



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

**LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA CAPACITACION Y SU
INCIDENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIOS RUBRO RESTAURANTES DE PIURA
CERCADO 2019**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

Br. QUINTANA RUIDÍAS, HÉCTOR DANIEL

ORCID: 0000-0002-0575-1255

ASESOR:

Dr. LINARES CAZOLA JOSÉ GERMÁN

ORCID: 0000-0002-7394-362X

CHIMBOTE – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Br. Quintana Ruidías, Héctor Daniel

ORCID: 0000-0002-0575-1255

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Posgrado,
Chimbote, Perú

ASESOR

Dr. Linares Cazola, José Germán

ORCID: 0000-0004-5680-4824

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

JURADO

Presidente: Mgtr. Chero Fernandez, Armando

ORCID: 0000-0002-9193-0507

Miembro: Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Miembro: Mgtr. Solano Castillo, Marlon Juniors

ORCID: 0000-0001-5584-0523

JURADO EVALUADOR

Mgtr. Chero Fernandez, Armando

PRESIDENTE

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

MIEMBRO

Mgtr. Solano Castillo, Marlon Juniors

MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

A Mi Madre que me dio la Formación Universitaria,

A Mi esposa por ser muy comprensiva,

A Mi hijo por las horas de sacrificio lejos de él.

DEDICATORIA

Se lo dedico a Mi hijo por ser la motivación para la Mejora Continua

RESUMEN

El presente Trabajo de Investigación denominado *La gestión de la calidad en la capacitación y su incidencia en la atención al cliente de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de Piura Cercado 2019*, reconoce las características básicas de la variable capacitación y la variable atención al cliente de las mypes. El cliente de un restaurant visualiza y vive la experiencia de la atención al cliente al momento de ser atendido y el grado de satisfacción de la atención al cliente va ligado dependientemente del trato del personal de atención al cliente, el mismo que se ve reflejado en su manejo del lenguaje, amabilidad, prontitud y principalmente en la actitud. Para que el personal de atención al cliente muestre estas características deben ser colaboradores altamente capacitados no solamente por formación sino por el día a día de la actividad laboral, es decir el personal debe ser capacitado de manera continua. Teniendo en cuenta que en mundo tan competitivo como el que estamos viviendo y con las últimas tendencias empresariales el Rubro de los Restaurantes se vuelve cada vez más cambiante, las Mypes tienen que amoldarse a dichos cambios, los cuales vienen dados por la gestión de la calidad. Este trabajo ha cuantificado la incidencia en la atención al cliente de las Mypes del sector servicios rubro de restaurantes de Piura cercado 2019 bajo la influencia de la Gestión de Calidad en la Capacitación. Trabajándose 39 Mypes el cual es nuestro universo.

Palabras clave: Gestión de la Calidad, Capacitación, Atención al Cliente.

ABSTRAC

This Research Work called Quality management in training and its impact on customer service of Micro and Small Businesses in the restaurant services sector of Piura Cercado 2019, recognizes the basic characteristics of the training variable and the care variable to mypes client. The client of a restaurant visualizes and lives the experience of customer service at the time of being attended and the degree of satisfaction of customer service is linked depending on the treatment of customer service staff, which is reflected in its language management, kindness, promptness and mainly in the attitude. In order for the customer service staff to show these characteristics, they must be highly trained collaborators, not only for training but also for the day-to-day work activity, that is, the staff must be continuously trained. Bearing in mind that in a world as competitive as the one we are living in and with the latest business trends, the heading of restaurants is becoming increasingly changing, the mypes have to adapt to these changes, which are given by quality management . This work has quantified the impact on customer service of the Mypes of the service sector of restaurants of Piura fenced 2019 under the influence of Quality Management in Training. Working 39 Mypes which is our universe.

Keywords: Quality Management, Training, Customer Service.

CONTENIDO

TITULO	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
FIRMA DEL JURADO VALUADOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	ix
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE FIGURAS	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL	4
2.1. Antecedentes	4
2.2. Bases Teóricas	8
2.2.1. Variable Capacitación	8
2.2.2. Teoría de la Capacitación	9
2.2.3. Capacitación del personal de atención al cliente	10
2.2.4. Importancia de la Capacitación	11
2.2.5. ¿Cómo determinar las necesidades de Capacitación?	12
2.2.6. Definición de Servicio	13
2.2.7. Definición de Calidad	14
2.2.8. Importancia de Calidad	14
2.2.9. Definición de la Calidad del Servicio	15
2.2.10. Elementos Básicos en la Calidad del Servicio	15
2.2.11. Componentes de la Calidad del Servicio	15
2.2.12. Dimensiones de la Calidad del Servicio	16
Satisfacción del Cliente	16
2.3 Hipótesis	18
Hipótesis de Investigación	18
Hipótesis General	18
Hipótesis Específicas	18
Hipótesis Nula	18
Hipótesis Alternativa	19
2.4. Variable	20
2.4.1. Variable Capacitación	20
2.4.2. Atención al Cliente	20
III. METODOLOGÍA	21
3.1. Diseño de la Investigación	21
Tipo de Investigación	21
Nivel de Investigación	21
Diseño de Investigación	22
3.2. Población y Muestra	22

Tamaño de Muestra y Población	22
3.3. Definición y Operacionalización de Variables	23
3.3.1. Definición de Variables	23
3.3.2. Operacionalización de Variables	23
3.4. Técnicas e Instrumentos	24
3.5. Plan de Análisis	26
3.6. Matriz de Consistencia	27
3.7. Principios Éticos	27
IV. RESULTADOS	29
4.1. Presentación de Resultados	29
4.2. Análisis de los Resultados	41
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	47
5.1. Conclusiones	47
5.1. Recomendaciones	48
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49
ANEXOS	51

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Grado de Instrucción del Dueño	29
Tabla 2	Grado de Conocimiento que el Dueño tiene de la Gestión de la Calidad	30
Tabla 3	Disponibilidad que el Dueño tiene los Informes Contables en las Mypes	31
Tabla 4	Cantidad de Cursos de Capacitación ha Recibido su Mypes en el año	32
Tabla 5	Cantidad de Servicios que ha recibido la Mypes de Asistencia Técnica	33
Tabla 6	Orden del Servicio de los Mozos y Azafatas	33
Tabla 7	Forma de Lucir los Mozos y Azafatas	34
Tabla 8	Claridad al explicar los platos los Mozos y Azafatas	35
Tabla 9	Respeto de los Mozos y Azafatas al Cliente	36
Tabla 10	Paciencia de los Mozos y Azafatas al Cliente	37
Tabla 11	Atención Amable de los Mozos y Azafatas al Cliente	37
Tabla 12	Lenguaje Adecuado de los Mozos y Azafatas al realizar un pedido	38
Tabla 13	Rapidez de la preparación de los platos	39
Tabla 14	Rapidez de la atención de los platos	39
Tabla 15	Grado de Satisfacción con el queda su cliente después de haber sido atendido	40
Tabla 16	Expectativas del Cliente frente a la Atención al Cliente que brinda la Mypes	41
Tabla 17	Correlación de las Variables Capacitación y Atención al Cliente	41

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	Grado de Instrucción del Dueño	29
Figura 2	Grado de Conocimiento que el dueño tiene de la Gestión de la Calidad	30
Figura 3	Disponibilidad Tiene los Informes Contables en las Mypes	31
Figura 4	Cantidad de Cursos de Capacitación que ha recibido la Mypes en el año	32
Figura 5	Cantidad de Servicios que ha Recibido la Mypes de Asistencia Técnica	33
Figura 6	Orden de los Mozos y Azafatas	34
Figura 7	Forma de Lucir los Mozos y Azafatas	35
Figura 8	Claridad al explicar los platos los Mozos y Azafatas	35
Figura 9	Respeto de los Mozos y Azafatas al Cliente	36
Figura 10	Paciencia de los Mozos y Azafatas al Cliente	37
Figura 11	Atención Amable de los Mozos y Azafatas al Cliente	38
Figura 12	Lenguaje Adecuado de los Mozos y Azafatas al realizar un pedido	38
Figura 13	Rapidez de la preparación de los platos	39
Figura 14	Rapidez de la atención de los platos	40
Figura 15	Grado de Satisfacción con el queda su cliente después de haber sido atendido	40
Figura 16	La Atención al Cliente brindada en su Mypes, cumple con sus expectativas	41
Figura 17	Capacitaciones Vs. Atención al Cliente	42

INTRODUCCIÓN

El presente Trabajo de Investigación denominado *La gestión de la calidad en la capacitación y su incidencia en la atención al cliente de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de Piura Cercado 2019*, presenta el comportamiento de la Mypes frente a las Variables Capacitación y su incidencia en la Atención al Cliente, teniendo en Cuenta la Gestión de la Calidad. Todo esto en el Marco de la Competitividad.

Iniciando esta investigación nos hicimos la pregunta ¿Es Consciente el empresario de la Capacitación de su Personal en la Gestión de la Calidad?. Se tuvo como objetivos determinar las características de las MYPES, Cuantificar y Tener un Registro de restaurantes; Determinar Indicadores en la Atención al Cliente, Determinar el Grado de Conocimiento y Aplicación de la Gestión de la Calidad, Determinar el Grado de Capacitación que cuentan los colaboradores y los dueños, así como la responsabilidad de involucrarse en dar una Buena Atención al Cliente. del sector Servicios Rubro de Restaurantes de Piura Cercado 2019.

Se realizó este estudio para saber si existe una buena elaboración de productos de consumo humano y diario, si prestan los debidos estándares de calidad y salubridad dentro de las operaciones de fabricación de los mismos, Contando con un personal Calificado y con conocimiento de las actividades que se desarrollan. Conocer si las mypes antes mencionadas tienen potencialidad de crecer o morir de acuerdo a su comportamiento actual.

No se contaba con información adecuada de la realidad de las Mypes en este Rubro. La Municipalidad a través de su Gerencia de Turismo y el Gobierno Regional

a través de la Dirección de Salud deberían conocer la realidad de las Mypes dentro de las competencias de Cada Uno. Por ello el presente trabajo de Investigación realizado en Piura Cercado el año 2019 explica la realidad del Empresario Mypes de Restaurantes, teniendo como conclusión que no es consciente que debe tener personal altamente capacitado y debería tener en cuenta la Gestión de Calidad en la Capacitación él lo ve que incurriría en Gastos. Nada más alejado de la Realidad porque en la Vida Empresarial eso es Inversión.

El Gobierno Regional de Piura y la Municipalidad de Piura, impulsan campañas de Capacitación, Asistencia Técnica en los Procesos Productivos de Alimentación, así como en la Gestión Mypes a fin de dar una visión más integral; para que los empresarios sean capaces de hacer mejoras en la Gestión de Personal mediante la Capacitación del Personal a Cargo y principalmente en la Atención al Cliente. Porque los Restaurantes lo que Venden no es solo Comida, Venden un Servicio de Atención al Cliente donde se tiene en cuenta la claridad de como presentan los platos los mozos y azafatas, el respeto, la paciencia que tienen los mozos y azafatas, la atención amable, el lenguaje adecuado para interactuar con el Cliente, la rapidez de ser atendido, lo cual va a ser un reflejo tanto del Personal de Atención al Cliente como del Personal que Cocina.

Se han analizado de forma exhaustiva las Variables de Capacitación, Atención al Cliente, la injerencia de la Gestión de la Calidad en la Capacitación y la correlatividad entre las variables de la Capacitación y Atención al Cliente.

Las unidades de análisis en este trabajo fueron los restaurantes propiamente dicho y los usuarios. Aplicado a 39 restaurantes. Obteniéndose como conclusión

principal que Si existe relación entre las Variables de la Gestión de Calidad en la Capacitación y las variables Atención al Cliente de las Mypes del Sector Servicios Rubro de Restaurantes de Piura Cercado 2019. La variable Capacitación en Gestión de la Calidad vs. Atención al Cliente muestran Gran correlación, según el Indicador de Pearson es de 0.981. La relación es directa. Es decir a personal más capacitado en Gestión de la Calidad la Atención al Cliente va a mejorar.

Se tomó este tamaño de muestra debido las demás empresas eran medianas empresas, grandes empresas, personas naturales informales.

Es importante para la comunidad porque nos permite mejorar la Atención que se brinda en los Restaurantes para los comensales de Piura – Cercado, implementando Nuevas Estrategias que generen calidad en los negocios y permitan la sostenibilidad de ellos a través del tiempo.

II. MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL

2.1. Antecedentes

Domínguez (2013) la investigación titulada como: *caracterización del financiamiento, de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro*. Tuvo como objetivo general determinar y describir las principales características del financiamiento de las Mypes del sector servicios-rubro Restaurantes de la Provincia de Morropón del Departamento de Piura. Periodo 2011, La investigación fue cuantitativa descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra de 15 microempresas, de una población de 20 Mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los empresarios el 80% es dirigido por personal femenino y el 45% tiene estudios superiores. Asimismo, el 75% obtiene financiamiento del sistema no bancario, obteniendo préstamos de terceros además el 85% lo invirtió en mejoramiento y/o ampliación de su local y capacitaciones para sus trabajadores. Respecto a la capacitación: Los empresarios encuestados manifestaron no recibieron capacitación.

Subauste (2013), en su trabajo : *Caracterización de la competitividad en el área de atención al cliente de EMAPA Cañete 2013 - San Vicente de Cañete*. Tuvo como objetivo Realizar un cambio positivo sobre el clima laboral dentro del área de atención al cliente de EMAPA CAÑETE S.A. y que repercuta en toda la organización y sea en beneficio de sus clientes. En cuanto a la investigación podemos decir que es —descriptivo-explicativo, ya que se busca describir la relación que existe entre ambos factores (clima organizacional y calidad de servicio); siendo además del nivel —descriptivo correlacional ya que están orientados a buscar un nivel de explicación

científica que a su vez permita la predicción. Para conocer los resultados utilizamos la técnica de escala y así obtener resultados mediante unos valores dados a cada ítem. Con esta investigación las personas beneficiadas serán tanto los usuarios como los mismos trabajadores de la empresa. De acuerdo con los resultados descritos en la investigación, se concluye que:

- ✓ El clima organizacional si tiene una relación directa con la calidad del servicio ofrecido por la empresa.
- ✓ De acuerdo a la escala realizada a la Gerencia Comercial tiene un buen clima organizacional, ya que existe un trabajo en equipo y armonía, teniendo claramente especificada sus funciones y además conociendo las funciones uno del otro.

Gallozo (2016) en su tesis: *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes sector servicio rubro restaurantes en el mercado central de Huaraz, periodo 2016*. Tuvo una población conformada por 58 Mypes, donde obtuvo como resultados que el 67% afirma que la capacitación es relevante y el 57% cree que la capacitación si mejora su rentabilidad.

Sánchez (2014) en su tesis: *Capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en el restaurante Mar Picante de la ciudad de Trujillo*, concluyó que las principales necesidades de capacitación del personal del restaurante se manifestaban en habilidades de atención al cliente, motivación, liderazgo, debilidades, fortalezas, trabajo en equipo y manejo de personal.

La capacitación en habilidades de atención al cliente mejoró de manera positiva la calidad del servicio. Además señala que al analizar los principales beneficios de la implementación del plan de capacitación determina, que no solo impacta en el ámbito

económico, al mejorar la satisfacción del cliente con las habilidades de los trabajadores y fidelizarlos con la empresa, sino que también tienen impacto en el desarrollo personal de cada trabajador quienes notan la diferencia en sus capacidades para afrontar diversos problemas, para ejecutar su trabajo y relacionarse con los clientes.

Anticona (2013) en su tesis: *Caracterización del financiamiento y la capacitación, de las MYPE del sector servicios rubro restaurantes, del Distrito de conchucos, provincia de Pallasca-Chimbote*, concluyó que la mayoría de las MYPE encuestadas recibió una vez algún tipo de capacitación, considerándolo como una inversión, y que la capacitación de su personal si es relevante. La totalidad de los encuestados recibieron otros tipos de cursos (Ej. manipulación de alimentos), el mismo que fue brindado a través del Área de Salud con la Municipalidad Distrital. Cursos diferentes al de la encuesta según el tipo de cursos en el cual fueron capacitados. Asimismo recomienda, que se debe brindar las herramientas necesarias a los representantes de las MYPE en programación de cursos y charlas sobre los temas de capacitación por cuanto el índice de capacitación ya sea de los propietarios o del personal que labora en el rubro es muy bajo. El investigador utilizó el diseño no experimental descriptivo.

Gómez (2014) en su investigación: *Caracterización de capacitación y servicio al cliente de las MYPE, rubro restaurantes de la ciudad de Chulucanas, año 2013*, concluyó que las características de la capacitación en los restaurantes de la ciudad Chulucanas, se basan en su mayoría a la experiencia diaria de venta, donde el servicio al cliente se basa en el esfuerzo del mozo, por utilizar sus recursos de la mejor manera,

según indicaciones del dueño o administrador, por lo tanto se determina que el personal requiere de un programa de capacitación de atención al cliente.

Además considera que los medios utilizados para capacitar al personal de los restaurantes de la ciudad de Chulucanas en su totalidad se basan en indicaciones u orientaciones al personal por parte del dueño, ya que no existe una planificación para capacitar o brindar medios de inducción al nuevo personal. Los dueños de los restaurantes de estudio solo ofrecen capacitación de tipo informal, es decir se dan al ingresar al restaurante como instrucciones para su desempeño laboral de manera general, sin contar con una programación.

También considera que los factores primordiales para el cliente en cuanto al servicio al cliente, se basan en el producto mismo, por su sazón de las comidas y por la presentación de los platos, el valor agregado es la disposición de los mozos, por tratar de brindar un buen servicio; la citada investigación tuvo como objetivo general determinar las características que tiene la capacitación del personal y el servicio al cliente de las MYPE en el rubro restaurantes en la ciudad de Chulucanas, año 2013. El Diseño de la investigación fue no experimental, de tipo descriptiva y nivel cuantitativo de corte transversal.

Velasco (2014) en su tesis: *Capacitación de Personal y Servicio al Cliente en las MYPE, rubro restaurantes-chifas (Piura), año 2012*, concluyó que la capacitación de personal y el servicio al cliente mantienen características enfocadas en el cliente, así con respecto a la variable capacitación se identificó que el nivel de capacitación en el que se encuentran los trabajadores es bueno en una escala de deficiente a excelente. Por otro lado los criterios para evaluar la capacitación son el desempeño, la

productividad, la atención al cliente y el manejo de insumos de los trabajadores en los restaurantes chifas; así como los criterios necesarios para evaluar el nivel de capacitación de personal en las MYPE estudiadas son el nivel de desempeño de los trabajadores, la productividad, la reducción de costos y desperdicios.

Además indica que el principal criterio es el desempeño de los trabajadores. Respecto a los tipos de capacitación se ha identificado que existe la capacitación en el puesto, así mismo, respecto al servicio al cliente, el nivel del servicio se encuentra en un rango de deficiente a excelente como bueno, con respecto al servicio al cliente que reciben en los establecimientos, mantienen una perspectiva buena en su mayoría, lo cual se perciben a través de la calidad de la atención. El diseño de la investigación que realizó fue no experimental de corte transversal tipo descriptiva y nivel cuantitativo.

En Estudios de Investigación a nivel nacional acerca de la Capacitación en la Atención al Cliente en el Sector de alimentación llegaron a concluir que es de vital importancia la capacitación del personal, no solo en habilidades técnicas, de procesos sino también blandas; y que también la capacitación es escasa.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Variable Capacitación

Sevelleno (2008) en su tesis: *Análisis de las necesidades de capacitación en restaurantes de servicio completo pertenecientes a Canirac de la delegación Puebla*, concluye que a pesar de conocer los gerentes acerca de las necesidades de capacitación de los empleados, esta depende directamente de los dueños y por parte de estos existe una falta de interés para capacitar a su personal y no están dispuestos a

invertir más, pensando que si capacita a un empleado y éste llega a retirarse de la empresa, es visto como una mala inversión, lo que da lugar a un personal desinteresado y conformista con su puesto de trabajo, este se ve reflejado en que únicamente el 24.1% de los encuestados conoce cursos que puedan cubrir sus necesidades en cuanto a capacitación, debido a que el resto no ha tenido el interés de conocer y buscar cursos.

2.2.2 Teoría de la capacitación

En la actualidad la capacitación en las organizaciones es de vital importancia porque contribuye al desarrollo de los colaboradores tanto personal como profesional. Por ello las empresas deben encontrar mecanismos que den a sus colaboradores los conocimientos, habilidades y actitudes que se requiere para lograr un desempeño óptimo. Barrios (2012).

Chiavenato (2002) considera que la capacitación es la educación institucionalizada o no que tiene por objeto adaptar al hombre para el ejercicio de una determinada función o para la ejecución de una tarea específica en una empresa. Sus objetivos son más limitados e inmediatos para dar al hombre los elementos esenciales para el ejercicio de un cargo actual.

Silíceo (2006) expresa que la capacitación es un término de significado más amplio. Incluye el adiestramiento. Su objetivo es proporcionar conocimientos técnicos del trabajo. Se imparte a empleados, ejecutivos, y a funcionarios en general. Reyes (2010) comenta: “Toda clase de enseñanza que se da con fines de preparar trabajadores y empleados, convirtiendo sus capacidades innatas en capacidades para un puesto u oficio. Este autor considera que existen tres tipos de entrenamiento: entrenamiento

práctico (adiestramiento), entrenamiento teórico (capacitación) y un entrenamiento especial llamado desarrollo”.

Helberth (2006) define la capacitación como una herramienta fundamental para la administración de recursos humanos, es un proceso planificado, sistemático y organizado que busca modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal nuevo o actual, como consecuencia de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas.

Reza (2006) define capacitación como: acción tendiente a proporcionar, desarrollar y/o perfeccionar las aptitudes de una persona, con el propósito de prepararla para que se desempeñe correctamente en un puesto específico de trabajo.

2.2.3. Capacitación del personal de atención al cliente

La capacitación incentiva hábitos positivos de trabajo, para pensar formas alternativas de gestionar y de resolver situaciones complejas, para descubrir maneras más eficaces para profundizar en el entendimiento de los procesos de la propia empresa.

La excelencia en la atención al cliente se logra cuando la empresa en su conjunto, se compromete con el desarrollo y transmisión de modelos basados en buenas prácticas. Hacer foco en la calidad del servicio ofrecido, no solo contribuye a difundir y sostener la imagen de una empresa sino que ayuda a diferenciarse de la competencia. Los clientes, cada vez más comparan, conocen y demandan

asesoramiento personal, más y mejor atención y, al mismo tiempo, son menos fieles a sus proveedores habituales.

La forma en que cada miembro de una empresa se comunica e interactúa con cada uno de sus clientes, genera impresiones e impacta de manera positiva o negativa en el proceso de generación de valor de toda la compañía. Por esa razón es importante comprender y tomar conciencia de que siempre es posible mejorar la calidad de atención a los clientes y, a su vez, todos somos responsables de atenderlos bien

2.2.4. Importancia de la capacitación

Silíceo (2004) indica que la capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador. La capacitación es para los puestos actuales y la formación y desarrollo es para los puestos futuros. La capacitación y el desarrollo con frecuencia se confunden, la diferencia está más en función de los niveles a alcanzar y de la intensidad de los procesos. Ambas son actividades educativas. La primera ayuda a los empleados a desempeñar su trabajo actual y los beneficios de ésta pueden extenderse a toda la vida laboral o profesional de la persona y pueden ayudar a desarrollar a la misma para responsabilidades futuras con poca preocupación porque lo prepara para ellos a más largo plazo y a partir de obligaciones que puede estar ejecutando en la actualidad. La capacitación en una empresa está orientada al perfeccionamiento técnico del trabajador para éste se desempeñe eficientemente en las funciones que le han sido asignadas, generando resultados de calidad, brindando excelentes servicios a sus clientes, previniendo y solucionando anticipadamente problemas dentro de la organización.

2.2.5. ¿Cómo determinar las necesidades de capacitación?

Según Chiavenato (1998), las necesidades de capacitación es la detección de problemas provocados por la carencia de conocimientos. Los principales medios utilizados para efectuar el inventario de necesidades son:

-Evaluación de desempeño: constituye el proceso por el cual se estima el rendimiento global del empleado. La mayor parte de los empleados procura obtener retroalimentación sobre la manera en que cumple sus actividades y las personas que tienen a su cargo la dirección de otros empleados deben evaluar el desempeño individual para decidir las acciones que deben tomar.

-Observación: Verificar donde hay evidencia de trabajo ineficiente, como daño de equipo, atraso en el cronograma, pérdida excesiva de materia prima, número elevado de problemas disciplinarios, alto índice de ausentismo, y rotación elevada.

-Cuestionarios: es una pieza más de un proceso de análisis interno y crítico que la empresa hace de sí misma, con el ánimo de establecer e implantar procesos de mejora. Esto no es más que unirse a una corriente de multitud de empresas que están haciendo lo mismo en busca de mejorar en sus condiciones de competitividad en un mercado cada vez más amplio y globalizado.

-Entrevistas con supervisores y gerentes: En la gran mayoría de las empresas modernas es el supervisor inmediato o el gerente del departamento interesado quien tiene en último término la responsabilidad de decidir respecto a la contratación de los nuevos empleados. Siendo éste el caso, es obvio que el futuro supervisor desea tener elementos para tomar su decisión. Con frecuencia, el supervisor es la persona más idónea para evaluar algunos aspectos (especialmente habilidades y conocimientos

técnicos) del solicitante. Asimismo, con frecuencia puede responder con mayor precisión a ciertas preguntas. En los casos en que el supervisor o el gerente del departamento interesado toman la decisión de contratar, el papel del departamento de personal consiste en proporcionar el personal más idóneo y seleccionado que se encuentre en el mercado de trabajo, eliminando a cuantos no resulten adecuados y enviando a la persona que debe tomar la decisión final dos o tres candidatos que hayan obtenido alta puntuación.

- **Reuniones ínter departamental:** Los empleados, cada uno a su nivel, dispondrán de la Información necesaria relativa a su puesto y funciones, para desarrollar con autonomía la responsabilidad y toma de decisiones exigidas por su trabajo.

- Examen de empleados: Prueba de conocimiento del trabajo de los empleados que ejecutan determinadas funciones o tareas.

-**Entrevistas de salida:** es aquella que se utiliza en las empresas para conocer el motivo por el que una persona de manera voluntaria decide dar por terminada la relación de trabajo, en ella se pueden conocer desde la perspectiva de estos ex empleados, datos generales y específicos sobre las condiciones laborales de la Empresa y los motivos que los orillan a buscar oportunidades fuera de la misma, pudiendo ubicar de este modo algunas áreas de mejora que permitan a la Empresa desarrollar acciones puntuales en la atracción y retención del talento.

2.2.6. Definición de Servicio

Es la acción de dar u ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y no da como resultado ninguna propiedad. Su producción puede o no puede vincularse a un producto físico, en otras palabras, entenderemos por servicio a todas aquellas

actividades identificables, intangibles, que son el objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de necesidades de los consumidores.

2.2.7. Definición de Calidad

Es la medida de la dimensión en que una cosa, satisface una necesidad resuelve un problema o agrega valor para alguien.

2.2.8. Importancia de la Calidad

Recientemente ha habido un deseo de utilizar medidas subjetivas como indicadores de la calidad. Estas medidas son subjetivas porque enfocan la percepción y la actitud, contrariamente a un criterio más objetivo y concreto. Ellas permiten a las empresas comprender mejor, de un modo más global, la actitud de sus clientes con relación a productos y servicios. Las medidas subjetivas incluyen investigaciones de la satisfacción de los clientes, las cuales determinan su percepción en relación con la calidad del servicio del producto que recibieron.

La medición de la actitud de los clientes se está volviendo un elemento cada vez más importante en el movimiento para la calidad total en las organizaciones. El conocimiento de la actitud y de la percepción de los clientes sobre los negocios de una organización aumenta significativamente sus oportunidades de tomar mejores decisiones de negocios. Estas organizaciones conocerán las expectativas y las necesidades de sus clientes y podrán determinar si están atendiendo a esas necesidades.

2.2.9. Definición de la Calidad del Servicio

Existen varias razones por la que se considera importante la calidad del servicio, una de ellas y la que es más importante es que los clientes son cada vez más críticos respecto a los servicios que reciben. Muchos clientes, no solo desean un servicio mejor, sino que lo esperan. Otra de las razones es que el crecimiento nuevo del futuro va a concentrarse más aún sobre el sector de servicios.

El servicio de calidad tiene sentido para las empresas por que marcan la diferencia entre ellas.

2.2.10. Elementos Básicos en la Calidad del Servicio

Para evaluar la calidad del servicio es necesario tomar en cuenta los siguientes

elementos básicos:

- Atributos de la Calidad del Servicio
- Servicio Esperado
- Factor de Influencia
- Servicio Percibido
- Calidad del Servicio Prestado
- El Nivel de Satisfacción
- Nuevas Actitudes
- Nuevo Comportamiento

2.2.11. Componentes de la Calidad del Servicio

Los clientes evalúan la calidad de servicio por medio de 5 componentes:

- Confiabilidad
- Respuesta
- Seguridad
- Empatía
- Tangibles

2.2.12. Dimensiones de la Calidad del Servicio

Para medir la calidad de servicio percibido por el cliente, la empresa y su personal

deben tener en cuenta 7 dimensiones:

- Respuesta
- Atención
- Comunicación
- Accesibilidad
- Amabilidad
- Credibilidad
- Comprensión

Satisfacción del Cliente

Que el comprador quede satisfecho o no después de su compra depende del desempeño de la oferta en relación con las expectativas del comprador. En general:

Satisfacción: Se clasifican en este concepto las sensaciones de placer o decepción que tiene una persona la comparar el desempeño (o resultado) percibido de un producto, con sus expectativas.

2.3 Hipótesis

Hipótesis de Investigación

Hipótesis General

Como hipótesis General de la Investigación se planteó:

Hi: La Gestión Calidad en la Capacitación tiene incidencia en la Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios Rubro de Restaurantes de Piura Cercado 2019.

Hipótesis Específicas

Dentro de las hipótesis específicas de la Investigación se plantearon:

- a) No se conocen las características de las Mypes Sector Servicios Rubro de Restaurantes de Piura Cercado 2019.
- b) No existe un Registro de las Mypes Sector Servicios Rubro de Restaurantes de Piura Cercado 2019.
- c) No existen Indicadores de la Variable Atención al Cliente de las Mypes del Sector Servicios Rubro de Restaurantes de Piura Cercado 2019.
- d) No existen Indicadores de la Variable Capacitación de las Mypes del Sector Servicios Rubro de Restaurantes de Piura Cercado 2019.

Hipótesis Nula

Como hipótesis Nula se planteó:

Ho: La Gestión Calidad en la Capacitación No tiene incidencia en la Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios Rubro de Restaurantes de Piura Cercado 2019.

Hipótesis Alternativa

Ha: La Gestión Calidad en la Capacitación le es indiferente en la incidencia de la Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios Rubro de Restaurantes de Piura Cercado 2019.

2.4. Variable

2.4.1. Variable Capacitación

En un mundo tan competitivo y variable Capacitación hoy por hoy es de vital importancia y en nuestra investigación es la Variable Independiente

2.4.2. Atención al Cliente

La Variable Atención al Cliente es la Variable Dependiente, ya que la Atención al Cliente es directamente proporcional con el Trato del personal de Atención al Cliente y cuanto más capacitado esté el personal, mayor grado de Satisfacción vamos a encontrar como producto de la capacitación antes mencionada.

III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la Investigación:

Tipo de Investigación

Para determinar la Incidencia de la Capacitación en la Atención al Cliente, el tipo de estudio que se realizó fue exploratorio y concluyente, y tuvo como propósito de identificar cursos alternativos de acción a través del estudio de aceptación del consumidor y la selección de un curso de acción.

Se exploró la variable Capacitación teniendo en cuenta la Gestión de la Calidad. También se exploró la Variable Atención al Cliente de las Mypes del Sector Servicios Rubro Restaurantes de Piura Cercado 2019.

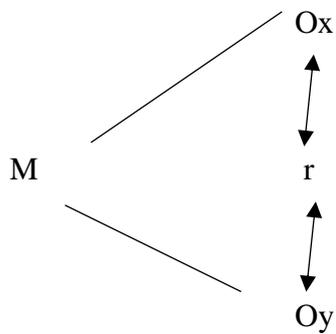
- **Correlacional:** Dado que se determinó el Grado de Relación entre las dos variables, la Variable Gestión de la Calidad en la Capacitación y la Variable Atención al Cliente que el menester de la Investigación.
- **Descriptiva:** Debido a que se describe el motivo porque se relacionan la variable Gestión de la Calidad en la Capacitación y la Variable Atención al Cliente y bajo qué condiciones ocurre esta relación.

Nivel de Investigación : Aplicado.

Diseño de Investigación

El Diseño que se ha tenido en cuenta para nuestra investigación es:

Diseño no experimental de corte transversal



Donde:

M: Muestra

Ox : Observaciones de la variable Capacitación (Variable Independiente)

Oy: Observaciones de la variable Atención al Cliente (Variable dependiente)

R: Relación entre las dos variables

Para hacer un procesamiento de información se ha tenido en cuenta las fuentes de investigación, recolección de datos mediante observación de campo, llenado de cuestionarios por parte de los dueños de las Mypes y corroborado por el investigador a fin de eliminar el error.

3.2. Población y Muestra

Tamaño de Muestra y Población

Para hallar la población estimada en la presente investigación, se tomó como base los datos estadísticos que nos proporciona el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), Visitas de Campo.

Población:

Para nuestro caso la población está conformada por 39 micros y pequeñas empresas, incluido las personas naturales con RUC. No se incluye las Empresas de Mediano Tamaño, ni personas naturales informales.

3.3. Definición y Operacionalización de Variables

3.3.1. Definición de Variables

Se tiene en cuenta las siguientes Variables

Variable 1: Gestión de Calidad en la Capacitación

Variable 2: Atención al Cliente

3.3.2. Operacionalización de Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALAS
Gestión de Calidad en la Capacitación	Gestión de la Calidad requiere de recursos humanos entrenados y capacitados en el cumplimiento de sus funciones. Y un equipo bien entrenado está capacitado para identificar los riesgos y oportunidades, que hacen posible la mejora continua del Sistema y la innovación dentro de la mypes	La capacitación es responsabilidad de la mypes, cuyo fin es promover una cultura de capacitación asesorando y proporcionando la ayuda técnica especializada que se requiere para la planeación, desarrollo, ejecución y evaluación y obtener los resultados esperados.	Conocimiento sobre la Gestión de la Calidad	Nivel de conocimiento sobre el tema	NOMINAL
				Nivel de exactitud sobre el tema	
				Recibió Capacitación	NOMINAL
				Cantidad de Cursos de Capacitación	
				Capacitación Permanente	
				Conocimiento sobre la Capacitación de las Mypes	Tipos de Curso
		Capacitación en Atención al Cliente	NOMINAL		
		La Capacitación como Inversión			
		La Capacitación como Relevante			
		Conducta derivada del conocimiento de la Gestión de la Calidad y su Incidencia en la Atención al Cliente	Comportamiento que adopta según el conocimiento y la actitud	NOMINAL	
Atención al Cliente en las MYPES de Restaurants	La Atención Cliente de la Mypes debe estar centrada finalmente en el cliente, en como satisfacerlo y retenerlo	La Atención de la empresa debe estar centrada en la Atención al Cliente, en como satisfacerlo y retenerlo. Medido con Indicadores	Gestión del procesos de Atención al Cliente	Nivel de eficacia, eficiencia y efectividad operativa	NOMINAL
			Productividad y Rentabilidad	Indicadores de Proceso de Atención al Cliente	NOMINAL

3.4. Técnicas e Instrumentos

En la recolección de la información se utilizó la técnica de la encuesta, por medio del método del cuestionario que fue previamente diseñado. Se aplicó una encuesta dirigida a los empresarios de la Mypes del Rubro Restaurantes de Piura

Cercado del 2019 que se muestra en el Anexo N°. 2. Inicialmente se utilizó una encuesta piloto aplicada a 10 mypes y posteriormente al Universo que fue de 39.

Los datos obtenidos fueron agrupados, clasificados, organizados y se presentan en cuadros estadísticos, que detallan los resultados. También se muestran las respectivas gráficas que corresponden a cada pregunta, para la fácil visualización, análisis e interpretación.

Para realizar el Análisis de Fiabilidad, se utilizó El coeficiente Alfa de Cronbach, que es un modelo de consistencia interna, basado en el promedio de las correlaciones entre los ítems. Entre las ventajas de esta medida se encuentra la posibilidad de evaluar cuánto mejoraría (o empeoraría) la fiabilidad de la prueba si se excluyera un determinado ítem. Se calcula:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Donde:

- α : Alpha de Cronbach
- S_i^2 : Es la varianza del ítem i,
- S_t^2 : Es la varianza de los valores totales observados
- k : Es el número de preguntas o ítems

Cuanto más se aproxime a su valor máximo, 1, mayor es la fiabilidad de la escala. Además, en determinados contextos y por tácito convenio, se considera que

valores del alfa superiores a 0,7 o 0,8 (dependiendo de la fuente) son suficientes para garantizar la fiabilidad de la escala.

Coeficiente de Correlación, el que se ha usado en la presente investigación es el Coeficiente de Correlacion de Pearson, ya que proporcionó estudiar el grado de relación lineal existente entre la Variable Capacitación y la Variable Atención al Cliente. Se obtiene de la siguiente forma:

$$r_{xy} = \frac{\sum x_i y_i}{n S_x S_y}$$

Donde r es el Coeficiente de Pearson, X_t e Y_t se refiere a las puntuaciones diferenciales de cada par, n al número de casos y S_x y S_y a las desviaciones típicas de cada variable. El Coeficiente r es una medida simétrica: la correlación entre X_t e Y_t es la misma que entre Y_t y X_t .

3.5. Plan de Análisis

Los datos para el análisis proceden de la encuesta y que por tanto se codificaron, luego se procesaron haciendo uso del SSPS, siendo este software uno de los programas más versátiles y no requiere una formación estadística avanzada que lo hace muy accesible a todo profesional que requiera de la estadística, convirtiéndose en una herramienta de análisis muy valiosa para nuestra investigación.

Se ingresaron los datos para hacer la base de datos, en la cual se determinaron las variables para cada uno de los campos.

Con el SSPS se realizó un análisis estadístico descriptivo como inferencial de sus datos haciendo unos de la selección adecuada de funciones.

Complementariamente al análisis el SSPS tiene la opción de presentar gráficos con formatos apropiados para la presentación de los resultados del análisis estadístico. Luego del plan de tabulación, es decir de obtener los cuadros de salida y los resultados de los indicadores estadígrafos y medidas, estos resultados satisficieron la investigación, por lo consiguiente el problema se resolvió. Los resultados fueron analizados e interpretados en el contexto de los objetivos y las hipótesis de investigación.

3.6. Matriz de Consistencia

Es un instrumento que permite evaluar el grado de coherencia y conexión lógica entre el título, el problema, los objetivos, las hipótesis, las variables, el tipo, método, diseño de investigación la población y la muestra de estudio.

Es la herramienta que permite visualizar de manera efectiva al coherencia y consistencia de toda la investigación. Ver Anexo 5.

3.7. Principios Éticos

La presente Investigación se basó desarrollando datos reales y que sean constatables en el tiempo, ya que el procesamiento de esta información servirá para poner las pautas iniciales de concientización al empresario piurano del rubro de restaurantes para conocer la verdadera situación del rubro.

La integridad de la investigación científica alude al correcto procedimiento de la práctica de la ciencia, y connota honestidad, transparencia, justicia y responsabilidad. Por tanto, transmite las ideas de totalidad y consistencia morales.

Para la presente investigación se hizo un juicio razonable, ponderable y se han tomado las debidas precauciones para que esta investigación no tenga sesgos o tendencias de otros trabajos ya realizados a fin de reconocer la equidad y la justicia.

Se ha sido consciente de la responsabilidad científica y profesional ante la sociedad. En particular, del deber y responsabilidad de considerar cuidadosamente las consecuencias que la realización y la difusión de su investigación implican para los participantes en ella y para la sociedad en general.

IV. RESULTADOS

Para los Resultados de la presente Investigación se tomaron las preguntas más resaltantes de la encuesta y las que iban a incidir directamente con la problemática producto del estudio.

4.1. Presentación de Resultados

A Continuación, se presentan los resultados producto de las Encuestas Realizadas, tanto a los dueños de los Restaurantes, a los Trabajadores que tienen contacto directo con la Atención al Cliente, a los Comensales y la Observación Propia.

Tabla 1
Grado de Instrucción del dueño del Restaurante

	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	18	46,2
Secundaria	18	46,2
Superior Técnica	3	7,7
Total	39	100,0

Fuente: Elaboración Propia

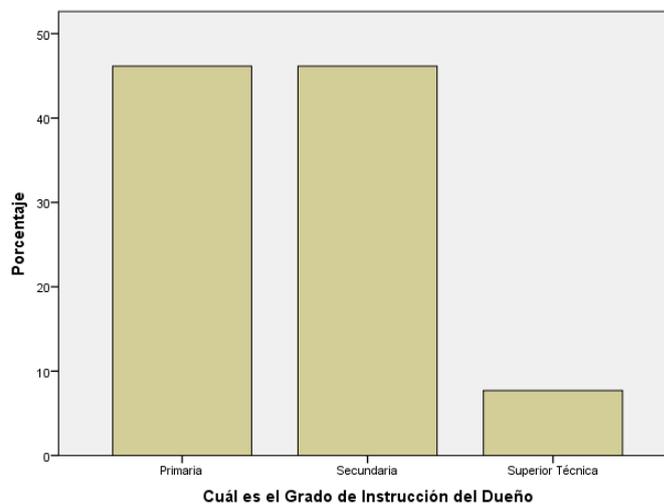


Figura 1. Grado de Instrucción del Dueño. Fuente: Tabla 1

De los 39 Restaurantes encuestados se observó que sus propietarios el 46.2% tienen primaria y así mismo secundaria y sólo el 7,7% tienen Estudios Superiores, es decir el Grado de Instrucción del Dueño presenta un déficit de Conocimientos tanto de Administración de la Calidad, Capacitación, Procesos y de Administración Financiera. No solo un déficit de Conocimientos porque no los sepa sino porque no los aplica en su Mypes. Como se visualiza en la Tabla N°.1 el Grado de Instrucción Primario y Secundario sobrepasa en demasía al Superior.

Tabla 2 .
Grado de Conocimiento de la Gestión de la Calidad

	Frecuencia	Porcentaje
ninguno	17	43,6
bueno	1	2,6
muy bueno	21	53,8
Total	39	100,0

Fuente: Elaboración Propia

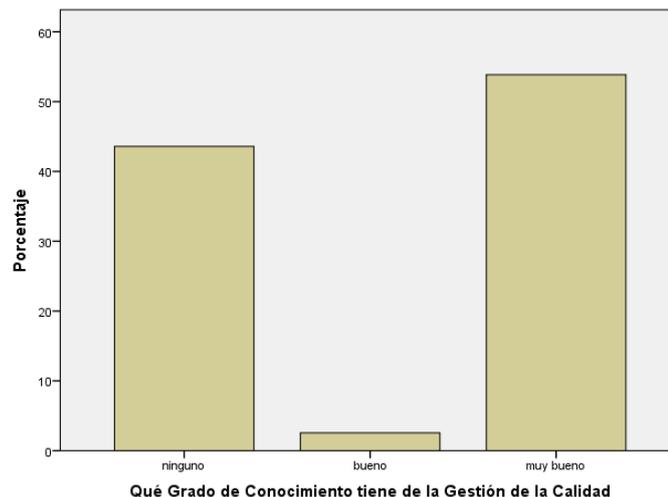


Figura 2. Grado de Conocimiento de la Gestión de la Calidad. Fuente: Tabla 2

Acerca del Conocimiento de la Gestión de la Calidad Mas del 50 % expresa que si tiene el Conocimiento sea porque lo ha escuchado en Charlas Informativas de la Municipalidad, Cursos que ha asistido, pero lo que es de preocupación que el conocimiento es muy superficial, tan solo sabe que existen estos temas pero no hace nada por capacitarse más y mucho menos a sus trabajadores.

Aunque el 43.6% de encuestados no saben absolutamente nada de la Gestión de la Calidad y no mostrando interés por la misma.

Tabla 3 .

Disponibilidad que el Dueño tiene los Informes Contables en las Mypes

	Frecuencia	Porcentaje
uno	3	7,7
dos	15	38,5
tres	17	43,6
cuatro	4	10,3
Total	39	100,0

Fuente: Elaboración Propia

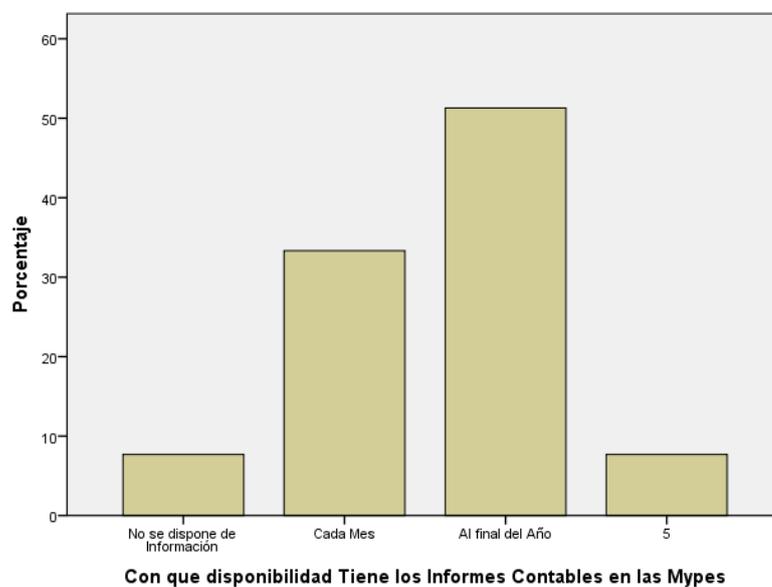


Figura 3. Disponibilidad que el Dueño tiene los Informes Contables en las Mypes. Fuente: Tabla 3

De los encuestados el 51.3% Tiene un Informes Contables al año, Pero de la misma Forma que la pregunta anterior, no sabe analizarlos, ni mucho menos tiene una cultura administrativa contable, esos informes solo los tiene para hacer los pagos a sunat tanto mensual y anual. No les da la importancia debida dado que no conocen a detalle para que sirven.

Tabla 4

Cantidad de Cursos de Capacitación ha Recibido su Mypes en el año

	Frecuencia	Porcentaje
uno	3	7,7
dos	15	38,5
tres	17	43,6
cuatro	4	10,3
Total	39	100,0

Fuente: Elaboración Propia

Los encuestados si han recibido cursos de Capacitación, pero no por inversión de los dueños de las Mypes, sino porque el Gobierno Regional y la Municipalidad han dictado cursos gratuitos, no hay interés de parte del empresario en capacitar a su personal dado que incurre en un Costo, es su forma de percibir las cosas. La idea del empresario encuestado es que contrata personal ya capacitado (por cuenta del trabajador, según su currículum) y que el mismo trabajador debe seguir capacitándose por su mismo esfuerzo y no por parte del restaurante, ya que él no ve como incide la Capacitación en la Atención al Cliente.

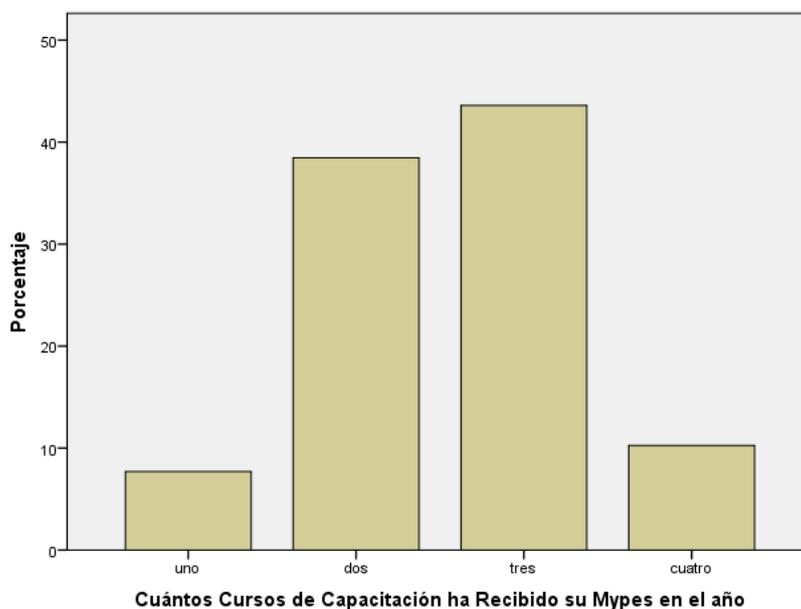


Figura 4. Cantidad de Cursos de Capacitación ha Recibido su Mypes en el año. Fuente: Tabla 4

Tabla 5

Cantidad de Servicios que ha recibido la Mypes de Asistencia Técnica

	Frecuencia	Porcentaje
uno	11	28,2
dos	7	17,9
tres	1	2,6
cuatro	20	51,3
Total	39	100,0

Fuente: Elaboración Propia

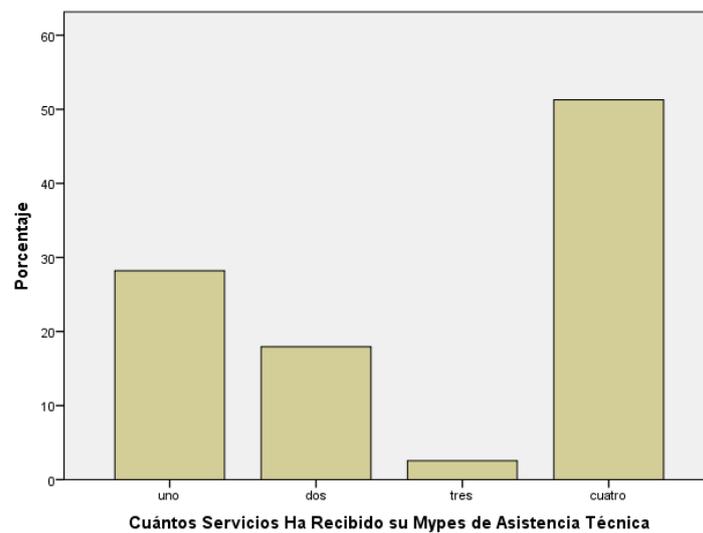


Figura 5. Cantidad de Servicios que ha recibido la Mypes de Asistencia Técnica. Fuente: Tabla 5

De la misma forma que la capacitación las Mypes si han recibido Asistencia Técnica también de parte de la Municipalidad, Gobierno Regional de forma gratuita y a veces obligatoria, pero no contratada ya que el empresariado no quiere invertir.

Tabla 6 .

Orden del Servicio de los Mozos y Azafatas

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	2	5,1
Regular	33	84,6
Bueno	4	10,3
Total	39	100,0

Fuente: Elaboración Propia

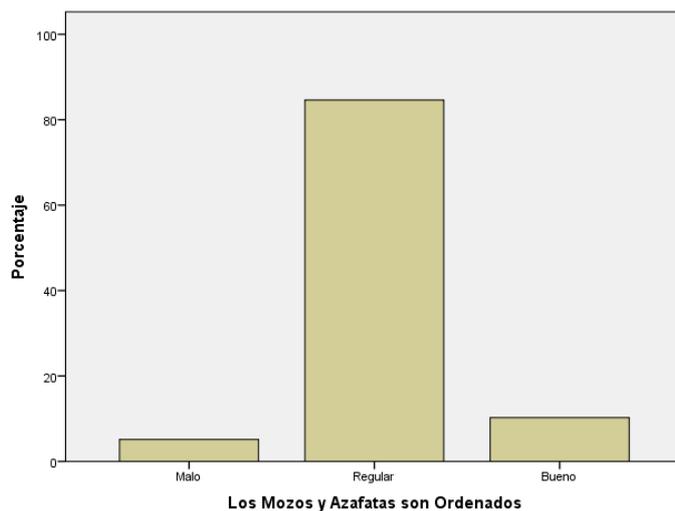


Figura 6. Orden del Servicio de los Mozos y Azafatas. Fuente: Tabla 6

El 84.6 de los Restaurantes encuestados, muestran que su personal de Atención al Cliente en forma directa lo hacen de una Manera Regular, es decir el servicio mostrado no es ni bueno ni malo sino regular, pudiéndose mejorar con la capacitación continua en Atención al Cliente.

Tabla 7 .
Forma de Lucir los Mozos y Azafatas

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	36	92,3
Bueno	3	7,7
Total	39	100,0

Fuente: Elaboración Propia

El 92.3% de los restaurantes encuestados muestran que sus trabajadores: mozos y azafatas lucen presentables, sus uniformes se encuentran regularmente limpios, tienen presencia limpia, aseada, con una vestimenta adecuada para la atención en los restaurantes. Pero los uniformes si lucen un poco deteriorados por el uso de la jornada laboral, es decir lucen en algunos casos viejitos.

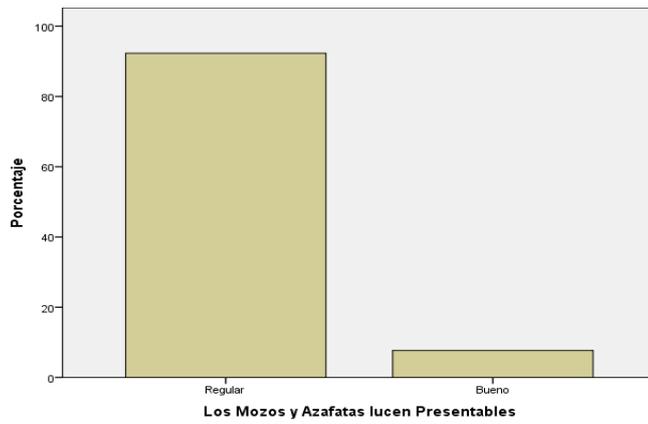


Figura 7. Forma de Lucir los Mozos y Azafatas. Fuente: Tabla 7

Tabla 8 .
Claridad al explicar los platos los Mozos y Azafatas

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	2	5,1
Regular	35	89,7
Bueno	2	5,1
Total	39	100,0

Fuente: Elaboración Propia

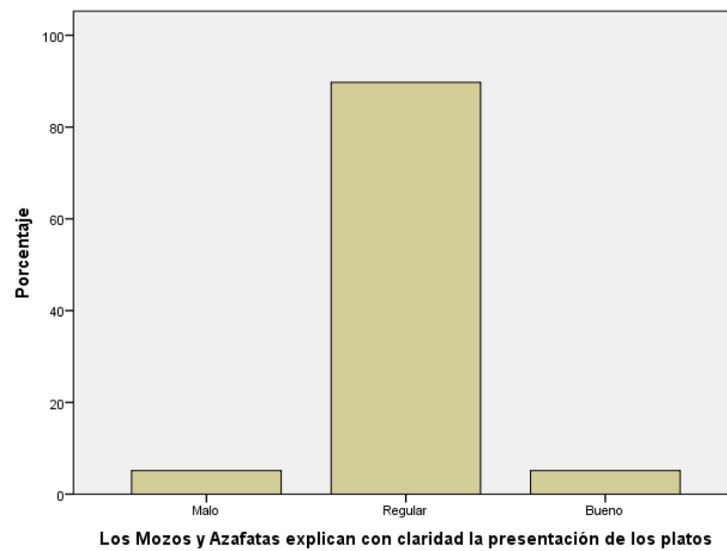


Figura 8. Claridad al explicar los platos los Mozos y Azafatas . Fuente: Tabla 8

Los Mozos y Azafatas si muestran con claridad los platos, la carta, ya que según la encuesta el 89.7% de los restaurantes lo hace regularmente, esto debido a que el personal con el que cuentan son personas que tienen en el rubro más de 5 años aproximadamente, es decir se han profesionalizado en el rubro de servicios de alimentación.

Tabla 9
Respeto de los Mozos y Azafatas al Cliente

	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Malo	1	2,6
Regular	37	94,9
Bueno	1	2,6
Total	39	100,0

Fuente: Elaboración Propia

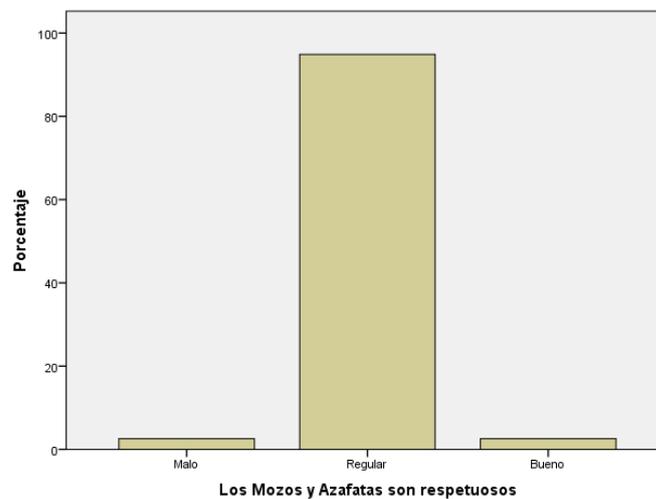


Figura 9. Respeto de los Mozos y Azafatas al Cliente . Fuente: Tabla 9

De la misma forma los mozos y azafatas muestran ser respetuosos de los clientes, el 94.9% de los restaurantes encuestados así lo muestra.

Tabla 10
Paciencia de los Mozos y Azafatas al Cliente

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Malo	1	2,6
Malo	13	33,3
Regular	24	61,5
Bueno	1	2,6
Total	39	100,0

Fuente: Elaboración Propia

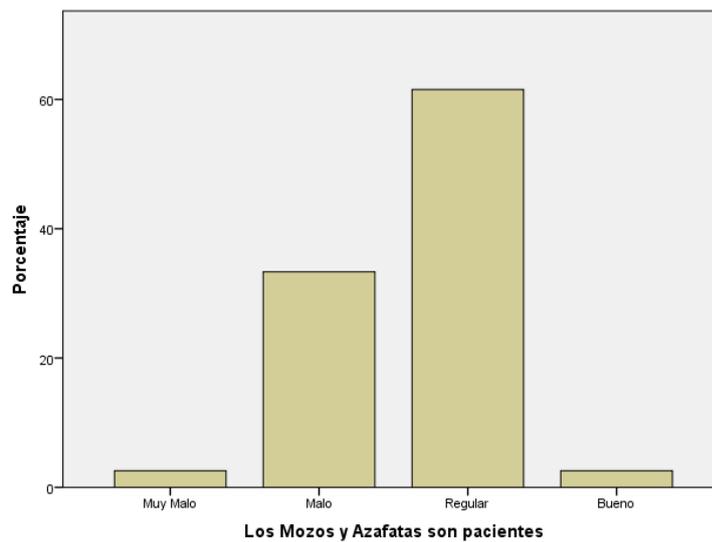


Figura 10. Paciencia de los Mozos y Azafatas al Cliente Fuente: Tabla 10

También son pacientes en un 64.1%, este porcentaje es mejor con respecto al respeto ofrecido a los comensales, esto debido a que a veces se presenta congestión de comensales sobretodo en horas punta.

Tabla 11
Atención Amable de los Mozos y Azafatas al Cliente

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	13	33,3
Regular	23	59,0
Bueno	3	7,7
Total	39	100,0

Fuente: Elaboración Propia

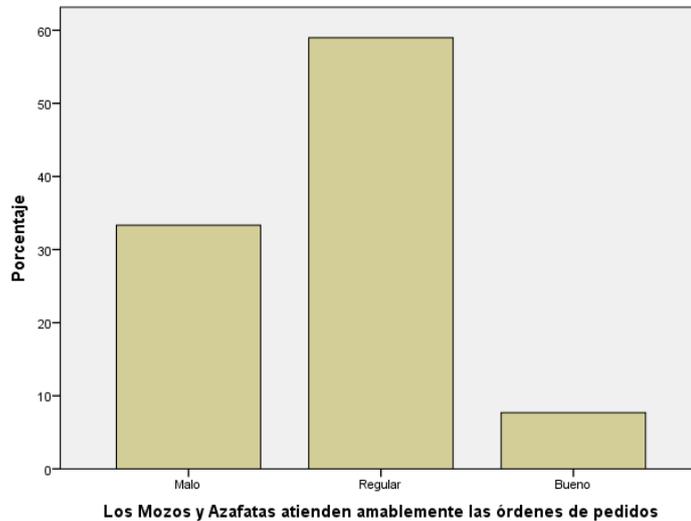


Figura 11. Atención Amable de los Mozos y Azafatas al Cliente. Fuente: Tabla 11

Tabla 12
Lenguaje Adecuado de los Mozos y Azafatas al realizar un pedido

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	1	2,6
Regular	35	89,7
Bueno	3	7,7
Total	39	100,0

Fuente: Elaboración Propia

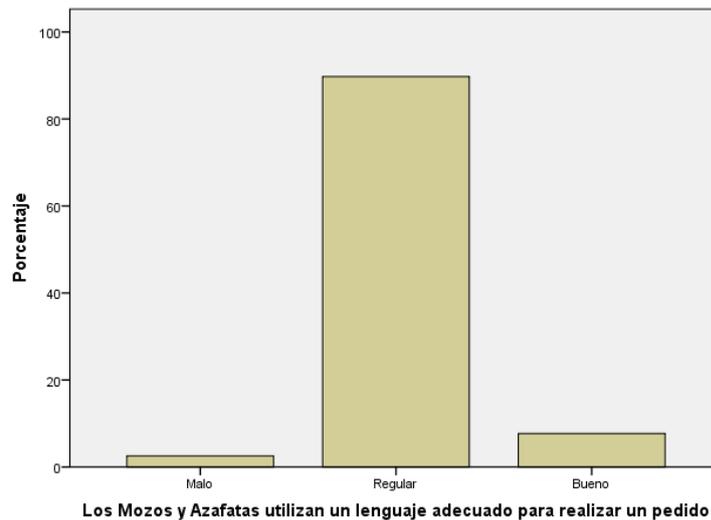


Figura 12. Lenguaje Adecuado de los Mozos y Azafatas al realizar un pedido. Fuente: Tabla 12

Los mozos y azafatas si muestran un lenguaje adecuado lo hacen de manera regular un 89.7%, es limitado el lenguaje, corto, sencillo pero cubre la expectativa del servicio brindado.

Tabla 13
Rapidez de la preparación de los platos

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	18	46,2
Regular	21	53,8
Total	39	100,0

Fuente: Elaboración Propia

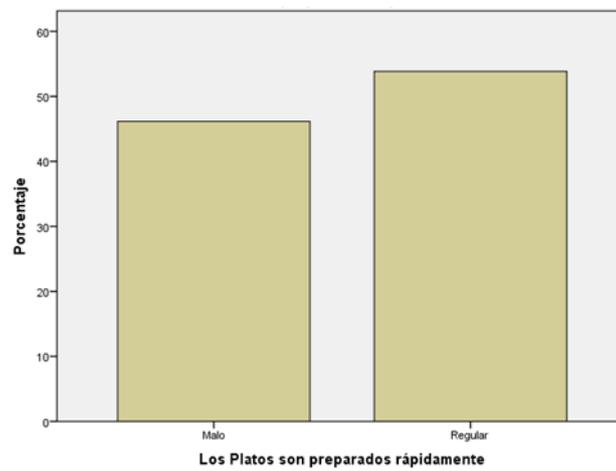


Figura 13. Rapidez de la preparación de los platos. Fuente: Tabla 13

Los platillos si son preparados rápidamente, casi más del 50 % así lo afirma.

Tabla 14
Rapidez de la atención de los platos

	Frecuencia	Porcentaje
Malo	2	5,1
Regular	36	92,3
Bueno	1	2,6
Total	39	100,0

Fuente: Elaboración Propia

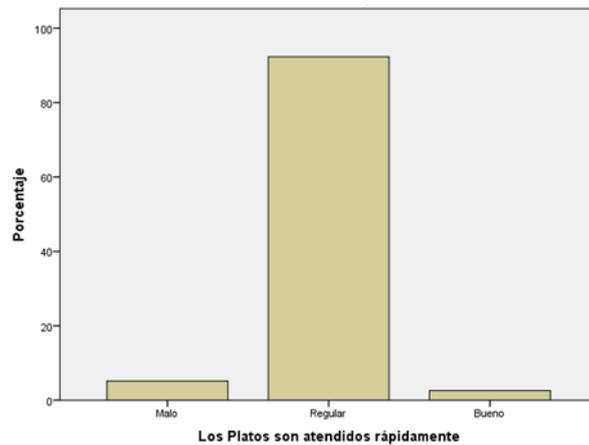


Figura 14. Rapidez de la atención de los platos. Fuente: Tabla 14

Los platillos son atendidos rápidamente, el 92.3 % lo confirman, pero no de manera categórica de cómo son preparados, es decir la atención resulta mejor que la preparación.

Tabla 15

Grado de Satisfacción con el queda su cliente después de haber sido atendido

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Malo	1	2,6
Malo	13	33,3
Regular	24	61,5
Bueno	1	2,6
Total	39	100,0

Fuente: Elaboración Propia

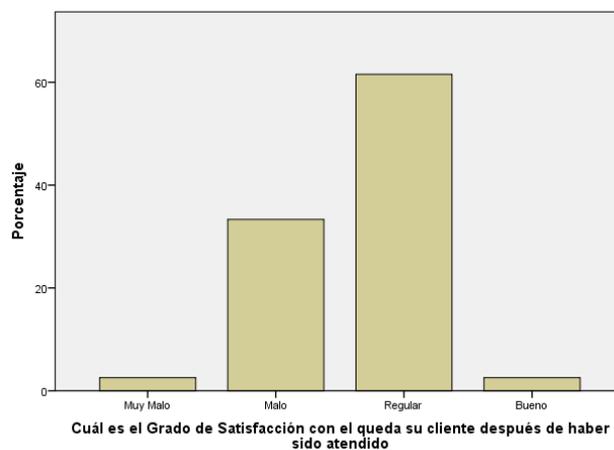


Figura 15. Grado de Satisfacción con el queda su cliente después de haber sido atendido. Fuente: Tabla 15

Tabla 16

Expectativas del Cliente frente a la Atención al Cliente que brinda la Mypes

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Malo	1	2,6
Malo	13	33,3
Regular	24	61,5
Bueno	1	2,6
Total	39	100,0

Fuente: Elaboración Propia

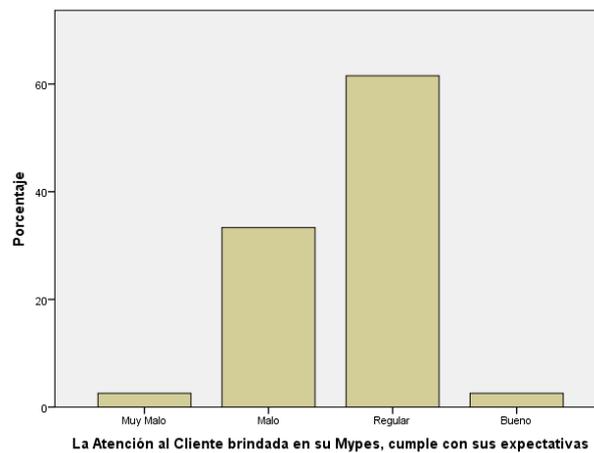


Figura 16. Expectativas del Cliente frente a la Atención al Cliente que brinda la Mypes.

Fuente: Tabla 16

Análisis de Correlación

Tabla 17 .

Correlación de las Variables Capacitación y Atención al Cliente

	CAPACITACIONES	ATENCION AL CLIENTE
Correlación de Pearson	1	,981**
Sig. (bilateral)		,000
N	39	39
Correlación de Pearson	,981**	1
Sig. (bilateral)	,000	
N	39	39

Fuente: Elaboración Propia

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

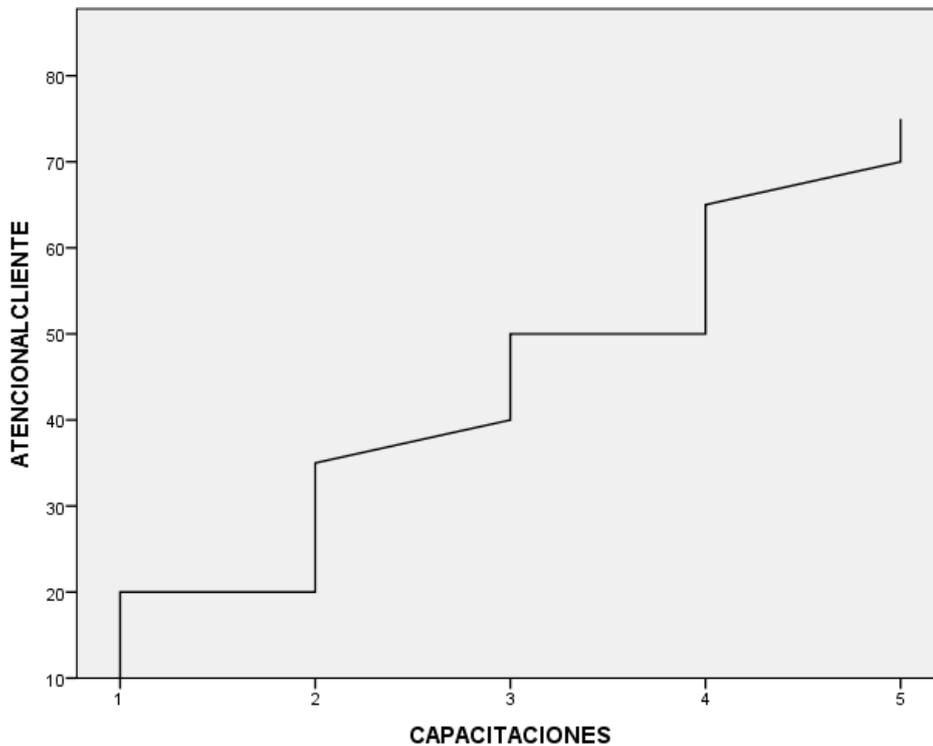


Figura 17. Capacitaciones Vs. Atención al Cliente. Fuente: Tabla 17

Se realizó un Análisis de Correlación Lineal donde se tomó como variables las Capacitaciones en Gestión de la Calidad y Atención al Cliente, para ello se hizo un estudio específico a los trabajadores de los restaurantes encuestados, donde a los trabajadores que habían tenido por lo menos una capacitación se les midió el Grado de Atención al Cliente.

Luego haciendo uso del SPSS se ingresaron las dos variables y se obtuvo el alto grado de Correlación de las 2 Variables. Probándose de esta manera la Hipótesis planteada producto del Presente Trabajo.

4.2. Análisis de los Resultados

La mayoría de Mypes de Piura Cercado son E.I.R.L. Un 55% y un 45% son personas naturales con RUS.

El 90% de los locales son alquilados y un 10% son de propiedad del dueño.

El género que predomina como propietario es femenino, aunque ligeramente. La persona que dirige la Mypes es el mismo dueño.

Todos cuentan con RUC y con Licencia de Funcionamiento expedida por la Municipalidad Provincial de Piura. Por lo general la Mypes son jóvenes con un promedio de 5 años.

La Mypes en este rubro es muy personalista, ya que el dueño realiza las compras, contrata al personal y por lo general no elabora un plan de trabajo para la Mypes.

De los 39 restaurantes encuestados se observó que sus propietarios el 46.2 % tienen primaria y así misma secundaria y sólo el 7,7% tienen Estudios Superiores, es decir el Grado de Instrucción del Dueño presenta un déficit de Conocimientos tanto de Administración de la Calidad, Capacitación, Procesos y de Administración Financiera. No solo un déficit de Conocimientos porque no los sepa sino porque no los aplica en su Mypes. Como se visualiza en la Tabla el grado de instrucción primario y secundario sobrepasa en demasía al Superior.

Acerca del conocimiento de la gestión de la calidad más del 50 % expresa que si tiene el conocimiento sea porque lo ha escuchado en charlas informativas de la municipalidad, cursos que ha asistido, pero lo que es de preocupación que el conocimiento es muy superficial, tan solo sabe que existen estos temas pero no hace nada por capacitarse más y mucho menos a sus trabajadores.

Aunque el 43.6% de encuestados no saben absolutamente nada de la gestión de la calidad y no mostrando interés por la misma.

De los encuestados el 51.3% tiene un informe contable al año, pero de la misma forma que la pregunta anterior, no sabe analizarlos, ni mucho menos tiene una cultura administrativa contable, esos informes solo los tiene para hacer los pagos a sunat tanto mensual y anual. No les da la importancia debida dado que no conocen a detalle para que sirven.

Los encuestados si han recibido cursos de capacitación, pero no por inversión de los dueños de las Mypes, sino por el Gobierno Regional y la Municipalidad, los cuales han sido cursos gratuitos; no hay interés de parte del empresario en capacitar a su personal dado que incurre en un costo, es su forma de percibir las cosas. La idea del empresario encuestado es que contrata personal ya capacitado (por cuenta del trabajador, según su currículum) y que el mismo trabajador debe seguir capacitándose por su mismo esfuerzo y no por parte del restaurante, ya que él no ve como incide la capacitación en la Atención al Cliente.

De la misma forma que la capacitación las Mypes si han recibido asistencia técnica también de parte de la Municipalidad, Gobierno Regional de forma gratuita y a veces obligatoria, pero no contratada ya que el empresariado no quiere invertir.

EL 84.6 de los restaurantes encuestados, muestran que su personal de atención al cliente en forma directa lo hacen de una manera regular, es decir el servicio mostrado no es ni bueno ni malo sino regular, pudiéndose mejorar con la capacitación continua en atención al cliente.

EL 92.3% de los restaurantes encuestados muestran que sus trabajadores: mozos y azafatas lucen presentables, sus uniformes se encuentran regularmente

limpios, tienen presencia limpia, aseada, con una vestimenta adecuada para la atención en los restaurantes. Pero los uniformes si lucen un poco deteriorados por el uso de la jornada laboral, es decir lucen en algunos casos viejitos.

Los mozos y azafatas si muestran con claridad los platos, la carta, ya que según la encuesta el 89.7% de los restaurantes lo hace regularmente, esto debido a que el personal con el que cuentan son personas que tienen en el rubro más de 5 años aproximadamente, es decir se han profesionalizado en el rubro de servicios de alimentación.

De la misma forma los mozos y azafatas muestran ser respetuosos de los clientes, el 94.9% de los restaurantes encuestados así lo muestra.

También son pacientes en un 64.1%, este porcentaje es mejor con respecto al respeto ofrecido a los comensales, esto debido a que a veces se presenta congestionamiento de comensales sobretodo en horas punta.

Los mozos y azafatas si muestran un lenguaje adecuado lo hacen de manera regular un 89.7%, es limitado el lenguaje, corto, sencillo pero cubre la expectativa del servicio brindado.

Los platillos si son preparados rápidamente, casi más del 50 % así lo afirma

Los platillos son atendidos rápidamente, el 92.3 % lo confirman pero no de manera categórica de como son preparados, es decir la atención resulta mejor que la preparación.

El grado de satisfacción y las expectativas es casi la misma, en realidad el servicio es medio o regular, el cliente piurano no es muy exigente, se orienta más por el sabor que por otro factor y el costo de los restaurantes.

Se realizó un análisis de correlación lineal donde se tomó como variables las capacitaciones en gestión de la calidad y atención al cliente, para ello se hizo un estudio específico a los trabajadores de los restaurantes encuestados, donde a los trabajadores que habían tenido por lo menos una capacitación se les midió el grado de atención al cliente.

Luego de haciendo uso del SPSS se ingresaron las dos variables y se obtuvo el alto grado de correlación de las 2 variables. Probándose de esta manera la hipótesis planteada producto del presente trabajo.

Analizando las variables y viendo el grado de dependencia de estas variables se debería hacer un análisis de regresión lineal, para estudiar a mayor detalle la relación entre estas variables.

En sí el problema consiste en decidir qué clase de curva debería ajustarse los datos, para lo cual se deben calcular por cualquier método.

Lo que se trataría de predecir o explicar el comportamiento o resultado de la variable atención al cliente, en función de la capacitación en gestión de la calidad.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Del Trabajo realizado se llega a las siguientes conclusiones:

- Si existe relación entre las variables de la gestión de calidad en la capacitación y la variable atención al cliente de las mypes del sector servicios rubro restaurantes de Piura Cercado 2019.
- Todas las mypes han recibido por lo menos una capacitación en gestión de calidad, la cual no es permanente y no existe un involucramiento del dueño de la mypes.
- La mayoría de los dueños de las mypes tienen una idea de la gestión de la calidad, pero no aplican gestión de la calidad en su mypes.
- La variable capacitación en gestión de la calidad vs. atención al cliente muestran gran correlación, según el indicador de Pearson la relación es directa. Es decir al tener personal más capacitado en Gestión de la Calidad la Atención al Cliente va a mejorar
- Todos los indicadores de atención al cliente como el orden, la presentación del personal, explicar con claridad la presentación de los platos, el personal respetuoso, la paciencia del personal con los clientes, la amabilidad al hacer las órdenes de pedido, el lenguaje adecuado al realizar el pedido, la atención rápida y el Grado de Satisfacción con que el cliente se queda son regulares, es decir se brinda un servicio mediocre por la falta de capacitación en gestión de calidad.
- Se verificó que no existe un registro específico de las mypes del Sector Servicios de Restaurantes de Piura cercado. La Municipalidad tiene un registro de todos los restaurantes, snack, bares de Piura cercado, el cual no está actualizado y no está categorizado, ya que en dicho registro existen restaurantes informales, Medianas empresas, lo cual a ellos les sirve para dar capacitaciones gratuitas en Gestión de la Calidad, Gastronomía, Seguridad Alimentaria; de la misma forma el Gobierno Regional a través de la Dirección de Salud no cuentan con un registro detallado de Mypes del Sector Restaurantes de Piura Cercado.

5.1. Recomendaciones

Del Trabajo realizado se llega a las siguientes Recomendaciones:

- Capacitar inicialmente al Empresario, Propietario, Administrador, es decir personal con poder de decisión dentro de la mypes en temas de gestión de calidad y su implicancia en la atención al cliente.
- El empresario debe compenetrarse en la realidad de la mypes y elevar el nivel de atención al cliente y no solo quedarse en hacer un negocio.
- La Municipalidad y el Gobierno Regional deben involucrarse decididamente con las mypes del sector servicios del rubro de restaurantes de Piura Cercado, ya que como se ha visto no están en situación de aprovechar una oportunidad; oportunidades como la venida de visitantes foráneos, sea de turismo nacional o internacional.
- El empresario debe capacitar a su personal en gestión de la calidad, atención al cliente, seguridad alimentaria, seguridad y salud ocupacional, procesos Gastronómicos.
- La Municipalidad y el Gobierno Regional deben hacer una alianza estratégica para tener un registro de los restaurantes pero categorizado, es decir identificar las remypes, las personas naturales con RUC, los informales, las medianas empresas, etc. a fin de darles capacitación y asistencia técnica que tanta falta les hace.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anticona, A. (2013). *erp.uladech*. Obtenido de erp.uladech:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034359>
- Cáceres. (2014). *Fundamentos teóricos para la implementación de la didáctica en el proceso enseñanza-aprendizaje*. Cuba: Trillas.
- Castaño. (2008). *Modelos de entrenamiento y capacitación en la empresa*. Colombia: Talento.
- Castellanos. (2012). *Caracterización del modelo de inducción reintroducción, entrenamiento y capacitación de personal en una institución prestadora de servicios de salud e identificación de la adherencia a los lineamientos estratégicos institucionales*. Manizales: McGraw Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Administración de Recursos Humanos*. México: Edamsa Impresiones S.A.
- Correa. (2013). *Evaluación de un Programa de Capacitación Profesional de una Institución de Educación Superior de Puerto Rico*. Puerto Rico: New Jersey.
- Dessler, G. (2004). *Administración de personal*. México: Printice Hall.
- Domínguez, G. (2013). *Caracterización del financiamiento, de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro pollerías en la ciudad de Chimbote, periodo 2014*. Tesis para optar el título profesional de contador público en la universidad de Chimbote. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034712>
- Gaines. (2008). *Formación estratégica de administradores de la capacitación*. San Francisco: Second.
- Garry, D. (2004). *Administración de personal*. México: Printice Hall.

- Gestión. (26 de 07 de 16). Gestión. *PPK:Estos son los cinco retos para realzar la gastronomía peruana,según Apega*. 84
- Gestión. (26 de Julio de 2016). *Cinco consejos para emprender un negocio gastronómico*. Gestión, págs. <http://gestion.pe/empresas/cinco-consejos-emprender-negocio-gastronomico-2166404>.
- Gestión. (26 de Mayo de 2016). Gestión. *Peruanos comen cebiche con pescado importado,¿qué pasa?*
- Gestión. (25 de Julio de 2016). Gestión. *PPK:Estos son los cinco retos para realzar la gastronomía peruana,según Apega*.
- Gestión. (01 de Marzo de 2016). Gestión. *Precios al consumidor a nivel nacional se incrementaron 0.17% en febrero*.
- Gómez, F. (2014). *erp.uladech.edu.pe*. Obtenido de *erp.uladech.edu.pe*: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034143>
- González. (2009). *Acciones encaminadas a contribuir con la capacitación de los cuadros,para dirigir la preparación de sus reservas en el puesto de trabajo*. Nueva York: Alianza.
- Grippa, F. (30 de Marzo de 2015). Gestión. *Inflación subiría a 0.60% en marzo por alza de alimentos,según sondeo de Reuters*.
- INEI. (01 de Abril de 2016). Gestión. *Precios al consumidor a nivel nacional se incrementaron 0.60% en marzo*.
- INEI. (01 de Marzo de 2016). Gestión. *Precios al consumidor a nivel nacional se incrementaron 0.17% en febrero*.
- Leal, M. (2013). *Medición del impacto de la capacitación en la medición de alimentos*.

México: Acribia.

Macchiavello, L. (18 de Septiembre de 2014). Gestión. *Larcomar alista incorporación de cuatro marcas gastronómicas.*

Meléndez Catillejos, J., & Oribe Saavedra, K. (2014). *Calidad de Servicio al Cliente y su incidencia en la Rentabilidad de las empresas del rubro Restaurantes-Pollerías del distrito de Tarapoto .Año 2014.* Tarapoto: Creative Commons.

Núñez. (2010). *La productividad desde una perspectiva humana :Dimensiones y factores.* Venezuela: Universal.

Ordóñez Chanca, M. R., & Vásquez Pacheco, F. (2015). *Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las MYPES del rubro restaurants San Vicente, 2014.* In *Crescendo. Ciencias de la Salud*, 6(1), 48-73.

Ramírez. (2014). *Los planes de carrera como estrategia .* México: Prentice Hall.

Rey, B. R. (31 de Agosto de 2015). Gestión. *Apega espera vender 500,000 entradas para Mistura.*

Rey, B. R. (25 de 07 de 2016). Gestión. *PPK: Estos son los cinco retos para realzar la gastronomía peruana ,según Apega.* 85

Riobó. (2011). *¿Debe un trabajador asistir a una capacitación por fuera de la jornada laboral?* Colombia: Trillas.

Robinson. (2008). *Formación estratégica de administradores de la capacitación.* San Francisco: Second.

Sánchez, M. (2014). *Capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en “el Restaurant Mar Picante” de la ciudad de Trujillo.* Trujillo, Perú: Universidad Privada Antenor Orrego. Disponible en:
http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/351/1/SANCHEZ_MARIA_ATENCION_CLIENTE_CALIDAD_SERVICIO.pdf

Sevelleno, L. (2008). *catarina.udlap.mx/u_dl_a*. Obtenido de *catarina.udlap.mx/u_dl_a*:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/sevenello_s_l/indice.html

Subauste, R (2013) —caracterización de la competitividad en el área de atención al cliente

de EMAPA Cañete 2013

Velasco, G. (2014). *erp.uladech.edu.pe*. Obtenido de *erp.uladech.edu.pe*:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035631>

ANEXO N°. 1

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

RECURSO Y PRESUPUESTO

Humanos: Para el presente proyecto se empleó: 01 investigador

Investigador: Héctor Daniel Quintana Ruidías

Correo electrónico: Daniel_quintana_1976@hotmail.com

Materiales: Se utilizó los siguientes materiales

Bienes

Concepto	Cantidad	Unidad de Medida
Papel Din A-4	6	Millar
Folder	3	Unidad
Tablilla para encuestar	1	Unidad
Lapiceros	3	Unidad

Servicios

Concepto	Cantidad	Unidad de Medida
Informe (Proyecto)	300	Hojas
Informe Final	600	Hojas
Copias Varias	300	Hojas
Aplicación de Instrumentos	150	Hojas
Internet	210	Horas
Uso de Laptop	1	Unidad
Uso de Impresora	1	Unidad

PRESUPUESTO

CLASIFICADOR DE GASTOS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO S/.
2	GASTOS			
	PRESUPUESTARIOS			
2.3	BIENES Y SERVICIOS			
2.3.1	Compra de Bienes			
2.3.15	Materiales y Útiles			
2.3.15.1	Papelería en General, útiles y			
2.3.15.1.2	Materiales de Oficina			
	Papel Justus	6	Millar	120
	Corrector	1	unidad	5
	Resaltador	1	unidad	5
	Lapiceros	3	unidad	6
	Lápices	3	unidad	3
	Engrapador	1	unidad	21
	Perforador	1	unidad	21
	USB	1	unidad	30
	Tablillas	1	unidad	30
	Folder	1	unidad	1.5
	TOTAL			242.5

CLASIFICADOR DE GASTOS	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO S/.
2	GASTOS PRESUPUESTARIOS			
2.3	BIENES Y SERVICIOS			
2.3.2	Contratacion de Servicios			
2.3.21	Viajes			
2.3.21.2	Viajes Domesticos			
2.3.21.2.99	Otros Gastos			
	* Movilidad Local			900
2.3.22	Servicios Básicos, Comunicación publicidad y difusión			
2.3.22.2	Servicios de Telefonía en Internet Servicio de Internet			
	Uso de Computadora			
	* Internet con computadora e impresión			1800
2.3.22	Servicios Básicos, Comunicación publicidad y difusión			
2.3.22.4	Servicios de Publicidad Impresiones, Difusión e Imagen Institucional			
2.3.22.4.4	Servicio de Impresiones Encuadernación y empastado			
	* Impresiones	900	unidad	90
	* Empastado	6	unidad	5
	* Fotocopias	300	unidad	30
	TOTAL			2825

TOTAL GENERAL: S/. 3067.5

FINANCIAMIENTO

El presente proyecto es financiado íntegramente con recursos propios, haciendo un total de S/. 3067.5 (Tres Mil Sesenta y Siete con 50/100 Soles)

CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

TIEMPO	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SETIEMBRE				OCTUBRE			
ACTIVIDADES	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4
FORMULACIÓN DEL PROYECTO	■	■	■	■																
APROBACIÓN DEL PROYECTO		■	■	■																
ELABORACIÓN DEL PROYECTO			■	■	■	■	■	■												
ORGANIZACIÓN DE RECURSOS							■	■	■	■	■	■								
APLICACIÓN DE ENCUESTA PILOTO									■	■	■	■								
APLICACIÓN DE ENCUESTA GENERAL											■	■	■	■	■	■				
TRABAJO DE GABINETE													■	■	■	■				
IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN															■	■	■	■	■	■
EJECUCIÓN DE LA EXPERIENCIA																			■	■
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS																			■	■
ELABORACIÓN DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN																			■	■

ANEXO N°. 2

Encuesta Dirigida a los Empresarios De la Mypes del Rubro Restaurantes de Piura Cercado del 2019.

La presente es para conocer la realidad de las Mypes en el Rubro Restaurantes, es de carácter anónimo y tiene fines netamente académicos a fin de aportar mejoras en el rubro antes mencionado

I. Datos Generales de la Empresa:

1) Razón social de la Empresa o nombre comercial:

.....
.....

2. Forma legal de las MYPEs.

- a) Persona Natural
- b) EIRL
- c) SRL
- d) Otros

3. Donde esta ubicada las MYPEs.

- a) En su domicilio
- b) En otro lugar

4. Género del Propietario

- a) Masculino
- b) Femenino

5.- Persona que dirige las MYPEs.

- a) Dueño
- b) Gerente
- c) Otro

6- grado de instrucción del dueño de las MYPEs.

- a) Sin Instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior Técnica
- e) Superior Universitaria

7) Cuenta usted con Registro Único de Contribuyente (RUC)

- a) Sí b) No

8) ¿Cuenta usted con su Licencia de Funcionamiento?

- a) Definitivamente si
- b) Está en trámite
- c) Recién he empezado el negocio
- d) Voy a iniciar mi trámite
- e) Definitivamente no

- 9) ¿A qué tipo de negocio cree usted que se ajusta el suyo tomando en cuenta sus ingresos por ventas anuales?
- a) Micro empresa hasta s/. 622,500
 - b) Pequeña empresa desde Más S/. 622,500 hasta S/. 6'460,000
- 10) ¿Qué tiempo de funcionamiento tiene su negocio?
- a) 0 a 2 años
 - b) 2 a 4 años
 - c) 4 a 8 años
 - d) 8 a 10 años
 - e) 10 a más
- 11) ¿A qué régimen Tributario, está inscrito o afiliado su negocio tributariamente?
- a) R.U.S.
 - b) Régimen General
 - c) Otro
- 12) ¿Cuánto aproximadamente vende en promedio al día?
- a) 0 a 100 Soles
 - b) 100 a 200 Soles
 - c) 200 a 300 Soles
 - d) 300 a 400 Soles
 - e) 500 a más.....
13. Tiene conocimiento sobre la Gestión de la Calidad
- a) Nada
 - b) Regular
 - c) Bueno
 - d) Muy Bueno
14. Ha implementado un Sistema de Gestión de Gestión de la Calidad en su Mypes
- a) Si
 - b) No
15. El dueño elabora un plan de trabajo para la MYPEs.
- a) Si
 - b) No
 - c) A Veces
16. Quien se encarga de decidir que producir y cuanto producir en las MYPEs.
- a) Dueño
 - b) Gerente
 - c) Otro
17. Quien compra en las MYPEs
- a) Dueño
 - b) Gerente
18. Quien contrata personal en las MYPEs

- a) Dueño
- b) Gerente

19. Tiene organigrama las MYPEs.

- a) Si
- b) No

20. Número de trabajadores en la MYPEs.

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) Otro

21. Tipo de trabajadores de las MYPEs.

- a) Permanentes
- b) Temporales
- c) Ambos

22. Tipo de Producción que realiza las MYPEs

- a) En serie
- b) Sobre medida

23. Disponibilidad de informes contables en las MYPEs.

- a) No dispone
- b) Cada mes
- c) Cada semestre
- d) Al finalizar el año

24. Ha recibido algún Servicio de Capacitación para su Mypes

- a) Si
- b) No

25. Cuántos cursos de capacitación en Gestión de la Calidad ha recibido su mypes en el año

- a) Uno
- b) Dos
- c) Tres
- d) Cuatro
- e) Mas de Cuatro

26. Ha recibido algún Servicio de Asistencia Técnica para su Mypes

- a) Si
- b) No

27. Cuántos Cursos en Desarrollo Productivo Recibió la Mypes

- a) Uno
- b) Dos
- c) Tres
- d) Cuatro
- e) Mas de Cuatro

28. Cuantos Servicios de Asistencia Técnica recibió las MYPEs en:

- a) Uno
- b) Dos
- c) Tres
- d) Cuatro
- e) Mas de Cuatro

29. Usted considera que en el año 2019 usted ha tenido una capacitación permanente que haya ayudado a mejorar la atención al cliente en su mypes

- a) SI
- b) NO

30. Según su percepción considera la capacitación como una inversión

- a) SI
- b) NO

31. Según su percepción considera a la capacitación como importante en la Atención al Cliente

- a) SI
- b) NO

32. Los Mozos y Azafatas son ordenados (as)

- a) Muy Malo
- b) Malo
- c) Regular
- d) Bueno
- e) Muy Bueno

33. Los Mozos y Azafatas lucen presentables

- a) Muy Malo
- b) Malo
- c) Regular
- d) Bueno
- e) Muy Bueno

34. Los Mozos y Azafatas explican con claridad la presentación de los platos

- a) Muy Malo
- b) Malo
- c) Regular
- d) Bueno
- e) Muy Bueno

35. Los Mozos y Azafatas son respetuosos (as)

- a) Muy Malo
- b) Malo
- c) Regular
- d) Bueno
- e) Muy Bueno

36. Los Mozos y Azafatas son pacientes

- a) Muy Malo
- b) Malo
- c) Regular
- d) Bueno
- e) Muy Bueno

37. Los Mozos y Azafatas atienden amablemente las órdenes de pedidos

- a) Muy Malo
- b) Malo
- c) Regular
- d) Bueno
- e) Muy Bueno

38. Los Mozos y Azafatas utilizan un lenguaje adecuado para realizar un pedido

- a) Muy Malo
- b) Malo
- c) Regular
- d) Bueno
- e) Muy Bueno

39. Los Platos son preparados rápidamente

- a) Muy Malo
- b) Malo
- c) Regular
- d) Bueno
- e) Muy Bueno

40. Los Platos son atendidos rápidamente. Como los podría catalogar

- a) Muy Malo
- b) Malo
- c) Regular
- d) Bueno
- e) Muy Bueno

41. Cómo Cree que queda su Cliente después de haber probado su servicio

- a) Muy Malo
- b) Malo
- c) Regular
- d) Bueno
- e) Muy Bueno

42. La Atención al Cliente brindada en su Mypes, cumple con sus expectativas

- a) Muy Malo
- b) Malo
- c) Regular
- d) Bueno
- e) Muy Bueno

43. Cuántos cursos de capacitación en Gestión de la Calidad ha recibido (Trabajador) en el año

- a) Uno

- b) Dos
- c) Tres
- d) Cuatro
- e) Mas de Cuatro

44. Cómo Calificaría La Atención al Cliente brindada por el trabajador

- a) Muy Malo
- b) Malo
- c) Regular
- d) Bueno
- e) Muy Bueno

ANEXO N°. 3

PRUEBA DE CONFIABILIDAD HACIENDO USO DEL SPSS

- Para la Muestra Piloto de 10

	N	%
Casos Válido	10	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	10	100,0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,844	17

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

- Para la Población de 39

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	39	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	39	100,0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,915	17

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

ANEXO N°. 4
MATRIZ DE VALIDACION

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALAS
Gestión de Calidad en la Capacitación	Gestión de la Calidad requiere de recursos humanos entrenados y capacitados en el cumplimiento de sus funciones. Y un equipo bien entrenado está capacitado para identificar los riesgos y oportunidades, que hacen posible la mejora continua del Sistema y la innovación dentro de la mypes	La capacitación es responsabilidad de la mypes, cuyo fin es promover una cultura de capacitación asesorando y proporcionando la ayuda técnica especializada que se requiere para la planeación, desarrollo, ejecución y evaluación y obtener los resultados esperados.	Conocimiento sobre la Gestión de la Calidad	Nivel de conocimiento sobre el tema	NOMINAL
				Nivel de exactitud sobre el tema	
				Recibió Capacitación	
				Cantidad de Cursos de Capacitación	NOMINAL
				Capacitación Permanente	
				Tipos de Curso	NOMINAL
Atención al Cliente en las MYPES de Restaurants	La Atención Cliente de la Mypes debe estar centrada finalmente en el cliente, en como satisfacerlo y retenerlo	La Atención de la empresa debe estar centrada en la Atención al Cliente, en como satisfacerlo y retenerlo. Medido con Indicadores	Conducta derivada del conocimiento de la Gestión de la Calidad y su Incidencia en la Atención al Cliente	Capacitación en Atención al Cliente	NOMINAL
				La Capacitación como Inversión	
				La Capacitación como Relevante	
				Comportamiento que adopta según el conocimiento y la actitud	NOMINAL
Atención al Cliente en las MYPES de Restaurants			Gestión del procesos de Atención al Cliente	Nivel de eficacia, eficiencia y efectividad operativa	NOMINAL
			Productividad y Rentabilidad	Indicadores de Proceso de Atención al Cliente	NOMINAL

ANEXO N°. 5
MATRIZ DE CONSISTENCIA LÓGICA

DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALAS	ITEMS	ENCUESTA
La capacitación es responsabilidad de la mypes, cuyo fin es promover una cultura de capacitación asesorando y proporcionando la ayuda técnica especializada que se requiere para la planeación, desarrollo, ejecución y evaluación y obtener los resultados esperados.	Conocimiento sobre la Gestión de la Calidad	Nivel de conocimiento sobre el tema	Muy alto	1,2,3,6, 4,5	Tiene conocimiento sobre la Gestión de la Calidad Ha implementado un Sistema de Gestión de la Calidad en su Mypes El dueño elabora un plan de trabajo para la MYPES Quien se encarga de decidir que producir y cuanto producir en las MYPES Quien compra en las MYPES Quien contrata personal en las MYPES Tiene organigrama las MYPES Número de trabajadores en la MYPES Tipo de trabajadores de las MYPES. Tipo de Producción que realiza las MYPES
			Alto		
	Medio				
	Bajo				
	Muy bajo				
	Muy alto				
	Alto				
	Medio				
	Bajo				
	Muy bajo				
Conocimiento sobre la Capacitación de las Mypes	Recibió Capacitación	Si	24,25,26, 27,28,29,30, 31,32,33	Ha recibido algún Servicio de Capacitación para su Mypes Ha recibido algún Servicio de Asistencia Técnica para su Mypes Qué tipo de Capacitación recibió la Mypes Cuántos cursos de capacitación ha recibido su mypes en el año Ha tenido una capacitaciónnente que haya ayudado a mejorar la atención al cliente Según su percepción considera la capacitación como una inversión Según su percepción considera a la capacitación como importante en la Atención al Cliente	
		No			
	Cantidad de Cursos de Capacitación	Uno			
	Dos				
	Tres				
	Más de Tres				
	Capacitación Permanente	Si			
	No				
	Tipos de Curso	Inversión - Financiero			
		Manejo Empresarial			
Marketing	Gastronomía				
		Técnico de Procesos			
Otros					
Características del Cliente	Técnicas y destrezas operativas				
		Trabajo en equipo			
Protocolos de servicio	Otros				
		La Capacitación como Inversión			
Si					
No					
La Capacitación como Relevante	Si				
No					
Conducta derivada del conocimiento de la Gestión de la Calidad y su Incidencia en la Atención al Cliente	Comportamiento que adopta según el conocimiento y la actitud	Muy de acuerdo	35, 39,40,44	Los Mozos y Azafatas atienden amablemente las órdenes de pedidos Los Mozos y Azafatas utilizan un lenguaje adecuado para realizar un pedido Los Mozos y Azafatas lucen presentables La Atención al Cliente brindada en su Mypes, cumple con sus expectativas Los Mozos y Azafatas son ordenados (as)	
		De acuerdo			
Indiferente					
En desacuerdo					
Muy en desacuerdo					
Nivel de eficacia, eficiencia y efectividad operativa	Muy eficiente y eficaz	36,37,38,41, 42,43			Los Mozos y Azafatas explican con claridad la presentación de los platos Los Mozos y Azafatas son respetuosos (as) Los Mozos y Azafatas son pacientes Los Platos son preparados rápidamente
	Solo eficaz				
Regularmente eficaz					
Poco eficaz					
Nada eficiente y eficaz					
Totamente Satisfecho	Satisfecho				
Indicadores de Proceso de Atención al Cliente			Regular		
Satisfecho					
Regular					
Insatisfecho					
Productividad y Rentabilidad	Indicadores de Proceso de Atención al Cliente	Satisfecho	42,43	Los Platos son atendidos rápidamente. Como los podría catalogar Cómo Cree que queda su Cliente después de haber probado su servicio	
		Regular			
Insatisfecho					

ANEXO 6

Zona de Alcance

Debido a que el presente Proyecto está delimitado se presenta la Zona Geográfica que ha sido producto de Estudio

Gráfico. 1

