b>	<b>Recursos tecnológicos</b>	<b>Tiempo</b>
- Plan de inducción al personal respecto a misión, visión, objetivos de la empresa.	Gerencia/ Administrador/ Personal.	S/.1,000.00		Trimestral
- Plan de capacitación según necesidades.	Gerencia/ Administrador/ Personal.	S/.1,000.00	- Internet - Proyector	Trimestral
- Implementar protocolo estándar de atención al cliente.		S/.1,000.00	- Instructor - Equipo de computo	Trimestral
- Definir plan de capacitación según necesidades.	Gerencia Administración	S/.2,000.00	- Internet - Proyector - Instructor - Equipo de computo	Trimestral
- Asignar el presupuesto.		S/.2,000.00		
- Implementar control del nivel de desempeño.				
- Capacitación en atención al cliente.	Gerencia/ Administrador	S/.1,000.00	- Internet - Proyector - Instructor - Equipo de computo	Mensual
- Implementar protocolo estándar de atención al cliente.		S/.1,000.00		Semestral
- Monitorear desempeño.		S/.1,000.00		Mensual

- Plan de inducción al personal respecto a misión, visión, objetivos de la empresa.	Administrador/ Personal.	S/.1,000.00	- Instructor - Proyector - Instructor	Permanente
- Capacitación en atención al cliente.		S/.1,000.00	- Equipo de computo	Trimestral
- Implementar control del nivel de desempeño.		S/.1,000.00		Mensual



**9. Cronograma de actividades**

	Estrategias	Inicio	Término	Abril 2023				Mayo 2023				Junio 2023			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan de inducción al personal respecto a misión, visión, objetivos de la empresa.</li> <li>- Plan de capacitación según necesidades.</li> <li>Implementar protocolo estándar de atención al cliente.</li> </ul>	01/04/2023	30/06/2023	X				X				X			
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir plan de capacitación según necesidades.</li> <li>- Asignar el presupuesto.</li> <li>- Implementar control del nivel de desempeño.</li> </ul>	01/04/2023	30/06/2023	X				X				X			

3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitación en atención al cliente.</li> <li>- Implementar protocolo estándar de atención al cliente.</li> <li>- Monitorear desempeño.</li> </ul>	01/04/2023	30/06/2023	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan de inducción al personal respecto a misión, visión, objetivos de la empresa.</li> <li>- Capacitación en atención al cliente.</li> <li>- Implementar control del nivel de desempeño.</li> </ul>	01/04/2023	30/06/2023	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

**10. Presupuesto del plan de mejora**

Estrategia	Indicadores	Meta	Responsable	Enero				Febrero				Marzo				Presupuest o
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	S/.
- Plan de inducción al personal respecto a misión, visión, objetivos de la empresa.	Necesidades de capacitación	100,0%	Gerencia/ Administrador / Personal.	X				X				X				S/.1,000.00
- Plan de capacitación según necesidades.				X				X			X					S/.1,000.00
- Implementar protocolo estándar de atención al cliente.																
- Definir plan de capacitación según necesidades.	Planificación	100,0%	Gerencia/ Administrador / Personal.													S/.2,000.00
- Asignar el presupuesto.				X				X			X					0
- Implementar control del nivel de desempeño.																

- Capacitación en atención al cliente.	Servicio amable	100,0%	Gerencia/ Administrador / Personal.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	S/.1,000.00
- Implementar protocolo estándar de atención al cliente.				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	S/.1,000.00
- Monitorear desempeño.				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	S/.1,000.00
- Plan de inducción al personal respecto a misión, visión, objetivos de la empresa.	Atención	100,0%	Gerencia/ Administrador / Personal.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	S/.1,000.00	
- Capacitación en atención al cliente.						X										S/.1,000.00	
- Implementar control del nivel de desempeño.				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	S/.1,000.00

## VI. CONCLUSIONES

La gerencia de la microempresa en estudio no descubre los beneficios de implementar un plan de capacitación, el cual, alineado a sus necesidades empresariales podrían generar importantes ventajas competitivas como un desempeño apropiado de sus colaboradores, ahorros en sus operaciones, enfoque de los procesos en el cliente y un nivel aceptable de satisfacción del cliente. Aunque se identifica la utilidad de la capacitación, es vista como onerosa y sustituible por el aprendizaje empírico que pueden generar altos sobrecostos por aprendizaje y el sacrificio de clientes por integrar a la empresa personal sin experiencia en atención al cliente y poca actitud de servicio por la falta de un proceso adecuado de selección de personal.

La calidad de servicio en la empresa en estudio no es satisfactoria porque el personal realiza sus funciones sin experiencia en atención al cliente y vocación de servicio, limitando así brindar una adecuada relación de servicio con el cliente final. Al no tener capacitación y adecuada supervisión, el personal se expone a incurrir en malos manejos de atención al cliente o toma de decisiones cuestionables que repercuten en la imagen de la empresa en el mercado y en desventaja con la competencia.

Finalmente, el plan de mejora propuesto contiene el plan de acción que la microempresa Pollería “La Granja” debe seguir para superar los aspectos que han sido identificados como situaciones que necesitan atención para asegurar la funcionalidad del negocio.

## VII. RECOMENDACIONES

- **Sugerir a la gerencia la elaboración de un plan de capacitación.** Identificar las necesidades de capacitación, destinar un presupuesto para su viabilidad, planificar su ejecución priorizando los procesos críticos operativos y de atención al cliente. Para garantizar su efectividad, definir niveles de desempeños del personal involucrado.
- **Implementar un proceso de inducción al personal.** Integrar a la empresa personal con actitud de servicio e interés por aprender. La actividad de inducción debe ser la primera capacitación en las políticas, valores, misión y visión de la empresa a fin de sintonizar mejor con los objetivos establecidos. Disponer del aprendizaje de las herramientas que mejor lo conduzcan a contribuir con su desempeño a la satisfacción de los clientes.
- **Implementar auditorías de calidad de servicio.** Involucrar al personal y motivar contribuciones de mejora en calidad de servicio para mantener satisfacción del cliente. Implementar sistema inopinado de control de atención al cliente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. Cuarta edición. Pearson: Colombia.
- Calla, D. (2019). *Gestión de calidad de servicio al cliente en las pollerías del distrito de Quillabamba la convención departamento de Cusco – 2019*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/11940>
- Castro, C. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el área de créditos Pyme en una entidad Cooperativa de Trujillo, 2019*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/24137>
- Cárdenas, J, Escobar, C. (2019). *Propuesta de capacitación del enfoque de atención al cliente para el Minimarket Joselito (Tesis inédita de pregrado)*. Pontificia Universidad Católica de Ecuador.
- Código de Ética Uladech v004 de 2021. *Código de ética para la investigación versión 004 de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica, de fecha 13 de enero del 2021(Perú).
- Colina, F., Isea, J., Aldana, J. (2021). *Impacto del COVID-19 en pequeñas y medianas empresas del Perú*. Revista de Ciencias Sociales. Vol. XXVII, Número Especial 4, 2021. [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5401/F.Colina\\_J.Isea\\_J.Aldana\\_Articulo\\_RCCSS\\_spa\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5401/F.Colina_J.Isea_J.Aldana_Articulo_RCCSS_spa_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Chachayma (2019) en su trabajo de investigación *Propuesta de gestión de la capacitación laboral en las micro y pequeñas empresas, rubro pollerías, distrito Jesús Nazareno, Ayacucho, 2019*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/12876>

- Chiavenato, I. (2018). *Planeación estratégica*. Segunda Edición. Mc Graw Hill.
- Ganga, F., Alarcon, N., & Pedraja, L. (2019). *Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía*. Revista chilena de ingeniería, 7(4). Obtenido de [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-33052019000400668&lang=pt](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052019000400668&lang=pt)
- García, J. (2021). *Caracterización de la capacitación y merchandising en las MYPE rubro Restaurant Pollería del distrito de Paimas provincia Ayabaca (Piura), año 2018*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/23371>
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación Científica*, 6ª edición, Edit. Mc Graw Hill, México, pp. 850, p. 205.
- Hernández, S., & Duana, D. (2020). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos. Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 9(17), 51-53. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/6019/7678>
- Huamán, J. (2020). *Propuesta de Mejora de Servicio al Cliente para la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurante: Caso "Restaurant – Pollería Rodrigo 'S". San Vicente- Cañete, 2019*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/19809>
- Jaramillo, D. (2018). *La Gestión de Calidad y el uso del Marketing en la Micro y Pequeñas empresas del rubro pollerías del Distrito de Sullana, año 2018*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/16169>
- Labrador, O., Bustio, A., Reyes, J., Cionza, E. (2019). Gestión de la capacitación y capacitación para una mejor gestión en el contexto socioeconómico cubano. *Cooperativismo y Desarrollo*, 7(1), 64-73. Epub 02 de abril de 2019.



[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2310-340X2019000100064&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2310-340X2019000100064&lng=es&tlng=es).

Ley N. ° 30056 de 2013. *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. 2 de julio de 2013*. D.O. Nro. 498461.

Ley N° 28015 de 2003. *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. D.O. Nro. 247377.

López, D., Jorge, E. (2020). *La capacitación en pequeñas y medianas empresas: hacia una caracterización*. Revista Perspectiva Empresarial. Mexico. <https://www.redalyc.org/journal/6722/672271870006/>

López (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>

Marín, L., Sanabria, B., Sánchez, I. (2019). *Propuesta para la implementación del sistema de gestión de calidad en el restaurante La Cafetería en Connecta (Gate Gourmet)*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Agustiniiana. <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/974?locale-attribute=es>

Mungaray, A., Aguilar, J., Ramírez, N., Ortiz, A. (2018). La micro y pequeña empresa como generadora de empleo en Baja California durante la crisis de 2008-2009. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, 26(48), 247-274. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-45572016000200247&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572016000200247&lng=es&tlng=es).

Paez, F. (2019). *La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de las pollerías des distrito de Satipo 2019*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/14944>

- Paride, B. (2017). *La satisfacción del cliente. Thema*. <https://www.thema-med.com/wp-content/uploads/2017/10/LASATISFACCI%C3%93N-DEL-CLIENTE.pdf>
- Pino, R. (2018). *Metodología de la investigación. Elaboración de diseños para contrastar hipótesis*. Editorial San Marcos.
- Pincay, Y., Parra, C. (2020). *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador*. (Tesis inédita de pregrado). Pontificia Universidad Católica de Ecuador. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539747>
- Reátegui, A. (2019). *Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, Callería, Pucallpa, 2022*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/29622>
- Ríos J. (2021). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario externo en la Clínica Dental Firenze, 2021*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Continental. [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10254/1/IV\\_PG\\_MGPPS\\_TI\\_Arellano\\_Paucar\\_2021.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10254/1/IV_PG_MGPPS_TI_Arellano_Paucar_2021.pdf)
- Rojas, C., Niebles, W., Pacheco, C., Hernández, H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Información tecnológica*, 31(4), 221-232. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>
- Saavedra, J. (2021). *Caracterización de la capacitación y la ética empresarial en las MYPE rubro Pollerías del AA. HH Tacalá Piura año 2018*. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/22866>
- Sánchez, F. (2019). *Tesis. Desarrollo metodológico de la investigación*. Normas Jurídicas Ediciones.
- Soarez, M. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector comercial, rubro minimarkets, distrito de Iquitos, año 2018*.

(Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/11818>

Tschohl, J. (2012). *Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia*. En J. Tschohl, *Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia* (pág. 10). Florida, Usa: Service Cuality Institute.  
[https://www.servicequality.net/ftp/cap1\\_servcliente.pdf](https://www.servicequality.net/ftp/cap1_servcliente.pdf)

Valls, W. (2017). *La Calidad de Servicio - Via segura para alcanzar la competitividad*.  
Manta: Mar Abierto.  
[https://issuu.com/marabiertouleam/docs/la\\_calidad\\_del\\_servicio\\_wtest](https://issuu.com/marabiertouleam/docs/la_calidad_del_servicio_wtest)

Vas, N. (2018). Patient Satisfaction. IGI Global.  
<C:/Users/ROCIO%20RIOS/Downloads/Patient-Satisfaction.pdf>

Velasco, J. (2017). *Gestión de Calidad*. Ediciones Pirámide.

## ANEXOS

### Anexo 1. Cronograma

N°	ACTIVIDADES	DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO			
		2022				2023				2023				2023			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del proyecto	X	X	X	X	X											
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación					X	X	X									
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación							X	X								
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor								X								
5	Mejora del marco teórico								X	X							
6	Redacción de la revisión de literatura								X	X							
7	Elaboración de consentimiento informado (*)									X							
8	Ejecución de la metodología									X	X						
9	Resultados de la investigación										X	X					
10	Conclusiones y recomendaciones											X	X				
11	Redacción del preinforme de investigación												X	X			
12	Redacción del informe final													X			
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													X	X		
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															X	
15	Redacción de artículo científico																X

## Anexo 2. Presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>Número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
· Papel bond A-4 (500 hojas)	17	1	17.00
· Lapiceros (docena)	15	1	15.00
· Lápices (docena)	12	1	12.00
· Fotocopias	0.2	200	40.00
· USB	28	1	28.00
<b>Servicios</b>			
· Internet (horas)	1	440	440.00
· Uso de Turnitin	100	1	100.00
· Taller co-curricular / Taller de titulación	3000	1	3000.00
<b>Sub total</b>			<b>3,652.00</b>
<b>Gastos de viaje</b>			
Movilidad (ida y vuelta)	14	12	168.00
Alimentación	14	15	210.00
<b>Sub total</b>			<b>378.00</b>
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			<b>4,030.00</b>
<b>Presupuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>Número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
· Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30	4	120.00
· Búsqueda de información en base de datos	35	2	70.00
· Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University)	40	4	160.00
· Publicación de artículo en repositorio institucional	50	1	50.00
<b>Sub total</b>			<b>400.00</b>
<b>Recurso humano</b>			
· Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63	4	252.00
<b>Sub total</b>			<b>252.00</b>
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			<b>652.00</b>
<b>Total (S/.)</b>			<b>4,682.00</b>

**Anexo 3.** Instrumento de recolección de datos (Variable capacitación)



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información del tema: Capacitación para mejorar la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que usted considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporcione.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

DIMENSIÓN	INDICADORES	VALORACIÓN
-----------	-------------	------------

CAPACITACION

Requerimiento	1.- ¿En pollería La Granja existe un diagnóstico situacional de su problemática referente a la capacitación?	1	2	3	4	5
	2.- ¿Existe un cuadro de necesidades prioritarias para la capacitación del personal que labora en Pollería La Granja?	1	2	3	4	5
	3.- ¿Pollería La Granja tiene definido los temas y contenidos a desarrollarse en los procesos de capacitación?	1	2	3	4	5
	4.- ¿La capacitación del personal se orienta a mejorar su desempeño laboral y la calidad de servicio al cliente?	1	2	3	4	5
Procesos	5.- ¿En Pollería La Granja se ha elaborado un Plan de Capacitación al personal?	1	2	3	4	5
	6.- ¿Los responsables de la capacitación prevén todo lo necesario para el proceso de capacitación?	1	2	3	4	5
	7.- ¿La capacitación se realiza conforme a los lineamientos estipulados en los planes?	1	2	3	4	5
	8.- ¿En el proceso de capacitación se cumple la evaluación inicial, procesal y final?	1	2	3	4	5

#### Anexo 4. Instrumento de recolección de datos (Variable calidad de servicio)



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con la finalidad de recoger información del tema Capacitación para mejorar la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera los resultados, los que se publicarán en el repositorio de la universidad. Se le agradece anticipadamente alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de la información que usted proporcione.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

DIMENSIÓN	INDICADORES	VALORACIÓN
-----------	-------------	------------

#### CALIDAD DE SERVICIO

Elementos tangibles	1.- ¿Las instalaciones de Pollería La Granja son visualmente atractivos?	1	2	3	4	5
	2.-¿Los equipos de Pollería La Granja aparentan estar en buen estado?	1	2	3	4	5
	3.- ¿El personal tiene apariencia limpia?	1	2	3	4	5
	4.- ¿La apariencia del menaje utilizado en su atención se ven higiénicos?	1	2	3	4	5
Empatía	5.- ¿El personal se preocupa por brindar un servicio amable?	1	2	3	4	5
Confiabilidad	6.- ¿Percibe que existen procedimientos formales en cada etapa de la atención?	1	2	3	4	5
	7.- ¿Tiene la confianza que en Pollería La Granja ofrecen alimentos apropiadamente elaborados?	1	2	3	4	5
	8.- ¿Considera que, el personal evita distracciones concentrándose en su trabajo?	1	2	3	4	5
Capacidad de respuesta	9.- ¿Percibe que el personal coordina eficazmente para un servicio rápido?	1	2	3	4	5
	10.- ¿Percibe que el personal brinda un servicio acorde?	1	2	3	4	5
Seguridad	11.- ¿Cree que durante su atención en Pollería La Granja respetó su privacidad?	1	2	3	4	5
	12.- ¿En todo momento percibe actitud de servicio del personal?	1	2	3	4	5

## Anexo 5. Validación de instrumento

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Mori Arandibia, Kevin
- 1.2. Grado Académico: Magister en Administración
- 1.3. Profesión: Licenciado en Administración
- 1.4. Institución donde labora: Organismo de evaluación y fiscalización ambiental - OEFA
- 1.5. Cargo que desempeña: Administrador de oficina
- 1.6. Denominación del instrumento: Capacitación y calidad de servicio
- 1.7. Autor del instrumento: Lizzy Ríos García
- 1.8. Carrera: Administración

#### II. VALIDACIÓN:

##### Ítems correspondientes a la variable 1: Capacitación

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: REQUERIMIENTO</b>							
1. ¿En pollería La Granja existe un diagnóstico situacional de su problemática referente a la capacitación?	X		X		X		
2. ¿Existe un cuadro de necesidades prioritarias para la capacitación del personal que labora en Pollería La Granja?	X		X		X		
3. ¿Pollería La Granja tiene definido los temas y contenidos a desarrollarse en los procesos de capacitación?	X		X		X		
4. ¿La capacitación del personal se orienta a mejorar su desempeño?	X		X		X		



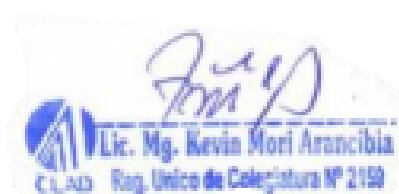
laboral y la calidad de servicio al cliente?							
<b>Dimensión 2: PROCESO</b>							
5. ¿En Pollería La Granja se ha elaborado un Plan de Capacitación al personal?	X		X		X		
6. ¿Los responsables de la capacitación prevén todo lo necesario para el proceso de capacitación?	X		X		X		
7. ¿La capacitación se realiza conforme a los lineamientos estipulados en los planes?	X		X		X		
8. ¿En el proceso de capacitación se cumple la evaluación inicial, procesal y final?	X		X		X		

**Ítems correspondientes a la variable 2: Calidad de servicio**

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: ELEMENTOS TANGIBLES</b>							
1. ¿Los equipos de Pollería La Granja se ven en buen estado?	X		X		X		
2. ¿Las instalaciones de Pollería La Granja son visualmente atractivas?	X		X		X		
3. ¿El personal tiene apariencia limpia?	X		X		X		
4. ¿La apariencia de los hornos e instrumentos utilizados en su atención se ven higiénicos?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: EMPATÍA</b>							
5. ¿El personal se preocupa por brindar un servicio amable?	X		X		X		
<b>Dimensión 3: CONFABILIDAD</b>							
6. ¿Percibe que existen procedimientos formales en cada etapa de la atención?	X		X		X		
7. ¿Tiene la confianza que en Pollería La Granja ofrecen alimentos sanos?	X		X		X		

8. ¿Considera que, durante la atención, el personal a la hora de atenderle evita distracciones como las causadas por el celular, conversaciones, etc; se centra en su trabajo?	X		X		X		
<b>Dimensión 4: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>							
9. ¿Percibe que el personal coordina eficazmente para un servicio rápido?	X		X		X		
10. ¿Percibe que el personal brinda un servicio conforme?	X		X		X		
<b>Dimensión 4: SEGURIDAD</b>							
11. ¿Cree que durante su atención en Pollería La Granja respetó su privacidad?	X		X		X		
12. ¿En todo momento percibe actitud de servicio del personal?	X		X		X		

Otras observaciones generales: Aprobado.



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Ortiz García, Sergio O.  
 1.2. Grado Académico: Doctor en Administración  
 1.3. Profesión: Licenciado en Administración  
 1.4. Institución donde labora: Essalud  
 1.5. Cargo que desempeña: Rehabilitación y Medicina Física  
 1.6. Denominación del instrumento: Capacitación y calidad de servicio  
 1.7. Autor del instrumento: Lissy Ríos García  
 1.8. Carrera: Administración

### II. VALIDACIÓN:

#### Ítems correspondientes a la variable 1: Capacitación

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: REQUERIMIENTO							
1. ¿En pollería La Granja existe un diagnóstico situacional de su problemática referente a la capacitación?	X		X		X		
2. ¿Existe un cuadro de necesidades prioritarias para la capacitación del personal que labora en Pollería La Granja?	X		X		X		
3. ¿Pollería La Granja tiene definido los temas y contenidos a desarrollarse en los procesos de capacitación?	X		X		X		
4. ¿La capacitación del personal se orienta a mejorar su desempeño?	X		X		X		

laboral y la calidad de servicio al cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
<b>Dimensión 2: PROCESO</b>					
5. ¿En Pollería La Granja se ha elaborado un Plan de Capacitación al personal?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
6. ¿Los responsables de la capacitación prevén todo lo necesario para el proceso de capacitación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
7. ¿La capacitación se realiza conforme a los lineamientos estipulados en los planes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
8. ¿En el proceso de capacitación se cumple la evaluación inicial, procesal y final?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		

**Ítems correspondientes a la variable 2: Calidad de servicio**

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: ELEMENTOS TANGIBLES</b>							
1. ¿Los equipos de Pollería La Granja se ven en buen estado?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
2. ¿Las instalaciones de Pollería La Granja son visualmente atractivas?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
3. ¿El personal tiene apariencia limpia?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
4. ¿La apariencia de los hornos e instrumentos utilizados en su atención se ven higiénicos?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
<b>Dimensión 2: EMPATÍA</b>							
5. ¿El personal se preocupa por brindar un servicio amable?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
<b>Dimensión 3: CONFIABILIDAD</b>							
6. ¿Percibe que existen procedimientos formales en cada etapa de la atención?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
7. ¿Tiene la confianza que en Pollería La Granja ofrecen alimentos sanos?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
8. ¿Considera que, durante la atención, el personal a la hora de atenderle evita	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		

distracciones como las llamadas por el celular, conversaciones, etc; se centra en su trabajo?	X		X		X		
<b>Dimensión 4: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>							
9. ¿Percibe que el personal coordina eficazmente para un servicio rápido?	X		X		X		
10. ¿Percibe que el personal brinda un servicio conforme?	X		X		X		
<b>Dimensión 4: SEGURIDAD</b>							
11. ¿Cree que durante su atención en Pizzeria La Granja respetó su privacidad?	X		X		X		
12. ¿En todo momento percibe actitud de servicio del personal?	X		X		X		

Otras observaciones generales:


Firma

Colegiatura:

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Valdiviezo Saravia, Crysber Moisés
- 1.2. Grado Académico: Magister en Administración
- 1.3. Profesión: Licenciado en Administración
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Nacional de Ucayali
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente e investigador
- 1.6. Denominación del instrumento: Capacitación y calidad de servicio
- 1.7. Autor del instrumento: Lissy Rios Garcia
- 1.8. Carrera: Administración

### II. VALIDACIÓN:

#### Ítems correspondientes a la variable 1: Capacitación

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: REQUERIMIENTO</b>							
1. ¿En pollería La Granja existe un diagnóstico situacional de su problemática referente a la capacitación?	X		X		X		
2. ¿Existe un cuadro de necesidades prioritarias para la capacitación del personal que labora en Pollería La Granja?	X		X		X		
3. ¿Pollería La Granja tiene definido los temas y contenidos a desarrollarse en los procesos de capacitación?	X		X		X		
4. ¿La capacitación del personal se orienta a mejorar su desempeño?	X		X		X		

  
 MRS. Crysber M. Valdiviezo Saravia  
 Docente Tutor Investigador

laboral y la calidad de servicio al cliente?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: PROCESO</b>							
5. ¿En Póllería La Granja se ha elaborado un Plan de Capacitación al personal?	X		X		X		
6. ¿Los responsables de la capacitación prevén todo lo necesario para el proceso de capacitación?	X		X		X		
7. ¿La capacitación se realiza conforme a los lineamientos estipulados en los planes?	X		X		X		
8. ¿En el proceso de capacitación se cumple la evaluación inicial, procesal y final?	X		X		X		

**Ítems correspondientes a la variable 2: Calidad de servicio**

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>Dimensión 1: ELEMENTOS TANGIBLES</b>							
1. ¿Los equipos de Póllería La Granja se ven en buen estado?	X		X		X		
2. ¿Las instalaciones de Póllería La Granja son visualmente atractivas?	X		X		X		
3. ¿El personal tiene apariencia limpia?	X		X		X		
4. ¿La apariencia de los hornos e instrumentos utilizados en su atención se ven higiénicos?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: EMPATÍA</b>							
5. ¿El personal se preocupa por brindar un servicio amable?	X		X		X		
<b>Dimensión 3: CONFIABILIDAD</b>							
6. ¿Percibe que existen procedimientos formales en cada etapa de la atención?	X		X		X		
7. ¿Tiene la confianza que en Póllería La Granja ofrecen alimentos sanos?	X		X		X		
8. ¿Considera que, durante la atención, el personal a la hora de atenderle evita	X		X		X		

distracciones como las causadas por el celular, conversaciones, etc; se centra en su trabajo?	X		X		X	
<b>Dimensión 4: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>						
9. ¿Percibe que el personal coordina eficazmente para un servicio rápido?	X		X		X	
10. ¿Percibe que el personal brinda un servicio conforme?	X		X		X	
<b>Dimensión 4: SEGURIDAD</b>						
11. ¿Cree que durante su atención en Pollería La Granja respetó su privacidad?	X		X		X	
12. ¿En todo momento percibe actitud de servicio del personal?	X		X		X	

Otras observaciones generales: *Instrumento aplicable.*


  
 JESSY OYALER DE VILLALBA  
 Psicóloga Clínica

Firma

Colegiatura: *11296*



## Anexo 6. Consentimiento informado

  
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**  
**(Ciencias Sociales)**

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula: Capacitación para mejorar la calidad de servicio en la microempresa "Pollería La Granja", Iquitos, 2022 y es dirigido por la Srta. Lissy Ríos García investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las características de la capacitación para mejorar la calidad de servicio en la microempresa "Pollería La Granja", Iquitos, 2022.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará [10] minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.


Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados. Si desea, también podrá escribir al correo riosgarcialissy@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.


Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Nelida Rosario Ortiz Vela

Fecha: 28 enero del 2023

Correo electrónico: ortizvelanelida25@gmail.com

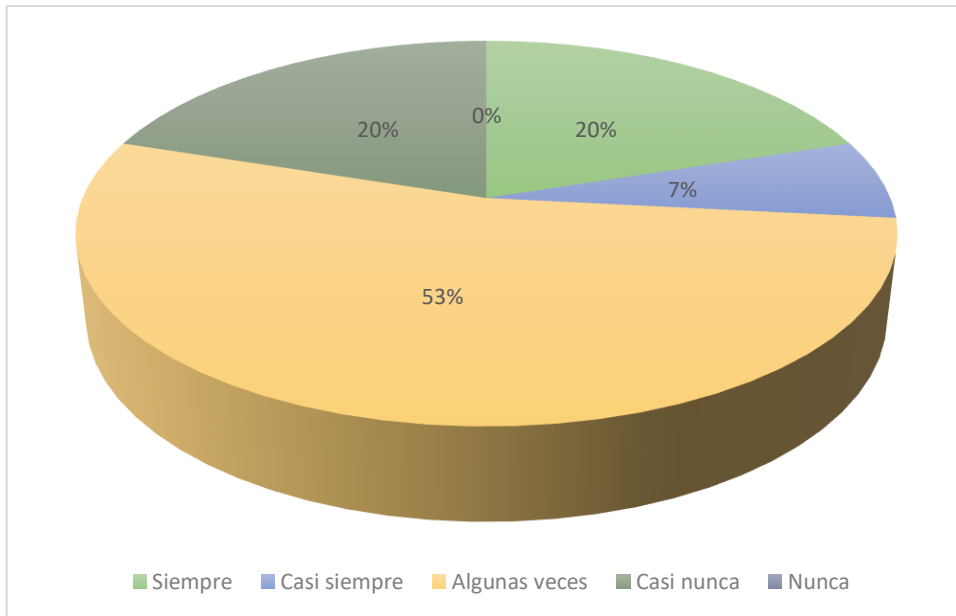
Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

Anexo 7. Figuras

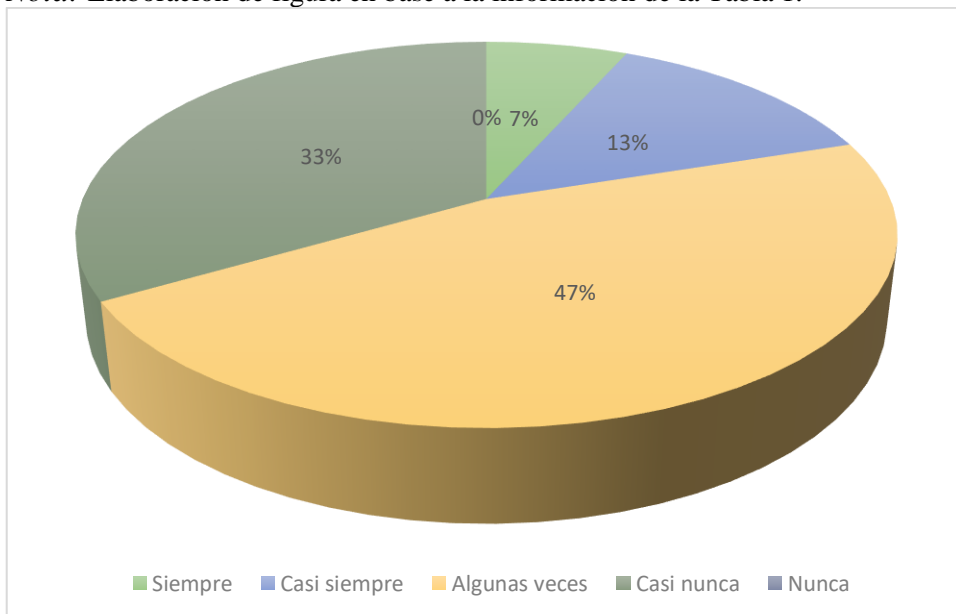
**Variable Capacitación**

Características de la capacitación en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022.



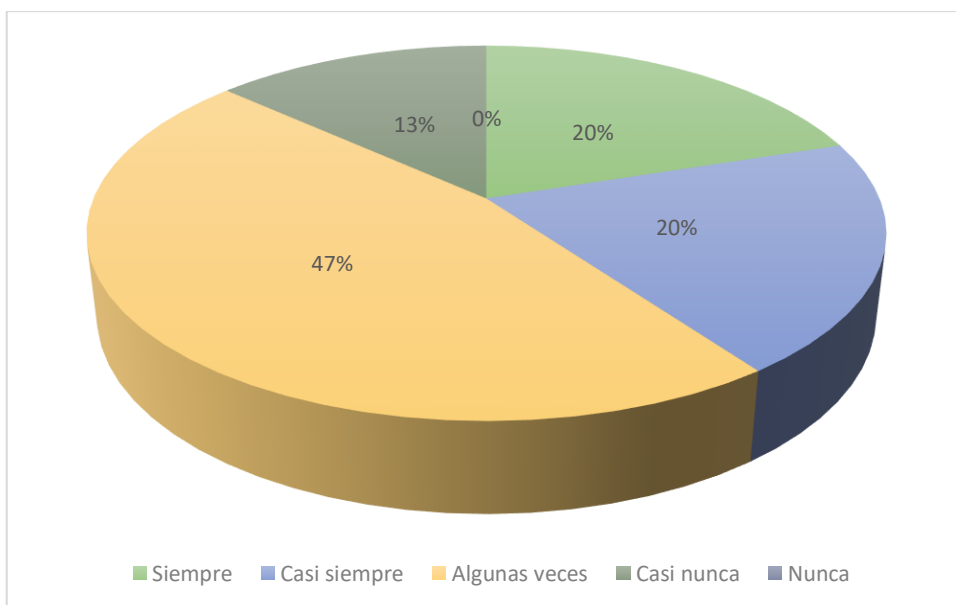
**Figura 1.** Existe un diagnóstico de su problemática referente a la capacitación

*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.



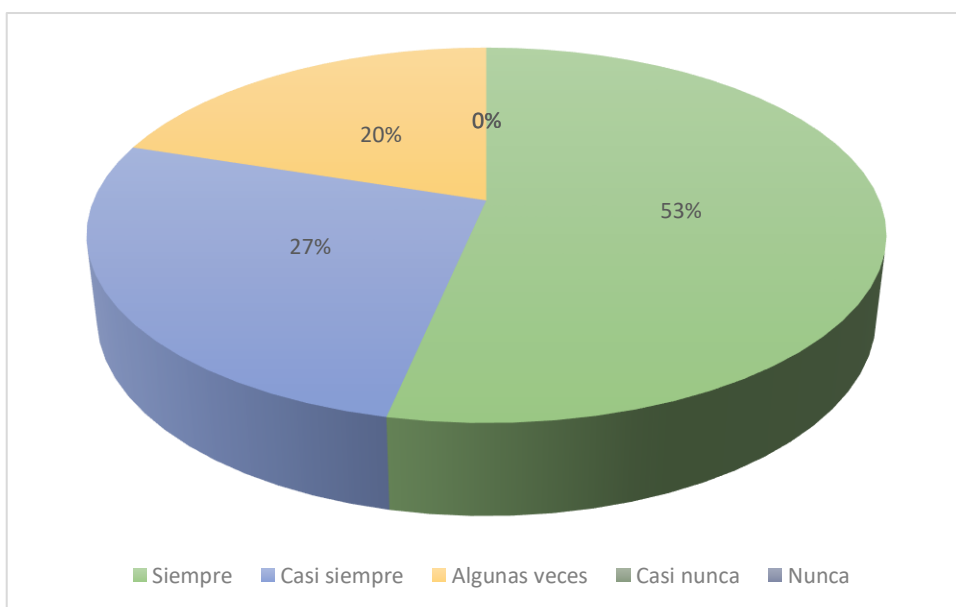
**Figura 2.** Existe un cuadro de necesidades para la capacitación

*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.



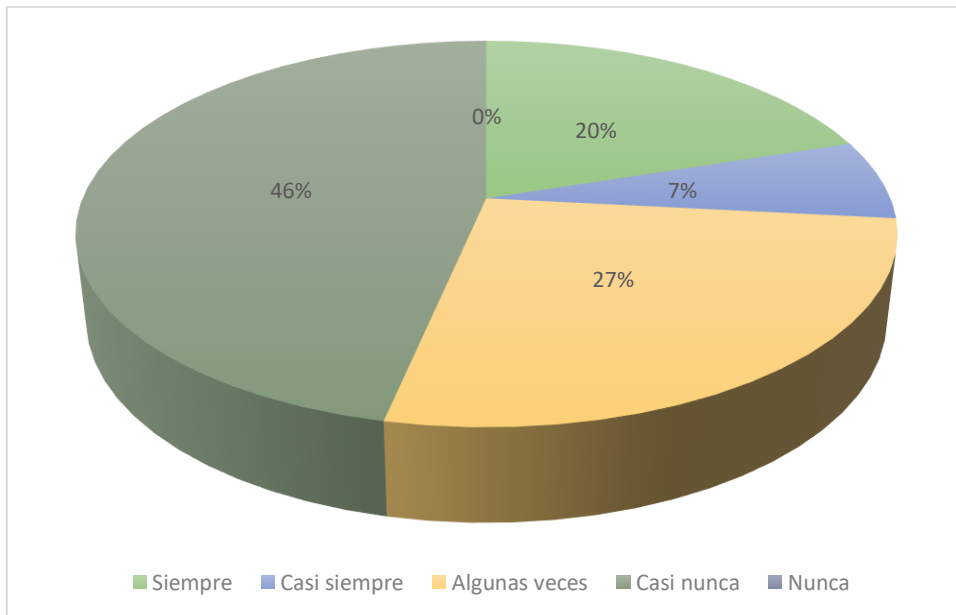
**Figura 3.** Se tiene definido los temas y contenidos a desarrollarse

*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.



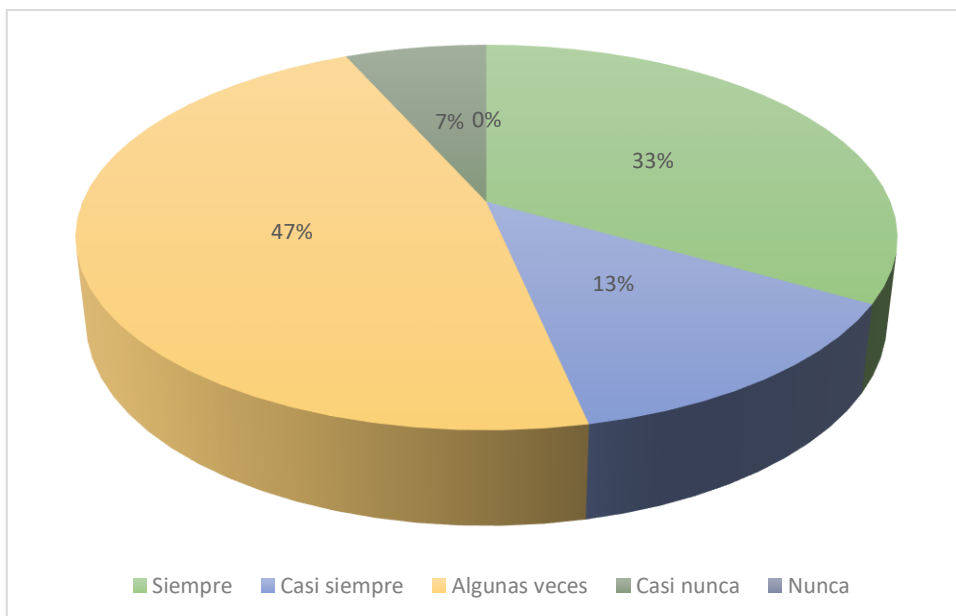
**Figura 4.** La capacitación se orienta a mejorar el desempeño y calidad

*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.



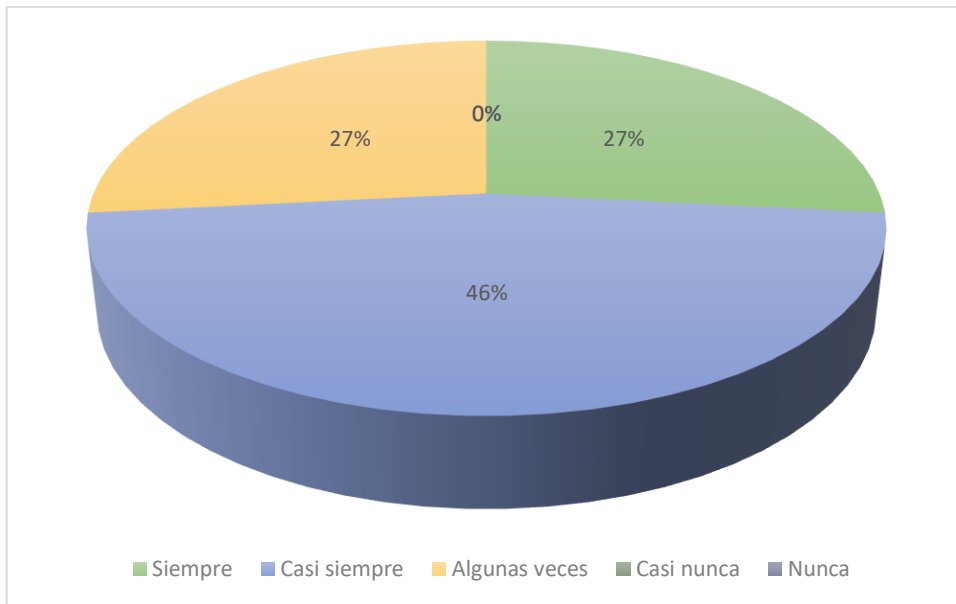
**Figura 5.** Se tiene elaborado un Plan de Capacitación al personal.

*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.



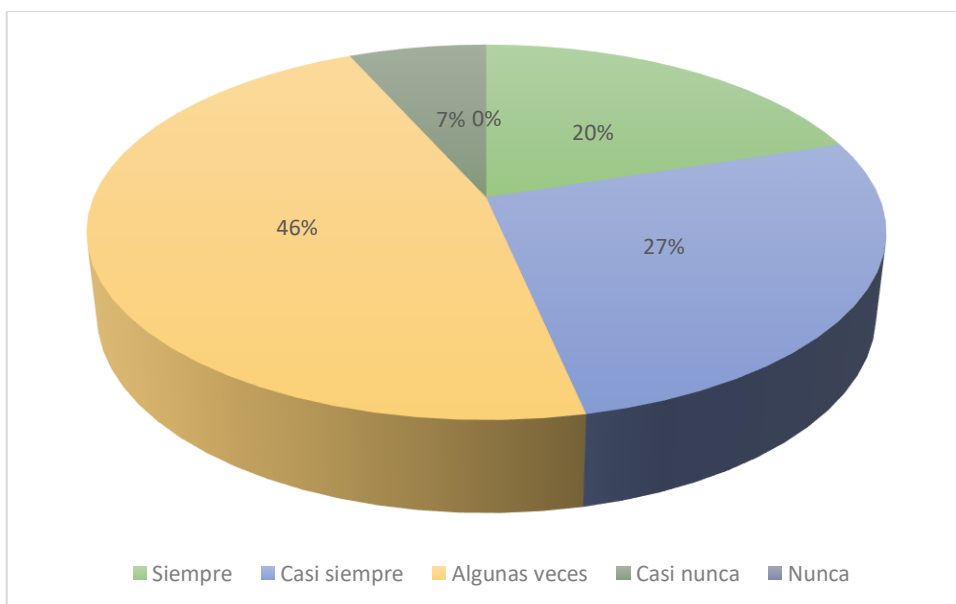
**Figura 6.** Los responsables de la capacitación prevén todo lo necesario.

*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.



**Figura 7.** La capacitación se realiza conforme a los planes.

*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.

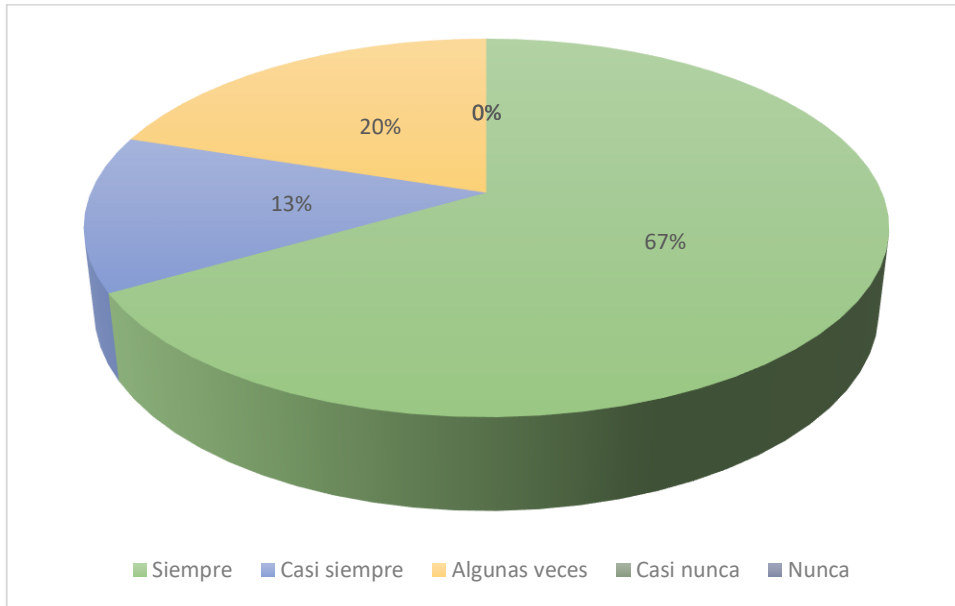


**Figura 8.** En el proceso se cumple la evaluación inicial, procesal y final.

*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 1.

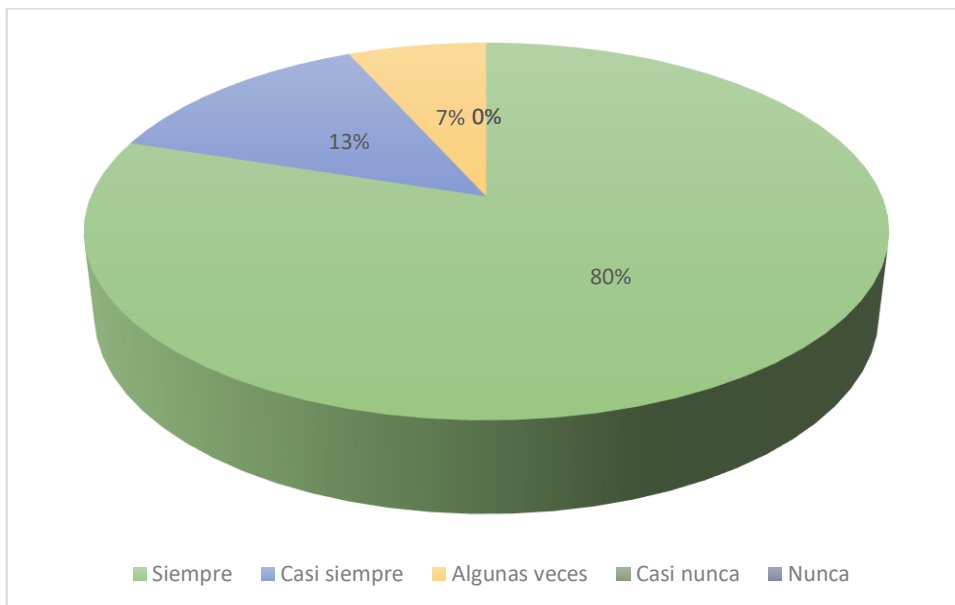
### Variable Calidad de Servicio

Características de la calidad de servicio en la microempresa “Pollería La Granja”, Iquitos 2022.



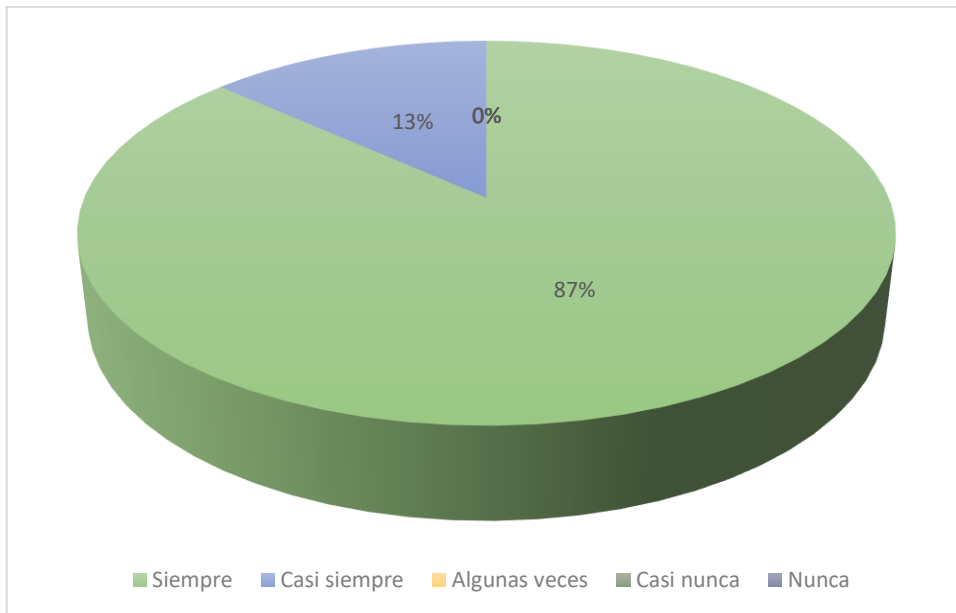
**Figura 9.** Las instalaciones de Pollería La Granja son visualmente atractivas.

*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.



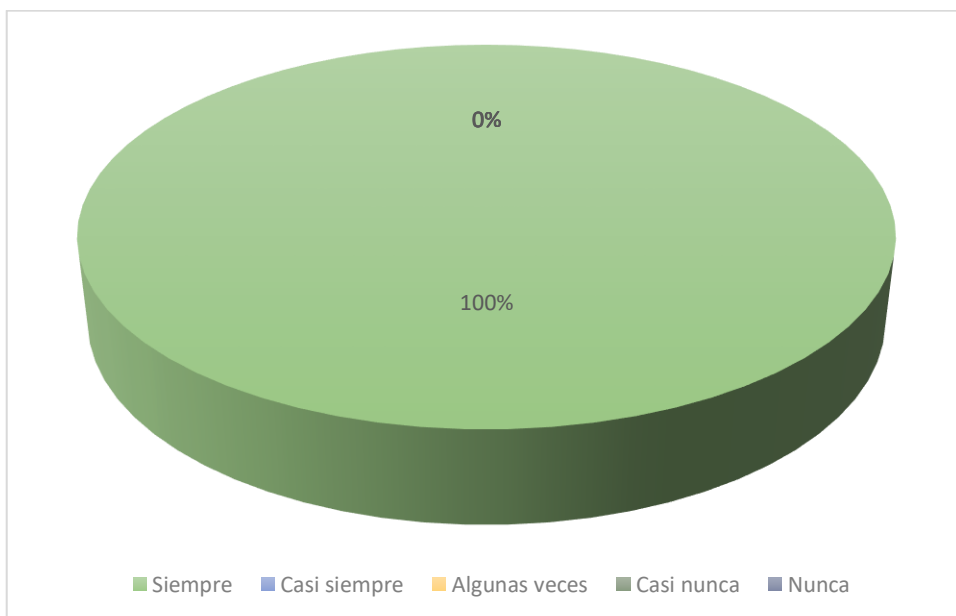
**Figura 10.** Los equipos de Pollería La Granja se encuentran en buen estado.

*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.



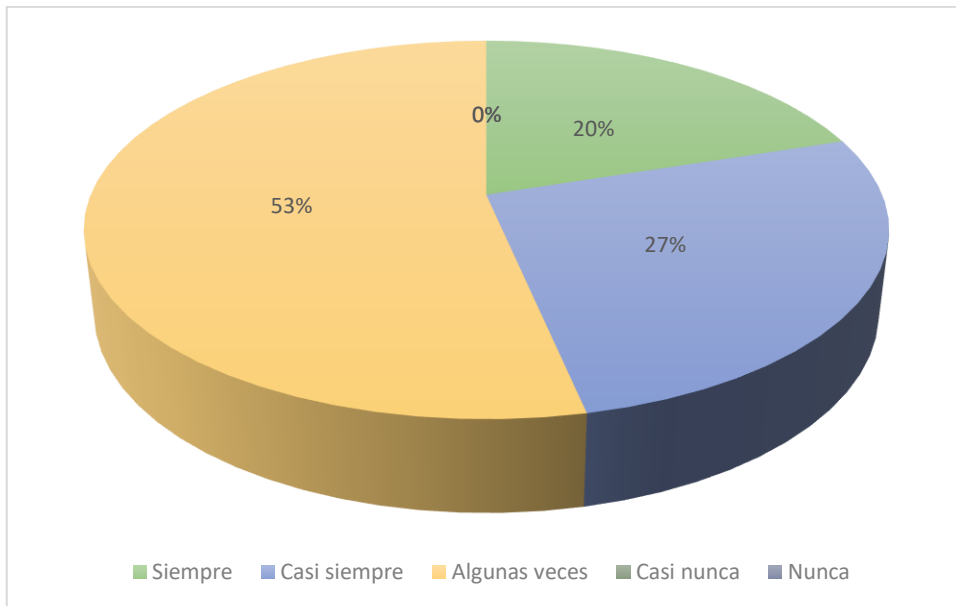
**Figura 11.** El personal tiene apariencia limpia

*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.



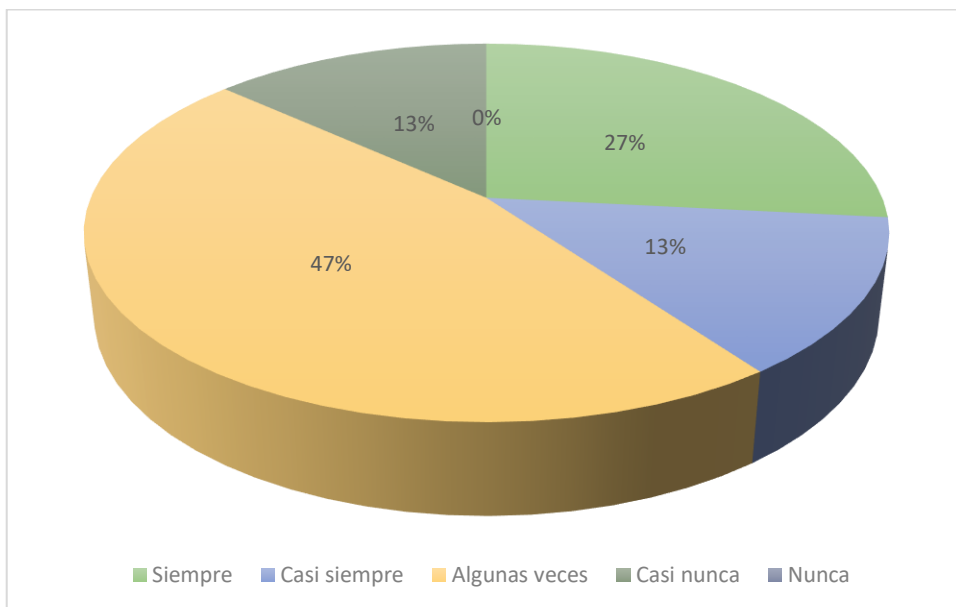
**Figura 12.** La apariencia del menaje de servicio se ven higiénicos.

*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.



**Figura 13.** El personal se preocupa por brindar un servicio amable.

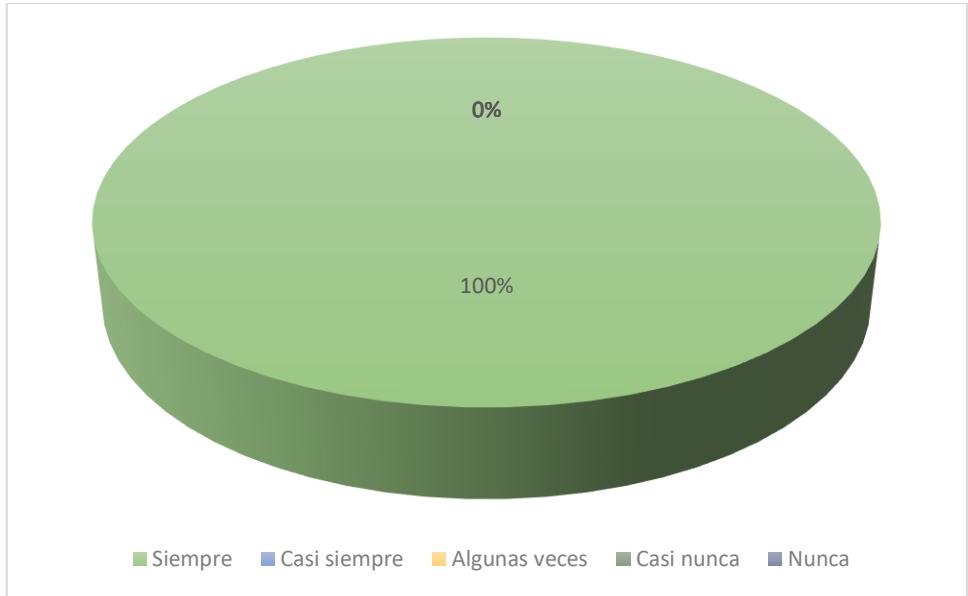
*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.



**Figura 14.** Percibe que existen procedimientos formales en cada etapa de la atención.

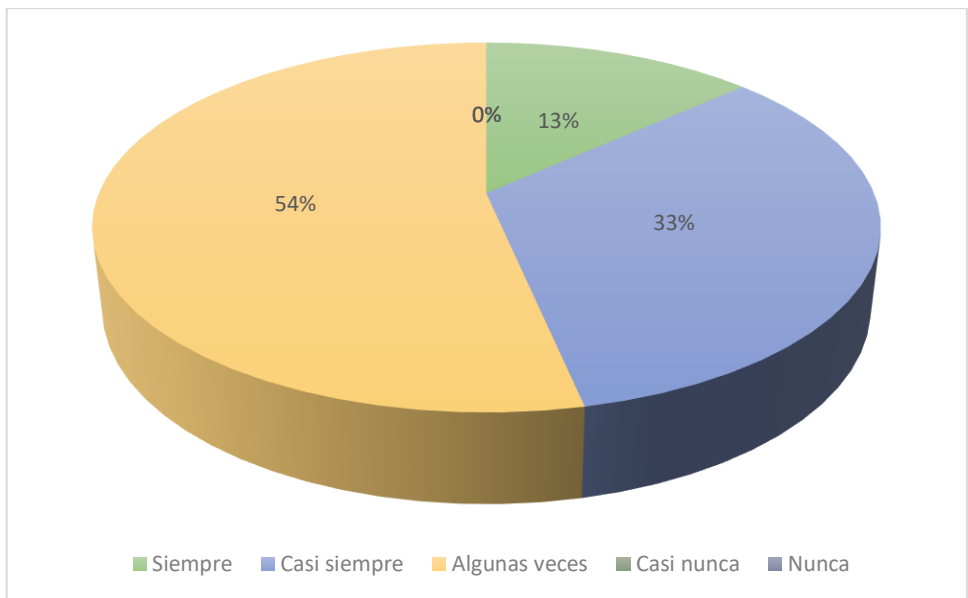
*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.





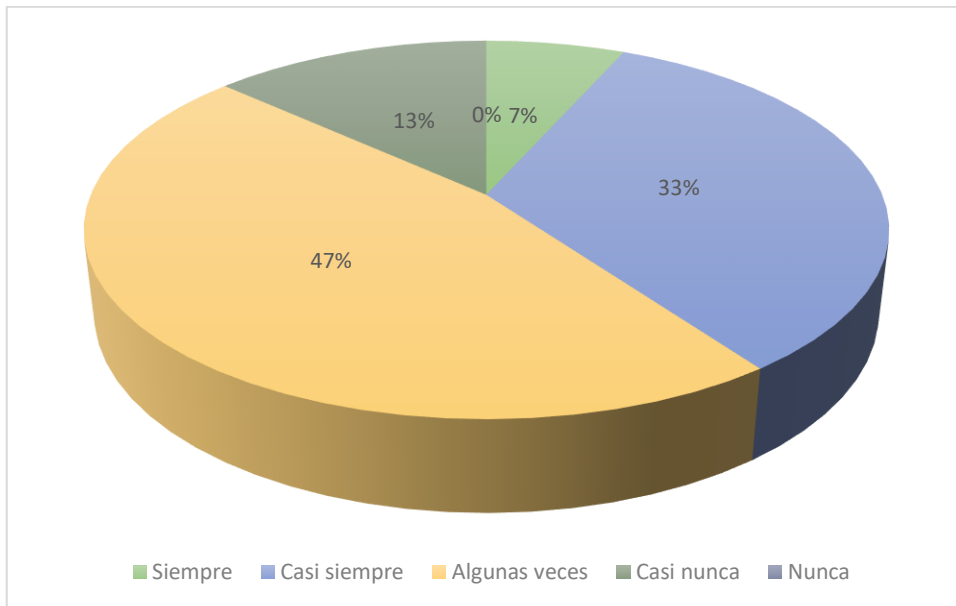
**Figura 15.** Tiene confianza que en Pollería La Granja ofrecen alimentos apropiadamente elaborados.

*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.



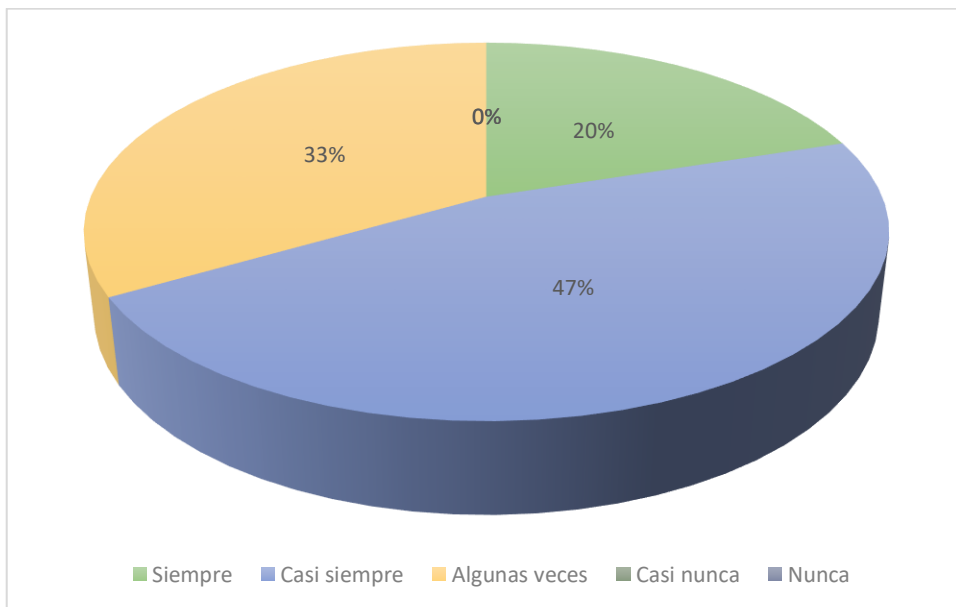
**Figura 16.** Considera que, el personal evita distracciones durante la atención.

*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.



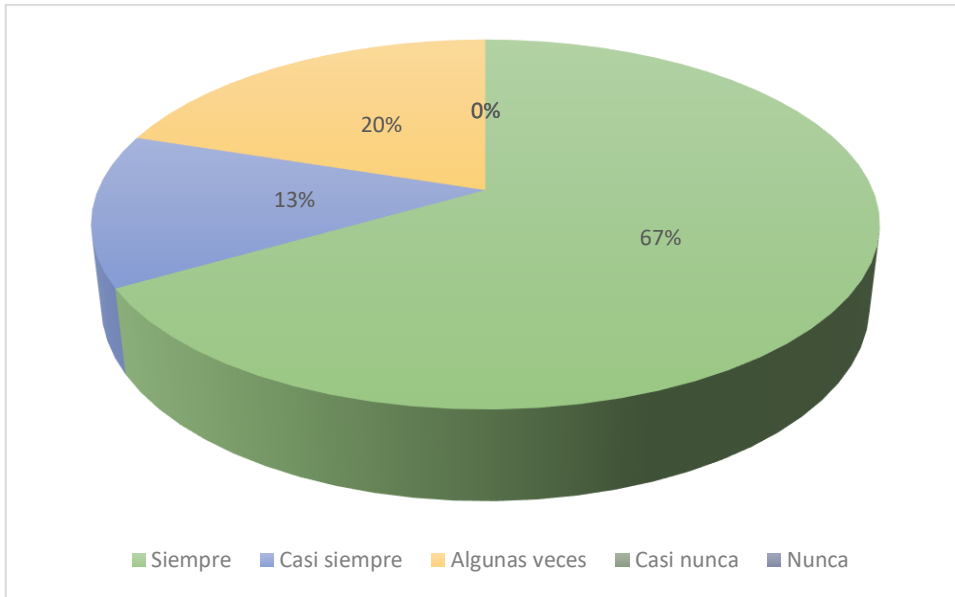
**Figura 17.** El personal coordina eficazmente para un servicio rápido.

*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.



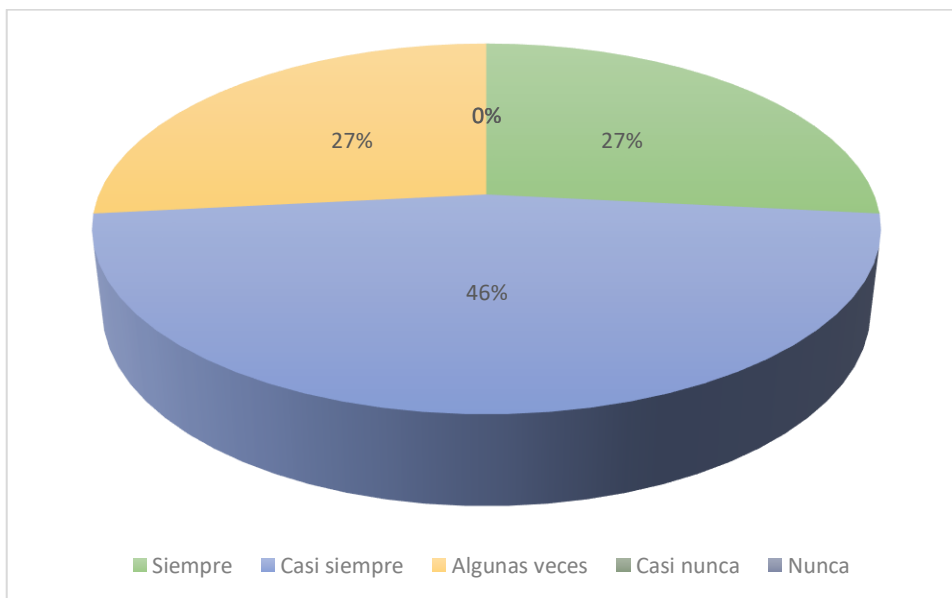
**Figura 18.** El personal brinda un servicio conforme.

*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.



**Figura 19.** En Pollería La Granja se respeta su privacidad.

*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.



**Figura 20.** En todo momento percibe actitud de servicio del personal.

*Nota:* Elaboración de figura en base a la información de la Tabla 2.

# CAPACITACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA MICROEMPRESA "POLLERÍA LA GRANJA", IQUITOS, 2022

## ORIGINALITY REPORT

**1** %   
SIMILARITY INDEX

**0** %  
INTERNET SOURCES

**1** %  
PUBLICATIONS

**0** %  
STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

**1** T. B. Lawrence. "Examining Resources in an Occupational Community: Reputation in Canadian Forensic Accounting", Human Relations, 09/01/1998 **1** %  
Publication

Exclude quotes  On  
Exclude bibliography  Off

Exclude matches  Off