



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS
Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**LA GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LA
CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO EN LAS
MYPES DEL SECTOR SERVICIO-RUBRO
RESTAURANTES DEL DISTRITO DE HUACHO, 2018.**

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

AUTORA:

BACH. GINA SORAYA PATRONI YGREDA

ASESOR:

MG. SIMON POMA ANCCASI

LIMA – PERÚ

2019

TITULO DE LA TESIS

La Gestión de Calidad con el uso de la Capacitación del Recurso Humano en las Mypes del sector Servicio-Rubro Restaurantes del distrito de Huacho, 2018.

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero
Presidente

Lic. Adm. Victor Hugo Espinosa Otoya
Miembro

Mg Juan Pablo Meza De los Santos
Miembro

Mg. Simón Poma Ancasi
Asesor

AGRADECIMIENTO

Al todopoderoso, por guiar mí camino hacia el sendero del bien, por levantarme en los momentos difíciles y por seguir bendiciéndome con la existencia, la que me ha permitido y permite seguir disfrutando de cada etapa, vivencia y momento que me ofrece la vida y que se convierte en un constante aprendizaje para ser cada vez mejor persona.

A mis padres, por su amor incondicional, dedicación, preocupación y valores impartidos, que han sido la base fundamental para mi formación personal y que me permite actuar con integridad.

De manera especial a mi madre, que a pesar que no se encuentra físicamente, siempre recibo su protección y bendición para ser mejor persona cada día.

DEDICATORIA

A mi adorado esposo, por su amor y apoyo incondicional para ir tras mis sueños y proyectos de vida, por sus enseñanzas impartidas y por ser un referente de un profesional a cabalidad.

A mi hijo Luis Fernando, por ser mi primer motivo de superación personal y profesional; y a mi niña Regina que se encuentra en mi vientre, pero que desde ya percibo la gran energía que imparte y que me da las fuerzas para seguir avanzando hacia la consecución de mis objetivos y metas.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de la capacitación del recurso humano en las MYPES del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018. Se desarrolló bajo la metodología de investigación del tipo descriptivo, no experimental, transversal; se tomó una muestra de 116 MYPES, aplicándose dos cuestionarios de 35 preguntas en total, dirigidos a los dueños o administradores de las empresas, obteniéndose los siguientes resultados:

Respecto a las características de los representantes de las Mypes: el 55.17% de los representantes tienen una edad entre 31 a 50 años, el 41,38% de dueños o administradores tienen el grado de instrucción superior universitario, mientras que el 77.59% desempeñan el cargo de dueño. **En cuanto a las características de las Mypes:** el 46,55% tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años, asimismo el 74,14% cuentan con un número de trabajadores de 3 a 5, en cuanto al objetivo de creación de la empresa el 87.93% de representantes refirieron que fue para generar ganancias, el 65.52% de Mypes se han constituido como persona natural. **En lo referente a la Gestión de calidad:** el 77,59% de empresas cuentan con metas y objetivos claros, el 50% de la entrega de servicio es acorde y oportuno cuidando la satisfacción del cliente, el 70,69% de la atención del personal a los clientes es empática, cordial y amable, el 26.72% muy pocas veces realiza encuestas periódicas a los clientes para recabar opinión del servicio que ofrecen, el 34,48% del personal recibe capacitación de acuerdo a las necesidades para mejorar el servicio, el 37,07% implementa recomendaciones y sugerencias de clientes para mejorar el servicio. **En lo concerniente a la capacitación del Recurso Humano:** el 34.48% de representantes evalúan el nivel de conocimiento de su personal, el 34,48% de encuestados manifiestan que cuentan con un programa de capacitación anual sobre temas que van en relación al rubro, el

42,24% del personal demuestra compromiso de trabajo en la empresa, el 56,90% de representantes y empleados mantiene comunicación fluida para el logro del objetivo organizacional y el 48,28% de representantes y empleados toman decisiones para la mejora del servicio.

Por lo tanto, como resultado de la investigación realizada se ha identificado que las Mypes encuestadas son empresas jóvenes que se encuentran en el mercado hace poco tiempo, la gran mayoría está dirigida por sus dueños con formación superior universitaria, tienen como objetivo de creación el de generar ganancias, poseen conocimientos y ponen en práctica la gestión de calidad en sus diferentes procesos para mejorar sus servicios y alcanzar el desarrollo en el mercado, sin embargo presentan debilidades en cuanto al desarrollo de los recursos humanos relativo al mejoramiento de sus capacidades de acuerdo a sus necesidades y en el rubro en que se desenvuelven, situación que las limita en la adquisición de nuevas competencias para su crecimiento organizacional.

Palabras claves: Gestión de calidad, Capacitación del recurso humano, Mype

ABSTRACT

The objective of this research work was to determine the main characteristics of quality management with the use of human resource training in the MSPEs of the service sector - restaurant sector of the district of Huacho, 2018. It was developed under the research methodology of the descriptive type, not experimental, transversal; a sample of 116 MYPES was taken, applying two questionnaires of 35 questions in total, addressed to the owners or managers of the companies, obtaining the following results:

Regarding the characteristics of the representatives of the Mypes: 55.17% of the representatives have an age between 31 to 50 years, 41.38% of owners or administrators have the degree of university higher education, while 77.59% perform the owner's charge. Regarding the characteristics of Mypes: 46.55% have a time of permanence in the category of 0 to 3 years, also 74.14% have a number of workers from 3 to 5, regarding the objective of creation of the company 87.93% of representatives said that it was to generate profits, 65.52% of Mypes have been constituted as a natural person. Regarding Quality Management: 77.59% of companies have clear goals and objectives, 50% of service delivery is appropriate and timely taking care of customer satisfaction, 70.69% of customer service personal to clients is empathetic, cordial and friendly, 26.72% very rarely conducts periodic surveys to customers to get an opinion of the service they offer, 34.48% of the staff receive training according to the needs to improve the service, 37.07% implement recommendations and suggestions from customers to improve the service.

Regarding the training of the Human Resource: 34.48% of representatives evaluate the level of knowledge of their staff, 34.48% of respondents state that they have an annual training program on topics that are related to the item, the 42.24% of the staff demonstrates commitment to work in the company, 56.90% of representatives and employees maintain

fluid communication to achieve the organizational objective and 48.28% of representatives and employees make decisions to improve the service.

Therefore, as a result of the research carried out, it has been identified that the Mypes surveyed are young companies that have been in the market for a short time, the vast majority is directed by their owners with higher university education, whose goal is to create generate profits, have knowledge and implement quality management in their different processes to improve their services and achieve market development; however, they have weaknesses in the development of human resources relative to the improvement of their capacities according to their needs and in the area in which they operate, a situation that limits them in acquiring new skills for their organizational growth.

Keywords: Quality management, Human resource training, Mype.

CONTENIDO

TITULO DE LA TESIS	i
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	ix
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE FIGURAS	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	8
III. METODOLOGIA	55
3.1. Diseño de la investigación.....	55
3.2. Población y Muestra.....	56
3.3. Definición y operacionalización de variables e Indicadores.....	58
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	60
3.5. Plan de análisis.....	61
3.6. Matriz de consistencia	62
3.7. Principios éticos.....	63
IV. RESULTADOS	66
4.1. Resultados.....	66
4.2. Análisis de Resultados	101
V. CONCLUSIONES.....	114
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	116
ANEXOS	123

INDICE DE TABLAS

Tabla 01: Edad.....	66
Tabla 02: Género.....	67
Tabla 03: Grado de Instrucción	68
Tabla 04: Cargo que desempeña.....	69
Tabla 05: Tiempo a cargo de la empresa.....	70
Tabla 06: Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.....	71
Tabla 07: Número de Trabajadores.....	72
Tabla 08: Parentesco de las personas que trabajan en la empresa	73
Tabla 09: Objetivo de Creación de la Empresa.....	74
Tabla 10: Tipo de constitución de la Empresa.....	75
Tabla 11: Situación del local.....	76
Tabla 12. Servicios con que cuenta el Local	77
Tabla 13: Ambientes independizados (cocina, comedor, almacén, servicios higiénicos)...78	
Tabla 14: Tiene establecidos metas y objetivos para un periodo determinado.....	79
Tabla 15: Políticas y lineamientos de trabajo	80
Tabla 16. Documentos de Gestión (RI, MOF, otros).....	81
Tabla 17: Los procesos se rigen a normas internas establecidas.....	82
Tabla 18: Servicio acorde y oportuno cuidando la satisfacción del cliente.....	83
Tabla 19: Brinda solución ante alguna contingencia o situación que genere malestar al cliente por el servicio brindado	84
Tabla 20: Atención del personal del restaurante hacia los clientes es empática, cordial y amable.....	85
Tabla 21: Realiza encuestas periódicas a los clientes para recabar información del servicio que ofrece.....	86
Tabla 22: Realiza modificaciones o cambios periódicos en el equipamiento para brindar un mejor servicio	87
Tabla 23: Acondiciona la infraestructura del restaurante cada cierto periodo para volverlo atrayente al cliente.....	88

Tabla 24: Existe disposición para que el servicio brindado por el personal a los clientes se optimice cada vez más.	89
Tabla 25: El personal recibe capacitación periódica para mejorar el servicio brindado....	90
Tabla 26: Implementa las recomendaciones y sugerencias de los clientes para mejorar el servicio.....	91
Tabla 27: Cuenta con una cartera de clientes permanentes.....	92
Tabla 28: Analiza el volumen de ventas mensuales para establecer estrategias de mejora en el servicio brindado.....	93
Tabla 29: Evalúa el nivel de conocimiento sobre el servicio a su personal.....	94
Tabla 30: Identifican “nuevos problemas” en el desenvolvimiento laboral de sus empleados.....	95
Tabla 31: Cuenta con un Programa de Capacitación anual.....	96
Tabla 32: El personal cumple con sus funciones asignadas.....	97
Tabla 33: El personal demuestra compromiso en el trabajo.....	98
Tabla 34: Existe comunicación fluida entre los representantes y empleados para el logro del objetivo organizacional	99
Tabla 35: Existe coordinación y participación entre los representantes y empleados para la toma de decisiones en mejora del servicio	100

INDICE DE FIGURAS

Figura 01: Edad.....	66
Figura 02: Género.....	67
Figura 03: Grado de Instrucción	68
Figura 04: Cargo que desempeña.....	69
Figura 05: Tiempo a cargo de la empresa	70
Figura 06: Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.....	71
Figura 07: Número de Trabajadores.....	72
Figura 08: Parentesco de las personas que trabajan en la empresa.....	73
Figura 09: Objetivo de Creación de la Empresa.....	74
Figura 10: Tipo de constitución de la Empresa.....	75
Figura 11: Situación del local.....	76
Figura 12: Servicios con que cuenta el Local	77
Figura 13: Ambientes independizados (cocina, comedor, almacén, servicios higiénicos)	78
Figura 14: Tiene establecidos metas y objetivos para un periodo determinado.....	79
Figura 15: Políticas y lineamientos de trabajo	80
Figura 16: Documentos de Gestión (RI, MOF, otros)	81
Figura 17: Los procesos se rigen a normas internas establecidas.....	82
Figura 18: Servicio acorde y oportuno cuidando la satisfacción del cliente.....	83
Figura 19: Brinda solución ante alguna contingencia o situación que genere malestar al cliente por el servicio brindado	84
Figura 20: Atención del personal del restaurante hacia los clientes es empática, cordial y amable.....	85
Figura 21: Realiza encuestas periódicas a los clientes para recabar información del servicio que ofrece.....	86
Figura 22: Realiza modificaciones o cambios periódicos en el equipamiento para brindar un mejor servicio	87

Figura 23: Acondiciona la infraestructura del restaurante cada cierto periodo para volverlo atrayente al cliente.....	88
Figura 24: Existe disposición para que el servicio brindado por el personal a los clientes se optimice cada vez más.	89
Figura 25: El personal recibe capacitación periódica para mejorar el servicio brindado....	90
Figura 26: Implementa las recomendaciones y sugerencias de los clientes para mejorar el servicio.....	91
Figura 27: Cuenta con una cartera de clientes permanentes.....	92
Figura 28: Analiza el volumen de ventas mensuales para establecer estrategias de mejora en el servicio brindado.....	93
Figura 29: El personal cumple con sus funciones asignadas.....	94
Figura 30: El personal demuestra compromiso en el trabajo.....	95
Figura 31: Existe comunicación fluida entre los representantes y empleados para el logro del objetivo organizacional	96
Figura 32: Existe coordinación y participación entre los representantes y empleados para la toma de decisiones en mejora del servicio	97
Figura 33: Evalúa el nivel de conocimiento sobre el servicio a su personal.....	98
Figura 34: Identifican “nuevos problemas” en el desenvolvimiento laboral de sus empleados.....	99
Figura 35: Cuenta con un Programa de Capacitación anual.....	100

I. INTRODUCCIÓN

En el contexto económico mundial actual, las MYPES afrontan una serie de dificultades, pero también oportunidades en el que el éxito depende que tan claro tengan el camino para alcanzar sus metas y objetivos en un determinado plazo, aunado principalmente a la capacidad de adecuarse a los cambios y requerimientos constantes del mercado, así como a la flexibilidad en la toma de decisiones.

Hoy en día la calidad se ha convertido en un socio relevante de los productos y servicios que las empresas comercializan en el mercado nacional e internacional. Es decir, trasciende fronteras. El crecimiento sostenido de la calidad obedece, entre otras cosas, principalmente a la creciente demanda de los consumidores y usuarios la cual trasciende a los clientes comerciales, es decir a los intermediarios de la cadena comercial de satisfacer sus necesidades, las que en la actualidad suelen cambiar a lo largo del tiempo, en periodos diferentes, dependiendo del sector productivo o comercial.

En ese contexto, el paradigma de gestión de calidad ha ido evolucionando en los últimos años, hasta convertirse hoy en día en una necesidad para garantizar la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los clientes que cada vez son más exigentes y están en constante cambio. Es entonces, que los que se encuentran al frente de las MYPES deben de dejar atrás la metodología y estrategias que vienen desarrollando actualmente para posicionarse en el mercado, por ser posiblemente obsoletas y encontrarse en desventaja frente a los avances y cambios que trae consigo la globalización y que son necesarias para cubrir la demanda de los clientes.

Por otro lado, la capacitación del recurso humano en una empresa, es uno de los retos más importantes que afrontan las MYPES actualmente, debido a que puede generar de

manera significativa mayor productividad para esta, teniendo en consideración que existe la necesidad permanente que se adapten al cambio constante y a los retos que suponen la globalización. Se necesita de personas mejor capacitadas para hacer frente a los cambios que requieren las organizaciones, los mismos que deben estar dirigidos hacia un enfoque integral, partiendo que los modelos tradicionales y actuales de la administración se encuentran en una etapa crítica al no resolver las dificultades para satisfacer las necesidades que demanda los clientes.

En ese sentido, con el propósito de que las MYPES se adapten a los requerimientos del mercado y se mantengan en este, deben de tomar medidas para la implementación de sistemas de gestión de calidad con el uso la capacitación del recurso humano que asegure la realización de una serie de procesos y requisitos que aporten excelencia en todos los aspectos de los productos y servicios que van dirigidos y que son relevantes para los clientes.

El presente estudio de investigación se desarrolló en el distrito de Huacho, el cual está ubicado geográficamente a 138 km al norte de la capital, cuenta con atractivos turísticos importantes que hacen posible la visita constante generalmente de turistas nacionales , por ello el sistema económico de la ciudad gira en torno a un número considerable de MYPES del rubro restaurantes que se encuentran a cargo de emprendedores que generan su propia fuente laboral y que en su mayoría tienen poco tiempo en el mercado, por lo cual requieren un tratamiento especial para su supervivencia, es decir gestionarlas con calidad y aplicando estrategias acorde a su necesidad como por ejemplo la capacitación del recurso humano, para alcanzar su desarrollo y evitar su desaparición en el mercado.

Esta investigación se justifica porque ha permitido conocer las principales características de la gestión de calidad con el uso de la capacitación del recurso humano que se aplican en

la MYPES investigadas del sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Huacho, para alcanzar la competitividad, el crecimiento y su posicionamiento en el mercado donde actualmente se desenvuelven. Además el presente estudio es un referente de información a la sociedad en general porque pone a disposición información de la importancia de la gestión de la calidad para el desarrollo integral de una Mype y su contribución al desarrollo de la economía local, regional y nacional; asimismo brinda información a los actuales y futuros empresarios sobre la importancia de la gestión de calidad con el uso del recurso humano para mantenerse en el mercado adaptándose a los requerimientos cambiantes de los clientes, y por último la presente investigación sirve de referencia a los estudiantes para la elaboración de otros proyectos de investigación.

Con respecto a la metodología que se aplicó es : tipo de investigación descriptivo, el nivel de investigación cuantitativo, el diseño de investigación no experimental – Transversal, con una población muestral probabilística de 116 restaurantes del distrito de Huacho, se operacionalizó la variable la gestión de calidad con el uso de la capacitación del recurso humano, se elaboró la matriz de consistencias y se tomó en cuenta los principios éticos de la investigación científica de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Todo lo señalado conllevó al siguiente planteamiento del problema:

Caracterización del problema

En la actualidad y ante la competencia que se ha desatado en todos los giros empresariales, las organizaciones tienen dos opciones: Evolucionar de acuerdo a las nuevas condiciones de los mercados y utilizar todas las herramientas de Administración disponibles para ser atractivos al mercado que están dirigidos o dejar pasar todas las oportunidades, no evolucionar de acuerdo a los nuevos tiempos y simplemente esperar el momento de cerrar la empresa.

Como las demandas o requisito de los clientes son cambiantes en el tiempo, sus exigencias y expectativas son mayores. Esto genera factores de competencia, en lo que concierne a la calidad de los productos y servicios que ofrecen las empresas. Pero la calidad de los productos y servicios recae al interior de la organización y de las otras organizaciones asociadas a ella, en sus procesos productivos, en la distribución, venta y la atención al cliente. Es decir, involucra a los actores de la cadena de producción y distribución. (Zuta y Wise ,2009)

En México el sector de las MyPes es altamente vulnerable, susceptible en alto grado a la quiebra y la desaparición. Estadísticamente del gran número de Mypes mexicanas que se abren por año, el 60% de ellas se cierran por año, con los consiguientes efectos desfavorable y en la zona sur de Tamaulipas no es la excepción, normalmente se caracterizan por buscar cómo sobrevivir antes de cómo ser competitivas y crecer. Creen que la capacitación y la implementación de ciertas acciones, bastante sencillas no les traerán beneficio alguno y confían más en su instinto, esto se ha podido apreciar en las entrevistas realizadas a los responsable o dueños de las mismas. Sin embargo, existen ciertas acciones que muchos de ellos llevan a cabo, les han dado buenos resultados, son muy obvias, pero no están conscientes de que las están aplicando; como es el simple hecho de llevar un control de almacén, hacer un check list, etc.

Las herramientas de calidad no necesariamente tienen que ser una certificación de calidad bajo la norma ISO 9000, que independientemente de llevar un largo proceso es muy costoso para este segmento de empresas, sin embargo, existen diversas herramientas que por su sencillez son fácilmente aplicables, y que con su aplicación puede incrementar la calidad de sus productos y presentar una ventaja competitiva (Olguín, Guerreño y Chávez, 2012)

En Colombia existe un significativo número de empresas clasificadas oficialmente como MIPYMES, las cuales cuentan con la ayuda y guía de asociaciones como, por ejemplo, ACOPI, cuya labor en torno a las micro, pequeñas y medianas empresas es muy meritoria y que constantemente ofrecen cursos de capacitación a sus afiliados. A pesar de todo, éstas en la mayoría de los casos, no cuentan con sistemas de gestión de calidad que les permitan ser competitivas en el mercado nacional, máxime teniendo en cuenta que en la actualidad se han y están firmando Tratados de Libre Comercio lo cual las coloca en franca desventaja a los productos importados que ofrecen una amplia y variada gama, aspecto este que también lo ofrece el mercado colombiano. (Chaparro R., 2014)

En el Perú uno de los factores por los cuales los productos finales no poseen los requerimientos de calidad esperados, es debido a los recursos utilizados durante su fabricación. Entendiéndose recursos, como todos aquellos insumos, materiales y maquinarias utilizadas en el proceso productivo, el proceso de gestión de calidad en coordinación con los procesos de estandarización de procesos productivos y estandarización de productos, planteará las especificaciones de materiales, los perfiles de puesto de aquellos que estén involucrados en la producción y los estándares de desempeño de la maquinaria. (Loayza, 2015)

Esta problemática repercute en la competitividad de la organización en el ámbito donde se desenvuelve, conllevando a que no haya mejoras en el crecimiento en sus ventas, no exista fidelización de sus clientes, haya reclamos de los trabajadores, no haya mayor probabilidad de crecimiento en generar empleo, tenga menos probabilidades de sobrevivir en el mercado, entre otros.

Por ello resulta imperioso que los que están al frente de las MYPES tengan claro la implementación de políticas y lineamientos sobre la gestión de calidad en sus productos y servicios, para controlar el desenvolvimiento de los procesos y de la organización, el cumplimiento adecuado de la normativa relacionada con sus productos y servicios, mejorar la innovación y aprendizaje organizacional, para satisfacer y fidelizar a sus clientes, mejorar la imagen de sus productos y servicios, incrementar la posición competitiva de la empresa, sus posibilidades de sostenibilidad en el tiempo y su liderazgo. Asimismo, la generación de estrategias de acuerdo a sus necesidades como lo es el uso de la capacitación en el recurso humano para generar mayor productividad y competitividad frente a los retos cambiantes que trae consigo la globalización. Es así que se planteó lo siguiente:

Enunciado del problema.

¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de la capacitación del recurso humano en las MYPES del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018?

Considerando a su vez los siguientes objetivos de investigación:

Objetivo General

- ✓ Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de la capacitación del recurso humano en las MYPES del sector servicio- rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018

Objetivos Específicos

- ✓ Describir las principales características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio -rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018
- ✓ Describir las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018

- ✓ Describir las principales características de la gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018.
- ✓ Describir las principales características con el uso de la capacitación del recurso humano en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018.

Asimismo, la justificación de la investigación realizada se ha llevado a cabo desde las siguientes consideraciones:

Justificación de la investigación

Justificación Teórica: El desarrollo de la investigación tuvo como sustento la información bibliográfica actualizada, los textos y libros sobre el tema, tesis de investigación de repositorios de universidades nacionales y extranjeras, información de internet; donde se adecuaron teorías, conceptos, definiciones y normas legales.

Justificación Práctica: El resultado de la investigación ofrece información relevante a las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes, para el conocimiento de la problemática con que se desenvuelven en el mercado y la aplicación de la gestión de calidad con el uso de la capacitación del recurso humano, en beneficio de su desarrollo en el ámbito de estudio. Así mismo servirán como fuente de información a los próximos investigadores de la especialidad, que se interesen en estudiar este tema.

Justificación Metodológica: Por tratarse de una investigación con un tema distinto a los ya existentes, se elaboró instrumentos de medición, para la recolección de datos prácticos con el fin de implementar tablas y figuras para una adecuada presentación de resultados a fin de brindar una mejor interpretación de resultados y análisis correspondiente.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

Antecedentes

Antecedente Internacional

Quezada (2016) en su tesis denominada “Propuesta de un Modelo de Gestión de Calidad para la mejora de los Restaurantes de la ciudad de Ambato – Ecuador”, que tiene como objetivo general: el de proponer un modelo de calidad, para la mejora continua en la presentación de productos y servicios en los restaurantes del Cantón de Ambato. La metodología aplicada es la modalidad cualitativa, tipo de investigación descriptiva. Población: 113 restaurantes catastrados. La técnica utilizada es la encuesta. Conclusión: Luego de realizar el estudio acerca de una correcta gestión, en el campo de la industria de la restauración, se logra llegar a cierto grado de conocimiento el cual permite desarrollar una solución a dicho problema encontrado en los restaurantes del cantón de Ambato, por lo que se propone realizar un modelo de gestión P.D.C.A. mediante un diagnóstico situacional se consigue verificar en qué punto se encuentra el problema de desconocimiento de factores de calidad en los propietarios o administradores de las empresas gastronómicas de la ciudad de Ambato por lo que propone el modelo de gestión P.D.C.A. que coadyuve en la solución de los procesos de producción de empresas dedicadas a la industria de la restauración.

Ávila y Torres (2016) en su investigación denominada “*Análisis de la calidad en el servicio de las PYMES Restauranteras en Chalco, Estado de México*” cuyo objetivo general es la identificación de los factores que integran a la calidad total en el servicio de las PYMES restauranteras en el Municipio de Chalco, Estado de México para la satisfacción del cliente. El diseño metodológico utilizado es de tipo cualitativo, nivel descriptivo correlacional. Muestra: se aplicaron encuestas a 7 restaurantes, fueron dos

tipos de muestras una para los clientes, aproximadamente 20 encuestas por cada restaurante, y otra para los empleados de los mismos, 1 por cada uno de ellos, en el caso de los clientes se diseñó un cuestionario con base al modelo SERVQUAL aplicando previamente una muestra piloto para identificar las características. Se concluyó: Los restaurantes encuestados cuentan con un buen servicio y por lo tanto con una buena calidad en los alimentos que ofrecen, además tienen claro sus objetivos, sus metas, así como sus derechos y obligaciones, como participes o miembros del equipo de trabajo, tienen identificado quienes son sus clientes, implementan estrategias de venta que les permite ir mejorando como empresa, se actualizan constantemente a través de los programas que brinda el municipio y otros lo hacen a base de cursos por internet.

Torres y Moreno (2015) en su tesis denominada “Diseño e Implementación de una empresa que brinde servicio de capacitación personalizada para mejorar la calidad de servicio de alimentación para pequeños restaurantes de la zona norte, sector Kennedy de la ciudad de Guayaquil” cuyo objetivo es la fidelización a través de servicios de capacitación para garantizar el servicio de calidad, logrando rentabilidad de los principales locales de alimentación y gastronomía de la zona norte, sector Kennedy de la ciudad de Guayaquil. La Metodología aplicada es no experimental de carácter descriptivo. Recolección de datos: a través de la aplicación de encuestas dirigida a microempresas de la población del norte de la ciudad de Guayaquil. Muestra: a 52 microempresarios. Conclusiones: Las microempresas tienen la necesidad de incrementar sus opciones de ampliar su negocio en base al desarrollo en temas de innovación, siendo necesaria la capacitación grupal de diferentes tipos de negocios, entre ellos los de alimentación y servicio del sector norte de la ciudad. Las

microempresas poseen una estructura muy débil respecto a su gestión administrativa por lo que se puede afirmar la hipótesis de que es aceptable el proyecto de capacitación que permita su realce y orientación al cambio innovador en sus procesos.

Antecedente Nacional

Bedoya (2018) en su investigación titulada “Gestión de calidad en la capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio-rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017. Tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad en la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017. El diseño de la investigación fue no experimental y descriptiva. La muestra estuvo dirigida de 10 micros y pequeñas empresas de una población de 20, se les aplicó un cuestionario con 17 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Resultados: el 50% tiene de 51 a más años, el 80% son de sexo femenino, el 50% tiene el grado de instrucción secundaria, el 80% son dueños de su negocio, el 60% tiene de 7 a más años en el cargo, el 60% de las mypes tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, el 70% cuentan con 1 a 5 trabajadores, el 60% no son familiares, el 80% de las mypes se crearon para generar ganancias, el 50% conoce la técnica lluvia de ideas, el 50% tiene dificultades para la implementación de gestión de calidad, el 60% utiliza la observación para medir el rendimiento del personal, el 50% se capacita en manejo empresarial. Conclusión: los representantes de las mypes a pesar de no tener un buen grado académico optaron por crear su propio negocio y no depender de un empleador y también no cuentan con capacitaciones constantemente y pesar de ello comparten con sus colaboradores a través de lluvia de ideas para el buen manejo de manera eficiente para poder generar las ganancias

Yarlequé (2018) en su tesis denominada “Caracterización de la capacitación y la calidad de servicio al cliente de las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes del cercado de Tumbes, 2018” tuvo como objetivo general: describir las características de la capacitación y la calidad de servicio al cliente de las Mypes del sector servicio, rubro Restaurantes del cercado de Tumbes, 2018. El informe de investigación es de tipo descriptivo, nivel de investigación cuantitativo y el diseño de investigación es no experimental, de corte transversal. La población y muestra: estuvo conformada por 10 Mypes abarcando 35 trabajadores para la variable Capacitación y 68 clientes para la variable Calidad de Servicio; se les aplicó un cuestionario a través de la técnica de la encuesta. Conclusiones: La mayoría de las mypes rubro Restaurantes en el Cercado de Tumbes no realizan capacitaciones a sus trabajadores, los empleados consideran que necesitan capacitarse ya que presentan inconvenientes al momento de tomar decisiones, y de esta manera mejorar su desempeño en el trabajo en equipo, en el desarrollo de sus funciones, en las buenas Practicas y en el manejo de atención al Cliente.

Jáuregui (2017) en su tesis “Gestión de Calidad en las Micro y pequeñas Empresas del sector Servicio –Rubro Restaurantes de la Urbanización los Héroe del distrito Nuevo Chimbote 2014” cuyo objetivo, es determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro restaurantes, de la urbanización los Héroe del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. La investigación fue de diseño no experimental transversal, se escogió en forma dirigida una población muestral de 8 Micro y Pequeñas Empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 13 preguntas cerradas, a través de la técnica de la encuesta. Resultados El 100% no tienen conocimientos de técnicas de Gestión. El 100% aplican liderazgo

en su gestión. El 75 % aplican el liderazgo democrático. El 100 % no sigue un plan de negocios estratégicos. El 100% percibe que aplicar la Gestión de Calidad ayudaría a lograr objetivos. El 100% ha obtenido como resultados ofertar productos de mayor y mejor calidad. Finalmente se concluye que la mayoría del Micro y Pequeñas Empresas, son dirigidos por sus dueños, y aplican gestión de calidad, pero desconocen del tema.

Antecedente Local

Sosa (2016), en su tesis denominada “Nivel de Calidad del Restaurante Campestre Fundo Palmira distrito de Santa María 2016 según el modelo SERVQUAL” la investigación fue descriptiva de diseño no experimental y de corte transversal, tuvo como objetivo el nivel de calidad de servicio del restaurante campestre Fundo Palmira-Distrito Santa María 2016 según el modelo SERVQUAL desde la perspectiva del comensal, La población para dicho estudio estuvo conformada por 384 comensales del restaurante campestre Fundo Palmira, a quienes se les realizó una encuesta con respecto al nivel de la calidad de servicio compuesto por 35 ítems. Resultados obtenidos: los comensales se sienten conformes con el nivel de servicio brindado por parte del restaurante campestre Fundo Palmira, sin embargo, se recomiendan acciones de mejora para lograr una satisfacción total con respecto a las necesidades del cliente y así posicionar al restaurante como el mejor en el distrito de Santa María.

Bazo (2016), en su investigación denominada “Calidad del servicio al cliente y su influencia en la rentabilidad de la cevichería “D’ Astrid” del mercado modelo de Huacho, 2016 el objetivo general de la investigación fue evaluar la calidad del servicio al cliente y su implicancia en la generación de ingresos, medir el estado de la

infraestructura, se abarcó el diseño metodológico No experimental, la muestra de estudio estuvo constituida por 120 usuarios. Resultados Obtenidos: En la Cevichería D Astrid del Mercado Modelo de Huacho según el cuestionario aplicado se puede apreciar que el 58 % de los clientes son del sexo masculino, eso quiere decir que el sexo masculino es el que más predomina en el consumo de dicha cevichería. También observamos que más del 50% de consumidores son personas que tienen más de 31. Se puede apreciar también de los clientes que el 45 % está satisfecho con la calidad de la entrega del servicio y que el 52% piensa que la relación que existe entre cantidad/precio es buena. Se puede apreciar que el 61 % de los clientes piensa que los platos marinos no son preparados y servidos en el tiempo esperado. Se observa también que 85% de los clientes manifiesta que la atención brindada es regular. La Calidad de Servicio requiere de conocer las necesidades y perspectivas del cliente, para lograr su satisfacción plena en la empresa, las características que involucra la calidad del servicio al cliente son: flexibilidad y mejora continua, orientación al trabajo y al cliente, buscar fidelizar a los clientes

Goicochea (2016), en su tesis denominada “La Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, departamento de Lima, período 2015”. Tuvo como objetivo general: determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector Servicio –rubro restaurantes del boulevard gastronómico del Distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015. La investigación fue tipo cuantitativa - nivel descriptivo, diseño no experimental transversal. Recojo de la información: se escogió una muestra poblacional de 10 MYPE en el rubro de

restaurantes del boulevard gastronómico del Distrito de Villa María del Triunfo, se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Resultados: Los representantes de las MYPE: el 100% son de nacionalidad peruana, el 80% tiene entre 31 y 50 años de edad, y el 70% son del género masculino. En cuanto a las Mypes: el 60% tiene de 7 a más años de funcionamiento en el mercado, y el 60% tiene de 1 a 4 trabajadores. Respecto a la gestión de calidad: 80,0 % de la población encuestada, aseguran que, sí tienen conocimiento sobre el significado de gestión de calidad mientras, que el 10,0 % no tienen conocimiento del significado de gestión de calidad, también se obtuvo que el 30 % de la población, desarrolla políticas de calidad en el restaurante; mientras que el 70% no desarrolla políticas de calidad.

Bases teóricas de la investigación

Gestión de Calidad

Según Udaondo (1992) Debe entenderse por gestión de calidad el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad; incorporándolo por tanto al proceso de gestión, que es como traducimos el término inglés “managemet”, que alude a dirección, gobierno y coordinación de actividades.

De este modo, una posible definición de gestión de calidad sería el modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función de calidad con vistas a su mejora permanente.

Así pues, mediante la gestión de calidad, la gerencia participa en la definición, análisis y garantía de los productos y servicios ofertados por la empresa, interviniendo y haciendo que se realicen los siguientes tipos de actuaciones:

- Definir los objetivos de calidad, aunando para ello los intereses de la empresa con las necesidades de los clientes.

- Conseguir que los productos o servicios estén conformes con dichos objetivos, facilitando todos los medios necesarios para lograrlo
- Evaluar y vigilar que se alcanza la calidad deseada
- Mejorarla continuamente, convirtiendo los objetivos y la consecución de la calidad en un proceso dinámico que evoluciona de modo permanente, de acuerdo a las exigencias del mercado.

Principios de la Gestión de Calidad

Según Cortés (2017) El sistema de gestión de calidad se encuentra enmarcado en siete principios fundamentales:

- ✓ **Enfoque al cliente** “Las organizaciones dependen de sus clientes por lo que deberían comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requisitos y esforzarse en exceder sus expectativas”. Es por eso que se le da prioridad a este principio, ya que el cliente representa ganancias y más trabajo para las organizaciones. Además, la disponibilidad de recursos centrados en cumplir con la satisfacción del cliente produce un alto grado de eficiencia, lo cual representa una ventaja para la organización y una fidelización del cliente.
- ✓ **Liderazgo** “Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización”. Es por eso que las organizaciones necesitan líderes que muevan masas, es decir, que sus ideologías deben traer beneficios para todos.
- ✓ **Compromiso de las personas** El compromiso de las personas que están involucradas en una organización es vital, ya que éstas son la parte más importante y posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la

organización. La participación del personal es básica para mantener en funcionamiento un sistema de gestión de calidad. Además, es del personal operario del que se pueden extraer las mejores ideas, ya que estos son los que pasan parte de su día a día con el producto o servicio que la organización ofrece.

- ✓ **Enfoque a procesos** “Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso”. Por eso, la organización debe estructurarse mediante procesos y marcar objetivos para cada uno de ellos. Para llevar a cabo un buen control, las grandes empresas deberían subdividirse en varios procesos, lo cual les facilitará una mejor organización global de la misma. Una buena gestión de los equipos, instalaciones e infraestructuras nos ayuda a analizar los costes y eliminar aquellos que sean inútiles, como, por ejemplo, disminuyendo los tiempos de máquinas o alargando el ciclo de vida de los equipos. Además, con una buena planificación, se alcanzan mejor los resultados. El sistema de gestión basado en los procesos y la mejora continua orientada directamente hacia la identificación de las oportunidades de mejora.
- ✓ **Mejora** “La mejora continua del desempeño global de la organización debe ser un objetivo permanente”. Se trata de algo intangible que la organización debe comprender para poder darle valor agregado, es decir, mejorar de forma interminable, sin estancarse. Podemos encontrar dos tipos de mejora, la primera, mediante un avance tecnológico y, la segunda, mediante la mejora de todo el proceso productivo. Alcanzar los mejores resultados no es labor de un día, sino que se trata de proceso progresivo en el que no puede haber retrocesos. Sin mejora continua no se puede garantizar un nivel de calidad ni tomar decisiones

acertadas ni cumplir las metas y objetivos. Con la mejora continua, las organizaciones pueden situarse en primera línea de competencia.

- ✓ **Toma de decisiones basadas en la evidencia** “Las decisiones deben basarse, en la medida de lo posible, en el análisis de datos y a partir de la mejor información”. Toda decisión que impacte a la calidad del producto debe ser tomada ante un hecho previo que garantice o reduzca la posibilidad de un error. Las ventajas para la organización son que la toma de decisiones basada en informaciones veraces y evidenciables la conducirá por el buen camino de la calidad. Además, demuestra que las posibilidades y oportunidades existentes son canalizadas hacia su realización de forma eficaz.
- ✓ **Gestión de las relaciones** La organización es interdependiente de sus clientes y proveedores, por lo que una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de todos para crear valor. El cliente no se conforma con que una organización esté certificada, sino que requiere que los proveedores también cumplan con esta certificación, lo cual indica que la materia prima con la que se realiza el producto o servicio final es de calidad y cumple con los requisitos del cliente directo. La ventaja para la organización es que fomenta la creación de valor añadido, provoca un entendimiento claro de las necesidades y expectativas del cliente y consigue una reducción de tiempos, costes y recursos junto a un aumento de la rentabilidad en los resultados.

En resumen, el uso de estos siete principios de gestión para una organización dará como resultado beneficios para todas las partes interesadas, así como, una mejora en la rentabilidad, la creación de valor y el incremento de la estabilidad.

Procesos de la Gestión de Calidad

Según Nicolau (1996) La gestión de la calidad se realiza por medio del uso de estos tres procesos:

- 1. Planificación de la Calidad:** Es la actividad para desarrollar los productos y procesos requeridos para satisfacer las necesidades de los clientes. Comprende una serie de pasos universales que se pueden resumir de la manera siguiente:
 - Fijar los objetivos de la calidad
 - Identificar a los clientes (los que serán afectados por los esfuerzos por cumplir los objetivos)
 - Determinar las necesidades de los clientes
 - Desarrollar características del producto que respondan a las necesidades de los clientes.
 - Desarrollar procesos que sean capaces de producir esas características.
 - Establecer controles de proceso, y transferir los planes resultantes a las fuerzas operativas

- 2. Control de la Calidad:** Este proceso consta de los pasos siguientes:
 - Evaluar el comportamiento de la calidad real
 - Comparar el comportamiento real con los objetivos de la calidad.
 - Actuar sobre las diferencias.

- 3. Mejora de la Calidad:** Este proceso es el medio de elevar el comportamiento de la calidad hasta unos niveles sin precedentes (“avances”). La metodología consta de una serie de pasos universales:
 - Establecer la infraestructura necesaria para asegurar la mejora anual de la calidad

- Crear, para cada proyecto, un equipo que tenga la responsabilidad clara de dirigir el proyecto hacia un fin satisfactorio.
- Proporcionar los recursos, la motivación y la formación necesaria para que los equipos: Diagnostiquen las causas, fomenten el establecimiento de remedios, establezcan controles para que perduren los logros.

Gestión de Calidad Total (GCT)

Según Cuatrecasas y González (2017) La calidad se extiende a toda la empresa en su crecimiento conceptual y en sus objetivos. No se considera solo como una característica de los productos o servicios, sino que alcanza el nivel de estrategia global de la empresa. La calidad se convierte en “calidad total”, que abarca no solo productos, sino a los recursos humanos, a los procesos, a los medios de producción, a los métodos, a la organización, etc., en definitiva, se convierte en un concepto que engloba toda la empresa y que involucra a todos los estamentos y áreas de la misma, incluyendo a la alta dirección, cuyo papel de líder activo en la motivación de las personas y consecución de los objetivos será fundamental. En este entorno surge la gestión de la calidad total como una nueva revolución o filosofía de gestión en busca de la ventaja competitiva y la satisfacción plena de las necesidades y expectativas de los clientes. Se ponen en práctica aspectos como la mejora continua, círculos de calidad, el trabajo en equipo, la flexibilidad de procesos y productos, automantenimiento, etc., la calidad se convierte en uno de los factores estratégicos para la gestión de una empresa

Características determinantes de la calidad y su gestión

Según Cuatrecasas (2017) deben establecerse como características del sistema de calidad, pautas de actuación u objetivos que alcanzar.

- **Establecimiento de la calidad y su nivel:** Ante todo el nivel de calidad y los requerimientos del producto o servicio los establece y define el cliente. El que decide si el producto o servicio es adecuado y verifica si el cumplimiento de las características satisface sus necesidades es el propio cliente. Por tanto, la empresa ha de captar su confianza ofreciéndole la calidad que desea. Se debe tratar de comprender y determinar los criterios y valoraciones que tiene el cliente, saber escucharle en todo momento y actuar con consecuencia.
- **El Liderazgo activo de la Dirección:** La aportación de la dirección es fundamental en la implantación efectiva de la calidad. La gestión de la calidad debe de contar con todo el apoyo y liderazgo de la alta dirección y esta, a su vez, debe implicarse practicando con el ejemplo en la consecución de los objetivos de la calidad en forma activa y constante. En el marco de este liderazgo es aconsejable un estilo de gestión participativa que promueva un consenso en la toma de decisiones, con la implicancia de todos los participantes.
- **Ventaja Competitiva:** La calidad constituye un factor básico para poder obtener ventaja competitiva. La empresa debe adoptar una estrategia que persiga la calidad en todos sus productos, procesos y servicios que la diferencia del resto de la competencia y le permita afrontar los nuevos retos desde una posición de privilegio. La consecución de esta ventaja es fundamental para el crecimiento de la empresa y es uno de los objetivos principales de cualquier empresa en la actualidad.

- **Implicación de todos los recursos humanos:** Para aplicar una gestión estratégica basado en la calidad es necesario que toda la organización, comenzando desde la alta dirección y terminando por el último operario, este involucrada y participe del proyecto común, por ese motivo los recursos humanos representan un papel esencial en el desarrollo y obtención de los objetivos de calidad. Será imposible llevar a cabo tales objetivos de calidad marcados si no existe una clara motivación de todos los estamentos que forman la organización de la empresa, con entusiasmo y con la convicción plena que es la mejor forma para satisfacer plenamente a todos los clientes y alcanzar el grado de excelencia.
- **Los proveedores:** El papel que desempeñan resulta fundamental para que la aplicación de la calidad llegue a realizarse de forma efectiva. Los proveedores constituyen el primer eslabón de la cadena y sobre ellos habrá que actuar para obtener la calidad desde el origen. Debe existir un compromiso de calidad para que los objetivos sean comunes. La calidad de nuestros productos no depende exclusivamente de nuestra organización, sino que vendrá supeditada al nivel que presente la misma en los suministros de los proveedores. Es muy importante trabajar conjuntamente con ellos de forma que asuman la responsabilidad de proporcionar los niveles de calidad que tenga por objetivo nuestra empresa o nuestros clientes.
- **Ética de la Calidad:** Existen una serie de preceptos o actitudes positivas que constituyen la ética de la calidad, algunos de los cuales se enumeran a continuación.
 - Hacerlo bien desde el principio. Es el camino más rápido, efectivo y económico para lograr la calidad.

- Prevenir la aparición de los fallos. Se han de analizar las causas de los defectos antes de que lleguen a producirse, con los que disminuyen los costes y esfuerzos para tratar de solucionarlos.
- Apreciar y resaltar el aspecto positivo y educativo que aportan los defectos como forma de aprender y avanzar. Hay que evitar buscar culpables y dedicarse a hallar la forma de que no vuelvan a ocurrir tales defectos.
- Ante los errores repetitivos, resulta más efectiva una información adecuada y objetiva que una amonestación o crítica.
- La calidad persigue la satisfacción plena de los consumidores. Un exceso de calidad sobre el nivel requerido puede no ser apreciado y resultar costoso.
- La calidad debe implicar un clima de sensibilidad y preocupación en la empresa por el entorno social y medioambiental.

Principales Enfoques en la Gestión de Calidad

Según Miranda (2007) son cuatro grandes enfoques que suelen considerarse en la gestión de la calidad: inspección, control de calidad, aseguramiento de la calidad y gestión de la calidad total. Cada enfoque se amplía con los planteamientos del anterior, sin que se produzcan rupturas e incluso siendo posible la aplicación de prácticas de dos enfoques. De hecho, en la actualidad es posible encontrar empresas que pueden encuadrarse en cada una de las cuatro categorías.

- **Inspección:** Entendida como el examen cuyo propósito es conseguir medir ciertas características o identificar defectos del producto. Este enfoque apuesta por una revisión o inspección 100% del producto final, desechando aquellos productos no conformes a las especificaciones, pero sin ningún tipo de actividad de prevención, ni planes de mejora.

- **Control de calidad:** A medida que el volumen de producción y el grado de complejidad de los productos se incrementaba, la inspección 100% de los productos resultaba mucho más complicada y mucho más costosa, lo que condujo a la aparición de un nuevo enfoque: el control de calidad, en el que se recurrió a técnicas estadísticas basadas en el muestreo.

W Shewhart, ingeniero de la Bell Telephone, desarrollo en 1924 los conceptos básicos de control estadístico de la calidad. La variabilidad es inherente a la producción industrial, aunque dicha variabilidad puede ser controlada mediante el empleo de técnicas estadísticas. No se trata de eliminar la variabilidad, sino de diferenciar entre variaciones aceptables o comunes y variaciones especiales o que indican la presencia de algún tipo de fallo o desajuste. La importancia de este control estadístico es tal que Deming afirma que “sin control estadístico el proceso estaba en un caos inestable...enmascaraba cualquier intento de realizar mejoras”

El concepto de control es el de mantener un proceso en su estado planificado, de forma que siga siendo capaz de cumplir los objetivos establecidos. Se extiende además desde el producto final a todos los procesos y a toda la organización en general.

- **Aseguramiento de la calidad:** Se trata de un planteamiento empresarial de carácter preventivo que tiene como finalidad comprobar que se realizan todas a las actividades satisfactoriamente de modo que el producto resultante sea adecuado, sobrepasando al departamento de calidad e involucrando a toda la organización.

El concepto de aseguramiento de calidad, incluye al de control de calidad, completándolo con la prevención, para evitar que los fallos lleguen a producirse. Según Garvín el aseguramiento llevó a la calidad desde una perspectiva muy estrecha, totalmente en manos de especialistas (los inspectores de calidad) a otra

mucho más amplia, que incluía una gestión mucho más extensa, analizando las implicaciones de la calidad en trabajadores, dirección y, por supuesto en los clientes.

Puede definirse como un sistema que pone el énfasis en los productos, desde su diseño hasta el momento de su envío al cliente y concentra sus esfuerzos en la definición de proceso y actividades que permiten la obtención de productos conforme a unas especificaciones

- **Gestión de la Calidad total** La introducción a la gestión de la calidad total implica la comprensión y la implantación de un conjunto de principios y conceptos de gestión en todos y cada uno de los diferentes niveles y actividades de la organización.

Los principios sobre los que se fundamenta la Gestión de Calidad Total son los tres siguientes: Enfoque sobre los clientes, Participación y Trabajo en Equipo y la mejora continua como estrategia general.

Una infraestructura organizacional integrada, donde los elementos principales son: El liderazgo, la planificación estratégica, la gestión de los recursos, la gestión de la información, la gestión de los procesos y la gestión de los proveedores.

Técnicas de la Gestión de Calidad

Según Miranda, Chamorro y Rubio (2007), se tiene las siguientes técnicas de la Gestión de Calidad:

AMFE

El AMFE (Análisis Modal de Fallos y Efectos) es una herramienta que permite identificar las variables significativas de un proceso o producto para poder establecer las acciones correctoras necesarias, con lo que se previenen los posibles fallos y se

evita que lleguen al cliente productos defectuosos. Por tanto, la metodología AMFE está orientada a maximizar la satisfacción del cliente gracias a la eliminación -o minimización- de posibles problemas.

El AMFE, en lo que atañe al proceso de diseño de un producto, es de aplicación durante las fases de diseño conceptual, desarrollo y proceso de producción. En ellas se complementa con otras herramientas de calidad como pueden ser la QFD o el Benchmarking, entre otras.

Balanced Scorecard

Desarrollada por los profesores Kaplan y Norton en 1992, el Balanced Scorecard – BSC (Cuadro de Mando Integral) se caracteriza por medir los factores financieros y no financieros del estado de resultados de la empresa. Otra característica es que permite que exista comunicación entre los gerentes y los empleados de la empresa y ayuda a entender cómo y en qué medida estos últimos impactan en los resultados del negocio.

Con el BSC se reorienta el sistema gerencial y se enlaza la estrategia a corto y a largo plazo, vinculando cuatro procesos: Financiero, Clientes, Procesos Internos y Aprendizaje Organizacional. Los resultados finales se traducen en logros financieros que suponen la maximización del valor creado por la corporación para sus accionistas.

Todo lo que ocurre en la organización afecta a los resultados financieros, por lo cual es necesario medir todos los elementos para dirigir el desempeño financiero.

Benchmarking

Benchmarking es un proceso continuo que consiste en comparar y medir los procesos internos de una organización con los de otra con mejores resultados. Es una herramienta para mejorar las prácticas de un negocio y, por ende, su competitividad.

El Benchmarking involucra a dos organizaciones que deciden compartir información referente a los procesos fundamentales necesarios para diseñar, fabricar y distribuir su producto. Como resultado de esta colaboración, se ayuda a establecer dónde es necesario asignar recursos para la mejora. En cualquier caso, los participantes tienen total libertad para no facilitar la información que consideren privada.

Brainstorming

El Brainstorming o Tormenta de Ideas es una técnica de trabajo en grupo con la que se pretende obtener el mayor número de ideas a cuestiones planteadas, aprovechando la capacidad creativa de las personas. Las ideas que surgen de estas reuniones deben ser estructuradas y analizadas a posteriori utilizando otras herramientas de mejora.

La efectividad del Brainstorming viene condicionada por unos requisitos imprescindibles como son que el número de participantes oscile entre 3 y 8; que la cuestión planteada sea conocida y comprendida por todos; que todas las sugerencias se anoten; y que todos los participantes tengan las mismas oportunidades para expresarse, entre otros.

Círculos de calidad

Un Círculo de Calidad es un grupo reducido de personas que se reúnen voluntaria y periódicamente para detectar los errores que se producen en la empresa, analizarlos y buscar las soluciones apropiadas a los problemas que surgen en su área de trabajo.

Los Círculos de Calidad favorecen que los trabajadores compartan con la administración la responsabilidad de definir y resolver problemas de coordinación, productividad y por supuesto de calidad. Adicionalmente, propician la integración y el involucramiento del personal de la empresa con el objetivo de mejorar, ya sea productos o procesos.

Diagrama de flujo

Los Diagramas de Flujo son muy eficaces para describir gráficamente tanto el funcionamiento como la estructura de los procesos y/o sistemas de una organización, sus fases y relaciones entre sus componentes, ofreciendo una visión global de todos ellos.

Gracias a los Diagramas de Flujo se puede identificar claramente un proceso, describiendo la trayectoria que sigue un producto o servicio, así como las personas y recursos que lo constituyen.

Diagrama de ishikawa

También conocido como Diagrama Causa-Efecto, el Diagrama de Ishikawa es una herramienta que ilustra gráficamente las relaciones entre un efecto (resultado) y sus causas (factores), ayudando a identificar, clasificar y evidenciar posibles causas, tanto de problemas específicos como de características de calidad.

Entre las ventajas que ofrece, el Diagrama de Ishikawa permite concentrarse en el contenido del problema, al margen de los intereses personales que pudieran tener los integrantes del grupo, y estimula la participación de cada uno de ellos, con lo que se obtiene mayor provecho de los conocimientos individuales de cada miembro del equipo sobre el proceso.

Diagrama de Pareto

El Diagrama de Pareto es un sencillo y gráfico método de análisis que permite distinguir entre las causas de un problema las que son más importantes de las más triviales. De esta forma los esfuerzos pueden concentrarse en las causas que tendrán mayor impacto una vez que se hayan resuelto, además de dar una visión rápida de la importancia relativa de los problemas.

Con este método se puede determinar la causa clave de un problema -aislándola de otras de menor importancia- y contrastar la efectividad de las mejoras obtenidas comparándolas con diagramas de distintos momentos. El Diagrama de Pareto puede utilizarse para investigar tanto efectos como causas.

Histogramas

Los Histogramas son conocidos también como Diagramas de Distribución de Frecuencias. Consisten en representaciones gráficas de una distribución de frecuencias de una variable continua por medio de barras verticales, cada una de las cuales refleja un intervalo.

Suelen utilizarse para evaluar la eficacia de las medidas de mejora implantadas o para comprobar el grado de cumplimiento de las especificaciones de los límites determinados en los resultados de los procesos, entre otros.

QFD

QFD (Quality Function Deployment – Despliegue Funcional de la Calidad) es una metodología que permite identificar y trasladar la información obtenida del cliente y convertirla en requisito del producto. Las expectativas del cliente serán las que marquen todo el proceso creativo: se debe de traducir la “voz del cliente” al lenguaje técnico.

Esta metodología enlaza las tareas de las distintas áreas de la empresa implicadas en el ciclo productivo, exigiendo, por tanto, su participación. Las capacidades y conocimientos de cada una de ellas se coordinan para lograr la mejor interpretación de las exigencias del cliente y el producto.

Seis sigma

Seis Sigma nació a mediados de los años 80 en EE.UU. como una iniciativa de la firma Motorola para hacer frente a la competencia de la industria japonesa.

Se trata de una metodología que permite una reducción drástica de los defectos en el producto a través del seguimiento diario de todas las actividades de la empresa, que permite minimizar sus desperdicios e incrementar la satisfacción de los clientes. Básicamente consiste en un proceso de hacerse preguntas cuyas respuestas, tangibles y cuantificables, producirán al final unos resultados rentables.

Seis Sigma produce resultados financieros superiores, usando estrategias de negocio que además de revivir a las compañías les permiten posicionarse a la cabeza de sus competidores en ganancias económicas. La implantación de esta filosofía reporta resultados espectaculares en el ahorro de costes, crecimiento de las ventas, aumento de los beneficios y la productividad, fidelización de los clientes.

Además de Motorola, innumerables empresas de todos los sectores y tamaños han visto mejorados notablemente sus resultados financieros después de implantar la cultura Seis Sigma.

Ciclo de Deming

Según González y Arciniegas (2016) la metodología conocida como PHVA (Planificar- Hacer – Verificar – Actuar) o ciclo de Deming, es utilizada modernamente, tanto en el diseño como en el desarrollo e implementación de sistemas de gestión de calidad. Durante la etapa del mejoramiento continuo, el PHVA se constituye en la herramienta por excelencia para el análisis, seguimiento y mejora de los procesos y del sistema.

En términos generales la metodología PHVA se puede describir como la aplicación de la teoría de control a los procesos y sistemas administrativos. Los componentes del ciclo son:

- ✓ **Planificar** : Establecer los objetivos y los procesos necesarios para conseguir resultados de acuerdo con los requisitos del cliente, siguiendo las políticas establecidas por la organización
- ✓ **Hacer**: Consiste en la parte operativa del sistema, es decir, su implementación y desarrollo.
- ✓ **Verificar**: Seguimiento y medición de los procesos y de los productos para comparar los resultados con los objetivos planeados. Esta verificación se realiza por medio de los indicadores de desempeño y tiene su correspondencia dentro de la norma con los aspectos relacionados con las auditorías internas
- ✓ **Actuar**: Sobre las diferencia entre los resultados y los objetivos planeados, ya sea para corregir o eliminar las causas de las desviaciones, o para tomar acciones para mejorar continuamente el desempeño del sistema

ISO 9001 -2015

Según Cortés (2017) denominada “sistema de gestión de la calidad”, que especifica los requisitos que un sistema de gestión de la calidad debe cumplir en una organización para que esta pueda demostrar su habilidad para proporcionar los productos adecuados que satisfagan las necesidades y expectativas de todas las partes interesadas.

La norma ISO 9001-2015, ha tenido respecto a su antecesora un cambio en la estructura. Las tres primeras cláusulas de la norma se han mantenido (Alcance, Normas de referencias, Términos y definiciones). sin embargo, el resto de contenido se ha distribuido en siete cláusulas (contexto de la organización, Liderazgo, Planificación, Soporte, Operación, Cumplimiento –Evaluación y Mejora).

La implantación de un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001-2015, les brinda a las organizaciones los siguientes beneficios:

- La capacidad de proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y las normas y reglamentos aplicables.
- Facilitar oportunidades asociadas con su contexto y objetivos.
- Abordar los riesgos y oportunidades asociadas con su contexto y objetivos.
- La capacidad de demostrar la conformidad con requisitos del sistema de gestión de la calidad especificados.

Capacitación del Recurso Humano

Según, Chiavenato (2007) La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos. La capacitación entraña la transmisión de conocimientos

específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, así como desarrollo de habilidades y competencias. Una tarea cualquiera, sea compleja o simple, involucra estos tres aspectos. Dentro de una concepción más limitada, Flippo explica que la “capacitación es el acto de aumentar el conocimiento y la pericia de un empleado para el desempeño de determinado puesto o trabajo”. McGehee subraya que “capacitación significa educación especializada. Comprende todas las actividades, que van desde adquirir una habilidad motora hasta proporcionar conocimientos técnicos, desarrollar habilidades administrativas y actitudes ante problemas sociales”. Según el National Industrial Conference Board de Estados Unidos, la finalidad de la capacitación es ayudar a los empleados de todos los niveles a alcanzar los objetivos de la empresa, al proporcionarles la posibilidad de adquirir el conocimiento, la práctica y la conducta requeridos por la organización.

Contenido de la Capacitación

Según, Chiavenato (2007) El contenido de la capacitación puede incluir cuatro formas de cambio de la conducta, a saber:

1. **Transmisión de información:** el contenido es el elemento esencial de muchos programas de capacitación, es decir, la información que se imparte entre los educandos en forma de un conjunto de conocimientos. Normalmente, la información es general, preferentemente sobre el trabajo, como información respecto a la empresa, sus productos y servicios, su organización y políticas, las reglas y los reglamentos, etc. También puede involucrar la transmisión de nuevos conocimientos.
2. **Desarrollo de habilidades:** sobre todo, las habilidades, las destrezas y los conocimientos que están directamente relacionados con el desempeño del puesto

presente o de posibles funciones futuras. Se trata de una capacitación orientada directamente hacia las tareas y las operaciones que serán realizadas.

3. **Desarrollo o modificación de actitudes:** se busca generalmente la modificación de actitudes negativas de los trabajadores para convertirlas en otras más favorables, como aumentar la motivación o desarrollar la sensibilidad del personal de gerencia y de supervisión en cuanto a los sentimientos y las reacciones de las personas. Puede involucrar la adquisición de nuevos hábitos y actitudes, sobre todo en relación con los clientes o usuarios (como en el caso de la capacitación de vendedores, cajeros, etc.) o técnicas de ventas.
4. **Desarrollo de conceptos:** la capacitación puede estar dirigida a elevar la capacidad de abstracción y la concepción de ideas y filosofías, sea para facilitar la aplicación de conceptos en la práctica de la administración, sea para elevar el nivel de generalización para desarrollar gerentes que puedan pensar en términos globales y amplios.

Objetivos de la Capacitación

Según, Chiavenato (2007) Los principales objetivos de la capacitación son:

1. Preparar a las personas para la realización inmediata de diversas tareas del puesto.
2. Brindar oportunidades para el desarrollo personal continuo y no sólo en sus puestos actuales, sino también para otras funciones más complejas y elevadas.
3. Cambiar la actitud de las personas, sea para crear un clima más satisfactorio entre ellas o para aumentarles la motivación y volverlas más receptivas a las nuevas tendencias de la administración.

Propósito de la capacitación

Según, Silíceo (2006) Existe propósitos fundamentales que debe perseguir la capacitación, como son:

1. Crear, difundir, reforzar, mantener y actualizar la cultura y valores de la organización

El éxito en la realización de estas cinco tareas, dependerá del grado de sensibilización, concientización, comprensión y modelaje que se haga del código de valores corporativos. No existe un vehículo que históricamente haya mostrado mejores resultados que los procesos educativos.

2. Clarificar, apoyar y consolidar los cambios organizacionales

Las técnicas educativas modernas y la psicología humanista aplicadas a la vida de las organizaciones, han dejado claro que el cambio de conducta del capacitado, es indicador indiscutible de la efectividad en el aprendizaje. Los verdaderos cambios de actitud en sentido evolutivo logrados invariablemente mediante procesos educativos son requisito indispensable y plataforma básica para asegurar cambios en las organizaciones. Ante la permanencia del cambio en nuestro entorno, este segundo propósito constituye una aplicación de gran demanda y actualidad.

3. Elevar la calidad del desempeño

Identificar los casos de insuficiencia en los estándares de desempeño individual por falta de conocimientos y habilidades, significa haber detectado una de las más importantes prioridades de capacitación técnica, humana o administrativa. Sin embargo, habrá de tenerse presente que no todos los problemas de ineficacia encontrarán su solución vía capacitación y que, en algunos casos, los problemas de desempeño deficiente requerirán que la capacitación se dirija a los niveles

superiores del empleado en quien se manifiesta la dificultad, pues la inhabilidad directiva es indiscutible generadora de problemas de desempeño. Casos de actuación deficiente respecto de los estándares, pueden presentarse igualmente en el personal de reciente ingreso a la empresa y o al puesto, como en individuos con un periodo razonablemente largo en el puesto.

4. Resolver Problemas

La alta dirección enfrenta cada día la necesidad de lograr metas trascendentes con altos niveles de excelencia en medios de diversas dificultades financieras, administrativas, tecnológicas y humanas. Si bien los problemas organizacionales son dirigidos en muy diferentes sentidos, el adiestramiento y la capacitación constituyen un eficaz proceso de apoyo para dar solución a muchos de ellos. La educación organizacional, en sus diferentes formas, sumada a los programas de extensión universitaria y a los planes de asistencia profesional formal conducidos por el consultor externo, representan una invaluable ayuda para que el personal vaya resolviendo sus problemas y mejorando su efectividad.

5. Habilitar para una promoción

El concepto de desarrollo y planeación de carrera dentro de una empresa es práctica directiva que atrae y motiva al personal a permanecer dentro de ella. Cuando esta práctica se realiza sistemáticamente, se apoya en programas de capacitación que permiten que la política de promociones sea una realidad al habilitar íntegramente al individuo para recorrer exitosamente el camino desde el puesto actual hacia otros de mayor categoría y que implican mayor responsabilidad. Este punto es de vital importancia pues al contar con una filosofía incompleta de desarrollo personal, que no considera al proceso de capacitación como parte integrante de su política, hará que se pierda personal

valioso con el consecuente daño a la continuidad operativa y productiva de los demás miembros de la organización.

6. Inducción y Orientación del nuevo personal de la empresa

Las primeras impresiones que un empleado o trabajador obtenga de su empresa, habrán de tener un fuerte impacto en su productividad y actitud hacia el trabajo y hacia la propia organización. La alta dirección y relaciones industriales asegurarán que exista un programa sistemático que permita al nuevo colaborador conocer y entender cuestiones como: Historia de la empresa, misión valores y filosofía, sus instalaciones, los miembros del grupo ejecutivo, las expectativas de la empresa respecto del personal, los procesos productivos y productos mismos, el mercado y sistema de comercialización de la empresa, entre otros.

7. Actualizar conocimientos y habilidades

Un constante reto directivo consiste en estar alerta de nuevas tecnologías y métodos para hacer que el trabajo mejore y la organización sea más efectiva. Los cambios tecnológicos realizados en las empresas, producen a su vez modificaciones en la forma de llevar a cabo las labores, es importante entonces, que, desde el momento de planear este tipo de cambios, se consideren prácticamente las implicaciones que tendrán en materia de conocimientos y habilidades. Visualizarlo oportunamente y actuar en consecuencia, redundará en un ánimo favorecedor del cambio y se logrará una implementación eficaz y mantenimiento del mismo. Recuérdese que un gran enemigo del cambio y del desarrollo es la obsolescencia en los conocimientos y preparación del personal. La actualización es una forma no solo de desarrollo sino de supervivencia.

Ciclo de la Capacitación

Según, Chiavenato (2007) Implica un proceso de cuatro etapas, las cuales son:

1. Detección de las necesidades de capacitación:

Es la primera etapa de la capacitación y se refiere al diagnóstico preliminar que se precisa hacer. La detección de las necesidades de capacitación se puede efectuar considerando tres niveles de análisis:

- Nivel de análisis de toda la organización: el sistema organizacional.
- Nivel de análisis de los recursos humanos: el sistema de capacitación
- Nivel de análisis de las operaciones y tareas: el sistema de adquisición de adquisición de habilidades.

2. Programa de capacitación para atender las necesidades.

Después del diagnóstico, se sigue con la terapéutica, es decir la elección y la prescripción de los medios de tratamiento para sanar las necesidades señaladas o percibidas – En otras palabras, una vez efectuada la detección y determinadas las necesidades de capacitación, se pasa a preparar su programa.

El Programa de capacitación se sistematiza y sustenta en los aspectos siguientes que deben ser identificados durante la detección para poder trazar el programa de capacitación: ¿qué se debe enseñar? ¿Quién debe aprender? ¿Cuándo se debe enseñar? ¿Dónde se debe enseñar? ¿Cómo se debe enseñar? ¿Quién lo debe enseñar?

3. Implementación y realización del programa de capacitación.

Una vez diagnosticadas las necesidades y elaborado el programa de capacitación, el siguiente paso es su implementación. La implementación o realización de la

capacitación presupone el binomio formado por el instructor y aprendiz. Los aprendices son las personas situadas en un nivel jerárquico de la empresa que necesitan aprender o mejorar sus conocimientos sobre alguna actividad o trabajo. Los instructores son las personas situadas en un nivel jerárquico cualquiera de la empresa, que cuentan con experiencia o están especializadas en determinada cantidad o trabajo y que transmiten sus conocimientos a los aprendices. Así los aprendices pueden ser novatos, auxiliares, jefes o gerentes y, por otra parte, los instructores también pueden ser auxiliares, jefes o gerentes o, incluso, el personal del área de capacitación o consultores/ especialistas contratados.

La implementación de la capacitación depende de los factores siguientes:

- Adecuación del programa de capacitación a las necesidades de la organización
- La calidad del material de capacitación presentado.
- La cooperación de los gerentes y dirigentes de la empresa.
- La calidad y preparación de los instructores.
- La calidad de los aprendices.

4. Evaluación de los resultados.

La etapa final del proceso de capacitación es la evaluación de los resultados obtenidos. El programa de capacitación debe incluir la evaluación de su eficiencia, la cual debe considerar dos aspectos:

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

Soportes organizacionales relevantes que favorecen la formación - aprendizaje del capital humano

Según, Coronel (2010) Algunos de los soportes de relevancia que la organización debería desarrollar para facilitar la formación – aprendizaje del capital humano son:

1. Empresarios, directores, Gerentes con orientación al desarrollo del capital humano.
2. Existencia de una cultura organizacional ambiciosa, visiones compartidas y objetivos desafiantes.
3. Pasión por la competencia, búsqueda continua de altos estándares de calidad
4. Liderazgo participativo. Dirección por objetivos.
5. Establecimiento de sistema de evaluación de desempeño – retroalimentación para el desarrollo.
6. Planificación estratégica y operativa de la organización.
7. Existencia de planes anuales para el desarrollo del capital humano.
8. Asignación de un presupuesto respetable destinado al desarrollo del capital humano.
9. Valoración y reconocimiento de la organización a la formación visto como criterio clave de selección, ascensos y para ofrecimiento de oportunidades laborales.

Métodos de Capacitación

Según, Dessler (2009) Hay varios métodos que los gerentes pueden utilizar para dar la capacitación:

Capacitación en la práctica: Implica que una persona aprenda un trabajo mientras lo desempeña. Todos los trabajadores, desde el empleado de la sala de correspondencia

hasta el director general, reciben capacitación en la practica cuando ingresan a una empresa. En muchas organizaciones la capacitación en la practica es la única disponible, con mucha frecuencia el gerente declara: “Este es su escritorio...empiece”

Capacitación por aprendizaje: Es un proceso mediante el cual las personas se convierten en trabajadores hábiles, generalmente gracias a la combinación de un aprendizaje formal y una capacitación en la práctica.

Capacitación para instrucción en el trabajo: Consiste en una lista de tareas básicas de cada puesto, así como los puntos clave necesarios para ofrecer a los empleados una capacitación paso por paso.

Conferencias: Las conferencias tienen varias ventajas, pues permiten presentar conocimientos de manera rápida y sencilla a grupos grandes de aprendices, como sucede cuando la fuerza de ventas necesita aprender las características de un nuevo producto. Mientras que algunas personas consideran, con razón, que las conferencias son aburridas e ineficaces, los estudios y la experiencia sugieren que de hecho pueden ser muy útiles.

Aprendizaje Programado: Método sistemático para enseñar habilidades laborales, el cual implica presentar preguntas o hechos, dejar que la persona responda y darle retroalimentación inmediata sobre la exactitud de sus respuestas. Po lo general el aprendizaje programado presenta hechos y preguntas de seguimiento paso por paso. Luego, el aprendiz puede responder y los pasos posteriores le proporcionan retroalimentación sobre la exactitud de sus respuestas. La segunda pregunta a menudo depende de la exactitud de la respuesta que el aprendiz dio a la pregunta anterior

La Capacitación basada en medios audiovisuales: Las técnicas de capacitación basada en medios audiovisuales, como DVD, películas, diapositivas de power point, videoconferencias, grabaciones de audio o de video, pueden ser muy eficaces y se

utilizan con mucha frecuencia. Los métodos audiovisuales son más costosos que las conferencias convencionales, pero cuentan con algunas ventajas como: a) cuando se tiene la necesidad de ilustrar la manera de seguir cierta secuencia a lo largo del tiempo. b) Cuando se tiene que exponer a los aprendices sucesos que no pueden demostrarse con facilidad en conferencia en vivo. c) Cuando se necesita capacitar a todos los empleados de una empresa y es demasiado costoso trasladarlo de un lugar a otro.

Capacitación Simulada: Es el método mediante el cual las personas aprenden con el equipo real o simulado que utilizarán en su trabajo, pero fuera de una situación laboral. La capacitación simulada se requiere cuando es demasiado costoso o riesgoso capacitar a los empleados en el trabajo. La capacitación simulada se puede llevar a cabo, con el mismo equipo que los aprendices utilizarán en su trabajo.

Capacitación por computadora: En este tipo de capacitación, el aprendiz utiliza sistemas interactivos de cómputo o de DVD para mejorar sus conocimientos o habilidades, los programas consisten de lecciones apoyadas con gráficos, los aprendices deben tomar decisiones para demostrar sus conocimientos.

Sistemas electrónicos de soporte del desempeño: Son conjuntos de herramientas y presentaciones computarizadas que permiten la capacitación, documentación y apoyo telefónico automatizados, los cuales integran dicha automatización en aplicaciones, además que proporcionan un apoyo más rápido, más barato y más eficaz que los métodos tradicionales.

Capacitación a distancia y por internet:

En la actualidad, las empresas utilizan varios tipos de métodos de aprendizaje a distancia para capacitar a sus empleados, los cuales van desde cursos de papel y lápiz por correspondencia, telecapacitación y videoconferencias hasta modernos programas

por internet que dictan cursos en línea, para crear aulas virtuales que son consideradas un entorno de aprendizaje que utiliza software especial de colaboración para que, por medio de sus computadoras o laptops, los aprendices a distancia participen en discusiones visuales y de audio en vivo, se comuniquen a través de texto escrito y aprendan mediante contenidos como diapositivas de PowerPoint.

Servicios

Según Fontalvo (2010) El concepto de servicios lo define Harrington J y Harrington J, S (1997), como una contribución al bienestar de los demás y mano de obra útil que nos proporciona un bien tangible. Se define a un proceso de servicios como la generación de un bien intangible que proporciona bienestar a los clientes. Por otro lado, una organización de servicios la podemos entender como aquella que, dentro de los resultados con la interacción de sus clientes, se caracteriza por desarrollar transacciones en beneficio de éstos que proporcionan conocimientos o información a sus clientes. Muchas organizaciones, aunque suministran un bien tangible, se distinguen en el mercado porque ofrecen un servicio adicional que las caracteriza (servicio intangible).

Propiedades de los servicios

Cuando se analizan procesos de servicios encontramos que éstos presentan una serie de características y propiedades entre las cuales podríamos mencionar:

- Los servicios, como mencionamos anteriormente, son intangibles.
- Los servicios se prestan por única vez.
- Los servicios se producen y consumen de forma simultánea.
- En el proceso de prestación del servicio juega un papel importante el cliente.

- Una vez prestado el servicio no se puede corregir.
- Para garantizar la calidad en la prestación del servicio hay que planificar la prestación de éste con bastante anterioridad.
- Deben establecerse responsabilidades concretas para satisfacer las características y expectativas del cliente.
- La prestación del servicio es muy personal, es decir, la calidad casi está determinada por un servicio que se presta de manera personal. La calidad en el servicio: cómo lograr la satisfacción del cliente 24
- En la prestación del servicio es difícil la estandarización, por lo cual existen muchas posibilidades de cometer errores.
- La prestación del servicio se caracteriza por transacciones directas. • En esta prestación intervienen una cantidad elevada de procesos.
- La prestación del servicio se caracteriza porque en ella se realizan muchas transacciones.
- Existe una retroalimentación directa con el cliente en el momento de la prestación del servicio.
- Muchas veces la prestación de un servicio (algo intangible) está asociado o interviene con un bien tangible.
- La prestación no adecuada del servicio determina la pérdida inmediata de un cliente.

Categoría de los servicios.

Actualmente en el sector empresarial se han gestado muchas empresas prestadoras de servicios dentro de las cuales podemos mencionar las siguientes: Servicios educativos, Servicios de salud, Servicios de hotelería, Servicios de turismo, Servicios

de transportes, Servicios de seguridad, Servicios bancarios, Servicios de envío de correos, Servicios públicos, Servicios de comunicaciones, Servicios de mantenimiento, Servicios gubernamentales, Restaurantes, Compañías de seguros etc.

Medida de la calidad del servicio

Para que las organizaciones mantengan una ventaja competitiva es necesario contar con unos indicadores que permitan establecer la medida de la calidad en los servicios suministrados. Pero medir la calidad en los servicios no es fácil, por lo que la correcta gestión de la calidad del servicio consiste en saber medirlo. Para esto es importante apoyarse permanentemente en la retroalimentación del servicio prestado.

Retroalimentación en la prestación el servicio

Las actividades en la prestación del servicio deben utilizar hoy no sólo la idea de interacción con el cliente sino también la de retroalimentación, es decir, que los procesos deben poseer una retroalimentación permanente en la que los efectos generen información sobre las causas; de esta forma existirá retroacción entre acción y conocimiento en la prestación del servicio. Lo anterior se puede aplicar en la implementación de los sistemas de gestión de la calidad.

¿Cómo medir la calidad en el servicio?

Al analizar los planteamientos de Juran encontramos que la trilogía para garantizar la calidad en el desarrollo de cualquier actividad implica planificación, control y la mejora de la calidad. En este sentido, analizaremos cómo establecer el control de la calidad en la prestación del servicio por medio de unos indicadores que permitan medir y controlar una determinada actividad relacionada con los procesos de prestación de

servicios, para lo cual es importante considerar lo que el cliente espera cuando se le presta un servicio.

A continuación, algunos criterios que se le deben cumplir al cliente en la medida que éste solicita un servicio.

- Prontitud en el servicio (porcentaje de servicios con retrasos)
- Puntualidad en la entrega (porcentaje de servicios impuntuales)
- Cumplimiento en el tiempo del ciclo del servicio (periodo promedio)
- Exactitud en el cumplimiento de los compromisos (Número de clientes a los que se les genere incumplimiento, porcentaje de clientes a los que se les genere incumplimiento)
- Cumplimiento de los requisitos del servicio adquirido (Número de clientes a los que se les incumple en los requisitos, número de quejas por incumplimiento en los requisitos, número de reclamos por incumplimiento en los requisitos)
- Relación beneficio-costos (Análisis comparativo de los costos de distintas empresas que cumplen los mismos requisitos para un servicio específico)
- Personal calificado para el servicio adquirido (Número de quejas del personal encargado que presta el servicio, número de reclamos al personal encargado que presta el servicio)
- Cumplimiento de los plazos acordados (número de contratos que incumplen los plazos acordados, porcentaje de contratos que se incumplen)
- Amabilidad y buen trato en la prestación del servicio (número de clientes insatisfechos con la atención prestada, porcentaje de clientes insatisfechos con el servicio prestado)
- Servicio asociado a lo pactado (número de clientes insatisfechos con el servicio pactado, porcentaje de clientes insatisfechos con el servicio pactado)

La Micro y Pequeñas Empresas (MYPES)

Según, Decreto Supremo N° 007-2008 TR – Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de las Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPE (2008) establece:

En el Artículo 4.- Definición de la Micro y Pequeña Empresa

La Micro y Pequeña Empresa es una 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.

En el Artículo 5.- Características de las MYPE

Las MYPE deben de reunir las siguientes características concurrentes:

Microempresa: De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña Empresa: De uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

De acuerdo a la Ley 30056 Ley que Modifica diversas Leyes para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial (2013) promueve medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial, en ese sentido dispone:

En el Artículo 11.- Modificación de los artículos 1, 5 ,14 y 42 del Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial, debiendo quedar así

En el Artículo 5.- Características de las micro, pequeñas y medianas empresas:

Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en algunas de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- **Microempresa:** Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Pequeña Empresa:** Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Mediana Empresa:** Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

Particularidades de la PYMES

Según Cleri (2007) Las PYMES son volátiles (altas tasas de nacimiento e inestabilidad), dado que las empresas nacen pequeñas (son pocas las firmas nuevas que nacen con porte voluminoso) y los decesos se producen generalmente en los primeros momentos de vida. Un corte muestra que la mayoría son jóvenes y están conducidas por sus fundadores.

El primer momento de la verdad de toda empresa es el choque de las ideas pergeñadas por su creador y el punto de vista de los clientes. Si no cuadra, se produce el deceso. Sorteado ese momento, es muy probable que la creación tenga grandes posibilidades de subsistir, salvo que se produzcan situaciones derivadas de la imposibilidad de los directivos para acompañar la evolución de la compañía, o catástrofes macroeconómicas a las que estamos acostumbrados.

La mayoría de las firmas menores son independientes (no controladas por otra entidad), aunque las pequeñas empezaron a integrarse en redes y las grandes han

abordado procesos de desmembramiento para lograr mayor velocidad o capacidad de adaptación al cambio.

Las PYMES, por lo común, son propiedad de las familias que también las gestionan.

Según Guarneros (2014) Entre las ventajas y desventajas principales que pueden ser comunes a las PYMES están las siguientes:

Ventajas

- De acuerdo a su estructura pequeña, esta permite que la empresa tenga mayor agilidad y dinamismo para adaptarse a los cambios y a las necesidades de los diferentes públicos.
- Son más fáciles de operar. Poner en marcha un cuerpo robusto, característico de las grandes empresas, siempre requiere de mayor energía y coordinación de acciones que las requeridas por un cuerpo esbelto, característico de las PYMES. Por supuesto que una cultura corporativa sólida y vigorosa facilita, como se analiza más adelante, el desplazamiento de los miembros de la organización hacia objetivos comunes del negocio.
- Pueden satisfacer aquellos públicos que no cuentan con la atención de las empresas grandes, ya sea porque no están dentro de sus objetivos de negocio o por no poseer la flexibilidad en sus estructuras para atenderlos.
- Atraen un porcentaje importante de la población económicamente activa, debido a su gran capacidad de generación de empleos.
- Asimilan y adaptan nuevas tecnologías con relativa facilidad.
- Se establecen en diversas regiones del país y contribuyen al desarrollo local y regional por sus efectos de multiplicación.

Desventajas

- Solo en pocos casos reinvierten las utilidades en la mejora de los equipos y las técnicas de producción
- Tienen dificultad para contratar personal especializado y capacitado, debido a que no pueden o no desean pagar salarios competitivos.
- En ocasiones hay poca atención en los controles de calidad; en varios casos son pasados por alto.
- No destinan gastos para la capacitación y actualización de personal; aunque cuando lo hacen, enfrentan el problema de huida de personal (muy comúnmente hacia la competencia) que ya fue capacitado.

Restaurantes

Según Sánchez (2013) Los restaurantes son establecimientos que cualquiera sea su denominación sirven al público mediante precios, comidas y bebidas, para ser consumidas en el mismo lugar o fuera de las instalaciones.

La restauración tradicional está representada por restaurantes o casas de comidas en los que la principal característica es un comedor múltiple, en el que se sirven comidas elaboradas en una cocina común. En este grupo se distinguen restaurantes de distinta categoría, como autoservicios, bar, buffets, cafeterías, pizzerías, sandwicherías, hamburgueserías, etc.

Diferencias de tipos de servicio y variedad gastronómica

- **Restaurantes Buffet:** Se fundamenta en el autoservicio, pudiendo escoger sobre una gran variedad de productos ya elaborados. Suele tener un precio fijo, adicionando de forma extraordinaria. Este tipo de establecimiento surgió en los

años 70, garantizando un servicio efectivo y cómodo, pudiendo servir de forma rápida y sencilla a grandes grupos.

- **Restaurantes de Comida Rápida:** Son establecimiento de carácter informal donde el menú se caracteriza por ofrecer alimentos simples, de fácil preparación y consumo, como por ejemplo hamburguesas, patatas fritas, pizzas o pollo.
- **Restaurantes de Alta cocina o gourmet:** Establecimiento destacados por su servicio a la carta o menú gastronómico, donde la materia prima es de primera calidad y siempre está acompañada de un servicio excelente, supervisado por un maître. El servicio, la decoración, la ambientación, comida y bebidas van a ser escogido con mucho cuidado.
- **Restaurantes Temáticos:** La oferta de este tipo de establecimientos gira en torno a un tema, por ejemplo, el rock, el futbol o el cine. También pueden caracterizarse por ofrecer como producto principal o complementario otros servicios: juegos de mesa, internet, áreas de juegos infantiles etc.
- **Restaurantes étnicos (nacionales o regionales):** Formula de restauración que se caracteriza por una oferta gastronómica propia de determinadas comarcas, regiones o países. En la mayoría de los casos se trata de ofertas gastronómicas elaboradas en gran parte con los productos de la zona en donde se encuentran y adaptadas o refinadas para los gustos del país.
- **Gastrobar:** Un restaurante bistrónomico (de bistro y económico) ofrece tapas modernas, en formas de pequeñas raciones, individuales o para compartir. La cocina moderna, regional, de cuchara, etc., es reinventada ofreciendo un menú contemporáneo, de estética minimalista al igual que sus establecimientos.

Marco Conceptual

Para una mejor comprensión de la investigación se definirá los siguientes términos básicos:

Gestión: El término gestión es utilizado para referirse al conjunto de acciones, o diligencias que permiten la realización de cualquier actividad o deseo. Dicho de otra manera, una gestión se refiere a todos aquellos trámites que se realizan con la finalidad de resolver una situación o materializar un proyecto. En el entorno empresarial o comercial, la gestión es asociada con la administración de un negocio.

Calidad: De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades

Gestión de Calidad: El término gestión de calidad tiene significados dentro de cada sector del negocio. Esta definición, que no apunta al aseguramiento de la buena calidad por la definición más general sino a garantizar que una organización o un producto sea consistente, tiene cuatro componentes:

1. Planeamiento de la calidad
2. Control de la calidad
3. Aseguramiento de la calidad
4. Mejoras en la calidad

Gestión de la Calidad Total: (TQM) es una estrategia de gestión desarrollada en las décadas de 1950 y 1960 por las industrias japonesas, a partir de las prácticas promovidas por el experto en materia de control de calidad W. Edwards Deming. La TQM está orientada a crear ciencia de calidad en todos los procesos de organización

y ha sido ampliamente utilizada en todos los sectores, desde la manufactura a la educación, el gobierno y las industrias de servicios. Se le denomina total porque concierne a la organización de la empresa globalmente considerada y a las personas que trabajan en ella.

Capacitación: Se define como el conjunto de actividades didácticas, orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal que labora en una empresa. La capacitación les permite a los trabajadores poder tener un mejor desempeño en sus actuales y futuros cargos, adaptándose a las exigencias cambiantes del entorno.

Recursos Humanos: Es el conjunto de los empleados o colaboradores que forman parte de una empresa o institución. Es uno de los capitales más importantes ya que son los responsables de la realización y desarrollo de las actividades que se necesitan para que la empresa tenga una buena conducción.

Mypes: La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación peruana vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Rubro: El término rubro se refiere de manera abstracta y general a un título o rótulo que se utiliza para reunir en la misma categoría de una clasificación a una serie de objetos, lugares, actividades, cosas, etc., que tienen ciertas características en común. De forma más específica, se denomina rubro económico o comercial a la agrupación de diversas actividades económicas en una misma categoría.

Servicio: Un servicio tiene como resultado llevar a cabo al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente, donde el servicio generalmente es intangible.

La prestación de un servicio puede implicar:

- ✓ Una actividad realizada sobre un producto tangible suministrado por el cliente. (por ejemplo, reparación de un automóvil)
- ✓ Una actividad realizada sobre un producto intangible suministrado por el cliente. (por ejemplo, la declaración de ingresos necesaria para preparar la devolución de los impuestos)
- ✓ La entrega de un producto intangible (por ejemplo, la entrega de información en el contexto de la transmisión de conocimiento)
- ✓ La creación de una ambientación para el cliente (por ejemplo, en restaurantes y hoteles)

Restaurante: Un restaurante o restorán es un establecimiento comercial, en el mayor de los casos públicos, donde se paga por la comida y bebida para ser consumidas en el mismo local. Hoy en día existe una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina.

Cliente: Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

Normas ISO 9001: constituye uno de los sistemas de gestión más implantados hoy día en las organizaciones globalmente hablando. Esta familia de normas estandariza los sistemas de gestión de la calidad, proporcionando una base consolidada de actuación en relación con la gestión de la calidad a nivel internacional, con las consabidas ventajas para las organizaciones que deciden su aplicación.

Satisfacción del cliente: Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos.

III. METODOLOGIA

3.1. Diseño de la investigación.

El diseño de la investigación utilizado es no experimental – Transversal.

No experimental porque se observaron los fenómenos tal como se dan en un contexto natural sin ningún tipo de modificaciones para posteriormente analizarlos y de corte **transversal** ya que se recolectó datos en un solo momento, en un tiempo determinado conocido. Se describe variables y analiza su incidencia e interrelación en un momento determinado. Hernández, Fernández y Baptista (2010).

El tipo de investigación

Se aplicó en la investigación el enfoque cuantitativo, porque para el procesamiento y análisis de la información se utilizó la matemática y técnicas estadísticas, asimismo se recurrió a instrumentos de recolección de información y medición de variable (Lerma, 2016).

Nivel de la investigación de la tesis

De acuerdo al grado de profundidad con que se abordó el objeto de estudio fue **descriptivo** tal como lo definen Hernández, et al. (2010). “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se ha sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar”. En el presente estudio se describió las características más importantes de la gestión de calidad con el uso de la capacitación en el recurso humano y de las micro y pequeñas empresas.

3.2. Población y Muestra.

El Universo/Población.

En el distrito de Huacho, el comercio es uno de los principales medios de actividad económica de la jurisdicción, es por ello que la presente investigación se orientó a las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro restaurantes con la finalidad de brindar alternativas de solución que coadyuven a sobreponer las falencias o dificultades que presentan en su gestión empresarial a nivel de la gestión de calidad con el uso de la capacitación del recurso humano del servicio que brindan. El distrito de Huacho está conformado por 510 Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, según reporte de la Municipalidad Provincial de Huaura.

Según, Moreno, G. (2000) cuando se habla de la población en estudio, la idea está asociada a aquel conjunto de individuos, grupos, instituciones, etc., que por tener determinadas características, han sido seleccionadas por el investigador como unidades de análisis en relación con las cuales se estudiará la acción, el comportamiento o los efectos de las variables de interés. Al término de la investigación, los resultados o las conclusiones obtenidas pretenden ser aplicados a la población que fue señalada como objeto de estudio, siempre y cuando los procedimientos utilizados apoyen la validez externa del estudio, esto es, permitan la generación de resultados.

Muestra

Según Pérez, C. (2005). La muestra se determinó por el método del muestreo probabilístico con una población finita, porque fueron recogidas en un proceso que brinda a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionados. La muestra estuvo dirigida a 116 Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicios-rubro restaurantes del distrito de Huacho.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población, siendo finita, es:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

En donde, N = tamaño de la población Z = nivel de confianza, P = probabilidad de éxito, o proporción esperada Q = probabilidad de fracaso D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

Entonces:

$$N = 510$$

Z = nivel de confianza al 95% que equivale a 1.960

$$p = 50\%$$

$$q = 50\%$$

$$d = 8\%$$

Por tanto, reemplazando valores y ejecutando se obtiene el valor de la muestra:

$$n = \frac{510 * 1.96^2 * 0.25}{0.08^2 * 509 + 1.96^2 * 0.25} = \frac{510 * 0.9604}{0.0064 * 509 + 0.9604} = \frac{489.804}{4.218} = 116.12$$

$$\mathbf{n = 116}$$

3.3. Definición y operacionalización de variables e Indicadores

Variable		Definición Operacional			Escala de Medición
		Dimensión			
Denominación	Definición Conceptual	Denominación	Definición	Indicador	
Gestión de Calidad	<p>La Gestión para la calidad se hace por medio del uso de los tres mismos procesos de gestión de planificación, control y mejora. Los nombres se cambian a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificación de la calidad - Control de la calidad - Mejora de la calidad <p>A estos tres procesos se les conoce como la Trilogía de Juran. Cada uno de los procesos es fundamental en la gestión para la calidad, sin embargo, las empresas difieren en su eficacia al aplicar estos procesos. En consecuencia, las empresas difieren en sus prioridades para el futuro esto es, que proceso requiere atención antes que nada y que proceso puede dejarse en espera. Juran (1990)</p>	Planificación de la calidad	Plantearse metas y objetivos en un plazo determinado con la finalidad de brindar un servicio óptimo que satisfaga los requerimientos de los clientes de acuerdo a las políticas de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de Metas. - Políticas y lineamientos de la empresa. - Organización de la empresa. 	Escala de likert
		Control de calidad	Conjunto de acciones, mecanismos y herramientas utilizadas para detectar los errores en los procesos, tiene como objetivo principal en este caso que el servicio cumpla con los requisitos mínimos de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Supervisión del proceso - Control en la entrega del servicio. - Resolución de conflictos - Atención del personal - Encuestas de satisfacción 	Escala de likert
		Mejora de la calidad	Tiene como propósito incrementar la capacidad de la organización para satisfacer a sus clientes y aumentar dicha satisfacción a través de la mejora de su desempeño.	<ul style="list-style-type: none"> - Equipamiento moderno - Infraestructura atrayente - Eficacia en la atención al cliente - Personal entrenado y comprometido - Implementación de sugerencias y recomendaciones - Fidelización de clientes - Volumen de ventas 	Escala de likert

Capacitación del Recurso Humano	La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos. La capacitación entraña la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, así como el desarrollo de habilidades y competencias. Chiavenato (2007)	Detección de las Necesidades de capacitación	Es la primera etapa de la capacitación y se refiere al diagnóstico preliminar que se precisa hacer. La detección de las necesidades de capacitación se puede efectuar considerando tres niveles de análisis: 1. Nivel de análisis de toda la organización 2. Nivel de análisis de los recursos humanos. 3. Nivel de análisis de las operaciones y tareas.	- Identificación de Conocimiento previo de habilidades y destreza - Análisis de problemas de personal - Capacitación periódica	Escala de likert
		Evaluación de los Resultados de la Capacitación	La etapa final del proceso de capacitación es la evaluación de los resultados obtenidos. El Programa de Capacitación debe incluir la evaluación de su eficiencia, la cual debe de considerar dos aspectos: 1. Constatar si la capacitación ha producido las modificaciones deseadas en la conducta de los empleados 2. Verificar si los resultados de la capacitación tienen relación con la consecución de las metas de la empresa.	- Conocimiento de funciones - Compromiso con el trabajo - Comunicación - Coordinación	Escala de likert

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Se utilizó la técnica la encuesta, mediante la cual se obtuvieron datos de dueños y administradores de Mypes, cuyas opiniones fueron de gran interés para la investigación realizada, para ello se recurrió a un listado de preguntas escritas que se entregaron a los entrevistados a fin de que contesten también por escrito de manera precisa.

En el campo de metodología de la investigación científica el concepto de técnicas de recolección de información alude a los procedimientos mediante los cuales se generan informaciones válidas y confiables, para ser utilizadas como dato científico. La función primordial de las técnicas de recolección de información es la observación y registro de los fenómenos empíricos; registros a partir de los cuales se elabora información que permite generar modelos conceptuales (en la lógica cualitativa) o contrastarla con el modelo teórico adoptado (en la lógica cuantitativa). (Urbano, 2006.p.29)

Instrumento

El instrumento que se utilizó en la investigación fue el cuestionario, a través de este se formuló unos conjuntos ordenados de preguntas relacionados con la variable e indicadores de la investigación. Consistió en un conjunto de preguntas cuyas alternativas de respuesta se basan en la escala de Likert con los siguientes caracteres.: (1) Nunca, (2) A veces, (3) Regularmente, (4) Casi Siempre y (5) Siempre (Ver anexo1)

El cuestionario es el instrumento más utilizado para recolectar datos, consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir, básicamente se considera dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas.

Las preguntas cerradas contienen categorías o alternativas de respuesta que han sido delimitadas. Es decir, se presentan a los sujetos las posibilidades de respuesta y aquellos

deben circunscribirse a éstas. Pueden ser dicotómicas (dos alternativas de respuesta) o incluir varias alternativas de respuesta (Hernández, Fernández y Baptista, 2004.p.315)

3.5. Plan de análisis.

En el presente trabajo de investigación los datos fueron obtenidos por la aplicación de la recolección de datos, ingresados al software ofimático de Microsoft Word y Microsoft Excel y se procesó en programa estadístico SPSS versión 23 con el objeto de clasificar, ordenar y codificar los datos y la tabulación, así como la presentación de los datos en tablas y figuras para realizar el análisis e interpretación de los resultados que se alcanzarán.

Uno de los primeros procedimientos estadísticos que el investigador debe de realizar es la descripción de los datos y la identificación de patrones básicos de los mismos. El Programa (software) SPSS contiene diversos procedimientos que pueden utilizarse para tal efecto. (Castañeda, Cabrera y Navarro, 2010.p.26).

3.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>General: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de la capacitación del recurso humano de las MYPES del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Huacho 2018?</p>	<p>General: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de la capacitación del recurso humano de las MYPES del sector servicio – rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018.</p> <p>Específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Describir las principales características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018 2. Describir las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018. 3. Identificar las principales características de la gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018 4. Describir las principales características con el uso de la capacitación del recurso humano en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018. 	<p>La Gestión de calidad con el uso de la capacitación del Recurso Humano</p>	<p>Población: La población estuvo conformada por 510 representantes de restaurantes del distrito de Huacho. N= 510</p> <p>Muestra: El tamaño de la muestra se halló por el muestreo probabilístico Siendo un número de 116 N= 116</p>	<p>Tipo: El tipo de enfoque será de enfoque cuantitativo.</p> <p>Nivel: El nivel de investigación será descriptivo.</p> <p>Diseño: El diseño será experimental, transversal</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento Cuestionario</p>

3.7. Principios éticos

La presente investigación se rigió a los principios de ética de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, que tiene como propósito la promoción del conocimiento y bien común expresado en principios y valores éticos que guían la investigación en la universidad, los cuales son:

Protección a las personas

La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.

En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la Investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.

Este principio quiere denotar que en toda investigación científica coexisten principios o normas internas que podríamos llamarlas morales, en ese sentido se tuvo el mayor cuidado y consideración sobre las personas, sus actividades o quizás sus intimidades durante el proceso de investigación, priorizando antes que todo el respeto por ésta.

Beneficencia y no maleficencia

Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Siguiendo la secuencia del respeto a la persona como prioridad, el investigador desarrolló su actividad evitando a toda costa el afectar a las personas que participaron en la investigación en todo sentido.

Justicia

El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.

Este principio rigió en todo el proceso de investigación ya que existió la responsabilidad del investigador de ponderar y evaluar que las acciones a desarrollar tengan como característica principal el permitir que el investigado y quienes participaron de dicho proceso conozcan sobre su desarrollo y de sus resultados, procediendo en todo momento de manera equitativa y no parcializada.

Integridad científica

La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

Toda investigación científica constituye el cumplimiento de un procedimiento formal donde el investigador desarrolló sus actividades respetando los parámetros y

límites que la propia técnica brinda, sin excesos ni experimentos, sino siguiendo los criterios que esta ciencia otorga.

Consentimiento informado y expreso

En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

La libertad de acción del investigador cuando se trata de ir a la fuente misma tiene límites y estos son el no afectar los derechos de quien es investigado por lo que es razonable se contó previamente con la participación y expresa aceptación de quien formó parte importante en el procedimiento, el investigado.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

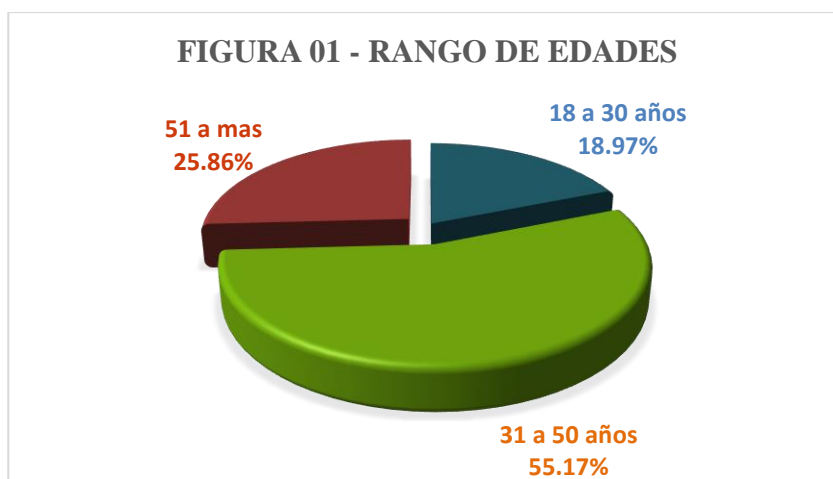
A. Características referentes a los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas.

Tabla 01

Rango de edades del entrevistado

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
18 a 30 años	22	18,97%	18,97%
31 a 50 años	64	55,17%	74,14%
51 a mas	30	25,86%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



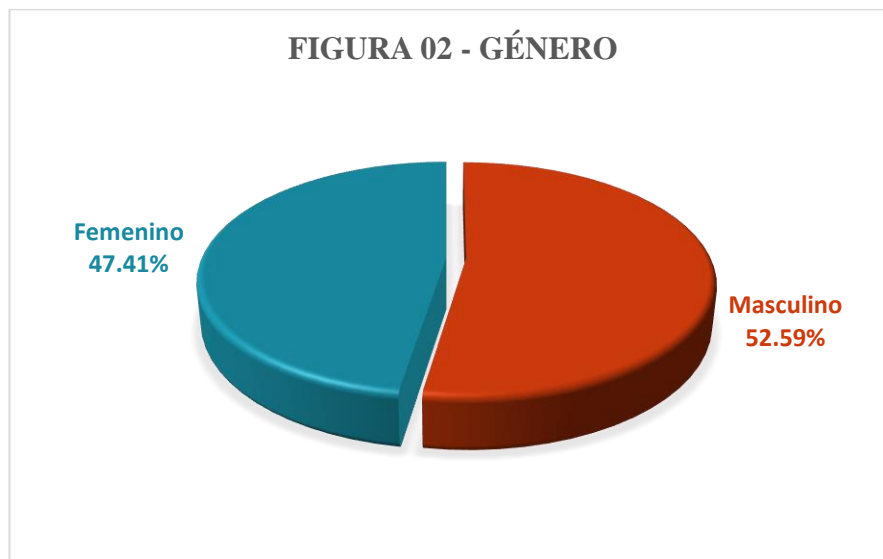
Interpretación: Del total de dueños o Administradores encuestados, resultó que 55,17% se encuentra en el rango de edad entre 31 a 50 años, el 25,86% corresponde a 51 a más años y el 18,97% se ubica en el rango de 18 a 30 años.

Tabla 02

Género

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Masculino	61	52,59%	52,59%
Femenino	55	47,41%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



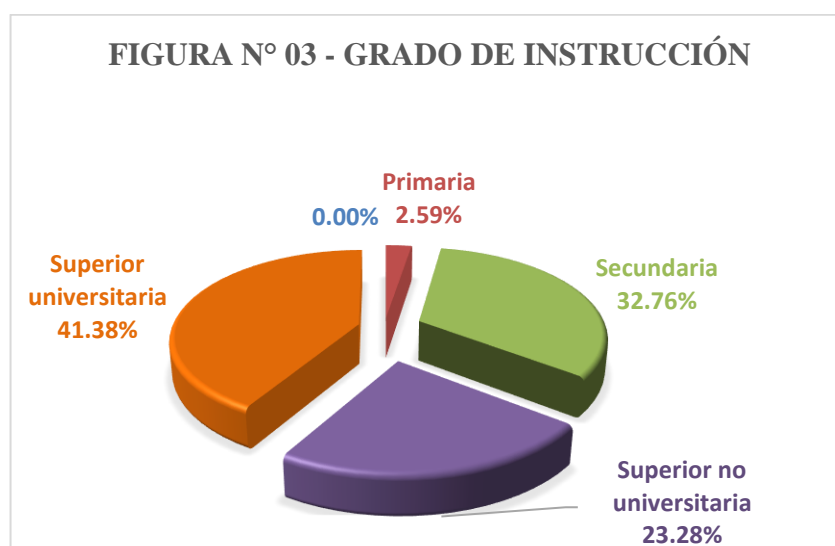
Interpretación: El 52,59% de gerentes y Administradores encuestados son de sexo masculino, mientras que el 47,41% corresponde al sexo femenino.

Tabla 03

Grado de Instrucción

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Sin instrucción	0	0,00%	0,00%
Primaria	3	2,59%	2,59%
Secundaria	38	32,76%	35,34%
Superior no universitaria	27	23,28%	58,62%
Superior universitaria	48	41,38%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



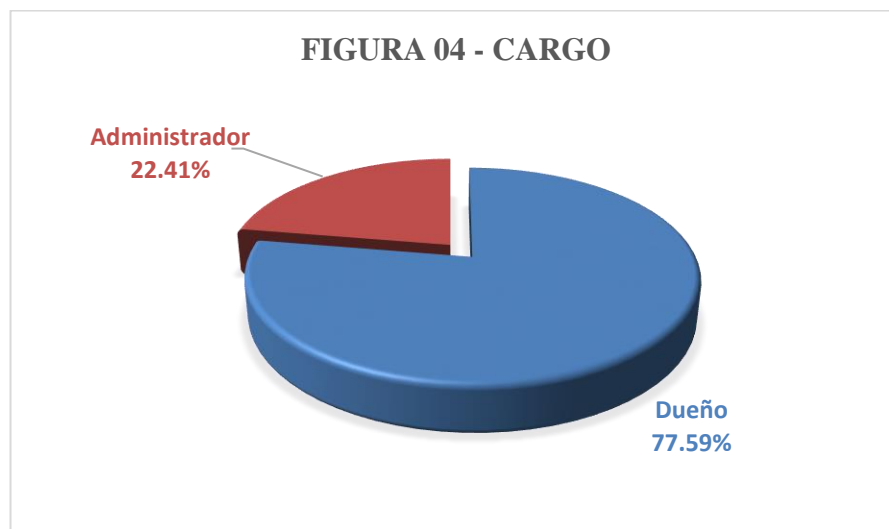
Interpretación: La encuesta realizada a los representantes de las Mypes investigadas, arroja que el 41,38% de dueños o Administradores encuestados cuentan con estudios superiores universitarios, mientras que el 32,76% ha culminado la secundaria, un 23,28% tiene estudios superiores no universitarios y finalmente un 2,59% tiene estudios del nivel primario.

Tabla 04

Cargo que desempeña

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Dueño	90	77,59%	77,59%
Administrador	26	22,41%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



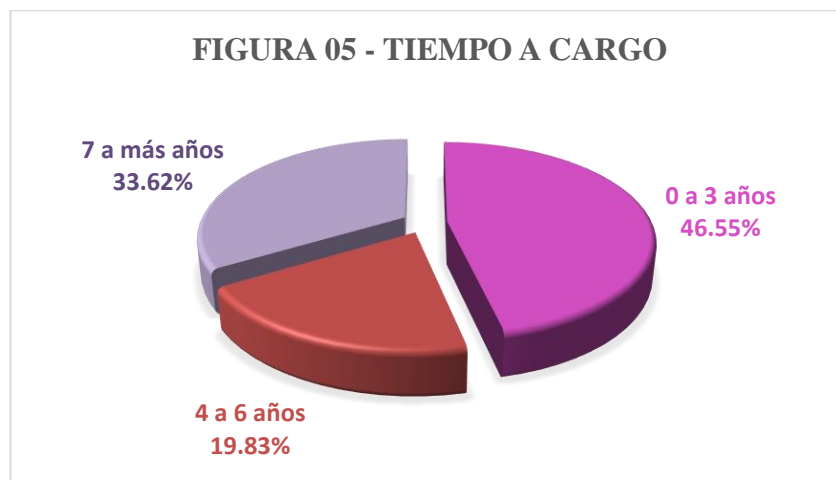
Interpretación: Del total de encuestados, resultó que el 77,59% son los dueños de la MYPE y el 22,41% los Administradores de esta.

Tabla 05

Tiempo a cargo de la empresa

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
0 a 3 años	54	46,55%	46,55%
4 a 6 años	23	19,83%	66,38%
7 a más años	39	33,62%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



Interpretación: La encuesta realizada arroja que el 46,55% de Dueños o Administradores de las MYPES consultadas, se encuentra a cargo de la empresa entre 0 a 3 años, mientras que el 33,62% cuenta con 7 a más años al frente y un 19,83% está a cargo de la empresa entre 4 a 6 años.

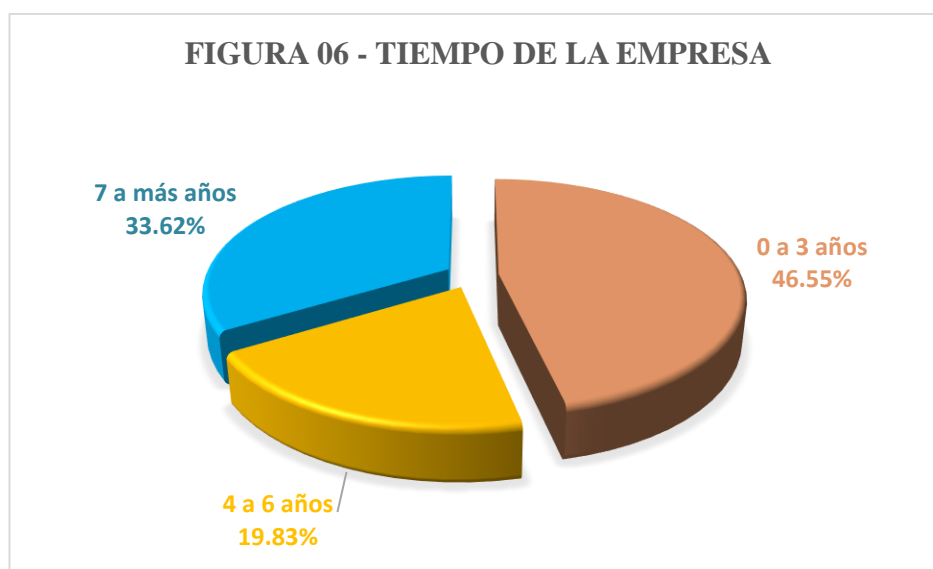
B. Características referentes a las Micro y Pequeñas Empresas.

Tabla 06

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
0 a 3 años	52	44,83%	44,83%
4 a 6 años	28	24,14%	68,97%
7 a más años	36	31,03%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



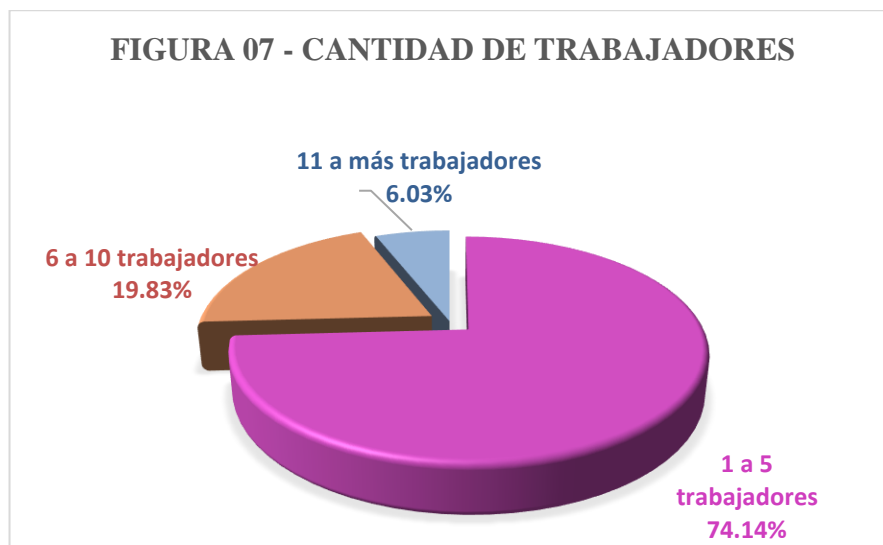
Interpretación: De la encuesta realizada a los dueños o Administradores de las MYPE, resultó que el 44,83% viene laborando en el rubro un tiempo de 0 a 3 años, mientras que un 31,03% lo realiza hace 7 años a más, mientras que el 24,14% viene desarrollándose en el rubro entre 4 a 6 años.

Tabla 07

Número de Trabajadores

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
1 a 5 trabajadores	86	74,14%	74,14%
6 a 10 trabajadores	23	19,83%	93,97%
11 a más trabajadores	7	6,03%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



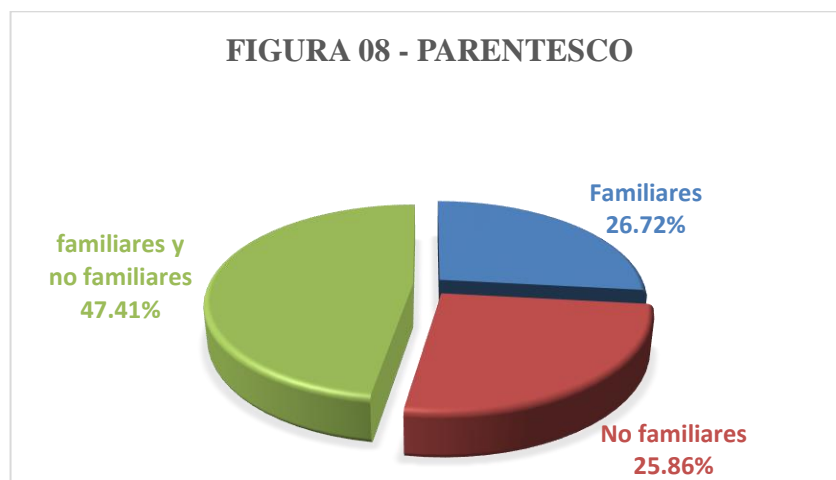
Interpretación: De la encuesta realizada se obtuvo que 74,14% de las Mypes en estudio cuentan con un número de personal que va del 1 a 5 trabajadores, mientras que un 19,83% tienen a cargo entre 6 a 10 trabajadores y finalmente un 6,03% cuenta con 11 a más trabajadores a su cargo.

Tabla 08

Parentesco de las personas que trabajan en la empresa

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Familiares	31	26,72%	26,72%
No familiares	30	25,86%	52,59%
familiares y no familiares	55	47,41%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



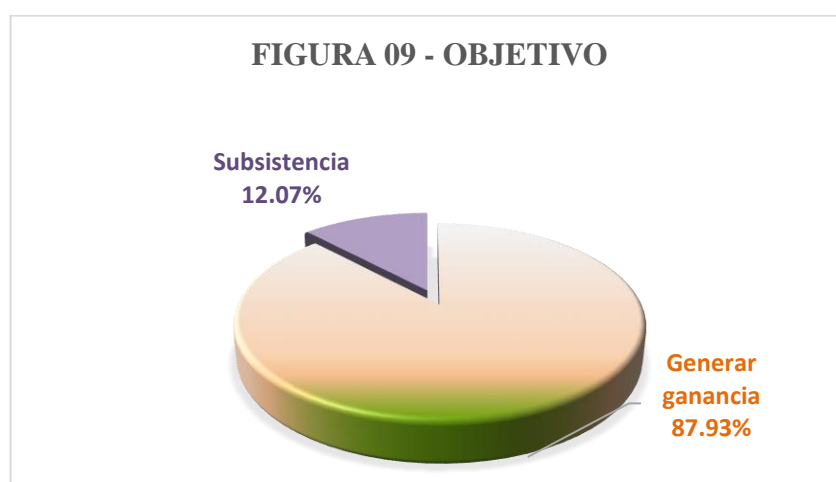
Interpretación: En cuanto al grado de parentesco de las personas que trabajan en las Mypes en estudio, la encuesta arroja que el 47,41% están constituidas por familiares y no familiares, mientras que el 26,72% están integradas netamente por familiares y un 25,86% están integradas por trabajadores que no tienen vínculo familiar.

Tabla 09

Objetivo de Creación de la Empresa

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Generar ganancia	102	87,93%	87,93%
Subsistencia	14	12,07%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



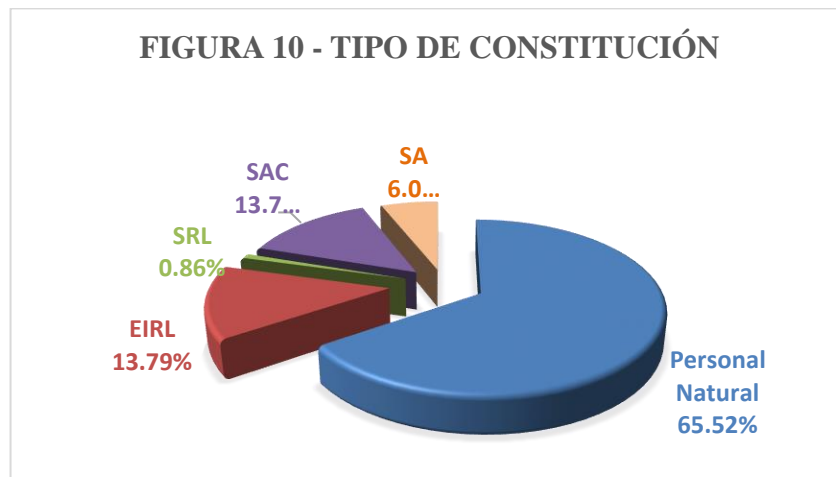
Interpretación: Según los resultados de la encuesta realizada a las Mypes en estudio, el 87,93% han tenido como objetivo de creación el de generar ganancias, mientras que el 12,07% se han creado con la finalidad de subsistir.

Tabla 10

Tipo de constitución de la Empresa

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Personal Natural	76	65,52%	65,52%
EIRL	16	13,79%	79,31%
SRL	1	0,86%	80,17%
SAC	16	13,79%	93,97%
SA	7	6,03%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



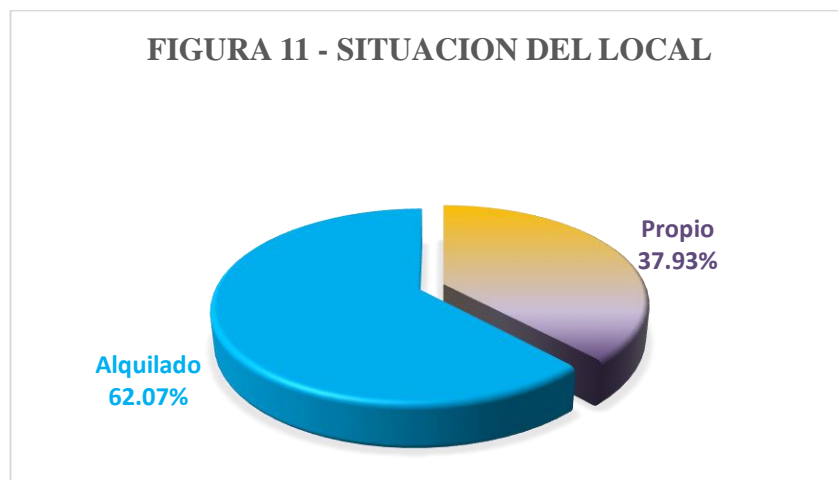
Interpretación: La encuesta realizada a las Mypes en estudio, demuestra que el tipo de constitución de la empresa obedece a un 65,52% como persona natural, el 13,79% como E.I.R.L, el 13,79% como SAC, el 6,03% como S.A y finalmente un 0,86% como S.R.L.

Tabla 11

Situación del local

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Propio	44	37,93%	37,93%
Alquilado	72	62,07%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



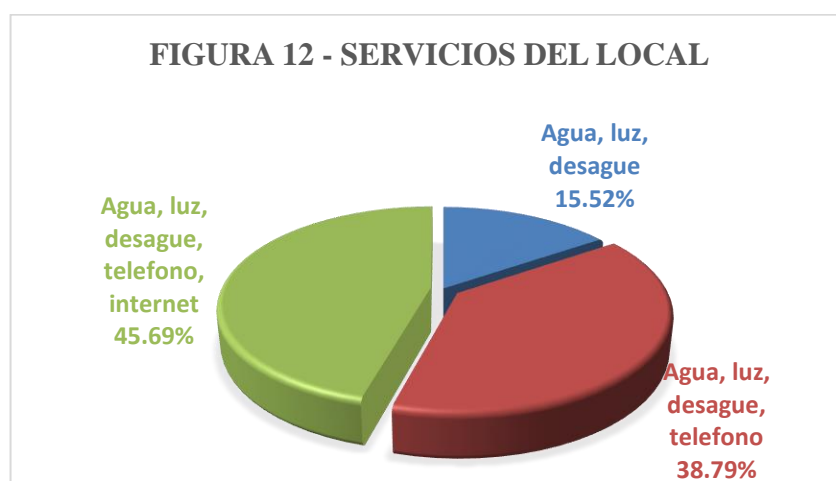
Interpretación: Del total de dueños o administradores encuestados, resultó que el 62,07% manifestó que el local es alquilado, mientras que un 37,93% indicó que el establecimiento es propio.

Tabla 12

Servicios con que cuenta el Local

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Agua, luz, desagüe	18	15,52%	15,52%
Agua, luz, desagüe, teléfono	45	38,79%	54,31%
Agua, luz, desagüe, teléfono, internet	53	45,69%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



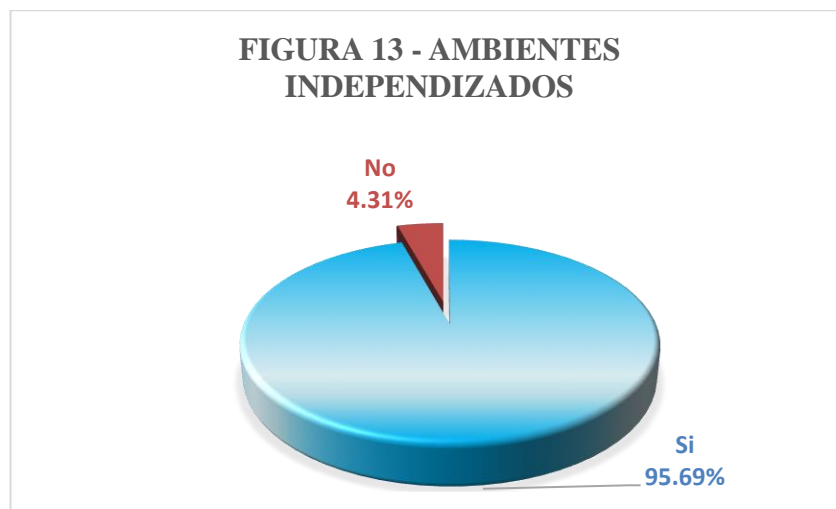
Interpretación: De la encuesta realizada a las Mypes en estudio se obtuvo que el 45,69% de empresas cuenta con servicios de agua, luz, desagüe, teléfono e internet, mientras que el 38,79% tiene los servicios de agua, luz, desagüe y teléfono y finalmente un 15,52% solo cuenta con los servicios de Agua, luz, y desagüe.

Tabla 13

Ambientes independizados (cocina, comedor, almacén, servicios higiénicos)

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Si	111	95,69%	95,69%
No	5	4,31%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



Interpretación: Del total de dueños o Administradores encuestados, resultó que el 95,69% de Mypes cuentan con ambientes independizados para su funcionamiento (cocina, comedor, almacén, SS.HH), mientras que un 4.31% comparten ambientes.

C. GESTIÓN DE LA CALIDAD

C.1. Planificación de la calidad

Tabla 14

Tiene establecidos metas y objetivos para un periodo determinado

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	1	0,86%	0,86%
Muy pocas veces	1	0,86%	1,72%
Algunas veces	8	6,90%	8,62%
Casi siempre	16	13,79%	22,41%
Siempre	90	77,59%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



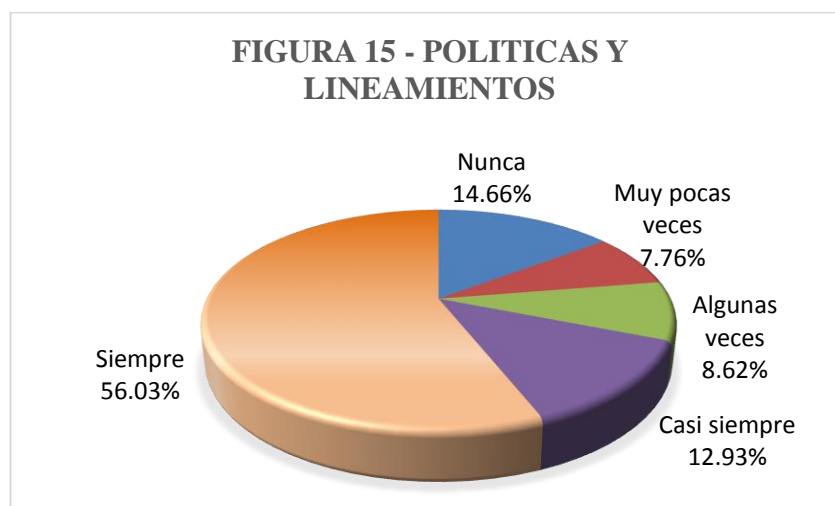
Interpretación: Del total de encuestas realizadas a los dueños o Administradores de las Mypes investigadas, resultó que el 77,59% siempre tiene establecido metas y objetivos en un periodo determinado, seguido de un 13,79% que los tiene casi siempre, un 6,90% algunas veces y finalmente muy pocas veces y nunca un 0,86%.

Tabla 15

Políticas y lineamientos de trabajo

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	17	14,66%	14,66%
Muy pocas veces	9	7,76%	22,41%
Algunas veces	10	8,62%	31,03%
Casi siempre	15	12,93%	43,97%
Siempre	65	56,03%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



Interpretación: Los resultados de la encuesta realizada a las Mypes investigadas arrojan que un 56,03% siempre cuentan con políticas y lineamientos de trabajo, seguido de un 14,66% que nunca han tenido políticas y lineamientos de trabajo, un 12,93 % que casi siempre, un 8,62% algunas veces y un 7,76% muy pocas veces que han contado con políticas y lineamientos de trabajo.

Tabla 16

Documentos de Gestión (RI, MOF, otros)

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	3	2,59%	2,59%
Muy pocas veces	4	3,45%	6,03%
Algunas veces	12	10,34%	16,38%
Casi siempre	27	23,28%	39,66%
Siempre	70	60,34%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



Interpretación: De la encuesta realizada a los directivos de las Mypes investigadas, respecto a que si han implementado documentos de gestión como el Reglamento Interno y el Manual de Organización y Funciones, resulto que un 60,34% refirió que siempre, seguido de un 23,28% indicó que casi siempre, mientras que un 10,34% manifestó que algunas veces, un 3,45% muy pocas veces y finalmente un 2,59% que nunca contó con documentos de gestión.

C.2 Control de calidad

Tabla 17

Los procesos se rigen a normas internas establecidas

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	2	1,72%	1,72%
Muy pocas veces	5	4,31%	6,03%
Algunas veces	5	4,31%	10,34%
Casi siempre	39	33,62%	43,97%
Siempre	65	56,03%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



Interpretación: En cuanto a si los procesos desarrollados en el restaurante se rigen a sus normas internas, los resultados de la encuesta realizada a los directivos de las Mypes estudiadas, indican que un 56,03% siempre se rige, un 33,62% casi siempre se rige, seguido de un 4,31% en el caso de los que aseguran que algunas veces y muy pocas veces se rigen y por último un 1,72% que manifiesta que nunca se rigen.

Tabla 18

Servicio acorde y oportuno cuidando la satisfacción del cliente

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	2	1,72%	1,72%
Muy pocas veces	0	0,00%	1,72%
Algunas veces	14	12,07%	13,79%
Casi siempre	42	36,21%	50,00%
Siempre	58	50,00%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



Interpretación: Los resultados del total de encuestas realizadas a Dueños y Administradores de las MYPES investigadas, determinó que un 50% de estas entrega un servicio acorde y oportuno cuidando la satisfacción del cliente, mientras que un 36, 21% manifiesta que casi siempre entrega un servicio acorde y oportuno cuidando la satisfacción del cliente, un 12,07% refiere que algunas veces cuidan este aspecto y un 1,72 % manifiestan que nunca lo realizan.

Tabla 19

Brinda solución ante alguna contingencia o situación que genere malestar al cliente por el servicio brindado

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	2	1,72%	1,72%
Muy pocas veces	2	1,72%	3,45%
Algunas veces	9	7,76%	11,21%
Casi siempre	41	35,34%	46,55%
Siempre	62	53,45%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho

FIGURA 19. BRINDA SOLUCION ANTE ALGUNA CONTINGENCIA O SITUACIÓN DE MALESTAR AL CLIENTE POR EL SERVICIO BRINDADO.



Interpretación: Respecto a que si se brinda una solución ante alguna contingencia o situación que genere malestar al cliente por el servicio brindado, los resultados de la encuesta realizada a los representantes de las Mypes investigadas determinan que un 53,45% siempre brindan solución, un 35,34% lo realiza casi siempre, un 7,76% refiere que algunas veces, mientras 1,72% lo realiza muy pocas veces y finalmente un 1,72% nunca brinda solución.

Tabla 20

Atención del personal del restaurante hacia los clientes es empática, cordial y amable

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	2	1,72%	1,72%
Muy pocas veces	1	0,86%	2,59%
Algunas veces	4	3,45%	6,03%
Casi siempre	27	23,28%	29,31%
Siempre	82	70,69%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho

FIGURA 20. ATENCIÓN DEL PERSONAL HACIA LOS CLIENTES ES EMPÁTICA, CORDIAL Y AMABLE



Interpretación: En cuanto a los resultados de la encuesta realizada a los dueños y administradores de las Mypes estudiadas, respecto a que si la atención del personal del restaurante hacia los clientes es empática, cordial, amable; resultó que el 70,69% refirió que siempre la atención del personal es empática, cordial y amable, un 23,28% refirió en este aspecto que es casi siempre, el 3,45% indicó que casi siempre tienen esta atención al cliente, un 1,72% nunca tienen este tipo de atención al cliente y finalmente un 0,86% manifestó que muy pocas veces tienen este tipo de atención al cliente

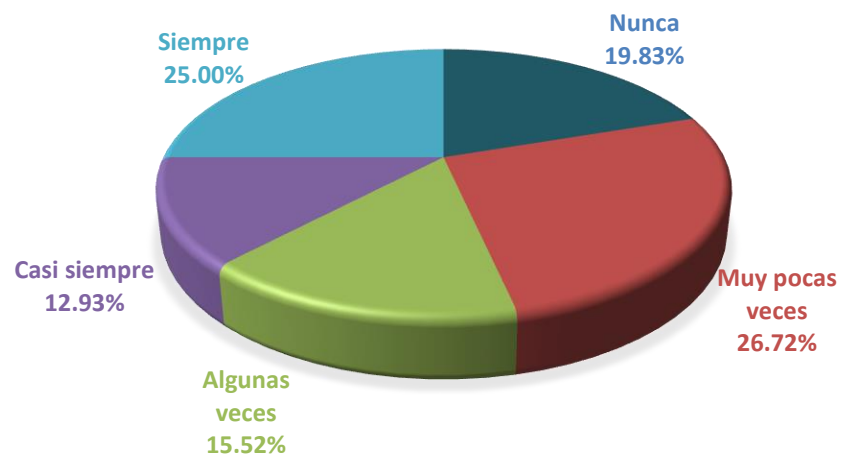
Tabla 21

Realiza encuestas periódicas a los clientes para recabar información del servicio que ofrecen

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	23	19,83%	19,83%
Muy pocas veces	31	26,72%	46,55%
Algunas veces	18	15,52%	62,07%
Casi siempre	15	12,93%	75,00%
Siempre	29	25,00%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho

FIGURA 21. REALIZA ENCUESTAS PERIODICA A LOS CLIENTES PARA RECABAR LA OPINION DEL SERVICIO QUE OFRECEN



Interpretación: Del total de encuestas realizadas a los dueños y administradores de las Mypes estudiadas, resultó que el 26,72% realizan muy pocas veces encuestas periódicas a los clientes para recabar opinión del servicio que ofrecen, un 25% si realizan la encuesta, el 19,83% nunca realizan la encuesta, el 15,52% algunas veces realiza la encuesta y un 12,93%, casi siempre realizan la encuesta en mención.

C.3 Mejora de la Calidad

Tabla 22

Realiza modificaciones o cambios periódicos en el equipamiento para brindar un mejor servicio

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	2	1,72%	1,72%
Muy pocas veces	6	5,17%	6,90%
Algunas veces	26	22,41%	29,31%
Casi siempre	28	24,14%	53,45%
Siempre	54	46,55%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho

FIGURA 22. REALIZA CAMBIOS EN EL EQUIPAMIENTO PARA MEJORAR EL SERVICIO



Interpretación: En cuanto a la pregunta realizada a los dueños o administradores de las Mypes investigadas respecto a que si realizan modificaciones o cambios periódicos en el equipamiento para brindar un mejor servicio, el resultado fue el siguiente: el 46,55% manifestó que siempre realiza modificaciones, el 24,14% indicó que casi siempre realiza modificaciones, un 22,41% algunas veces realiza modificaciones, el 5,17% muy pocas veces lo hace y finalmente 1,72% nunca realiza alguna modificación o cambio en el equipamiento para brindar un mejor servicio.

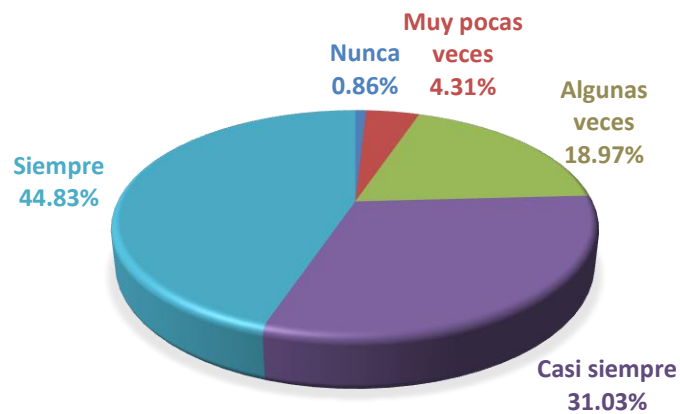
Tabla 23

Acondiciona la infraestructura del restaurante cada cierto periodo para volverlo atrayente al cliente

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	1	0,86%	0,86%
Muy pocas veces	5	4,31%	5,17%
Algunas veces	22	18,97%	24,14%
Casi siempre	36	31,03%	55,17%
Siempre	52	44,83%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho

FIGURA 23 - ACONDICIONA LA INFRAESTRUCTURA DEL RESTAURANTE PARA VOLVERLO ATRAYENTE AL CLIENTE



Interpretación: Del total de encuestas realizadas a los representantes de las Mypes en estudio, a la pregunta si acondicionan la infraestructura del restaurante cada cierto período para volverlo atrayente a los clientes, resultó que el 44,83% manifestó que siempre acondicionan la infraestructura del restaurante, el 31,03% indicó que casi siempre realizan el acondicionamiento de la infraestructura del restaurante, un 18,97% refirió que algunas veces realizan el citado acondicionamiento, mientras que un 4,31% manifestó que muy pocas veces realizan el acondicionamiento de infraestructura del restaurante y finalmente un 0,86% nunca realiza mejoras en la infraestructura del restaurante.

Tabla 24

Existe disposición para que el servicio brindado por el personal a los clientes se optimice cada vez más.

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	1	0,86%	0,86%
Muy pocas veces	3	2,59%	3,45%
Algunas veces	16	13,79%	17,24%
Casi siempre	48	41,38%	58,62%
Siempre	48	41,38%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



Resultados: En cuanto a la pregunta realizada a los representantes de las Mypes encuestadas, respecto a si existe disposición para que el servicio brindado por el personal a los clientes se optimice cada vez más, resultó que el 41,38% manifestó que siempre existe disposición, un 41,38% también indicó que casi siempre existe disposición, un 13,79% remarcó que algunas veces existe disposición, el 2,59% refirió que existe disposición muy pocas veces y finalmente un 0,86% refirió que nunca hay disposición para que el servicio brindado por el personal a los clientes se optimice.

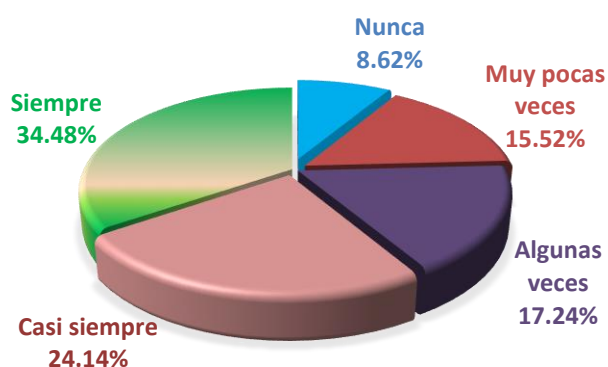
Tabla 25

El personal recibe capacitación de acuerdo a las necesidades para mejorar el servicio brindado.

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	10	8,62%	8,62%
Muy pocas veces	18	15,52%	24,14%
Algunas veces	20	17,24%	41,38%
Casi siempre	28	24,14%	65,52%
Siempre	40	34,48%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho

FIGURA 25. EL PERSONAL RECIBE CAPACITACION SEGUN NECESIDADES PARA MEJORAR EL SERVICIO



Interpretación: Respecto a los resultados del total de encuestas realizadas a los representantes de la Mypes investigadas, un 34,48% indicó que el personal recibe siempre capacitación de acuerdo a las necesidades para mejorar el servicio brindado, un 24,14% señaló que casi siempre el personal recibe capacitación de acuerdo a las necesidades para mejorar el servicio brindado, un 17,24% refirió que algunas veces el personal recibe la capacitación en mención, el 15,52% refirió que muy pocas veces el personal recibe capacitación de acuerdo a las necesidades para mejorar el servicio y un 8,62% indicó que nunca el personal recibe capacitación de acuerdo a las necesidades para mejorar el servicio.

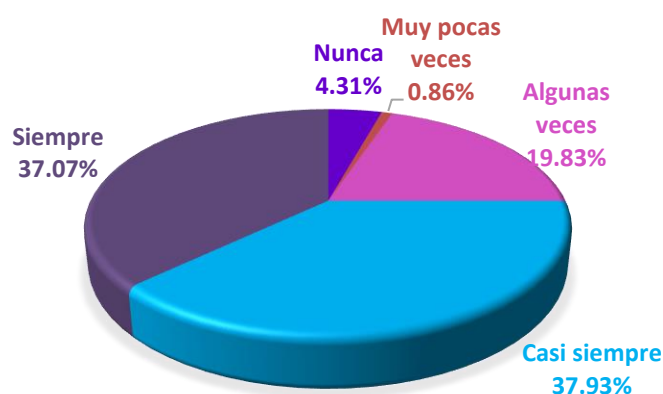
Tabla 26

Implementa las recomendaciones y sugerencias de los clientes para mejorar el servicio

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	5	4,31%	4,31%
Muy pocas veces	1	0,86%	5,17%
Algunas veces	23	19,83%	25,00%
Casi siempre	44	37,93%	62,93%
Siempre	43	37,07%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho

FIGURA 26. IMPLEMENTA RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS DE CLIENTES PARA MEJORAR EL SERVICIO



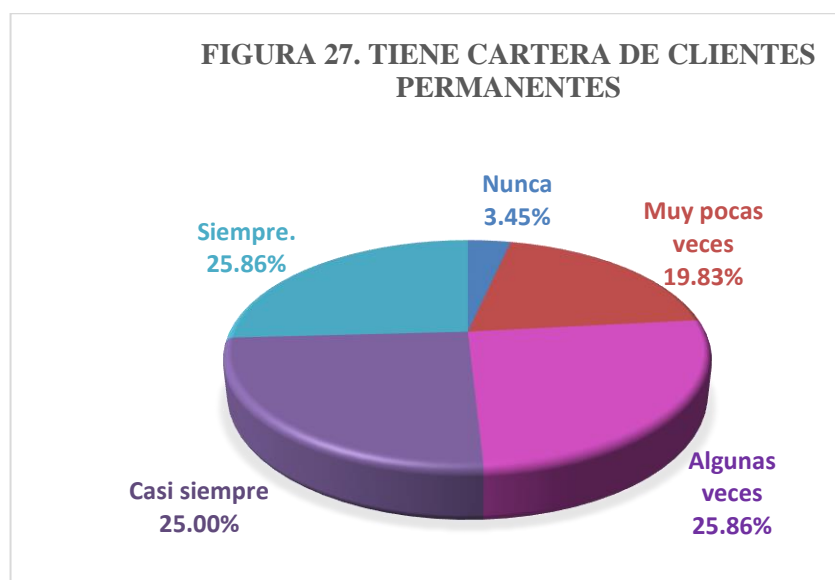
Interpretación: Del total de encuestas realizadas a los representantes de las Mypes estudiadas, en cuanto a la interrogante si implementan las recomendaciones y sugerencias emitidas por los clientes para mejorar el servicio, el 37,93% refirió que casi siempre implementan las recomendaciones, seguido de un 37,07% que señala que siempre implementa las recomendaciones, el 19,83% remarcó que algunas veces implementa las recomendaciones, el 4,31% refirió que nunca implementan recomendaciones y finalmente un 0,86% señaló que muy pocas veces implementan recomendaciones.

Tabla 27

Cuenta con una cartera de clientes permanentes

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	4	3,45%	3,45%
Muy pocas veces	23	19,83%	23,28%
Algunas veces	30	25,86%	49,14%
Casi siempre	29	25,00%	74,14%
Siempre	30	25,86%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



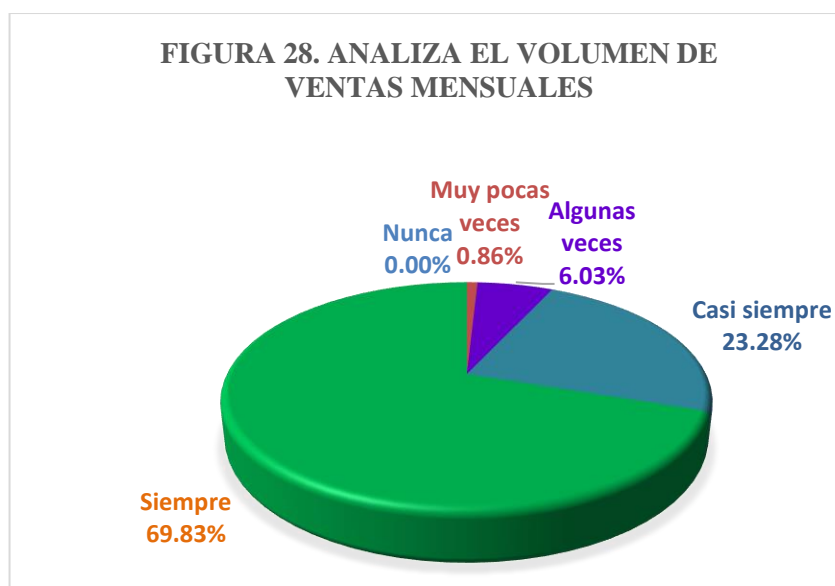
Interpretación: En cuanto a los resultados de la encuesta realizada a los representantes de las Mypes investigadas, referente a la interrogante si cuentan con una cartera de clientes permanentes, el 25,86% indicó que siempre cuentan con una cartera de clientes, de igual manera el 25,86% señaló que casi siempre cuentan con una cartera de clientes, mientras que el 25,00% señaló que casi siempre cuentan con una cartera de clientes, un 19,83% que muy pocas veces cuentan con una cartera de clientes, mientras que un 3,45% indicó que nunca cuentan con una cartera de clientes.

Tabla 28

Analiza el volumen de ventas mensuales para establecer estrategias de mejora en el servicio brindado

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0,00%	0,00%
Muy pocas veces	1	0,86%	0,86%
Algunas veces	7	6,03%	6,90%
Casi siempre	27	23,28%	30,17%
Siempre	81	69,83%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



Interpretación: Del total de encuestas realizadas a los dueños y administradores de las Mypes encuestadas con respecto a la interrogante si analiza el volumen de ventas de manera mensual para establecer estrategias de mejora en el servicio brindado, resultó que 69,83% siempre realiza un análisis del volumen de ventas, seguido de un 23,28% que casi siempre realiza el análisis de volumen de ventas, un 6.03% algunas veces realiza el análisis de venta y finalmente el 0.86% muy pocas veces realiza el análisis de venta.

D. CAPACITACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

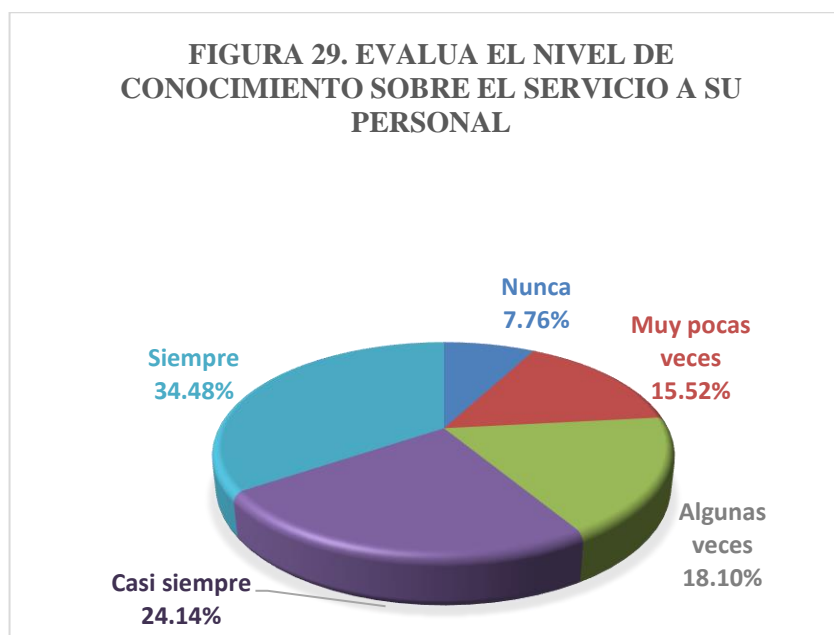
D.1. Detección de las Necesidades de capacitación

Tabla 29

Evalúa el nivel de conocimiento sobre el servicio a su personal

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	9	7,76%	7,76%
Muy pocas veces	18	15,52%	23,28%
Algunas veces	21	18,10%	41,38%
Casi siempre	28	24,14%	65,52%
Siempre	40	34,48%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



Interpretación: Del total de encuestas realizadas a los dueños y administradores de las Mypes en investigación, resultó que el 34,48% siempre evalúa el nivel de conocimiento sobre el servicio a su personal, el 24,14% casi siempre evalúa el nivel de conocimiento sobre el servicio a su personal, el 18,10% algunas veces realiza este tipo de evaluación a su personal, mientras que 15,52% muy pocas veces evalúa el nivel de conocimiento sobre el servicio a su personal y finalmente un 7,76% nunca realiza este tipo de evaluación su personal.

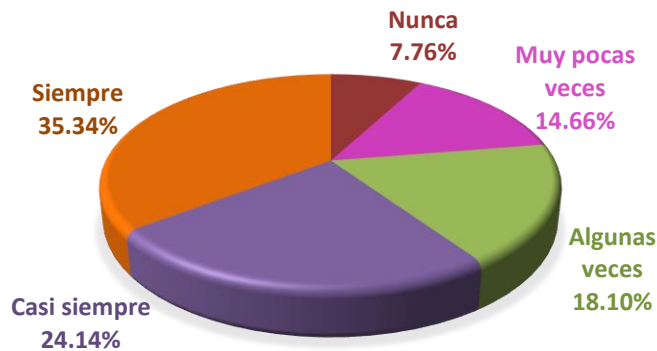
Tabla 30

Identifican “nuevos problemas” en el desenvolvimiento laboral de sus empleados.

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	9	7,76%	7,76%
Muy pocas veces	17	14,66%	22,41%
Algunas veces	21	18,10%	40,52%
Casi siempre	28	24,14%	64,66%
Siempre	41	35,34%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho

FIGURA 30. IDENTIFICAN NUEVOS PROBLEMAS EN EL DESENVOLVIMIENTO DE LOS EMPLEADOS



Interpretación: Con respecto a la interrogante realizada a los representantes de las Mypes investigadas, en la encuesta realizada respecto a si identifican nuevos problemas en el desenvolvimiento laboral de su empleados, resultó que el 35,34% siempre identifican nuevos problemas, el 24,14% casi siempre identifican nuevos problemas, el 18,10% algunas veces identifican nuevo problemas, el 14,66% muy pocas veces identifican nuevos problemas y finalmente el 7,76% nunca identifican nuevos problemas.

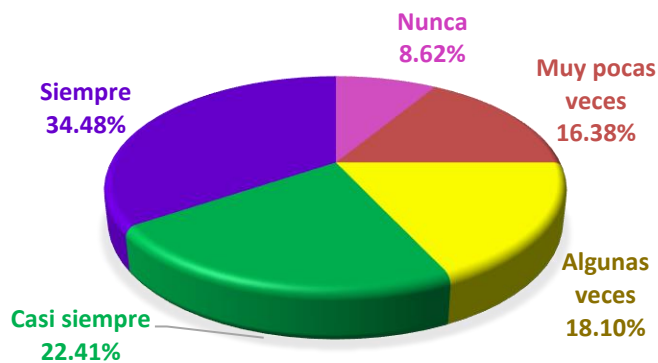
Tabla 31

Cuenta con un Programa de Capacitación anual sobre temas en relación al rubro

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	10	8,62%	8,62%
Muy pocas veces	19	16,38%	25,00%
Algunas veces	21	18,10%	43,10%
Casi siempre	26	22,41%	65,52%
Siempre	40	34,48%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho

FIGURA 31. CUENTA CON UN PROGRAMA DE CAPACITACION ANUAL EN TEMAS DEL RUBRO



Interpretación: Del total de encuestas realizadas a los representantes de las Mypes investigadas, el 34,48% siempre cuenta con un programa de capacitación anual sobre temas que van en relación al rubro, el 22,41% casi siempre cuenta con un programa de capacitación anual sobre temas que van en relación al rubro, el 18,10% algunas veces cuenta con un programa de capacitación anual sobre temas que van con relación al rubro, el 16,38% muy pocas veces cuenta con un programa de capacitación anual que van con relación al rubro y finalmente 8,62% nunca cuenta con un programa de capacitación anual que va con relación al rubro

D.2 Evaluación de los Resultados de la Capacitación

Tabla 32

El personal cumple con sus funciones asignadas

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	1	0,86%	0,86%
Muy pocas veces	3	2,59%	3,45%
Algunas veces	16	13,79%	17,24%
Casi siempre	48	41,38%	58,62%
Siempre	48	41,38%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho



Interpretación: Del total de encuestas realizadas a los representantes de las Mypes investigadas, resultó que el 41,38% refirió que el personal siempre cumple con sus funciones asignadas, un 41,38% señaló que el personal casi siempre cumple con sus funciones asignadas, el 13,79 % indicó que algunas veces el personal cumple con sus funciones asignadas , el 2,59% refirió que muy pocas veces el personal cumple con sus funciones asignadas y finalmente un 0,86% indicó que el personal nunca cumple con sus funciones asignadas.

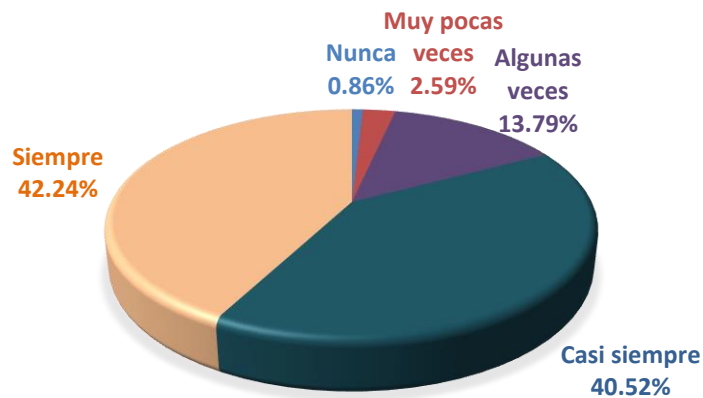
Tabla 33

El personal demuestra compromiso en el trabajo

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	1	0,86%	0,86%
Muy pocas veces	3	2,59%	3,45%
Algunas veces	16	13,79%	17,24%
Casi siempre	47	40,52%	57,76%
Siempre	49	42,24%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho

FIGURA 33 - EL PERSONAL DEMUESTRA COMPROMISO EN EL TRABAJO



Interpretación: Con respecto a la interrogante si el personal demuestra compromiso en el trabajo, la encuesta realizada a los dueños y administradores de las Mypes estudiadas arrojó que el 42,24% del personal siempre demuestra compromiso en el trabajo, seguidamente de un 40,52% que indicó que casi siempre el personal demuestra compromiso en el trabajo, el 13,79% remarcó que solo algunas veces el personal demuestra compromiso en el trabajo, mientras que un 2,59% refirió que muy pocas veces el personal demuestra compromiso en el trabajo y finalmente el 0,86% señaló que el personal nunca demuestra compromiso en el trabajo

Tabla 34

Existe comunicación fluida entre los representantes y empleados para el logro del objetivo organizacional.

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0,00%	0,00%
Muy pocas veces	0	0,00%	0,00%
Algunas veces	10	8,62%	8,62%
Casi siempre	40	34,48%	43,10%
Siempre	66	56,90%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho

FIGURA 34. COMUNICACION FLUIDA ENTRE REPRESENTANTE Y EMPLEADOS PARA EL LOGRO DEL OBJETIVO ORGANIZACIONAL



Interpretación: Del total de encuestas realizadas a los representantes de las Mypes investigadas, respecto a si existe comunicación fluida entre los representantes y empleados para el logro del objetivo organizacional, resultó que el 56,90 % refirió que siempre existe comunicación fluida, el 34,48% señaló que casi siempre existe comunicación fluida, mientras que el 8,62% indicó que solo algunas veces existe comunicación fluida.

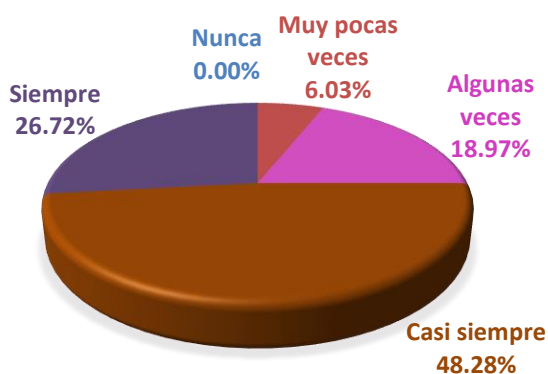
Tabla 35

Existe coordinación y participación entre los representantes y empleados para la toma de decisiones en mejora del servicio

Escala	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa acumulada
Nunca	0	0,00%	0,00%
Muy pocas veces	7	6,03%	6,03%
Algunas veces	22	18,97%	25,00%
Casi siempre	56	48,28%	73,28%
Siempre	31	26,72%	100,00%
TOTAL	116	100%	

Fuente: cuestionario aplicado a los restaurantes del distrito de Huacho

FIGURA 35. EXISTE PARTICIPACION ENTRE REPRESENTANTES Y EMPLEADOS PARA DECISIONES EN MEJORA DEL SERVICIO



Interpretación: Del total de encuestas realizadas a los dueños o administradores de las Mypes investigadas, a la interrogante si existe coordinación y participación entre representantes y empleados para la toma de decisiones en mejora del servicio, el resultado arrojó que el 48,28% indicó que casi siempre existe coordinación y participación, el 26,72% señaló que siempre existe coordinación y participación, mientras que el 18,97% refirió que solo algunas veces existe coordinación y participación y finalmente el 6,03% remarcó que nunca existe coordinación y participación

4.2. Análisis de Resultados

La presente investigación tuvo como objetivo: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de la capacitación del recurso humano en las MYPES del sector servicio- rubro restaurantes del distrito de Huacho 2018, planteándose los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Huacho,2018; Describir las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018, Describir las principales características de la gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Huacho, 2018, y finalmente describir las principales características en la capacitación del recurso humano en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes del distrito de Huacho,2018, obteniéndose lo siguientes resultados:

Con respecto a las principales características referentes a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas

Se determinó que la edad promedio de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huacho, en un 55.17% está entre el rango de edad de 31-50 años (TABLA 01), este resultado coincide con Goicochea (2016) quien señala en su investigación que el 80% de los representantes legales de las Mypes se encuentran en el rango de edad de 31 a 50 años, por el contrario contrasta con los resultados hallados por Bedoya (2018), quien señala que el 50% de representantes de las Mypes se encuentran en el rango de 51 a más años. Demostrando que las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huacho están siendo dirigidas por personas adultas en su mayoría.

En cuanto al sexo de los representantes de las Mypes, predomina el sexo masculino con un 52,59%, (TABLA 02), tal y como plantea en su investigación Goicochea (2016) quien determina que el 70% del género de los representantes legales de las Mypes son de sexo masculino, sin embargo, contrasta con la investigación de Bedoya (2018) quien manifiesta que, en cuanto al género de los representantes de las Mypes, el 80% son de género femenino. Este resultado indica que los emprendedores que se encuentran al frente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huacho en su mayoría son varones.

Con referencia al grado de instrucción de los representantes de la Mypes se determinó que el 41,38% tienen estudios superiores universitarios, (TABLA 03), este resultado contrasta con el estudio realizado por Goicochea (2016), quien determinó que el 40% de los representantes legales de las empresas contaban con estudios secundarios, de la misma manera también contrasta con Bedoya (2018) quien señala que el 50% de representantes de las Mypes tienen estudios secundarios. En cuanto a este resultado se puede deducir que los representantes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huacho en su mayoría cuentan con formación académica, que les permite tener mayor acceso a herramientas para el desarrollo de sus empresas.

En relación al cargo que desempeña, resultó que en su mayoría 77,59% son los dueños los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas investigadas (TABLA 04), tal y como lo plantea Jáuregui (2017) donde el 75% son los dueños los que están al frente de las Mypes, de la misma manera coincide con Bedoya (2018) quien refiere que el 80% de los representantes de las empresas son los dueños. Esto quiere decir que los emprendedores empresarios prefieren estar al frente de sus propios negocios y generar su propia fuente de empleo.

A la interrogante sobre el tiempo a cargo de la empresa, se obtuvo que al ser los dueños los que dirigen su propia Micro y Pequeña Empresa el 46,55%, están a cargo de las mismas en el rango de 0 a 3 años (TABLA 05), este resultado contrasta con lo investigado por Bedoya (2018) quien determinó que el tiempo a cargo de la empresa fue de 7 a más años.

Con respecto a las principales características referentes a las Micro y Pequeñas Empresas

A la pregunta sobre el tiempo de permanencia de la empresa en el rubro, el resultado indica que el 44,83% de Micro y Pequeñas Empresas tiene una presencia en el mercado de 0 a 3 años (TABLA 06), este resultado contrasta con la investigación de Goicochea (2016) quien determinó que el 60% de las Mypes tiene un tiempo de funcionamiento en el mercado de 7 a más años, del mismo modo contrasta con Bedoya (2018) quien señala que el 60% de las encuestas arrojan que tienen 7 años a más en el rubro. Este resultado significa que las mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huacho, son en promedio empresas jóvenes que vienen haciéndose camino en el mercado.

Con respecto al número de trabajadores con que cuenta las Mypes, los representantes indicaron que en su mayoría el número de personal va de 1 a 5 trabajadores, correspondiente al 74,14%. (TABLA 07), lo cual coincide con lo investigado por Bedoya (2018), quien señaló que el número de trabajadores con que cuenta las Mypes corresponde a un 70% en el rango de 1 a 5 trabajadores. Este resultado refiere que el número de trabajadores está en relación al tamaño de la empresa.

En lo relativo al parentesco de las personas que trabajan en la empresa, resultó que el 47,41% de las Micro y pequeñas Empresas encuestadas, cuentan con personal cuyo grado de parentesco es familiar y también con los que no tienen ningún grado de familiaridad, (TABLA 08), esto coincide en parte con la investigación de Bedoya (2018) que señala que los representantes de las empresas refieren que el 60% de trabajadores no son familiares. Esto significa que no solo están al frente de la empresa el entorno familiar, sino que se da la oportunidad de trabajo a personas que buscan oportunidad laboral.

En cuanto al objetivo de creación de la empresa, el resultado refiere que la mayor parte de las Mypes el 87,93% fueron creadas para generar ganancias (TABLA 09). Este resultado coincide con lo señalado por Jáuregui (2017) quien determino que el 100% de las Mypes investigadas se crearon con la finalidad de maximizar ganancias, de la misma manera coincide con Bedoya (2018) quien refirió que el 80% de Mypes fueron creadas con el objetivo de generar ganancias. Este resultado determina que el objetivo de creación de las Mypes del sector servicio –rubro restaurantes del distrito de Huacho 2018, fue para generar ganancias, mantenerse en el mercado y alcanzar seguramente su desarrollo en este.

A la interrogante sobre el tipo de constitución de la empresa, resultó que en su mayoría las Mypes están constituidas como persona natural 65,52% (TABLA 10) debido a que la creación es sencilla, las normas regulatorias a las que se encuentran sometidas son mínimas, el control y administración del negocio depende únicamente de la persona natural, no requiere de mucho capital, entre otros.

Con respecto a la situación del local, resultó que en su mayoría 62,07%, (TABLA 11) de las Mypes funcionan en un local alquilado y en el caso de un 37,93% el establecimiento es propio.

En lo referente a los servicios con que cuenta el local, los representantes de las Mypes manifestaron que el 45,69% cuenta con servicios de agua, luz, desagüe, teléfono e internet (TABLA 12), este resultado coincide con Sosa (2016) que refiere en su investigación que el 52.1% de los restaurantes cuenta con todos los servicios y tienen instalaciones agradables. Al respecto al contar y brindar con servicio de internet, supone una mayor ventaja frente a las otras empresas por que les permite tener más acceso a la información, se puede utilizar para la capacitación de los empleados, contacto mucho más fácil con clientes y proveedores, agilidad en las operaciones financieras, entre otros.

A la interrogante si los ambientes de cocina, comedor, almacén, SS. HH se encuentran independizados, el resultado indica que en su gran mayoría 95,69% de las Mypes los ambientes del local se encuentran independizados (TABLA 13), esto coincide con la investigación realizada por Sosa (2016) quien determina que el 90% restaurantes tiene los ambientes necesarios, así como instalaciones amplias y ventiladas. Esto indica que sus representantes se preocupan por brindar un buen servicio a los clientes, ofreciéndoles un local donde cada ambiente tiene un espacio determinado que cumple funciones específicas.

Con referencia a las características de la Gestión de Calidad

Planificación de la calidad

En cuanto a la interrogante si tiene establecido metas y objetivos claros en un periodo determinado, el resultado obtenido fue que el 77,59% de Mypes siempre tiene establecido las metas y objetivos en un periodo determinado (TABLA 14), Lo cual coincide con la investigación de Goicochea (2016), quien determina que el 80% de empresas tienen establecido la misión y visión. Lo que se traduce en que las empresas se están enfocando hacia lo que desean conseguir, realizando las acciones necesarias para alcanzar el éxito.

Con referencia a si cuentan con políticas y lineamientos de trabajo, se obtuvo que un 56,03% de Mypes siempre cuenta con políticas y lineamientos de trabajo (TABLA 15), lo cual coincide con Goicochea (2016) que refiere en su estudio que las Mypes cuentan en un 70% con políticas de calidad del restaurante. Esto supone que los representantes tienen trazadas sus directrices las que norman la forma de actuación de la empresa, determinando sus valores.

Respecto a si ha implementado documentos de gestión (Reglamento Interno, MOF, otros), resulto que los representantes de las Mypes en su mayoría señalaron que un 60,34% siempre implementan documentos de gestión (TABLA 16), lo que coincide con el estudio de Goicochea (2016) quien señala que el 60% de las Mypes cuenta con documentos de gestión. Esta implementación es importante porque estos documentos regulan la gestión interna de la empresa y permite el control de calidad en todos los ámbitos de la organización.

Control de calidad

Con respecto a que, si los procesos desarrollados en el restaurante se rigen a sus normas internas establecidas, resultó que un 56% manifestó que siempre se rigen (TABLA 17), este resultado coincide con el estudio realizado por Quezada (2016) quien refiere que el 75% de las empresas trabajan mediante la correcta organización de sus procesos de servicios operacionales. Esto resulta beneficioso para la Mypes puesto que permite que mejora la organización de la empresa y promueve que el desenvolvimiento del personal sea el adecuado formando parte de una cultura interna de las Mypes.

A la consulta si la entrega del servicio es acorde y oportuno cuidando la satisfacción del cliente, resultó que un 50% manifestó que la entrega del servicio siempre es acorde y oportuno, cuidando la satisfacción del cliente (TABLA 18), este resultado coincide con el estudio de Sosa (2016), quien determina que el 52% del personal entrega el servicio con rapidez para dar una percepción positiva al cliente. Esto refleja que la mayoría de los representantes de las Mypes, están enfocados en brindar un servicio que cumpla con las expectativas de los clientes.

En cuanto a la interrogante si se brinda solución ante alguna contingencia o situación que genere malestar al cliente por el servicio brindado, se determinó que un 53,45% siempre brinda solución (TABLA 19), este resultado coincide con lo determinado por Yarleque (2018) quien refiere que el 46% del personal busca alternativas para dar solución a algún problema con los clientes, esta acción conlleva a no dar una mala impresión a los clientes de las Mypes y que los mismos retornen en una próxima oportunidad.

En lo relativo si la atención del personal del restaurante hacia los clientes es empática, cordial, amable, resultó que los representantes de las Mypes en su mayoría indicaron que el 70,69% de la atención del personal hacia los clientes es siempre empática, cordial, amable (TABLA 20) lo cual coincide con el estudio de Sosa (2016) que refiere que el 50% del personal tiene una atención empática hacia los clientes. Este punto resulta importante debido a que las empresas buscan la satisfacción del cliente para una posterior fidelización del servicio.

En lo referente a si realizan encuestas periódicas a los clientes para recabar la opinión del servicio que ofrecen, resultó que el 26,72% de las Mypes muy pocas veces realizan encuestas periódicas a los clientes y un 19,83% nunca realizan la encuesta (TABLA 21), esto contrarresta a lo vertido por Goicochea (2016) que refiere que el 60% de representantes realizan una evaluación de atención del cliente para recabar información sobre el servicio que ofrecen. Esta práctica empresarial en las Mypes del sector servicio rubro restaurante del distrito de Huacho, aún no es tomada en cuenta a pesar que su puesta en marcha genera ventajas como el de ofrecer un servicio más adecuado que atienda las demandas reales de su clientes.

Mejora de la Calidad

En lo referente a si se realiza modificaciones o cambios periódicos en el equipamiento para brindar un mejor servicio, se determinó que el 46,55% siempre realiza modificaciones (TABLA 22), este resultado coincide con el estudio de Sosa (2016) quien argumenta que el 57.8% implementa equipamiento moderno para brindar un mejor servicio. Esto refiere que los representantes de las Mypes pretenden innovar, mejorar las herramientas de trabajo para brindar un mejor servicio al cliente.

En cuanto a si implementa, acondiciona la infraestructura del restaurante para volverlo atractivo a los clientes, resultó que el 44,83% siempre acondiciona la infraestructura del restaurante para volverlo atractivo. (TABLA 23), este resultado coincide con el estudio de Sosa (2016) quien argumenta que el 62% acondiciona bienes tangibles para satisfacer al cliente, asimismo también coincide con Goicochea (2016), que refiere que dentro de los aspectos de mejora del restaurante está la infraestructura del local. Esto constituye una estrategia válida de los representantes de las Mypes que permiten brindar un ambiente agradable, atractivo e interesante que complemente el servicio brindado para satisfacer al cliente.

Respecto a si existe disposición para que el servicio brindado por el personal a los clientes se optimice cada vez más, los representantes de las Mypes indicaron que el 41,38% siempre tiene la disposición para optimizar el servicio (TABLA 24) lo cual contrasta con la investigación de Sosa (2016) quien refiere que el 48,4% del personal no se esmera para que el servicio brindado sea el mejor posible. Esto se traduce en una fortaleza para las Mypes del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Huacho, puesto que su personal se encuentra motivado en mejorar el servicio cada vez más y con ello optimizar la gestión de calidad.

En lo referente a si el personal recibe capacitación de acuerdo a las necesidades para mejorar el servicio brindado, resultó que solo el 34,48% (TABLA 25) recibe siempre capacitación. Este resultado contrasta con la investigación realizada por Goicochea (2016) quien señala que las capacitaciones dirigidas a los trabajadores de las Mypes se llevan a cabo en un 80%, Este resultado refleja que aún la mayor parte de representantes de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huacho, no se

encuentran concientizados con la importancia en la formación del recurso humano en la empresa para alcanzar su desarrollo y brindar un servicio de calidad.

En cuanto a la pregunta si implementa las recomendaciones y sugerencias emitidas por los clientes para mejorar el servicio, se determinó que el 37,93% casi siempre implementa las recomendaciones, mientras que el 37,07% refirió que siempre implementa las recomendaciones (TABLA 26), esto contrarresta con lo determinado por Sosa (2016) quien refiere que el 48.7% del personal no tiene buena voluntad para atender las necesidades de los clientes e implementar sus recomendaciones. Estos resultados demuestran la disposición de los representantes y trabajadores de las Mypes del sector servicio rubro restaurante del distrito de Huacho, en corregir los errores e implementar sugerencias para mejorar el servicio brindado.

Respecto a la interrogante si cuentan con una cartera de clientes permanentes, resultó que el 25,86% (TABLA 27) señaló que siempre cuentan con una cartera de clientes permanentes. Al respecto se puede deducir que son pocas las Mypes aún que cuentan con clientes fidelizados.

Con referencia a si analiza el volumen de ventas de manera mensual para establecer estrategias de mejora en el servicio brindado, se determinó que el 69,83% de representantes de las Mypes siempre realiza un análisis del volumen de ventas. (TABLA 28) Esto concuerda con Bazo (2016) quien determinó en su investigación que el estudio del comportamiento de sus ventas le resultó favorable al 100% de encuestados. Al respecto la realización del análisis de venta no solo les permitirá conocer la rentabilidad si no también el planteamiento de actividades o decisiones para mejorar en el siguiente período.

Con referencia a las características de la Capacitación de Recursos Humanos

Detección de las Necesidades de capacitación

En cuanto a si se evalúa el nivel de conocimiento sobre el servicio a su personal, los representantes de las Mypes refirieron que el 34,48% (TABLA 29). siempre evalúan el nivel de conocimiento sobre el servicio a su personal. Aunque la evaluación del personal aún no tiene la importancia adecuada, la cifra obtenida no es representativa teniendo en cuenta que es una política importante para la empresa porque ayuda a determinar los recursos humanos necesarios para las Mypes.

En referencia a si se identifican “nuevos problemas” en el desenvolvimiento laboral de sus empleados, se determinó que el 35,34% siempre identifican nuevos problemas. (TABLA 30). Ante esta circunstancia los representantes de las Mypes deben de tener en cuenta que la conducta de un empleado puede tener como resultado actitudes que influyen en las actividades y desempeño dentro de la empresa, por ello es imprescindible tomar decisiones correctas al administrar los recursos humanos

Respecto a si cuenta con un programa de capacitación anual sobre temas que van en relación al rubro, se determinó que solo un 34,48% siempre cuenta con un programa de capacitación anual (TABLA 31), resultado que coincide con la investigación de Bedoya (2016) quien demuestra que solo el 20% de los encuestados manifestaron que el personal tuvo tres a más capacitaciones durante el año. Al respecto los representantes de las Mypes deben considerar que la capacitación permanente al personal es una inversión rentable que mejora la calidad del trabajo, propicia que el personal se comprometa con la empresa, permite el logro de metas, entre otros.

Evaluación de los Resultados de la Capacitación

Referente a si el personal cumple con las funciones asignadas, los representantes de las Mypes señalaron que el 41,38% del personal siempre cumple con sus funciones asignadas (TABLA 32), lo cual coincide con Yarleque (2018) que refiere que el 100% del personal de las Mypes cumple las funciones de acuerdo al cargo. Esto demuestra que en su mayoría el personal que labora en las empresas realiza su trabajo en relación a la buena fe laboral, cumpliendo sus obligaciones para el crecimiento y desarrollo de la MYPE.

A la interrogante si el personal demuestra compromiso en el trabajo, resulto que el 42,24% del personal siempre demuestra compromiso en el trabajo, seguidamente de un 40,52% que indicó que casi siempre el personal demuestra compromiso en el trabajo (TABLA 33), Dicho resultado coincide con Yarleque (2018) que refiere que el 100 % de trabajadores de las Mypes encuestadas, se siente comprometido con el lugar donde trabaja Al respecto se corrobora que el trabajador demuestra entusiasmo por el trabajo y labora para el éxito de la empresa.

En cuanto a si existe comunicación fluida entre los representantes y empleados para el logro del objetivo organizacional, los representantes de las Mypes indicaron que en su mayoría el 56,90% (TABLA 34) si tiene comunicación fluida con sus empleados, lo cual coincide con Yarleque (2018) que determina en su investigación que el 100% de trabajadores tiene buena comunicación con sus jefes. Este resultado muestra un cambio en la mentalidad empresarial, que hace posible que el trabajador se integre, se comprometa y se identifique con la empresa.

Respecto a si existe coordinación y participación entre los representantes y empleados para la toma de decisiones en mejora del servicio, resultó que el 48,28% indicó que casi siempre existe coordinación y participación (TABLA 35). Lo cual coincide con Montalbán (2018) que señala en su investigación que el 63% de los representantes encuestados indican que los trabajadores si son tomados en cuenta con sus participaciones. Esto permite que se analice alguna situación de la Mype desde todos los puntos de vista posibles, generando que los problemas de comunicación se reduzcan y se facilite la aceptación de la solución final.

V. CONCLUSIONES

La presente investigación sobre las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Huacho, permite concluir lo siguiente:

➤ **En cuanto a las principales características de los representantes de las Mypes:**

Los representantes de las Mypes en su mayoría son adultos y tienen una edad promedio entre 31 a 51 años, predomina el sexo masculino, con estudios superiores universitarios, se desempeñan en la mypes como dueños y como tal se encuentran en el cargo de 0 a 3 años.

➤ **En referencia a las principales características de las MYPES:**

En cuanto al tiempo de permanencia de la empresa en el rubro es de 0 a 3 años, la mayoría cuenta con un número de personal que va de 1 a 5 trabajadores, el objetivo de creación de la empresa es para generar ganancias, en su mayoría las Mypes están constituidas como persona natural, la mayoría de Mypes funcionan en un local alquilado, ofrecen los servicios de agua, luz, desagüe, teléfono e internet.

➤ **En cuanto a las principales características de la gestión de calidad:**

Las Mypes tienen establecidos metas y objetivos claros en un periodo determinado, en su mayoría han implementado documentos de gestión. Los procesos desarrollados se rigen a sus normas internas establecidas, la entrega del servicio es acorde y oportuno cuidando la satisfacción del cliente, en su gran mayoría la atención del personal del restaurante hacia los clientes es empática, cordial, amable; muy pocas veces realizan encuestas periódicas a los clientes para recabar información sobre el servicio que ofrecen, existe disposición del personal para que el servicio se optimice cada vez más. En un mediano porcentaje el personal recibe capacitación de acuerdo a las necesidades para mejorar el servicio brindado, en su mayoría se implementan las recomendaciones y sugerencias emitidas por los clientes, son pocas las Mypes que cuentan con una

cartera de clientes, en su mayoría analizan el volumen de ventas de manera mensual para establecer estrategias de mejora en el servicio

➤ **Respecto a las principales características de la Capacitación del Recurso Humano:**

El personal cumple con las funciones asignadas, en su mayoría este demuestra compromiso en el trabajo, existe comunicación fluida entre los representantes y empleados para el logro del objetivo organizacional, asimismo existe coordinación y participación entre los representantes y empleados para la toma de decisiones. La evaluación del nivel de conocimiento sobre el servicio a su personal aún no tiene la importancia adecuada, de la misma manera la identificación de nuevos problemas en el desenvolvimiento laboral de sus empleados no es importante, en cuanto al programa de capacitación anual sobre temas que van en relación al rubro, no resulta prioritario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Ávila, K. y Torres, N. (2016). *Análisis de la calidad en el servicio de las pymes restauranteras en Chalco, estado de México*, Chalco, México: Universidad Autónoma de México, Recuperado de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/64924>.
- Bazo, S. (2016). *Calidad del Servicio al cliente y su Influencia en la Rentabilidad de la cevichería "D' Astrid" del mercado modelo de Huacho, 2016*. Huacho, Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/566>.
- Bedoya, L. (2018). *Gestión de Calidad en la capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017*. Tingo María, Perú: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4212>.
- Castañeda, M. & Cabrera, A. & Navarro, Y & de Vries, W (2010). "Procesamiento de datos y análisis estadísticos utilizando SPSS", recuperado de https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=XsxqTVs9-2QC&oi=fnd&pg=PA8&dq=LIBRO+CONCEPTO+PROCESAMIENTO+DE+DATOS++EN+UNA+INVESTIGACION&ots=8N17fHGPla&sig=IZmngKFEgz9p6YpryurnZ_v1rLY%20-%20v=onepage&q&f=false#v=onepage&q&f=false
- Chaparro, R. (2014). *Ventajas para las mipymes colombianas de emplear el sistema de gestión de calidad, según la ntc ISO 9001:2008 y NTC 6001*. Bogotá, Colombia: Universidad Militar Nueva Granada, recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/12217/VENTAJAS%20PARA%20LAS%20MIPYMES%20COLOMBIANAS%20DE%20EMPLEAR%20EL%20SISTEMA%20DE%20GESTION%20DE%20CALIDAD%20C%20SEG>

%C3%9AN%20LA%20NTC%20ISO%2090012008%20Y%20NTC%206001.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos*, recuperado de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/43099694/Chiavenato.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1557167221&Signature=j7ufGfiEeG5UZMxJAbQ9HDCh8bM%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DAdministracion_de_recursos_humanos._El_.pdf.

Cleri, C. (2007). *El libro de las Pymes*, recuperado de <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=JZVfAAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=LIBRO++SOBRE+LAS+MICRO+Y+PEQUE%C3%91AS+EMPRESA+%22CARACTER%C3%8DSTICAS%22&ots=rEjdkmP216&sig=tE6IwXjPlhqyR56F4jhr0sFWQ%20-%20v=onepage&q&f=false#v=onepage&q&f=false>

Coronel, A. (2010). *Capacitación del capital humano como una inversión para el desarrollo*, recuperado de <http://psicoeureka.com.py/sites/default/files/publicaciones/eureka-7-2-10.pdf#page=73>

Cortés, J. (2017). *Sistemas de Gestión de Calidad (ISO 9001:2015)*, recuperado de https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=baUwDhttps://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=RhkwDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=libro+de+ISO+9001-2015&ots=XRul_oIXG0&sig=NB14KEVUSPNq1Zi1UqR8FiQyHKc#v=onepage&q=libro%20de%20ISO%209001-2015&f=false

Cuatrecasas, L. y González, J. (2017). *Gestión Integral de la Calidad*, recuperado de <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=k449DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=P>

T7&dq=libros+de+gesti%C3%B3n+de+calidad&ots=Pusre-
aw6y&sig=w3Uy5caMpdplmpTCwYt-6p8wgEI%20-
%20v=onepage&q=libros%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad&f=false#v=s
nippet&q=libros%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad&f=false

Dessler, G. (2009). *Administración de Recursos Humanos*, recuperado de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45715933/Administracion_de_recurso_humanos_11va_GaryDessler.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1557188487&Signature=%2F7PfhRJ6YR3YDkpP36zv%2FmJv%20g%20L4%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DAdministracion_de_Recursos_Humanos_GaryD.pdf.

Fontalvo, T. (2010). *La Gestión de la Calidad en los Servicios ISO 09001: 2008*, recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/823/indice.htm>

Goicochea, K. (2016). “*La Gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – rubro restaurante del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015*”. Lima, Perú: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1083>

González, O. y Arciniegas. (2016). *Sistemas de Gestión de Calidad*, recuperado de https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=baUwDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=libro+de+ISO+9001-2015&ots=bmwBiXdWkz&sig=sj1YQKWtxP6Zbsq-ee_J-W9RBBA#v=onepage&q=libro%20de%20ISO%209001-2015&f=false

Guarneros, I. (2014). *Más competitivas que pequeñas*, recuperado de <http://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074386417.pdf>

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, M. (2004). *Metodología de la Investigación*, recuperado de https://www.academia.edu/23889615/_Hern%C3%A1ndez_Sampieri_R._Fern%C3%A1ndez_Collado_C._y_Baptista_Lucio_M._P_2010_

Hernández, H., Fernández & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación (5ta. edición)*. México, recuperado de <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38911499/Sampieri.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1554226519&Signature=ogVcf25PtSvRxwSqqTI9032PGak%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DSampieri.pdf>

Huamán, H. (2005). *Manual de Técnicas de Investigación*, recuperado de <https://es.slideshare.net/HctorGuillermoHuamnV/manual-de-tecnicas-de-investigacion-conceptos-y-aplicaciones>

Jáuregui, Y. (2017). *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014. Ancash, Perú: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*, Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1820>

Juran, J. (1990). *Juran y el Liderazgo para la calidad*, recuperado de <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=rZgoVdPhJCAC&oi=fnd&pg=PP11&dq=definici%C3%B3n+conceptual+de+gesti%C3%B3n+de+calidad+a+cargo+de+juran&ots=d16o3U7ZO1&sig=8m0tM7O3LkpDuErm9i-SxPBnt-Q#v=onepage&q&f=false>

Lerma, G. (2016). *Metodología de la investigación*, recuperado de <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=COzDDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=>

PT5&dq=LIBRO+DE+METODOLOG%C3%8DA+DE+LA+INVESTIGACI%C3%93N&ots=2g1fHie5uh&sig=4WLJ4aqUWhhlgRwwifmIgh5Momo%20-%20v=onepage&q=LIBRO%20DE%20METODOLOG%C3%8DA%20DE%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N&f=false#v=snippet&q=LIBRO%20DE%20METODOLOG%C3%8DA%20DE%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N&f=false

Miranda, F. (2007). *Introducción a la Gestión de la Calidad*, recuperado de <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=KYSMQQyQAbYC&oi=fnd&pg=PA1&dq=libros+de+gesti%C3%B3n+de+calidad&ots=Itt4iclW6j&sig=V05W-3i8LaVDdQhM-A6beQH0pf8#v=onepage&q=libros%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad&f=false>

Moreno, G. (2000). *Introducción a la Metodología de la Investigación Educativa II*, recuperado de https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=15t_h9QddksC&oi=fnd&pg=PA7&dq=libro+poblaci%C3%B3n+/muestra+en+una+investigaci%C3%B3n&ots=exF20x16L4&sig=a2ph7YX1LAikz1FZHEGav7pYYO0#v=onepage&q=libro%20poblaci%C3%B3n%20%2Fmuestra%20en%20una%20investigaci%C3%B3n&f=false

Nicolau, J. (1996), *Juran y la calidad por el diseño*, recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=fURB60QH1RYC&printsec=frontcover&dq=definici%C3%B3n+de+gesti%C3%B3n+de+calidad+de+juran&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwil_s2aoa_hAhXO1VkkHe_tCoMQ6AEIJzAA%20-%20v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad%20de%20juran&f=false#v=snippet&q=definici%C3%B3n%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad%20de%20juran&f=false

- Olgúin, J. Guerreo, J. & Chávez, J. (2012). *Aportes en Administración, Mercadotecnia, Calidad y Educación*, recuperado de <https://www.amazon.es/Aportes-Administracion-Mercadotecnia-Calidad-Educacion/dp/3659058386>
- Pérez, C. (2005), *Muestreo Estadístico*, recuperado de <https://economiadigitals.blogspot.com/2015/07/muestreo-estadistico-de-cesar-perez.html>
- Quezada, B. (2016), *Propuesta de un modelo de gestión de calidad para la mejora de los restaurantes de la ciudad de Ambato*, Ambato, Ecuador: Universidad Regional Autónoma de los Andes, Recuperado el 25 de marzo 2019, de <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/5749>
- Sánchez, A. (2013). *Sistemas de aprovisionamiento y mise en place en el restaurante. HOTR0608*, recuperado de <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=bP1lzE1IepwC&oi=fnd&pg=PT5&dq=LIBRO+DE+RESTAURANTES&ots=-Tm11CexO2&sig=y5YUzQfImNoXc2IqMosxZtKMUzo#v=onepage&q=LIBRO%20DE%20RESTAURANTES&f=false>
- Siliceo, A. (2006). *Capacitación y Desarrollo de Personal*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=CJhlsrSulMUC&oi=fnd&pg=PA5&dq=capacitaci%C3%B3n+del+recurso+humano&ots=ISihJ4BaO&sig=AjrKLuoC71iUsBVcYsz1luYKg_E#v=onepage&q=capacitaci%C3%B3n%20del%20recurso%20humano&f=false
- Sosa, Z. (2016). *Nivel de calidad de servicio del Restaurante campestre Fundo Palmira Distrito Santa María 2016 según el modelo SERVQUAL*. Huaura, Perú: Universidad César Vallejo. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/10351>

- Torres, A y Moreno, J. (2015). *Diseño e implementación de una empresa que brinde servicios de capacitación personalizada para mejorar la calidad del servicio de alimentación para pequeños restaurantes de la zona norte, sector Kennedy de la ciudad Guayaquil*, Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil, Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/11018>
- Udaondo, M. (1992). *Gestión de Calidad*, recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=hoRIEGdLGxIC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Urbano, Y. (2006), *Técnicas para investigar*, recuperado de https://www.academia.edu/27914769/YUNI_URBANO_2006_T%C3%A9cnicas_para_investigar_1
- Yarleque, T. (2018). *Caracterización de la Capacitación y la Calidad de Servicio al cliente de las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes del mercado de Tumbes, 2018*. Tumbes, Perú: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8262>
- Zuta, M. y Wise, A. (2009). *Una Mype con calidad*. Recuperado de http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/LIBRO_CALIDAD.pdf

ANEXOS

Anexo N° 1

Directorio de las MYPES

Población muestral: 116 Micros y Pequeñas Empresas del sector servicio - rubro Restaurantes, del distrito de Huacho, provincia de Huaura.

N°	NOMBRE	DIRECCION	RUC
1	COMERCIAL MARIVEL	CALLE SAN ISIDRO	10156168853
2	RESTAURANT "EL SABOR DE DOÑA CIRA"	PASAJES MERCEDES INDACOCHEA S/N	10063013701
3	RESTAURANT EL FUNDO PALMIRA	Av. 28 DE JULIO Nro. 0263	10416660781
4	RESTAURANT VEGETARIANO "POLACK PREMIER"	AV. ECHENIQUE N° 129	10157617503
5	EL ABANICO	Calle LOS OLIVOS Nro. 345-A	10456680858
6	RICO SABOR	ADAN ACEVEDO S/N	10102283461
7	RESTAURANT D'MECHITA	JR. SAN ROMAN N° 300	10156132824
8	RESTAURANT LA RUEDA	ADAN ACEVEDO N° 602ª	10447218599
9	RESTAURANT PATTY	FRANCISCO ROSAS 593	10435369770
10	DON MANUEL	JOSE T GARCIA	20563618559
11	LA ESQUINA DE DON MEMO	MARISCAL CASTILLA 202	20600719034
12	RESTAURANT BOLIVAR	JR BOLIVAR 895	20571256321
13	EL DELFIN	MARISCAL CASTILLA 254	10155940676
14	RESTAURANTE MELISA	FRANCISCO ROSAS - CUADRA 5	10157345007
15	CHIFA RIVERA	FRANCISCO ROSAS N° 512	10157594449
16	RESTAURANT SABOR Y SAZON	SALAVERRY N° 255	10215396440
17	CEVICHERIA LOS DELFINES	JOSE T. GARCIA N° 226	10157432694
18	RESTAURANT EL RINCON DE MAGALY	JR SAN ROMAN	10090270961

19	CHIFA MALLQUI	ADAN ACEVEDO N° 220	10157660875
20	CEVICHERIA PIPO	ELCORROBARRUTIA N° 202	10157608407
21	RESTAURANT CARBAJALITO	FRANCISCO ROSAS N° 494	10477880041
22	CEVICHERIA JACKY	FRANCISCO ROSAS N° 487	10157571872
23	CORPORACION HALEC S.A.C.	CERCADO Av. 9 DE OCUTBRE Y AV. 28 DE JULIO Nro. 399 1RO. - Y 2DO.P.	20601385016
24	EL VIKINGO	AUGUSTO B. LEGUIA N° 153	20522435482
25	DON SEGUNDO RESTO BAR	AUGUSTO B. LEGUIA N° 324	10156090340
26	RESTAURANTE EL BUEN SABOR	AV. ECHENIQUE Nro. 312	10234703566
27	RESTAURANT NATSUKI	AV. ARNALDO ARAMBULO N° 101	10190707615
28	LA CHOZA MARINA	AUSEJO SALAS 399	10707475256
29	POLLERIA RIKOS	AV. MORE 753	10155809219
30	RESTAURANT ROXY	FCO ROSAS C/ LAS FLORES 198	10081357124
31	POLLERIA "DON D' MERA"	PROLONGACIÓN MOORE	10484938186
32	D' SANTI	CALLE LIBERTAD 358-AMAY	10767848019
33	DON LUCHO II	LA LIBERTAD 452 AMAY	10156084862
34	MG PROASA S.A.C.	JR. ATAHUALPA N° 342	20571525756
35	EL SEÑORÍO	PROLONG. JOSE GALVEZ	10107926467
36	PICANTERIA DE CHARINI	ESPALDA DE LOS BOMBEROS	10081469852
37	MI HUACHITO	AV. MERCEDES INDACOCHEA MZ C LOTE 1	10063013701
38	VILLA DEPORTIVA LOS DELFINES	URB. LAS BRISAS MZ.C LOTE 8	20530948723
39	MARIA DEL PILAR ROMERO NUÑEZ	FRANCISCO VIDAL FRENTE A ESSALUD	10084891385
40	RESTAURANT LOS ROBLES	MARISCAL CASTILLA 225	10157271186
41	RESTAURANT YAZBEL	FRANCISCO ROSAS N° 572	10155891551
42	LA CASMEÑITA	AV. SAN MARTIN 760	10321048442

43	RESTAURANT ARCE	PROLONGACION SAN MARTIN N° 190	10157291021
44	AVALOS DE GARCIA LILA MARINA	Av. JOSE ARNALDO ARAMBULO LA ROSA N° 104	10190707615
45	AVALOS DE GARCIA LILA MARINA	AV. JOSE ARNALDO ARAMBULU LA ROSA N° 134	10156191740
46	CEVICHERIA LA BARCA	AV. LUNA ARRIETA N° 565	10445135165
47	CEVICHERIA JENNY MAR	CALLE AREQUIPA 242	10157253536
48	RESTAURANT ANTOJITOS	ECHENIQUE N° 889	10157251347
49	RESTAURANT EL ROSAL	AV. SALAVERRY N° 8	10155841317
50	RESTAURANT D'NENA	JR. BOLOGNESI	10157389811
51	CHIFA RESTAURANT PAQUITO	JR. BOLOGNESI NRO. 128	10155874576
52	ACHE CUBA	AV. ALFONSO UGARTE N° 184	20542011921
53	RESTAURANT VIDA SANA	JR. SIMON BOLIVAR N° 160	10083463142
54	RESTAURANT ASIS	PASAJE CHANGANAQUI N° 11	10414612909
55	LA CASONA	AV. LARCO HERRERA N° 333	10067832880
56	CEVICHERIA VICTOR I	JR. LA PALMA N° 301	10003610581
57	RESTAURANT CEVICHERIA LA ISLA	AV. LUNA ARRIETA 623	10156096771
58	RESTAURANT TURISTICO SABOR HUACHANO (CEBICHITO)	AV. SAENZ PEÑA N° 279	10157235597
59	RESTAURANT CEVICHERIA EL REY DEL SABOR	PASAJE INDACOCHEA S/N	10155826725
60	CHIFA RESTAURANT JIN WA	AV. ECHENIQUE N° 563	10155876731
61	ALICIA SANTIAGO FALCON	AV. INDACOCHEA C-9	10156013680
62	RESTAURANT "MADERO"	AV. 28 DE JULIO N° 997	10452338136
63	CEVICHERIA VICTOR II	AV. SAN MARTIN N° 13	10099416861
64	CHURRASQUERIA "JULITA" (BARRANQUITO)	AV. 2 DE MAYO N° 632	10155804497
65	CEVICHERIA EL CLASICO	CALLE EL INCA S/N	20571416973

66	RESTAURANT GENOVA	AV. SAN ROMAN N° 200	20571464609
67	LIU JUN S.A.C.	JR. LA MERCED N° 209	20600405030
68	CHIFA ESPAÑA	AV. 28 DE JULIO N° 550	20534173025
69	RESTAURANT POLLERIA YORKIS	AV. 28 DE JULIO	20505251041
70	A LO VENEZOLANO (EX JOSHI)	Calle COLON Nro. 468	10063111932
71	RESTAURANT CEVICHERIA CHURRASQUERIA "DOÑA TOMASA"	Prolg. SAN MARTIN Nro. 587	10414336766
72	RESTAURANT CEVICHERIA COSTA BRAVA	ESQUINA DE SAN MARTIN CON 9 D OCTUBRE	20517704980
73	POLLERIA MURGA	AV. MERCEDES INDACOCHEA N° 1148	10733596681
74	RESTAURANT CARBON Y GRILL	JR. SAN ROMAN N° 304	10412510670
75	PESCADOS Y MARISCOS "EL PORTEÑO"	LUNA ARRIETA N° 687	20408114781
76	DON SHIRA	AV. 9 DE OCTUBRE N° 583	10722631710
77	D'MILAS CHURRASQUERIA	CALLE BOLIVAR N° 873	20602950655
78	LA MAFIA	CALLE DOS DE MAYO N° 892	20530930433
79	RESTAURANTE WAYITOS	AV. MERCEDES INDACOCHEA N° 352	10156155191
80	CHIFA WAN YUAN	AV. 28 DE JULIO N° 581	20601947421
81	CEVICHERIA SABOR Y SAZON	PROLONGACION SALAVERRY N° 121	10157218242
82	CHIFA RESTAURANT XIXILING	AV. ECHENIQUE N° 301	10234703566
83	LA COCHERA	JR. LA PALMA N° 392	10003610581
84	COMO EN CASA	ADAN ACEVEDO N° 214	20392924168
85	MARLENE	NICOLAS DE PIEROLA N° 220	10157400857
86	FU KE LAI	AV. 28 DE JULIO N° 291	10750715643
87	MAR DE COSTA	AV. LUNA ARRIETA N° 467 - 469	20571475121

88	EL CORAL	AV. LUNA ARRIETA N° 681	20600381203
89	BOHEMIA 80 EIRL	AV. TUPAC AMARU N° 292	20602229417
90	RESTAURANTE EL TAMBO	AV. 28 DE JULIO N° 550	10451032955
91	ESPINAR RESTOBAR	AV. ESPINAR N° 120	10155989659
92	RESTAURANT CEVICHERIA "EL PULPO"	AV. 2 DE MAYO N° 348	10157218811
93	CEVICHERIA "EL VERIDICO D'CARLOS"	AV. 2 DE MAYO N° 766	20602646409
94	POLLERIA LA LIBERTAD	AV. 28 DE JULIO N° 600	20488164105
95	LA MUMU	LEONCIO PRADO N° 441	10724383225
96	EL LEÑADOR	AV. MERCEDES INDACOCHEA N° 339	10427691549
97	D'COCO PLAYA	AV. 9 DE OCTUBRE S/N	20531046651
98	POLLERIA EL LEÑADOR	AV. GRAU CON MORE N° 252	10427691549
99	RESTAURANT TIO YORS	Av. 28 DE JULIO Nro. 594	10433788741
100	RESTAURANT D'COCO	AV. TUPAC AMARU N° 156	20603867794
101	CRISTIAN DEL RIO MONTAÑES	VIÑA DEL RIO N° 627	10098628288
102	RESTAURANT CEVICHERIA "EL ACUARIO"	CALLE LUNA ARRIETA N° 573	10155912001
103	YUAN YAN	Av. ECHENIQUE Nro. 215	15530735815
104	CEVICHERIA "VICTOR 3"	AV. ECHENIQUE N° 805	10461733749
105	PAPAPO'S GRILL	AV. TUPAC AMARU N° 516	20603476434
106	RESTAURANT CEVICHERIA CHIFA "OKEY EL CHORRY"	OVALO - ANTIGUA PANAMERICANA	10090996610
107	RESTAURANT CHIFAN	AV. CINCUENTENARIO	10721927879
108	RESTAURANT PARRILLADA "LUNITA"	OVALO - CON AV. ESPINAR	10091184392
109	CHIFA ORIENTAL	AV. ESPINAR N° 451	15511488947
110	CHIFA YEN HUANG	JR. FRANCISCO ROSAS NRO. 225	20530901921
111	HOTEL POLLERIA LAS PALMERAS	AV. ESPINAR N° 214	20602318606

112	RESTAURANT TAKESHI	Av. EL ESPINAR Nro. 179-A	10728684408
113	RESTAURANT "EL CHINO"	AV. MERCEDES INDACOCHEA N° 231	10239977923
114	RECREO PEPES	AV. SAN ROMAN N° 432	10066019298
115	CHIFA FULLRUM	AV. 28 DE JULIO N° 185	20530950388
116	CEVICHERIA PEZ ABORDO	CALLE FRANCISCO ROSAS N° 299	10727967538

Fuente de Información: Municipalidad Provincial de Huaura

Anexo N° 2

FORMATO DE ENCUESTA

CUESTIONARIO QUE SE APLICÓ A LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPES DE SERVICIO –RUBRO RESTAURANTES DEL DISTRITO DE HUACHO, PROVINCIA DE HUAURA.

Instrucciones: Le presentamos una relación de interrogantes, por lo que se le solicita emita frente a ellas su opinión personal, marcando con un aspa (X) la respuesta que usted considere pertinente, de acuerdo al siguiente código:

I. GENERALIDADES

Características Referentes a los representantes de las Micro y pequeñas empresas

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo a cargo de la empresa

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

Características Referentes de las micro y pequeñas empresas

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 3 años

- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

7. Número de trabajadores

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

8. Parentesco de las personas que trabajan en su empresa

- a) Familiares
- b) No son familiares
- c) Familiares y personas no familiares.

9. Objetivo de creación de la empresa

- a) Generar Ganancia
- b) Subsistencia

10. Tipo de constitución de la empresa

- a) Persona natural
- b) Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L)
- c) Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L)
- d) Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C)
- e) Sociedad Anónima (S.A)

11. Situación del local

- a) Propio
- b) Alquilado

12. Marque con que servicios cuenta su local

- a) Agua, luz y desagüe
- b) Agua, luz, desagüe, teléfono
- c) Agua, luz, desagüe, teléfono, internet

13. Los ambientes de cocina, comedor, almacén, servicios higiénicos se encuentran independizados

- a) Si
- b) No

A continuación, deberá marcar con un aspa(x) la alternativa que usted crea conveniente, tomando en cuenta la siguiente valoración:

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

N°	Items	Alternativa				
		1	2	3	4	5
Variable: Gestión de Calidad						
D.1 Planificación de la Calidad						
01	Tiene Establecido Metas y Objetivos claros en un periodo determinado					
02	Cuenta con políticas y lineamientos de trabajo					
03	Ha implementado documentos de gestión (Reglamento interno, Manual de Organización y Funciones otros)					
D.2 Control de Calidad						
04	Los procesos desarrollados en el restaurante se rigen a sus normas internas establecidas.					
05	La entrega del servicio es acorde y oportuno cuidando la satisfacción del cliente.					
06	Brinda solución ante alguna contingencia o situación que genere malestar al cliente por el servicio brindado.					
07	La atención del personal del restaurante hacia los clientes es empática, cordial, amable					
08	Realiza encuestas periódicas a los clientes para recabar la opinión del servicio que ofrecen					
D.3 Mejora de la Calidad						
09	Realiza modificaciones o cambios periódicos en el equipamiento para brindar un mejor servicio					
10	Implementa, acondiciona la infraestructura del restaurante cada cierto periodo para volverlo atrayente a los clientes.					
11	Existe disposición para que el servicio brindado por el personal a los clientes se optimice cada vez más.					
12	El personal recibe capacitación de acuerdo a las necesidades para mejorar el servicio brindado.					
13	Implementa las recomendaciones y sugerencias emitidas por los clientes para mejorar el servicio					

14	Cuenta con una cartera de clientes permanentes					
15	Analiza el volumen de ventas de manera mensual para establecer estrategias de mejora en el servicio brindado.					
Variable: Capacitación de Recursos Humanos						
D.1 Detección de la Necesidad de Capacitación						
16	Evalúa el nivel de conocimiento sobre el servicio a su personal					
17	Identifican “nuevos problemas” en el desenvolvimiento laboral de sus empleados.					
18	Cuenta con un Programa de Capacitación anual sobre temas que van en relación al rubro					
D.2 Evaluación de los Resultados de la Capacitación						
19	El personal cumple con sus funciones asignadas					
20	El personal demuestra compromiso en el trabajo					
21	Existe comunicación fluida entre los representantes y empleados para el logro del objetivo organizacional.					
22	Existe coordinación y participación entre los representantes y empleados para la toma de decisiones en mejora del servicio.					