



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**TESIS
PROPUESTA DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL
PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DEL
RESTAURANTE SUMAQ, CHICLAYO, 2016**

Autores:

**Martinez Castro Emilio Jose Luis
Milian Villanueva Eric Manuel**

Asesor:

Mego Núñez Onésimo

Línea de Investigación:

Talento Humano y Comportamiento Organizacional

**Pimentel – Perú
2018**



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**TESIS
PROPUESTA DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL
PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DEL
RESTAURANTE SUMAQ, CHICLAYO, 2016**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**Autor (a):
Martinez Castro Emilio Jose Luis
Milian Villanueva Eric Manuel**

**Pimentel – Perú
2018**

**PROPUESTA DE CAPACITACION DE PERSONAL PARA MEJORAR LA
CALIDAD DE SERVICIO DEL RESTAURANTE SUMAQ, CHICLAYO, 2016**

Aprobación de la tesis

Dr. Mego Núñez Onésimo
Asesor Metodológico

Dr. Córdova Chirinos José
Asesor Especialista

MBA. Angulo Corcuera Carlos Antonio
Presidente del jurado de tesis

Dra. Delgado Wong Sofía Irene
Vocal del jurado de tesis

Mg. Otero Gonzales Carlos Alberto
Secretario (a) del jurado de tesis

DEDICATORIA

Dedicamos la presente investigación a Dios, y a nuestros padres, y amigos. A Dios porque nos ha dado la fuerza de voluntad para continuar y culminar satisfactoriamente nuestros estudios de pregrado

A mis padres y amigos, por el inmenso apoyo otorgado en cada de las etapas de nuestras vidas, especialmente por el aliento brindado durante el desarrollo de nuestra investigación.

Los autores

AGRADECIMIENTO

A los docentes de nuestra querida Facultad de Ciencias Empresariales, de la Escuela de Administración de la Universidad Señor de Sipan, por la dedicación y esfuerzo demostrado durante cada ciclo académico; especialmente a nuestro asesor de tesis por la paciencia demostrada durante cada una de las etapas de nuestra investigación.

Los autores

INDICE

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN.....	x
CAPÍTULO I PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1. Situación problemática.....	15
1.2. Formulación del Problema.....	17
1.3. Delimitación de la investigación.....	18
1.4. Justificación e Importancia de la Investigación	19
1.5. Limitaciones de la Investigación	20
1.6. Objetivos de la Investigación.....	20
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	22
2.1. Antecedentes de investigación.....	22
2.2. Estado del arte.....	25
2.3. Bases teóricas científicas	28
2.4. Definición de términos básicos.....	41
CAPITULO III MARCO METODOLOGICO	44
3.1. Tipo y diseño de investigación	44
3.2. Población y Muestra	45
3.3. Hipótesis	46
3.4. Variables de investigación	47
3.5. Operacionalización de variables	47
3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	50
3.7. Análisis Estadístico e Interpretación de los datos	51
3.8. Criterios éticos	51
3.9. Criterios de rigor científico	52
CAPITULO IV ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....	54
4.1. Resultados en tablas y figuras.....	54
4.2. Discusión de resultados.....	74
CAPITULO V PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN	78
CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	103
6.1. Conclusiones	103
6.2. Recomendaciones	104

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estado del Arte variable calidad de servicio	25
Tabla 2 Estado del arte variable capacitación	27
Tabla 3 Variables de investigación	47
Tabla 4 Operacionalización de la variable independiente	48
Tabla 5 Operacionalización de la variable dependiente	49
Tabla 6 Criterios éticos de la investigación	51
Tabla 7 Criterios de rigor científico de la investigación	52
Tabla 8 El número de capacitaciones al año que efectúa la empresa permite brindar un servicio de calidad	54
Tabla 9 Las capacitaciones que efectúa la empresa tienen una duración adecuada	55
Tabla 10 Las capacitaciones que efectúa la empresa me brindan suficientes conocimientos para brindar un servicio de calidad	56
Tabla 11 Las capacitaciones que efectúa la empresa incrementan mis habilidades y destrezas para brindar un mejor servicio	57
Tabla 12 Las capacitaciones que efectúa la empresa permiten incrementar mis actitudes hacia los clientes	58
Tabla 13 Las capacitaciones que efectúa la empresa permiten mejorar mi desempeño laboral	59
Tabla 14 Las capacitaciones que efectúa la empresa permiten alcanzar las metas propuestas	60
Tabla 15 Las capacitaciones que efectúa la empresa permiten generar un valor agregado en la empresa	61
Tabla 16 La empresa se preocupa por facilitarme las herramientas y medios para brindar un servicio de calidad	62
Tabla 17 La empresa cuenta con instalaciones limpias	63
Tabla 18 El mobiliario (mesas y sillas) de la empresa es cómodo	64
Tabla 19 La apariencia del personal de atención es adecuada	65
Tabla 20 El personal de atención se encuentra correctamente uniformado	66
Tabla 21 La empresa cumple con la publicidad que ofrece	67
Tabla 22 La empresa ofrece sus productos de acuerdo a su carta de presentación	68
Tabla 23 El personal de atención brinda información segura y confiable	69
Tabla 24 Usted se siente seguro al momento de realizar transacciones comerciales con la empresa	70
Tabla 25 El personal de atención cuenta con conocimientos suficientes para brindar un servicio de calidad	71
Tabla 26 El personal de atención cuenta con habilidades suficientes para brindar un servicio de calidad	72
Tabla 27 El personal de atención cuenta con habilidades suficientes para brindar un servicio de calidad	73
Tabla 28 Estadístico de fiabilidad de la prueba piloto	76
Tabla 29 Capacitación en liderazgo personal	82
Tabla 30 Capacitación en liderazgo transformacional	84
Tabla 31 Capacitación en coaching transformacional	86
Tabla 32 Capacitación en habilidades gerenciales	88
Tabla 33 Capacitación en inteligencia emocional	91
Tabla 34 Capacitación en comunicación efectiva	93
Tabla 35 Capacitación en manejo de conflictos	95
Tabla 36 Capacitación en clima organizacional	97
Tabla 37 Presupuesto	101

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación del restaurante Sumaq	18
Figura 2 El número de capacitaciones al año que efectúa la empresa permite brindar un servicio de calidad	54
Figura 3 Las capacitaciones que efectúa la empresa tienen una duración adecuada	55
Figura 4 Las capacitaciones que efectúa la empresa me brindan suficientes conocimientos para brindar un servicio de calidad	56
Figura 5 Las capacitaciones que efectúa la empresa incrementan mis habilidades y destrezas para brindar un mejor servicio	57
Figura 6 Las capacitaciones que efectúa la empresa permiten incrementar mis actitudes hacia los clientes	58
Figura 7 Las capacitaciones que efectúa la empresa permiten mejorar mi desempeño laboral	59
Figura 8 Las capacitaciones que efectúa la empresa permiten alcanzar las metas propuestas	60
Figura 9 Las capacitaciones que efectúa la empresa permiten generar un valor agregado en la empresa	61
Figura 10 La empresa se preocupa por facilitarme las herramientas y medios para brindar un servicio de calidad.....	62
Figura 11 La empresa cuenta con instalaciones limpias	63
Figura 12 El mobiliario (mesas y sillas) de la empresa es cómodo	64
Figura 13 La apariencia del personal de atención es adecuada	65
Figura 14 El personal de atención se encuentra correctamente uniformado	66
Figura 15 La empresa cumple con la publicidad que ofrece	67
Figura 16 La empresa ofrece sus productos de acuerdo a su carta de presentación	68
Figura 17 El personal de atención brinda información segura y confiable	69
Figura 18 Usted se siente seguro al momento de realizar transacciones comerciales con la empresa	70
Figura 19 Usted se siente seguro al momento de realizar transacciones comerciales con la empresa	71
Figura 20 El personal de atención cuenta con habilidades suficientes para brindar un servicio de calidad.....	72
Figura 21 El personal de atención cuenta con habilidades suficientes para brindar un servicio de calidad.....	73
Figura 22 Evidencia n° 1	¡Error! Marcador no definido.
Figura 23 Evidencia n° 2.....	138

RESUMEN

La actual búsqueda tuvo como objetivo general proponer un plan de capacitación de personal para mejorar la calidad de servicio del restaurante Sumaq.

Se perpetró una investigación de tipo descriptivo – propositiva la cual permite estar al tanto de la problemática que muestra la empresa en cuanto a la calidad de servicio que brinda los colaboradores en el restaurante Sumaq.

La técnica utilizada fue la encuesta con su instrumento cuestionario hecho con 20 ítems operados de acuerdo a las dimensiones de las variables capacitación laboral y calidad de servicio, el cual se utilizó para la obtención de información. Los cuestionarios estuvieron fiables a través de la prueba de alfa de cronbach. Este instrumento fue aplicado a la muestra de 11 colaboradores que laboran en el restaurante Sumaq y a una muestra de 366 clientes del restaurante Sumaq.

El nivel de calidad de servicio del restaurante Sumaq, es medio, el promedio de esta variable es 3.6, con este indicador se concluye que la calidad de servicio es la adecuada para el 80% de la población de los clientes.

La calidad de servicio se caracteriza por tener una brecha de insatisfacción en las dimensiones de fiabilidad y empatía, los clientes encuentran insatisfacción la publicidad ofrecida por el restaurant y por las habilidades de atención de los clientes.

Palabras claves: capacitación laboral, calidad de servicio

ABSTRACT

This research was general objective to propose a plan staff training to improve service quality Sumaq restaurant.

An investigation was conducted descriptive - propositive which allows to know the issues presented by the company regarding the quality of service provided by the partners in the Sumaq restaurant.

The technique used was the survey instrument made its questionnaire with 20 items operated according to the dimensions of the variables job training and service quality, which was applied for obtaining information. The questionnaires were reliable through Cronbach's alpha test. The instrument was applied to the sample of 11 employees who work in the restaurant and at Sumaq a sample of 366 restaurant customers Sumaq.

The level of quality of service Sumaq restaurant is average, the average of this variable is 3.6, so it can be concluded that the quality of service is appropriate for 80% of the population of customers.

The quality of service is characterized by a gap of dissatisfaction in the dimensions of reliability and empathy, customers are dissatisfied advertising offered by the restaurant and attention skills of customers.

Keywords: job training, quality of service.

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones tienen muchas razones para realizar una capacitación de su personal, debido a que en la antigüedad las habilidades y las experiencias se transmitían de manera directa a través de un tutor y las industrias se conformaban con este método, dejando de lado el recurso humano, actualmente un factor importante en el crecimiento de la empresa.

Para la mayoría de empresas, es sumamente importante medir la calidad del servicio que ofrece a sus clientes para estar al tanto de su nivel de desempeño existente, y posteriormente lograr su satisfacción total, al mismo tiempo de esforzarse en superar sus expectativas para generar relaciones productivas con los mismos.

La investigación consistió en proponer un plan de capacitación de personal para mejorar la calidad de servicio del restaurante Sumaq.

El problema estuvo centrado en determinar ¿De qué manera la capacitación de personal mejora la calidad de servicio en el restaurante Sumaq?

La metodología del actual trabajo de investigación estuvo basada en las teorías de capacitación laboral y calidad de servicio propuestas por Chiavenato y Parasuraman, Zeithmal y Berry, respectivamente, las presentes teorías científicas validadas han permitido caracterizar la calidad de servicio del restaurante Sumaq y determinar las brechas que se necesitan cubrir a través de una propuesta de capacitación laboral.

La hipótesis se manifestó de la siguiente manera: la propuesta de capacitación de personal si logra mejorar la calidad de servicio del restaurante Sumaq.

El instrumento para la recolección de datos utilizado fue hecho mediante la escala de Likert, a través de una encuesta dirigida a los colaboradores y clientes de la empresa, la cual estuvo compuesta por 20 ítems de acuerdo a las dimensiones de las variables. Los datos conseguidos fueron procesados para su pertinente análisis estadístico e interpretación mediante el sistema operativo Microsoft Office Excel.

La presente tesis sigue la siguiente estructura:

El Capítulo I está interpretado por la situación problemática en el contexto universal, latinoamericano, nacional y local, hasta concretar en la formulación del problema, delimitación y limitación de la investigación; así como, la justificación en su dimensión epistemológica, metodológica y ontológica que han sido aspectos notables para la elaboración de los objetivos de estudio.

El Capítulo II se muestra los antecedentes de estudios propios al tema investigado, el estado del arte, la base teórica científica y por último, se presenta la definición de la terminología (marco conceptual).

El Capítulo III se precisa la metodología de la investigación científica donde se considera la hipótesis de investigación, las variables mediante la definición conceptual y operacional; la metodología mediante el tipo de estudio y el diseño de la investigación. También se señala la población y muestra a utilizar, los métodos, técnicas e instrumentos para la recolección de datos y por último el método de análisis de datos obtenidos en la presente investigación.

En el Capítulo IV se compone la presentación y análisis de los resultados en tablas y figuras, igualmente se reporta los resultados y alcance de la prueba piloto, los resultados del pre con su análisis respectivo y los promedios de las variables.

En el Capítulo V alcanza detalladamente las características, componentes, de la propuesta elaborada.

En el Capítulo VI se exhiben las conclusiones y recomendaciones que la actual investigación buscó contribuir al estudio de las variables de gran importancia dentro del contexto empresarial.

CAPÍTULO I
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO I PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Situación problemática

Las organizaciones tienen muchas razones para realizar una capacitación de su personal, debido a que en la antigüedad las habilidades y las experiencias se transmitían de manera directa a través de un tutor y las industrias se conformaban con este método, dejando de lado el recurso humano, actualmente un factor importante en el crecimiento de la empresa.

Es indispensable para la gran mayoría de organizaciones evaluar el servicio que ofrecen, con la finalidad de conocer los niveles de calidad percibida por los clientes y consecuentemente alcanzar satisfacerlos, al mismo tiempo se podrán crear relaciones cliente – empresa.

A nivel internacional

Se define como capacitación a toda aquella actividad que persigue cambiar de negativa a positiva las actitudes, conductas o habilidades de los individuos; específicamente lo que la capacitación busca es incrementar el profesionalismo del colaborador en función del perfil de puesto que ocupa. La capacitación es un proceso sistematizado que responde a las necesidades de capacitación de los colaboradores de una organización, pues esta se da cuando exista una diferencia entre las exigencias del puesto y lo que el colaborador puede realizar. Esta diferencia suele ser encontrada cuando se realizan evaluaciones de la eficiencia en el desempeño o al realizar descripciones del perfil de puesto. Además es necesario recalcar que por la elevada competencia, las organizaciones compiten en mercados cambiantes, en ese sentido es necesario que los colaboradores se encuentren capacitados para responder a las exigencias de la organización (Frigo, 2013).

El cambio en la organización consiste en lo que la empresa requiere que el colaborador conozca, y los procesos y procedimientos que se necesitan para llevar a cabo una tarea. Uno de los roles más importantes de la función supervisadora es anticiparse a las demandas de capacitación futuras, y proponerlas tomando en cuenta las habilidades del personal. La capacitación es un complemento que las organizaciones aplican para mejorar

los conocimientos que el colaborador ha obtenido en los centros de educación superior (Frigo, 2013).

La dirección juega un papel muy importante como promotor del cambio, pues esta debe gestionarlo de manera adecuada el proceso a través de la transparencia, capacidad de respuesta, participación activa del colaborador y la eficiencia, factores que deben funcionar alrededor de la misión de la organización, la cual debe estar fundamentada sobre la calidad de servicio a los clientes, pues se debe estar al tanto de sus expectativas de servicio para superar la satisfacción requerida. Como herramientas para la gestión se puede realizar un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, y la utilización de un modelo de gestión EFQM (Guix & Plasencia, 2010).

A nivel nacional

En una investigación la cual abordó el tema de la capacitación como herramienta de mejora de las competencias del personal administrativo de una universidad privada en la ciudad de Lima, se dice que la capacitación es aquel proceso que posee como objetivo desarrollar y potencializar las competencias, destrezas y capacidades. No obstante la estrategia que se debe emplear está desarrollada en función de la edad, tipo de funciones, cultura organizacional, naturaleza de los cursos, la motivación de los participantes, entre otros (Uribe, 2010).

Centrarse en el desarrollo de personal, para las organizaciones supone ser una estrategia con la que se puede hacer frente a los desafíos que se presentan en el medio. Consiste en potenciar la excelencia de los colaboradores en función de su desempeño. Así el desarrollo humano se constituye una estrategia porque aporta a la solución de los problemas que se presentan a nivel administrativo (Mora, 2012).

En una investigación desarrollada en el centro de idiomas de la UDC, la cual se realizó para medir la calidad de servicio utilizando el modelo SERVQUAL, se desveló que la disponibilidad del colaborador para asesorar a los alumnos en cuestión de los trámites administrativos era pésima, pues el empleado no mostraba disposición para tales fines (Suárez, 2015).

En un estudio para conocer el nivel de asociatividad de la calidad percibida y la lealtad del cliente en supermercados limeños, desveló que este tipo de organizaciones deben ejecutar esfuerzos en cuestión de planificación estratégica para potencializar la calidad del servicio que prestan; pues el fruto de esto será la creación de lazos subjetivos del cliente con la empresa, así las consecuencias serán el incremento de sus beneficios y la participación del mercado (Roldán, Balbuena & Muñoz, 2010).

A nivel local

El restaurante Sumaq, es una empresa que se dedica a la comercialización de servicios gastronómicos en la ciudad de Chiclayo, los servicios que vende, platos gastronómicos, básicamente comida tradicional criolla, esto quiere definir que los platos se caracterizan por una relación directa entre el precio y la calidad. Los platos criollos son dirigidos a un segmento de mercado bastante exigente en cuanto a calidad de servicio.

En este sentido el restaurante Sumaq debe mantener o elevar sus estándares de calidad de servicio, con el fin de satisfacer las necesidades de sus clientes. Actualmente en el restaurante Sumaq se puede apreciar una calidad de servicio adecuada por parte del personal que atiende a los clientes, pero el nivel de calidad actual no deslinda de responsabilidad al restaurant de capacitar a su personal con el fin de mejorar o mantener el nivel de calidad actual.

1.2. Formulación del Problema

¿De qué manera la capacitación de personal mejora la calidad de servicio en el restaurante Sumaq?

1.3. Delimitación de la investigación

Delimitación geográfica

Gerente: Ángella Castro Heredia

Dirección: los limoneros #187 Santa Victoria

Teléfono: 628810

Horarios de atención al público: A partir de las 12:00pm a 4:30pm - 7:30pm a 11:00pm.

Ruc: 206000195451

Razón social: Sumaq Chiclayo

La comida que ofrece el restaurante es de origen criolla

Sus platos son básicamente criollos destacándose como plato bandera el arroz con mariscos a la chiclayana.



Delimitación en el tiempo

El presente trabajo de investigación tiene como periodo de tiempo de un año.

1.4. Justificación e Importancia de la Investigación

Según Ñaupas & Mejía (2011). La investigación se puede agrupar en teóricas, metodológicas y sociales.

Justificación Teórica

Consiste en la importancia del estudio en el aporte que se realiza al conocimiento científico. Esto implica la presentación de una nueva teoría, refutar o contrastar resultados con otras investigaciones o para ampliar el conocimiento científico en la misma línea (Ñaupas & Mejía, 2011. p.126).

Por lo mencionado por Ñaupas & Mejía el presente estudio recibe esta justificación porque se utilizaran las teorías de la capacitación y la calidad de servicio con la finalidad de contrastar los resultados que se obtengan; además porque va a permitir la ampliación del conocimiento acerca del estudio en contextos en la línea del estudiado.

Justificación Metodológica

Ñaupas & Mejía, (2011) Esta justificación se presenta porque se utilizan técnicas e instrumentos de medición, los cuales pueden ser utilizados por otros investigadores en estudios con contextos semejantes (p.126).

El presente estudio se justifica en función de la metodología porque se utilizan la encuesta y el cuestionario como técnica e instrumento de investigación, además se utiliza el método estadístico para analizar los datos y emitir conclusiones las cuales se realizaran utilizando el método inductivo.

Justificación Social

Según Ñaupas & Mejía (2011) se presenta cuando el estudio resuelve problemas relaciones con el contexto de la investigación (p.126).

Este estudio se justifica desde la perspectiva social porque a través de la propuesta de capacitación se pretende resolver el problema de la calidad de servicio que presenta la organización.

1.5. Limitaciones de la Investigación

Se encontraron limitaciones en cuanto a la prestación de los clientes para la responder el instrumento de recolección de datos, cuestionario.

1.6. Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Proponer un plan de capacitación de personal para mejorar la calidad de servicio del restaurante Sumaq.

Objetivos Específicos

Identificar el nivel de calidad de servicio del restaurante Sumaq.

Identificar el nivel de capacitación de personal en el restaurante Sumaq.

Identificar las características de la capacitación de personal en el restaurante Sumaq.

Elaborar la propuesta de capacitación de personal para mejorar la calidad de servicio en el restaurante Sumaq.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de investigación

A Nivel Internacional.

Oquendo (2010) en Guatemala, en su tesis Programa de capacitación para una empresa de servicio de soluciones para el manejo de documentos – 2010”. Se buscó alcanzar el objetivo a través del planteamiento de un estudio cuantitativo, y en cuanto a su tipo se planteó un estudio de tipo descriptivo, diseñado desde una perspectiva no experimental en una situación transversal. Para obtener información pertinente y valida desarrolló un cuestionario que fue aplicado al 100% de los colaboradores. Se determinó que ejecutar programas de capacitación es una forma efectivísima con la cual se puede generar el cambio en las actitudes de los colaboradores modificando la cultura. Por eso la capacitación, en la actualidad, supone ser una herramienta que induce a la organización a generar cambios en sus unidades orgánicas y por lo tanto a optimizar y potenciar el desempeño laboral.

Madril (2010) en Ecuador, en su tesis Estrategia de capacitación para los recursos humanos empleados en el almacén Casa Bella, de la Maná, Ecuador, trato de desarrollar una estrategia para capacitar a los colaboradores del almacén mencionado. Se buscó alcanzar el objetivo a través del planteamiento de un estudio cuantitativo, y en cuanto a su tipo se planteó un estudio de tipo descriptivo, diseñado desde una perspectiva no experimental en una situación transversal. El autor concluyó que la capacitación suponía ser un proceso de instrucción sistematizado a través del cual se le impartía conocimientos y habilidades a lo colaboradores en función de sus puestos de trabajo.

A nivel Nacional

Elías (2011) en su investigación “Diagnostico y propuesta de mejora al proceso de capacitación de una empresa de servicios petroleros – Lima, propuso la mejora de los procesos capacitadores de la empresa mencionada. Se buscó alcanzar el objetivo a través del planteamiento de un estudio cuantitativo, y en cuanto a su tipo se planteó un estudio de tipo descriptivo, diseñado desde una perspectiva no experimental en una situación transversal, trabajando con una población de 869 colaboradores. El autor concluyó que el proceso de capacitación no es eficiente y los lineamientos para aplicar las capacitaciones son inadecuados y no podían detectar las necesidades de capacitación.

Estremadoyro (2010) en su investigación “Implementación de un proceso de liquidación online de averías con conformidad del cliente como medio para mejorar la satisfacción del cliente en telefónica del Perú, 2010, buscó implementar un nuevo proceso online para el servicio ofrecido. Se buscó alcanzar el objetivo a través del planteamiento de un estudio cuantitativo, y en cuanto a su tipo se planteó un estudio de tipo descriptivo, diseñado desde una perspectiva no experimental en una situación transversal, trabajando con el total de clientes de la empresa como población de estudio, segmentado en el mercado de Lima.

Pretell & Marcelo (2014) en su tesis titulada Taller de Capacitación en Inteligencia Emocional en el Área de Atención al cliente para mejorar la Calidad de Servicio brindada a los Socios de La Cooperativa De Ahorro Y Crédito Nuestra Señora Del Rosario en la Provincia de Cajabamba – Departamento de Cajamarca, buscó desarrollar un taller en función de la inteligencia emocional para el área mencionada. Se buscó alcanzar el objetivo a través del planteamiento de un estudio cuantitativo, y en cuanto a su tipo se planteó un estudio de tipo descriptivo, diseñado desde una perspectiva experimental en una situación transversal, considerando una muestra de estudio de 370 colaboradores. El autor comprueba su hipótesis general y encuentra que el taller de IE si mejora en los trabajadores la calidad en el servicio.

A nivel Local

Pérez (2014), en su tesis la calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante Campestre S.A.C - Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 y 2012, quiso mejorar la calidad en el servicio de la empresa mencionada a través de la optimización de sus costos. Se buscó alcanzar el objetivo a través del planteamiento de un estudio cuantitativo, y en cuanto a su tipo se planteó un estudio de tipo descriptivo, diseñado desde una perspectiva no experimental en una situación transversal con ello se demostró que la influencia de la calidad trajo consigo un incremento monetario en los resultados económicos y financieros de la empresa, considerando a 1390 personas como universo de investigación, de donde se extrajeron 228 personas como muestra de estudio. Se concluye que el nivel de la calidad en el servicio de

la empresa es moderado, de esta forma se dedujo que se puede mejorar. Se observó también que la empresa ha invertido en infraestructura para mejorar la dimensión de elementos tangibles de la calidad. Por último el autor concluye que la organización ha obtenido buenas ganancias gracias al mejoramiento de la calidad del servicio.

Uceda (2013) en la Tesis Influencia entre el Nivel de Satisfacción Laboral y el Nivel de Satisfacción del Cliente Externo en las Pollerías del Distrito de la Victoria en la Ciudad de Chiclayo quiso identificar la manera en que era influenciada la satisfacción del cliente a través de la satisfacción de los colaboradores. Se buscó alcanzar el objetivo a través del planteamiento de un estudio cuantitativo, y en cuanto a su tipo se planteó un estudio de tipo descriptivo, diseñado desde una perspectiva no experimental en una situación transversal. Se concluyó una influencia indirecta sobre la satisfacción del cliente a partir de satisfacción laboral, pues la organización si capacitaba eficientemente a su personal; por lo tanto a través de la investigación se demuestra tambien que la capacitación influye en la satisfacción del colaborador; por ende brindará un buen servicio.

Guevara (2010) en su tesis Estrategias de atención al cliente para el mejoramiento de la calidad de servicio, en la empresa de transporte Chiclayo S.A., 2010, pretendió proponer la mejora de la calidad a través de estrategias de atención al cliente. Se buscó alcanzar el objetivo a través del planteamiento de un estudio cuantitativo, y en cuanto a su tipo se planteó un estudio de tipo descriptivo, diseñado desde una perspectiva no experimental en una situación transversal, considerando a 61 trabajadores como muestra de estudio de trabajadores y como muestra de clientes a 285 personas. Se desveló que existían un porcentaje de clientes insatisfechos con la atención de la organización.

2.2. Estado del arte

Tabla 1

Estado del arte variable calidad de servicio

Autor	Descripción	Año
Peña Peña Ángela	<p>“Evaluación de la calidad del servicio que ofrece la empresa comercial RC a sus clientes – sucursal Chiclayo”.</p> <p>Esta investigación fue de tipo descriptivo y tuvo como objetivo determinar el estado de las características del servicio que se brinda para mejorar este en la empresa Comercial RC ubicada en la Av. Grau Nro. 698 – P.J. San Nicolás –Chiclayo en relación con el desempeño del negocio. El propósito del estudio fue identificar las brechas existentes entre las percepciones y expectativas de las dimensiones de calidad. Finalmente se evaluó el nivel de servicio que se está brindando en la empresa y se destacó qué tiene mayor impacto en la satisfacción y lealtad. Se analizó datos de una muestra de 218 clientes finales que fue recabada mediante encuestas. Los clientes fueron seleccionados de forma aleatoria. El método que se utilizó fue el SERVQUAL, que se basa en la medición de veintidós atributos de calidad en el servicio. Para la encuesta se empleó el formato de tipo Likert el cual está diseñado para permitir a los clientes responder en grados variables a cada elemento que describe el servicio. Los resultados obtenidos demostraron que existe un bajo nivel en la calidad de servicio, ofrecida a sus clientes por la empresa ya que las brechas entre dimensiones fueron significativas.</p>	2015

Villavicencio
Florián Ronaldo
Amauri.

“Calidad de servicio en el área de carga y encomiendas y la satisfacción de los clientes de la empresa transportes Línea S.A. Trujillo”.

La investigación se elaboró con la finalidad de conocer cuál es la calidad de servicio en el área de carga y encomiendas y su relación con la satisfacción de los clientes de la empresa Transportes Línea S.A, ya que en la empresa está dentro de un mercado altamente competitivo a nivel regional y nacional. Conociendo cual es la calidad de servicio que brinda la empresa y cuál es la relación exacta con la satisfacción de los clientes, la empresa elaboró una serie de estrategias altamente competitivas, las cuales darán frutos en un corto plazo. Para el informe de investigación se utilizó el diseño transaccional, así como los siguientes métodos: método deductivo – inductivo, analítico – sintético y el estadístico; y por último se aplicó la técnica de investigación: tipo de encuesta.

Para analizar la relación entre la calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes se realizó la encuesta donde los clientes dieron a notar su satisfacción con el servicio que otorga la empresa.

Para la aplicación de la encuesta, se tomó como muestra a 384 clientes de Transportes Línea S.A. Trujillo.

El informe de investigación concluyó en que la calidad que brinda la empresa Transportes Línea S.A. en todos sus ámbitos es bueno, pues la relación que existe con la satisfacción de los clientes, es positiva, así lo demuestran los resultados y la gran clientela que tiene la empresa cada semana.

2014

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2

Estado del arte variable capacitación

Sánchez Meza María Del Carmen.	<p>Capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en “El Restaurant Mar Picante” de la ciudad de Trujillo.</p> <p>El presente estudio se realizó con el propósito de demostrar que las habilidades del personal del restaurant Mar Picante de la ciudad de Trujillo mejoran mediante la implementación de un plan de capacitación es decir tuvo como objetivo elaborar un plan de capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en el restaurant Mar Picante de la ciudad de Trujillo.</p> <p>Se utilizó el diseño en sucesión o en línea con un solo grupo que sirvió como experimental y testigo de sí mismo, empleando la técnica de la encuesta, para cuyos efectos se elaboró un cuestionario de 10 preguntas. Se consideró como muestra a 175 clientes del restaurant Mar Picante de la ciudad de Trujillo quienes contestaron a la encuesta brindándonos una visión general de la situación de las habilidades de los trabajadores.</p> <p>Los resultados de la investigación han permitido conocer que mediante la implementación de un plan de capacitación, el desempeño de las habilidades de los trabajadores del restaurant Mar Picante mejoró, lo cual se vio reflejado en el cambio positivo de la percepción de la calidad del servicio del desempeño de los trabajadores por parte de los clientes, quienes antes de la implementación del plan de capacitación le otorgaban al desempeño de los trabajadores un puntaje promedio de 3.39 (en una escala de 0 a 10 donde 0 representaba lo más cercano al pésimo desempeño y 10 el óptimo desempeño) y luego de la implementación del plan le otorgaron un puntaje promedio de 7.83 medido en la misma escala.</p>	2014
-----------------------------------	--	------

Fuente: Elaboración propia

2.3. Bases teóricas científicas

2.3.1. La Capacitación

La capacitación se enfoca a la satisfacción de las necesidades del cliente interno, en este caso la organización debe dotar a sus colaboradores de las habilidades técnicas, duras y blandas y conocimientos como parte de su proceso de cambio a las circunstancias internas y externas (Blake 1997, p.90).

La finalidad principal de la capacitación y desarrollo es anticiparse y responder al cambio del entorno. El cambio consiste en un traslape de condiciones; este cambio afecta, tanto a sujetos individuales, grupos de trabajo y organizaciones. Todas las empresas sufren cambios de cualquier índole, además la velocidad de ocurrencia de estos cambios es cada vez mayor (Mondy & Noé, 2005, p.26).

La capacitación supone ser el aprendizaje de instrumentos y sistemas, instrumento de autorrealización y la cosmovisión integrada de la educación puesto que todos los individuos de determinado grupo están predisuestos a lograr. Es un principio que permite a la comunidad transmitir sus características (Silíceo, 2006, p.47).

Silíceo (2006) La capacitación es toda actividad que ha sido previamente planeada a partir de necesidades relacionadas al aprendizaje de conocimientos, actitudes y habilidades que debería poseer un empleado (p.82).

La capacitación es un proceso de adquisición de aprendizajes en el corto plazo, el cual es aplicado a los individuos con la finalidad de con la finalidad de alcanzarles los conocimientos, desarrollar sus competencias duras y blandas con la finalidad de alcanzar los objetivos (Chiavenato, 2007, p.84).

Rodríguez (2007) aporta que la capacitación es una actividad intencionada y encaminada a generar aprendizaje, el cual es acto que se traduce en efectos motivadores (p.76).

2.3.1.1. Objetivos de la capacitación.

Robbins (1998), define que los objetivos deben ser planteados en forma medible y de manera concreta, por lo que esto resulta ser los determinantes de las necesidades de capacitación:

- a. La ejecución de las funciones del cargo deben ser ocupadas por el personal previamente preparado.
- b. La capacitación promueve el desarrollo continuo del individuo en diversos cargos.
- c. Generar la flexibilidad al cambio con la finalidad de crear ambientes agradables o para otros fines.
- d. Garantizar la dotación de personal altamente capacitado.
- e. Comprometer a los colaboradores en función de su responsabilidad con la organización.
- f. Actualizar a la organización en cuanto a los cambios que puedan generar resultados positivos.
- g. Garantizar las buenas prácticas de relaciones interpersonales, a través de un cambio en el comportamiento.

2.3.1.2. Importancia de la Capacitación.

La capacitación es de suma importancia porque genera beneficios a la organización aunque algunas empresas no la consideren como herramienta para alcanzar mejores beneficios. Así la capacitación debe ser ejecutada en todos los niveles jerárquicos desde el menor órgano hasta el mayor, puesto que el mercado se encuentra en constante cambio, y la organización debe adaptarse para competir efectivamente (Chiavenato 2007, p.104).

Para ejecutar un correcto programa de capacitación es necesario detectar las necesidades de capacitación de los colaboradores de la empresa. Una vez se tenga la información mencionada se deberá desarrollar el programa el cual implica aplicar los cursos y actividades que demandan el proceso; posteriormente se deberá evaluar los aprendizajes de los empleados.

2.3.1.3. Plan de Capacitación.

Para Amaya (2003), El plan de capacitación es el documento que integra todas las necesidades que la organización tiene en función capacitaciones en determinado momento (p.45)

Amaya defiende que la capacitación es la actividad que una organización ejecuta en respuesta a sus necesidades de mejoramiento de los conocimientos, actitudes. La necesidades se capacitación aparecen todas las veces que los colaboradores no pueden ejecutar las funciones tal como lo requiere la empresa para poder responder a los cambios del entorno.

Según Gonzáles (2007), el plan de capacitación es el documento elaborado a partir de las necesidades de capacitación de los empleados, es decir en función de los conocimientos, habilidades y destrezas que el colaborador necesita tener (p.102).

2.3.1.4. Etapas del proceso de capacitación.

Gonzáles (2007) plantea las etapas del proceso capacitador son:

a. Análisis de las necesidades

a.1. Determinar las competencias duras y blandas que el colaborador debe poseer para ejecutar las funciones del puesto.

a.2. Analizar los conocimientos y habilidades de los participantes para garantizar el ajuste del plan de capacitación.

a.3. Determinar los objetivos del plan.

b. Diseño de la instrucción

b.1. determinar las características del plan, objetivos, descripción, secuencia de los cursos, etc.

b.2. Organizar lo anteriormente dicho en un programa de capacitación.

b.3. Garantizar que todos los recursos utilizados para la ejecución del plan se complementen.

b.4. Elaborar formalmente en un documento el programa.

c. Validación

c.1. Presentar el programa a la gerencia para ser validado.

c.2. Realizar revisiones finales en base a pruebas piloto.

d. Aplicación

d.1. Antes de aplicar el programa se debe instruir al facilitador para la correcta impartición de los conocimientos.

e. Evaluación y seguimiento

e.1. Identificar la reacción de los participantes frente a la capacitación.

e.2. Evaluar lo que se aprendió durante el proceso a través de la retroalimentación.

e.3. Documentar las reacciones de los jefes en función del desempeño de los subordinados.

2.3.1.5. Determinación de las necesidades de capacitación.

Según Reza (2006), determinar las necesidades de capacitación es el cuestionante de las organizaciones, puesto que buscan la manera de mejorar la productividad del desempeño (p.39).

Reza (2006) sustenta que para determinar las necesidades de capacitación se necesita:

a. Evaluación de desempeño

La evaluación no solo posee la finalidad de descubrir las falencias en el desempeño sino también de encontrar aquellas áreas donde se requiere capacitación

b. Observación.

Observar las áreas donde se presenten indicios de ineficiencia en las funciones, utilización de materiales y equipos, etc.

c. Cuestionarios

Recolectar información a través de cuestionarios para identificar necesidades de instrucción.

d. Entrevistas con supervisores y gerentes

Entrevistar a los jefes para encontrar los problemas de capacitación y así darles solución.

2.3.1.6. Programas de capacitación.

Un instrumento de planificación, suponen ser los programas de capacitación puesto que le permiten a la organización plantear actividades estratégicas, criterios de evaluación, entre otros recursos necesarios para la capacitación. Los elementos que deben ser tomados en cuenta para elaborar los programas de capacitación son: el facilitador, el área donde se dictará el curso, etc (Dessler, 2001).

Para seleccionar, incorporar y capacitar al colaborador la organización invierte muchos recursos; con la finalidad de garantizar el retorno de esa inversión las organizaciones se enfocan en conocer el potencial de desarrollo del colaborador. Esta acción le permite a la empresa conocer si una persona ha alcanzado su límite de aprendizaje o puede alcanzar mayores niveles

2.3.1.7. Tipos de capacitación.

Rodríguez (2007) sustenta que existen los siguientes tipos:

Capacitación para el trabajo: Impartida a aquel colaborador que ingresa por primera vez a determinado puesto laboral, ya sea por ser nuevo en la organización o por ser promovido a un nuevo puesto dentro de la organización.

Capacitación de pre ingreso: La finalidad de este tipo es seleccionar mejor perfil, para el puesto vacante.

Inducción: El cual se ejecuta para instruir al colaborador acerca de las políticas, normas, objetivos de la organización.

Capacitación Promocional: se imparte a aquellos colaboradores que van a ascender de puesto con mayores implicancias de autoridad.

Capacitación en el trabajo: se ejecuta para dotar al colaborador de los conocimientos y competencias necesarias para desempeñarse eficientemente en su actual puesto.

Adiestramiento: Consiste en los conocimientos y competencias destinadas a potencializar la eficiencia del colaborador.

Capacitación específica y humana: Cosiste en las capacitaciones que se realizan para alcanzar determinado objetivo.

Robbins (2005) sustenta que existen los siguientes tipos:

Destrezas interpersonales: son aquellas enfocadas a la gestión de los conflictos, mejorar la atención al cliente ya sea interno o externo, entre otras.

Técnica: se refiere a la capacitación en procesos operativos.

Empresarial: se refiere a la capacitación en función de las áreas funcionales de la empresa, como finanzas, marketing, etc.

Obligatoria gestión del desempeño: Aquella capacitación que mejora el desempeño del colaborador.

Solución de problemas y toma de decisiones: capacitaciones enfocadas al manejo de conflictos.

Personal: Capacitaciones aplicadas en beneficio personal de los colaboradores.

2.3.1.8. Técnicas de entrenamiento.

Maldonado (2006) sustenta que posterior a la determinación de las tareas y proyección de los resultados de comportamiento y competencias se debe aplicar estrategias de entrenamiento para complementar el aprendizaje del colaborador y potenciar su desempeño

Según Maldonado (2006), agrupa estas técnicas en tres grupos:

Técnicas de entrenamiento orientadas hacia el contenido: enfocadas en la transmisión del conocimiento.

Técnicas de entrenamiento orientadas al proceso: enfocadas en el cambio de actitudes y conciencia.

Técnicas de entrenamiento mixto: enfocadas en cambiar actitudes y transmitir conocimientos.

2.3.1.9. Métodos de entrenamiento.

Según Mondy & Noé (2005), sustenta que independientemente de quien imparta el programa ya sea a nivel interno o externo, las organizaciones utilizan diferentes maneras que dotar de conocimientos a los colaboradores.

Las capacitaciones en aula siguen manteniendo la eficacia en el proceso capacitador además se puede complementar con la aplicación de otros métodos. Por otro lado la capacitación en aula es el método más popular.

Mentoring (mentor) es un enfoque en el cual se trata de aconsejar al colaborador a través de una relación de maestro – alumno.

Coaching (entrenamiento) consiste en entrenar al colaborador, parecido al mentoring pero la relación no es tan profunda.

Mentoring Inverso, un enfoque donde los empleados mayores, aprenden de los jóvenes pues estos vienen con conocimientos actualizados y con la modernidad en sus mentes.

Estudio de casos es un método de capacitación en el que se espera que los individuos estudian la información proporcionada en el caso y toman decisiones basadas en estas.

Moldeando el comportamiento, enfoque en el cual se hace uso de contenido multimedia para demostrar habilidades interpersonales eficientes.

Representación de funciones, consiste en identificar los problemas y plantear la solución a los mismos; estos problemas son propios de los subordinados.

Capacitación de aprendices: es la integración de la instrucción en aula y

Capacitación de vestíbulo: se ejecuta con equipos similares al que se utilizan en los procesos.

Simulación, se realiza utilizando equipos para reproducir tareas fuera del ambiente laboral.

Juego de negocios, simulaciones, computarizadas o no computarizadas, enfocada en la manipulación de situaciones de negocios.

Caja de trabajo, enfoque en el cual el participante determina prioridades y gestiona documentos de negocios asociados a puesto gerenciales.

Capacitación por computadora, el cual aprovecha las bondades de las computadoras para mejorar la instrucción.

2.3.1.10. Beneficios de capacitar.

Uno de los beneficios de la capacitación es que permite actualizar los conocimientos de los empleados más antiguos que no han recibido entrenamiento. También le permite adaptarse a los cambios sociales como la igualdad de género en cuestión de trabajo, como por ejemplo el acceso de las mujeres a puestos ejecutivos. Por otra parte mengua la rotación de los colaboradores y hace posible el entrenamiento de empleados sustitutos para hacerse cargo de funciones nuevas. Así invertir en capacitación se traduce en beneficios tanto para los individuos como para la organización.

Dessler (2001) asegura que la capacitación trae los siguientes beneficios:

Previene riesgos.

Produce actitudes más positivas entre los trabajadores.

Incrementa los beneficios económicos.

Incrementa el nivel moral de los empleados.

Incrementa, mejora y potencia el conocimiento

Mejora la imagen empresarial.

Promueve la identificación del personal con la organización.

Mejora la relación entre los jefes y subordinados.

Promueve la comprensión de los reglamentos de la empresa.

Genera información de necesidades de capacitación futuras.

Ayuda en la solución de problemas.

Facilita la promoción de los empleados.
Incrementa la productividad y calidad del trabajo.
Promueve la comunicación en la organización.

2.3.2. Calidad de Servicio.

2.3.2.1. Calidad.

Según Ferrando & Granero (2008), desde el principio de la existencia del hombre está presente la calidad, pues desde que el trueque se constituyó una práctica habitual, siempre se ha adquirido determinados productos en función de las expectativas (p.13).

Vargas y Aldana (2007) sostienen que la calidad persigue la perfección; y constituye al ser humano como el centro de la producción de los productos o servicios que ofrece la empresa, estos suponen ser satisfactorios de las necesidades de la empresa (p.72).

Es necesario entender que la calidad no está definida por la empresa, sino por el cliente quien percibe la experiencia, por tal motivo la organización no debe solo enfocarse en eliminar los problemas más próximos, sino que deben enfocarse en comprender las necesidades con la finalidad de crear productos o servicios que no se esperan

Crosby (1979) sostiene que la calidad es la satisfacción que el cliente posee del servicio o producto en función de los requerimientos de la organización. La calidad de servicio siempre tendrá errores, puesto que no se puede satisfacer a todos los clientes a nivel personalizado. (Citado por, San Miguel, 2011, p.60)

Aunque la calidad con cero errores exceptúa en el ámbito industrial, donde la calidad del producto se encuentra basado en los requerimientos de los clientes; en ese sentido la empresa debe cumplir con generar el producto tal y como se le ha solicitado. Esta forma en la calidad permite su medición de manera más sencilla, puesto que se analiza la conformidad del producto en función de las especificaciones técnicas requeridas (San Miguel, 2011, p.60).

Juran (1982) sostiene que la calidad es la adecuación del servicio para el uso del cliente, teniendo a este último como el centro de la producción. Además sostiene que los esfuerzos de la calidad deben enfocarse a satisfacer las necesidades de cliente actuales y futuros (Citado por San Miguel, 2011, p.61).

Si las organizaciones desean permanecer en el mercado, es necesario que gestionen su calidad de manera adecuada, pues los diferentes estudios desvelan que la calidad y la satisfacción del cliente poseen una elevada correlación, por lo tanto si la calidad es elevada, entonces la satisfacción también lo será, por el contrario si es negativa, la satisfacción también. En ese sentido la implementación de estándares de calidad repercuten en mejores niveles de rentabilidad (Kotler, 2000 p.63 – 64).

En cuanto a la calidad de un servicio Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) sostienen que la calidad es el contraste entre las expectativas de calidad y la calidad percibida (Heras, Arana, Camisón, Casadesús y Martiarena, 2008, p. 15).

2.3.2.2. Sistema de calidad de servicio.

La calidad de servicio consiste en ser la diferencia entre los deseos del usuario y la percepción del servicio. Se define como la actitud relativa pero no necesariamente con equivalencia a la satisfacción, en la cual el cliente realiza una comparación entre sus expectativas con lo que realmente recibe (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1992).

En cuanto a las dimensiones Parasuraman, Zeithaml y Berry (1992) consideran cinco dimensiones las cuales se detallan a continuación:

Elementos tangibles: la cual es la apariencia de modernidad que posee la infraestructura, empleados, los equipos y los recursos que se utilizan para comunicar.

Fiabilidad: consiste en impartir el servicio tal y como ha sido prometido, con cero errores. A través de este indicador se mide la capacidad que la empresa posee para poder ejecutar el servicio tal como se prometió.

Capacidad de respuesta: dimensión que consiste en el deseo que los colaboradores poseen por satisfacer rápida y eficientemente las necesidades del cliente.

Seguridad: dimensión que mide el conocimiento de los colaboradores acerca del servicio que imparten, su cortesía y su habilidad para emitir confianza.

Empatía: dimensión que conste en la atención al cliente de manera individualizada.

A través del cuestionario planteado bajo el modelo SERVQUAL se recoge información acerca de las dimensiones que conforman el modelo el cual mide las diferencias entre las expectativas en contraste con las percepciones.

La investigación y la actividad empresarial establecen los parámetros de calidad, considerando que mientras mayores niveles de calidad se podrá obtener una mayor cuota de mercado, mejor productividad, motivación, costes, diferenciación, lealtad, capacitación. En ese sentido la calidad de servicio es una estrategia en lugar de una herramienta de gestión puesto que cada vez se vuelve más prioritaria, por lo que se busca medirla y posteriormente mejorarla.

Gronroos (1994) afirma que definir y medir la calidad es una tarea muy difícil en cuestión de los servicios y además hay que añadir la intangibilidad del servicio, lo que lo hace más difícil aun (Garza, Badii y Abreu, 2008 p.5).

Buttle (1996) la calidad es un determinante de éxito dentro del sector de los servicios, por ese motivo los investigadores han diseñado modelos de gestión acerca de la misma (Martínez, 2010 p. 27)

Ruiz (2001) La calidad de servicio es uno de los elementos que posee mayor influencia sobre la rentabilidad empresarial, por tal motivo es necesario gestionarla de manera adecuada (Castro, 2007 p.14).

Ruiz (2001) define que el servicio es un término capaz de acoger significados muy diversos. Hay que entender el servicio como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal, ya consista ésta en un producto o en un servicio. En la medida en que las organizaciones tengan más dificultades para encontrar ventajas con las que competir, mayor atención tendrá que dedicar al servicio como fuente de diferenciación duradera.

2.3.2.3. Brechas de Servicio.

Los estudios iniciales realizados por los profesores Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) para entender la calidad en el servicio y sobre alguna forma de evaluarla, consistían en una serie de grupos focales con varios clientes y entrevistas con ejecutivos de varias empresas de diferentes industrias. (Pazmiño y Flor, 2008 p.27).

En dichos estudios se descubrieron ciertas similitudes existentes entre los diferentes tipos de servicios y la calidad de los mismos. Estas similitudes consistían en un conjunto de brechas o discrepancias entre las expectativas de la calidad de los clientes sobre el servicio y el servicio entregado por parte de la empresa. Las brechas identificadas son las causantes de que las empresas no puedan entregar un servicio de calidad a sus clientes. (Pazmiño & Flor, 2008, p.27).

Las brechas identificadas se dividen en 5 categorías:

Brecha 1. Expectativa de los clientes vs Percepción de la gerencia, esta brecha ocurre cuando existen diferencias entre lo que la gerencia piensa que son las expectativas de sus clientes, y las reales. Esto se genera cuando la gerencia no siempre puede entender o saber por anticipado lo que sus clientes desea, las características esperadas del servicio, etc.

Brecha 2. Percepción de la gerencia vs Especificaciones de la calidad del servicio: Esta brecha se da cuando la gerencia no puede o tiene dificultades para establecer especificaciones de calidad a fin de cumplir con ciertos requisitos. Esto se puede producir debido a factores como: restricción de recursos, condiciones del mercado, etc.

Brecha tres. Especificaciones de la calidad de servicio vs Entrega del servicio: Esta brecha se da cuando, a pesar de que las especificaciones de calidad sean las correctas, el servicio no es entregado de la manera adecuada. Esto se da gracias a que los empleados y su rendimiento influyen mucho en la entrega del servicio, y esto es algo que no puede ser estandarizado.

Brecha cuatro, Entrega del servicio vs comunicación externa: la comunicación externa puede afectar en las expectativas del cliente, ya que en algún momento, la empresa puede ofrecer más de lo que puede entregar, creando así una brecha de servicio.

Brecha cinco. Servicio esperado vs Servicio percibido: en las investigaciones realizadas por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) se encontró que un punto clave para asegurar calidad en el servicio era cumplir o sobrepasar las expectativas de los clientes. De este modo, la calidad es percibida por el cliente como una función de la magnitud y dirección de esta brecha.

2.4. Definición de términos básicos.

Capacitación: Actividades diseñadas para impartir a los empleados los conocimientos y habilidades necesarios para sus empleos actuales. (Wayne, 2005)

Calidad: Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permiten caracterizarla y valorarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie. (Vargas y Aldana, 2007)

Cliente: Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa o que compra habitualmente en un comercio. (Idelfonso, 2005)

Equidad: Igualdad o justicia en el reparto de una cosa entre varios o en el trato de las personas. (Vargas y Aldana, 2007)

Expectativas: Situación de la persona que espera conseguir algo, Posibilidad de conseguir algo beneficioso. (Idelfonso, 2005)

Necesidad: Carencia, privación de algo muy necesario para vivir, como alimentos o dinero para conseguirlos. (Idelfonso, 2005).

Satisfacción: Sentimiento de bienestar o placer que se tiene cuando se ha colmado un deseo o cubierto una necesidad. (Idelfonso, 2005)

Servicio: Organización, con su personal y medios, que se encarga de realizar un trabajo que satisface determinadas necesidades de una comunidad. (Idelfonso, 2005).

Proceso de capacitación: La capacitación es el proceso de enseñanza–aprendizaje que se inicia con un diagnóstico de las necesidades de capacitación, establece un programa y se apoya en diferentes métodos que se utilizan para fomentar en los empleados nuevos y actuales las habilidades que necesitan para ejecutar las labores en forma adecuada. (Dessler, 2001)

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

CAPITULO III MARCO METODOLOGICO

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación.

Esta investigación es de tipo descriptiva – propositiva.

Según Hernández, Fernández & Baptista (2010) sostienen que las investigaciones de tipo descriptivo tienen como objetivo describir las características de los elementos de determinado contexto de estudio (p.80).

Así, esta investigación es de este tipo porque se describe el contexto de problematización de la entidad en función de la capacitación y calidad de servicio.

Según Hernández et al. (2010) la investigación propositiva consiste en plantear estrategias que faciliten la solución a algún problema en específico.

Así esta investigación es de tipo propositiva porque se plantea un plan de capacitación como estrategia de mejora de la calidad de servicio.

Diseño de investigación

La investigación posee un diseño no experimental

Según Kerlinger & Lee (2002) sostienen que en este diseño de investigación no se manipulan las variables por lo tanto no se obtienen resultados sobre el problema.



Dónde:

M= Muestra de estudio

O= Observación

P= Propuesta

3.2. Población y Muestra

Población

Según Tamayo y Tamayo (2003) la población supone ser la totalidad de sujetos que comparten determinadas características que los hacen participantes del estudio.

Arias (2006) defiende que la población es una cantidad limitada o infinita de individuos con características en común, para los cuales serían demasiadas las conclusiones que se desprendan de analizar tal cantidad. Por tal motivo, el estudio está delimitado por el problema y objetivos.

La presente investigación se trabajó con dos poblaciones:

Población 1: En el restaurante Sumaq se tiene una población de 11 trabajadores, registrados debidamente en su planilla.

Población 2: Según la cartera de clientes, el restaurante Sumaq cuenta con una cartera de clientes habitual de 1500 comensales mensuales.

Muestra:

Ñaupas, Novoa, Mejía y Villagómez (2013) defienden que la muestra es una pequeña parte de la población total y que se selecciona teniendo en cuenta diferentes métodos. El autor señala que la muestra debe ser representativa para evitar errores de muestreo.

Muestra 1

Se tomó como muestra el total de trabajadores que tiene el restaurant, para efectos el total de su planilla.

Muestra 2

Para hallar la muestra de clientes, se utilizó el muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple, con un nivel de confianza al 95%

3.3. Hipótesis

La propuesta de capacitación de personal si logra mejorar la calidad de servicio del restaurante Sumaq.

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Donde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población = valor constante de 0,5.

Z = 1,96 (como más usual)

La muestra de clientes quedara definida en 365 elementos

3.4. Variables de investigación

Tabla 3

Variables de investigación

Variables	Definiciones
Capacitación de personal	Chiavenato (2007) define 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.
Calidad de servicio	Parasuraman, Zeithmal y Berry (1988) Consideran que la calidad de servicio consiste en la discrepancia entre los deseos de los usuarios acerca del servicio y la percepción del servicio recibido.

Fuente: elaboración propia

3.5. Operacionalización de variables

Tabla 4*Operacionalización de la variable independiente*

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	INSTRUMENTO
CAPACITACION LABORAL	Proceso educativo de corto plazo	Número de Capacitaciones al año	El número de capacitaciones al año que efectúa la empresa me permite brindar un servicio de calidad	Likert	Cuestionario
		Duración estimada de la capacitación	Las capacitaciones que efectúa la empresa tienen una duración adecuada.		
		Nivel de conocimientos	Las capacitaciones que efectúa la empresa me brindan suficientes conocimientos para brindar un servicio de calidad		
	Competencias	Habilidades	Las capacitaciones que efectúa la empresa incrementan mis habilidades y destrezas para brindar un mejor servicio		
		Rasgos aptitudinales	Las capacitaciones que efectúa la empresa, permiten incrementar mis actitudes hacia los clientes		
	Desempeño Laboral	Nivel de ejecución alcanzado	Las capacitaciones que efectúa la empresa, permiten mejorar mi desempeño laboral		
		Metas alcanzadas	Las capacitaciones que efectúa la empresa, permiten alcanzar las metas propuestas		
	Objetivos Empresariales	Valor agregado	Las capacitaciones que efectúa la empresa, permiten generar un valor agregado en la empresa.		
Informe laboral		La empresa se preocupa por facilitarme las herramientas y medios para brindar un servicio de calidad			

Fuente: elaboración propia

Tabla 5*Operacionalización de la variable dependiente*

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	INSTRUMENTO
CALIDAD DE SERVICIO	Tangibles	Limpieza y comodidad de las instalaciones	La empresa cuenta con instalaciones limpias	Likert	Cuestionario
		Apariencia del personal	El mobiliario (mesas y sillas) de la empresa son cómodos		
			La apariencia del personal de atención es adecuada		
	Fiabilidad	Cumplimiento de publicidad	El personal de atención se encuentra correctamente uniformado		
		Cumplimiento de contrato	La empresa cumple con la publicidad que ofrece		
	Seguridad	Seguridad de información	La empresa ofrece los productos de acuerdo a su carta de presentación		
		Seguridad de transacción	El personal de atención brinda información segura y confiable		
	Empatía	Conocimientos	Usted se siente seguro al momento de realizar transacciones comerciales con la empresa		
		Habilidades	El personal de atención cuenta con conocimientos suficientes para brindar un servicio de calidad		
		Actitudes	El personal de atención cuenta con habilidades suficientes para brindar un servicio de calidad		
Capacidad de respuesta	Tiempo de espera	El personal de atención muestra una actitud cortés al momento del servicio			
		El tiempo de espera para recibir atención fue el adecuado			
		El personal de atención se muestra presto en atenderlo inmediatamente			

Fuente:

elaboración

propia

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

Método inductivo – deductivo: Este método de inferencia se basa en la lógica y estudia hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido (parte de lo general a lo particular) e inductivo en sentido contrario (va de lo particular a lo general) (Bernal, 2010 p. 60)

A través de este método se obtienen las conclusiones como resultado de generalizar los datos obtenidos a través del instrumento de investigación.

Para Bavaresco (2001), defiende que la técnica de investigación es aquella herramienta la cual validada por el juicio de expertos en la materia que estudia, puede levantar información necesaria para comprobar o negar una hipótesis.

Carrasquero (2010), Así se utiliza la encuesta la cual es una técnica que recoge datos que serán analizados por medio del método estadístico; además esta técnica permite estandarizar la información (p.100)

Por otro como instrumento se utilizó el cuestionario el cual según Méndez (2000) contiene determinada cantidad de reactivos los cuales han sido planteados en funciones de los indicadores que estudian el problema de investigación.

3.6. Procedimiento para la recolección de datos

Para la recolección de datos, se hizo uso de dos cuestionarios los cuales se aplicaron a los 11 colaboradores y a 366 clientes del restaurant Sumaq; a través de estos instrumentos se realizó una serie de preguntas para analizar la calidad de servicio que se brinda y a su vez medir el nivel de capacitación laboral. El cuestionario aplicado para la variable independiente.

3.7. Análisis Estadístico e Interpretación de los datos

Para ejecutar el análisis de los datos se utilizó la versión 18 del programa SPSS, donde además de tabular se halló el coeficiente de fiabilidad Alfa de Cronbach. Como complemento se utilizó el programa Excel para presentar los datos en tablas y figuras.

3.8. Criterios éticos

Los criterios éticos que se tomarán en cuenta para la investigación son los determinados por Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas y Rebolledo-Malpica (2012) que a continuación se detallan:

Tabla 6

Criterios éticos de la investigación

CRITERIOS	CARACTERÍSTICAS ÉTICAS DEL CRITERIO
Consentimiento informado	Los sujetos sometidos a estudio fueron conscientes de las implicancias de la investigación.
Confidencialidad	La identidad de los informantes se mantuvo en secreto.
Observación participante	Los sujetos formaron parte del contexto de estudio en calidad de observadores por lo que interactuaron con los participantes para obtener la información.

Fuente: Elaborado en base a: Noreña, A.L.; Alcaraz-Moreno, N.; Rojas, J.G.; y Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3). 263-274. Disponible <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/article/view/1824/pdf>

3.9. Criterios de rigor científico

Igualmente, los criterios de rigor científico que se tomarán en cuenta para la investigación son los determinados por Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas y Rebolledo-Malpica (2012) que a continuación se detallan:

Tabla 7

Criterios de rigor científico de la investigación

CRITERIOS	CARACTERÍSTICAS DEL CRITERIO	PROCEDIMIENTOS
Credibilidad mediante el valor de la verdad y autenticidad	Resultados de las variables observadas y estudiadas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se recogen datos veraces. 2. Se observaron las variables en su contexto natural. 3. Se utilizó la triangulación.
Transferibilidad y aplicabilidad	Resultados para la generación del bienestar organizacional mediante la transferibilidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se detalló minuciosamente el contexto de estudio. 2. Se recogieron datos a partir de un bagaje teórico. 3. Se utilizaron técnicas como la encuesta, la observación, e instrumentos como el cuestionario.
Consistencia para la replicabilidad	Resultados obtenidos mediante la investigación mixta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se fortaleció el estudio a través de la triangulación. 2. El cuestionario tuvo que ser validado por juicio de expertos. 3. El proceso de recolección de datos se realizó minuciosamente.
Confirmabilidad y neutralidad	Los resultados de la investigación tienen veracidad en la descripción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se contrastaron los resultados a través de la teoría. 2. Los resultados fueron contrastados con los antecedentes planteados. 3. Se describieron las limitaciones y alcances de la investigación.
Relevancia	Permitió el logro de los objetivos planteados obteniendo un mejor estudio de las variables	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se comprendieron ampliamente las variables en el contexto de estudio. 2. Los resultados fueron coherentes con la justificación.

Fuente: Elaborado en base a: Noreña, A.L.; Alcaraz-Moreno, N.; Rojas, J.G.; y Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3). 263-274. Disponible <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/article/view/1824/pd>

CAPÍTULO IV
ANALISIS E INTERPRETACION DE
LOS RESULTADOS

CAPITULO IV ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1. Resultados en tablas y figuras

Tabla 8

El número de capacitaciones al año que efectúa la empresa permite brindar un servicio de calidad

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
El número de capacitaciones al año que efectúa la empresa me permite brindar un servicio de calidad	0	2	0	0	9	11
	0	18	0	0	82	100%

Fuente: elaboración propia

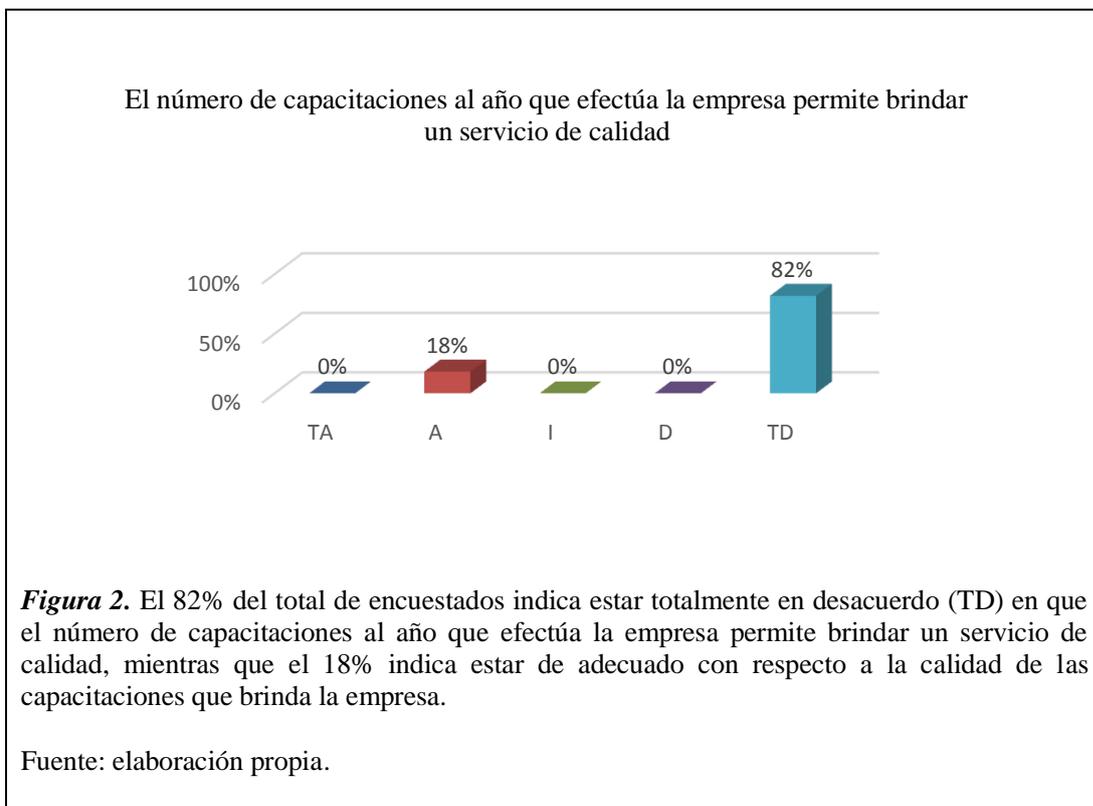


Tabla 9

Las capacitaciones que efectúa la empresa tienen una duración adecuada

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
Las capacitaciones que efectúa la empresa tienen una duración adecuada.	9	2	0	0	0	11
	82	18	0	0	0	100%

Fuente: elaboración propia

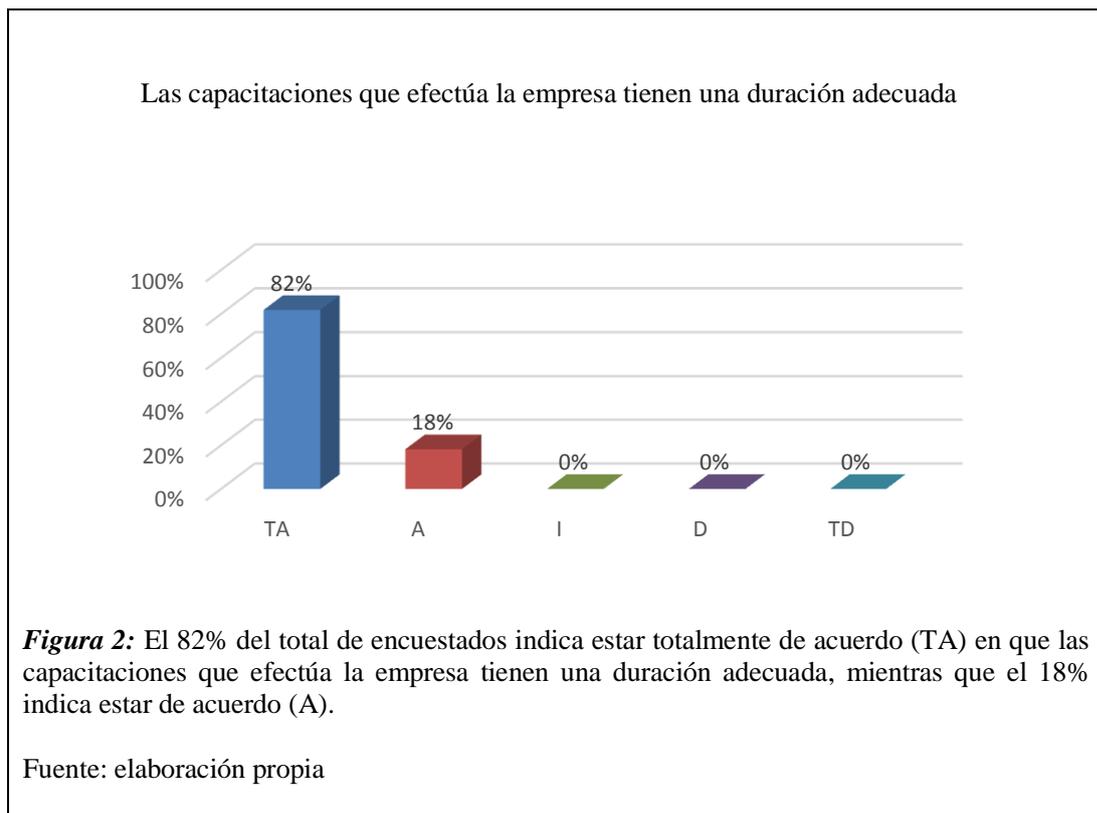


Tabla 10

Las capacitaciones que efectúa la empresa me brindan suficientes conocimientos para brindar un servicio de calidad

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
Las capacitaciones que efectúa la empresa me brindan suficientes conocimientos para brindar un servicio de calidad	0	0	0	0	11	11
	0	0	0	0	100	100%

Fuente: elaboración propia

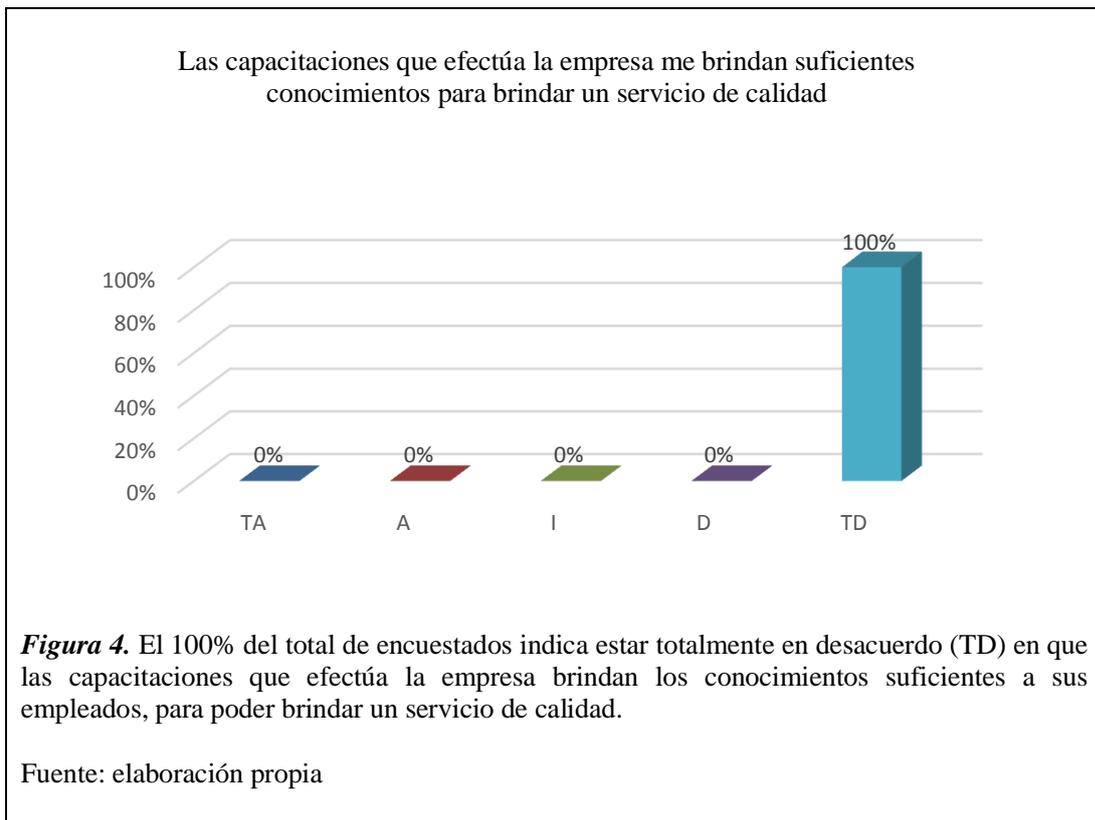


Tabla 11

Las capacitaciones que efectúa la empresa incrementan mis habilidades y destrezas para brindar un mejor servicio

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
Las capacitaciones que efectúa la empresa incrementan mis habilidades y destrezas para brindar un mejor servicio	0	2	2	0	7	11
	0	18	0	0	82	100%

Fuente: elaboración propia

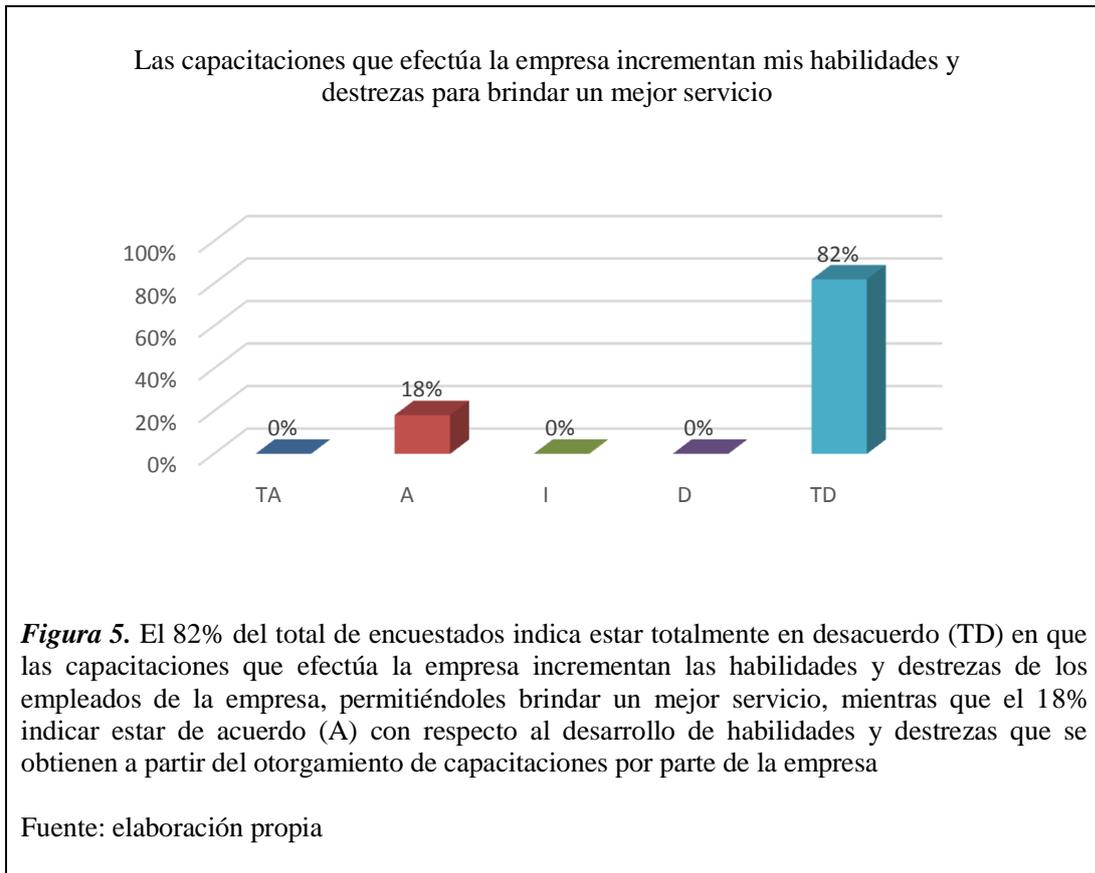


Tabla 12

Las capacitaciones que efectúa la empresa permiten incrementar mis actitudes hacia los clientes

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
Las capacitaciones que efectúa la empresa, permiten incrementar mis actitudes hacia los clientes	1	1	2	0	7	11
	9	9	18	0	64	100%

Fuente: elaboración propia

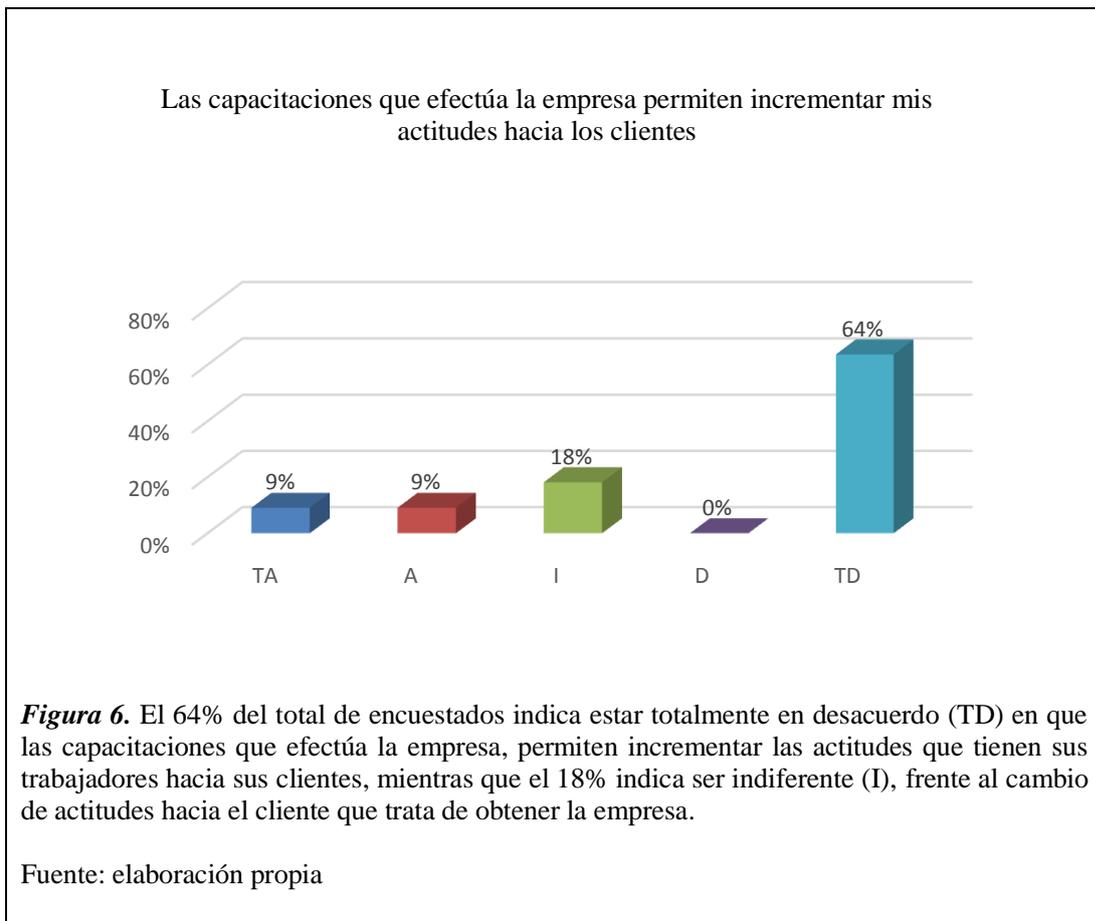


Tabla 13

Las capacitaciones que efectúa la empresa permiten mejorar mi desempeño laboral

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
Las capacitaciones que efectúa la empresa, permiten mejorar mi desempeño laboral	0	0	0	0	11	11
	0	0	0	0	100	100%

Fuente: elaboración propia

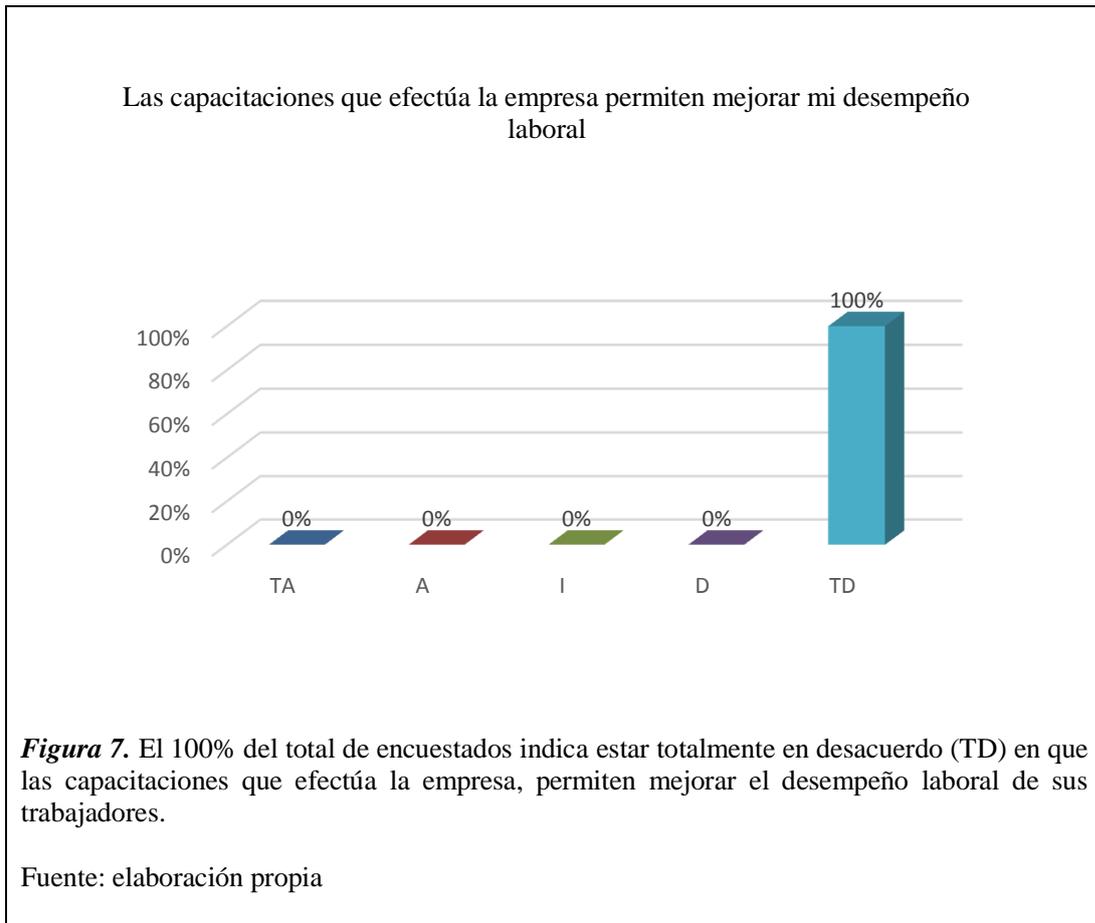


Tabla 14

Las capacitaciones que efectúa la empresa permiten alcanzar las metas propuestas

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
Las capacitaciones que efectúa la empresa, permiten alcanzar las metas propuestas	9	2	0	0	0	11
	82	18	0	0	0	100%

Fuente: elaboración propia

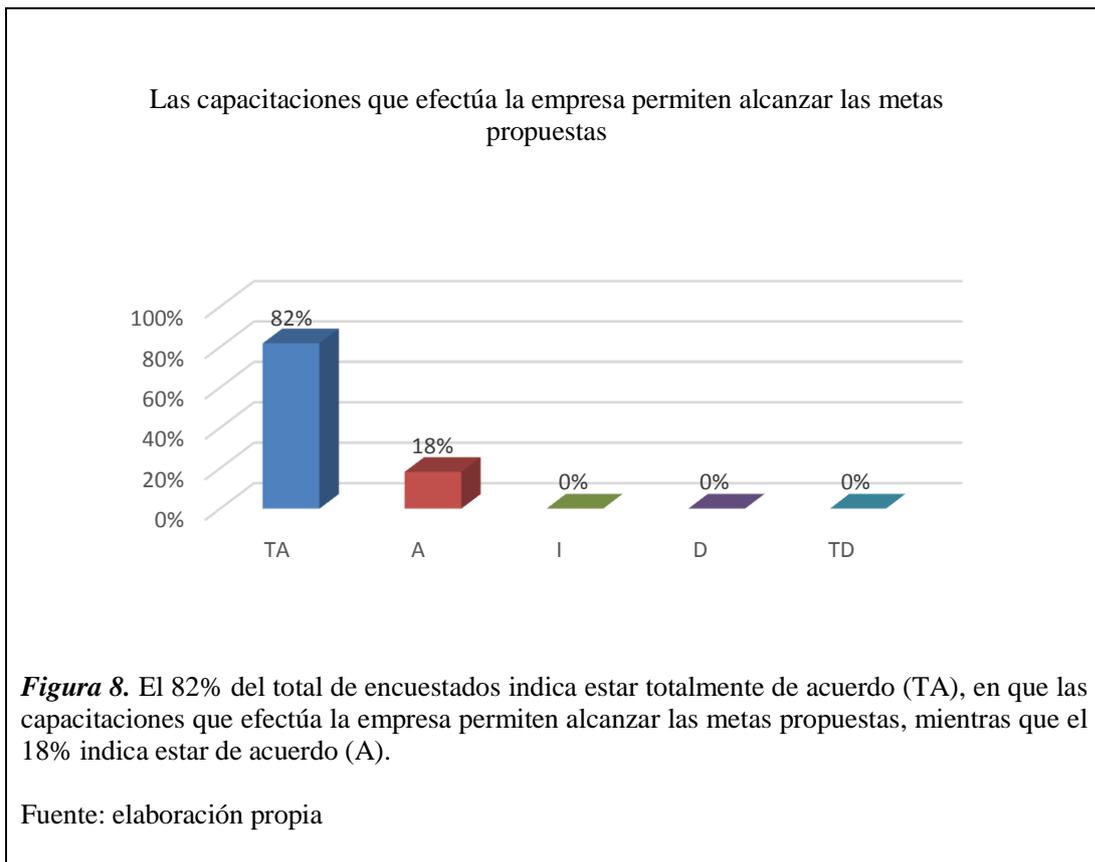


Tabla 15

Las capacitaciones que efectúa la empresa permiten generar un valor agregado en la empresa

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
Las capacitaciones que efectúa la empresa, permiten generar un valor agregado en la empresa.	0	0	0	3	8	11
	0	0	0	27	73	100%

Fuente: elaboración propia

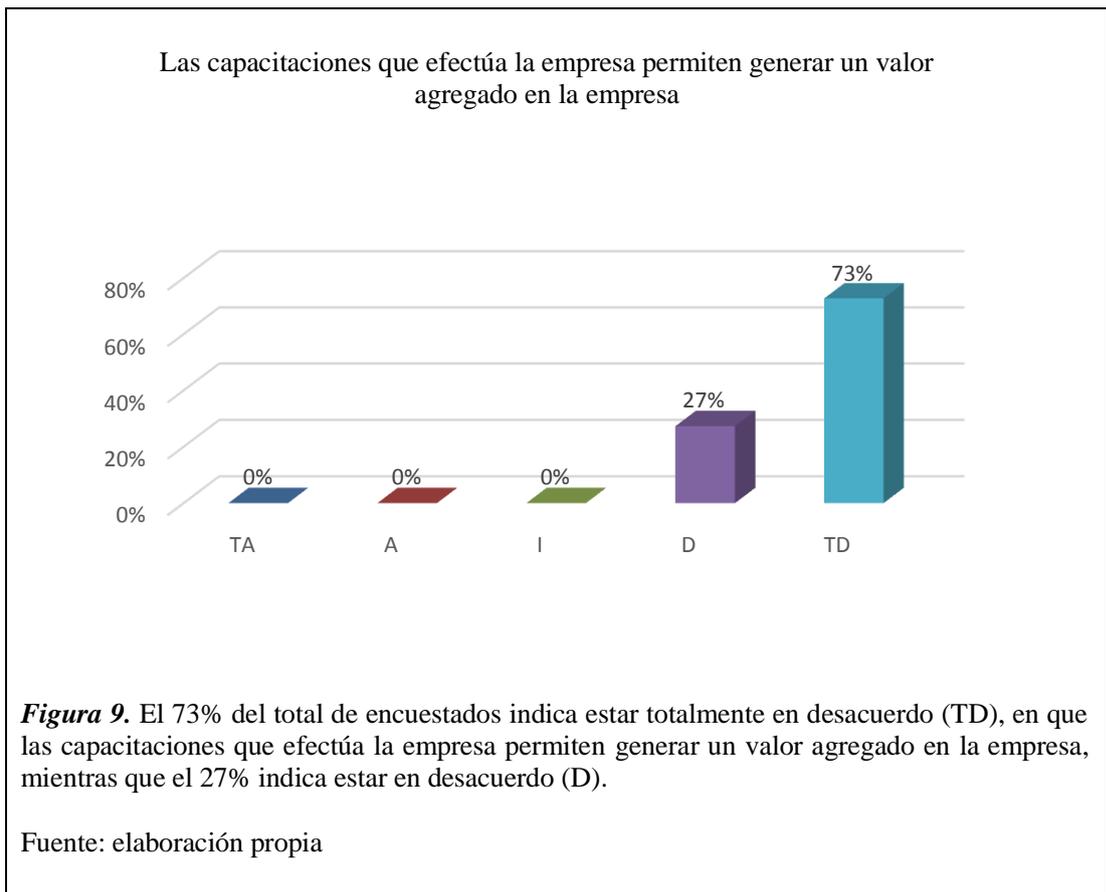


Tabla 16

La empresa se preocupa por facilitarme las herramientas y medios para brindar un servicio de calidad

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
La empresa se preocupa por facilitarme las herramientas y medios para brindar un servicio de calidad	0	2	0	0	9	11
	0	18	0	0	82	100%

Fuente: elaboración propia

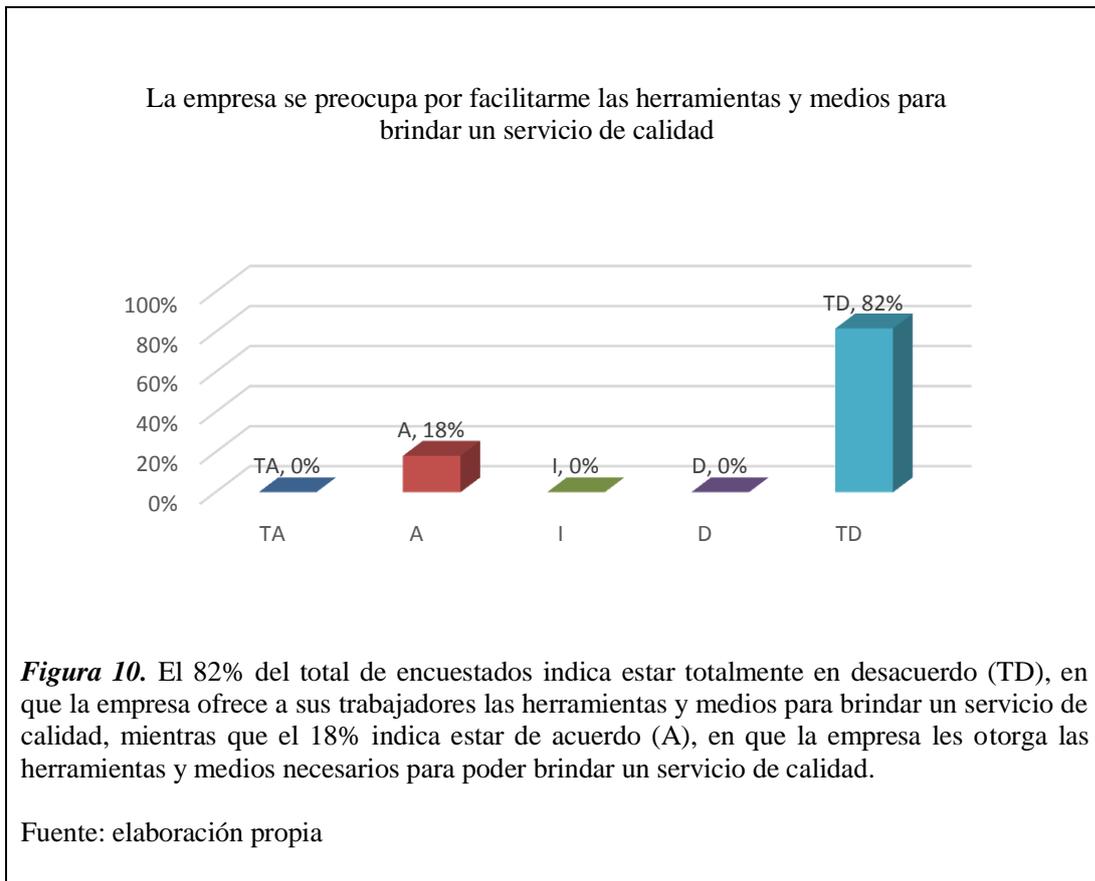


Tabla 17

La empresa cuenta con instalaciones limpias

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
La empresa cuenta con instalaciones limpias	333	32	0	0	0	365
	91	9	0	0	0	100%

Fuente: elaboración propia

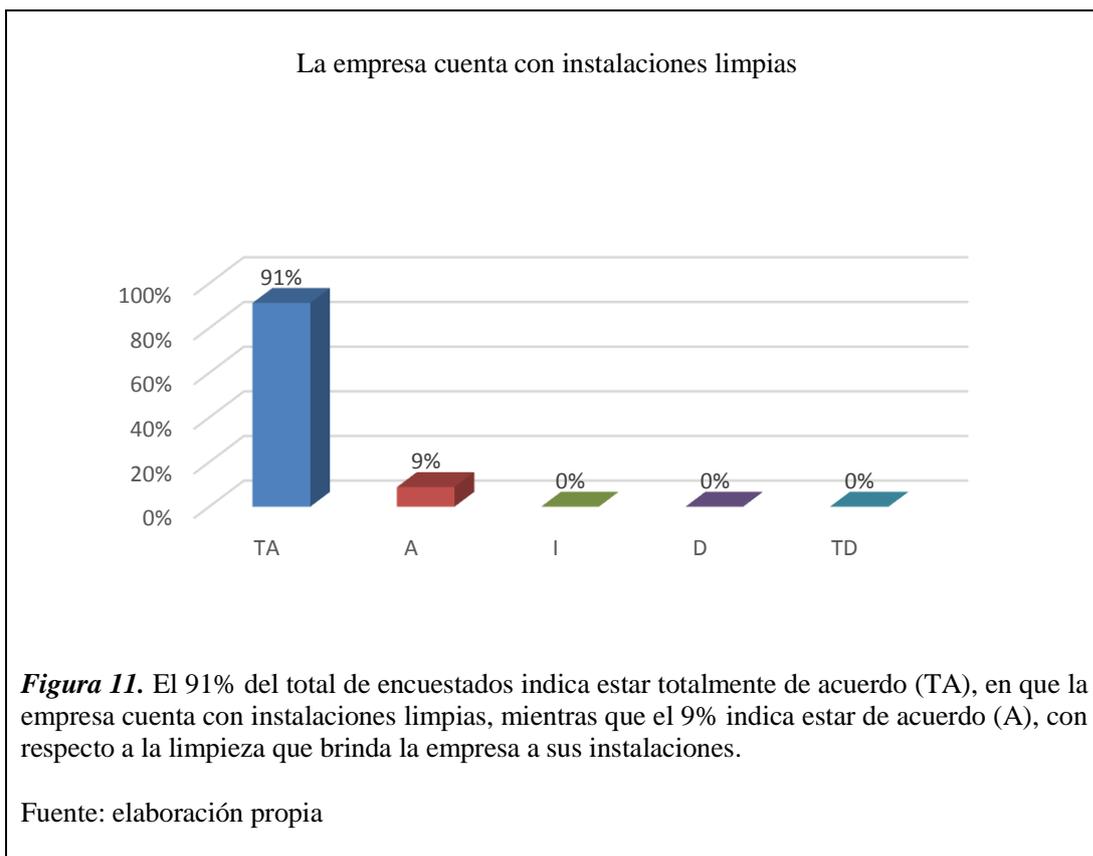


Tabla 18

El mobiliario (mesas y sillas) de la empresa es cómodo

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
El mobiliario (mesas y sillas) de la empresa es cómodo	321	32	12	0	0	365
	88	9	3	0	0	100%

Fuente: elaboración propia

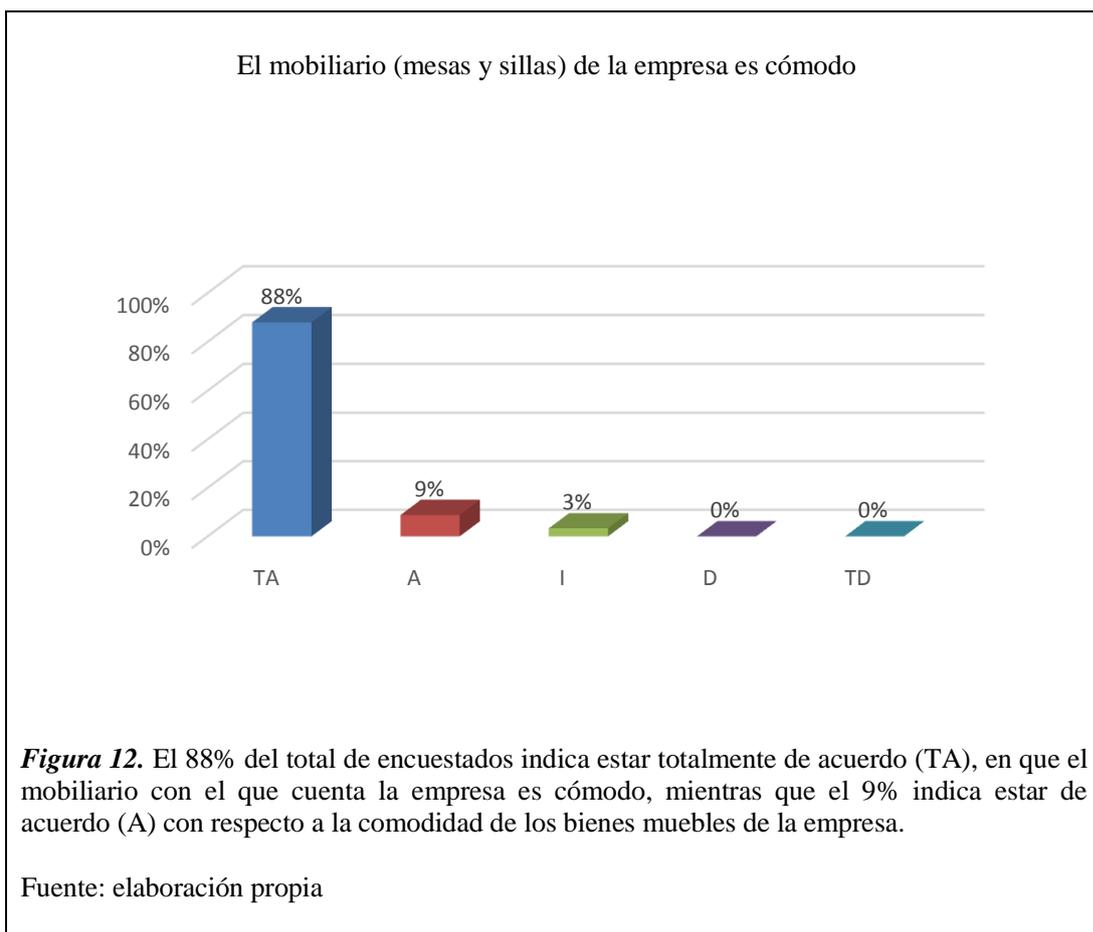


Tabla 19

La apariencia del personal de atención es adecuada

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
La apariencia del personal de atención es adecuada	175	190	0	0	0	365
	48	52	0	0	0	100%

Fuente: elaboración propia

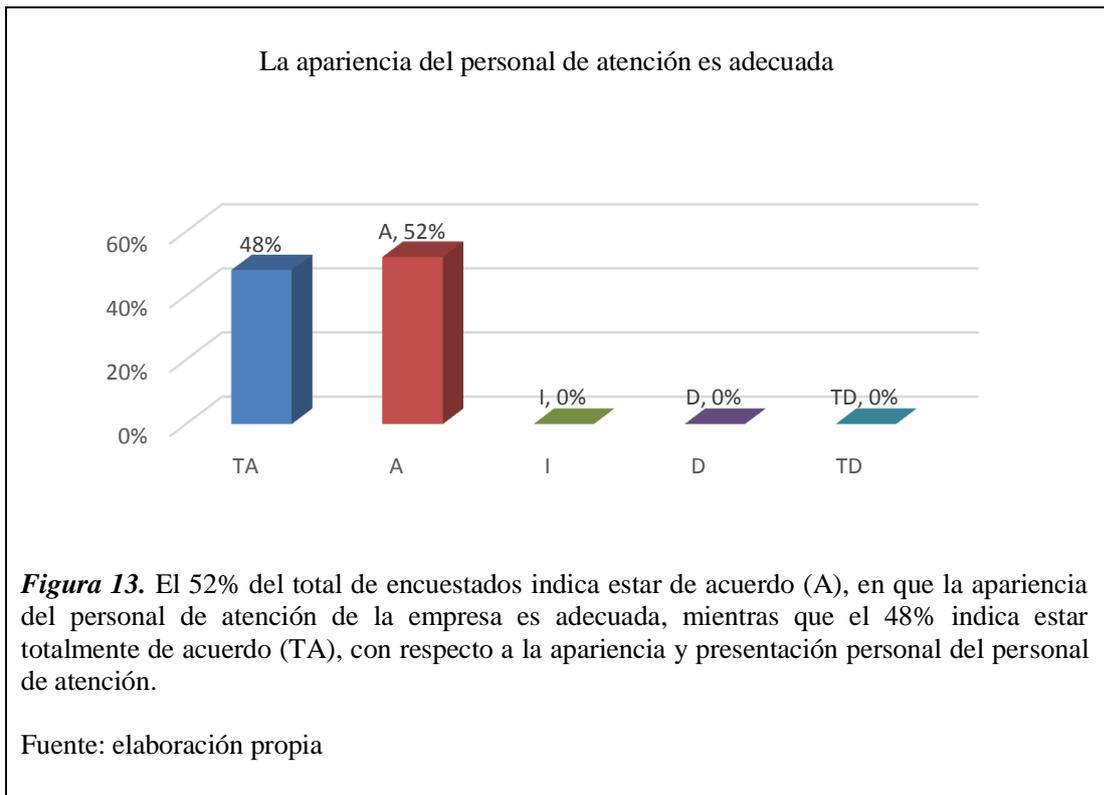


Tabla 20

El personal de atención se encuentra correctamente uniformado

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
El personal de atención se encuentra correctamente uniformado	365	0	0	0	0	365
	100	0	0	0	0	100%

Fuente: elaboración propia

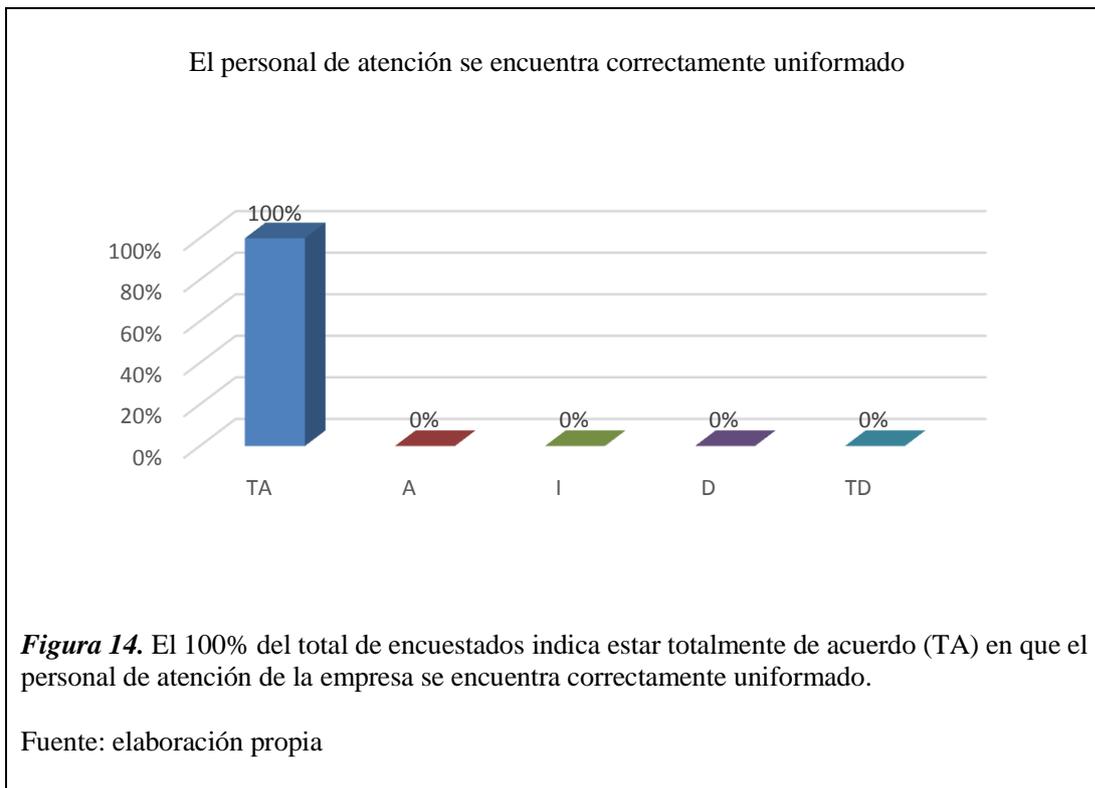


Tabla 21

La empresa cumple con la publicidad que ofrece

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
La empresa cumple con la publicidad que ofrece	240	125	0	0	0	365
	66	34	0	0	0	100%

Fuente: elaboración propia

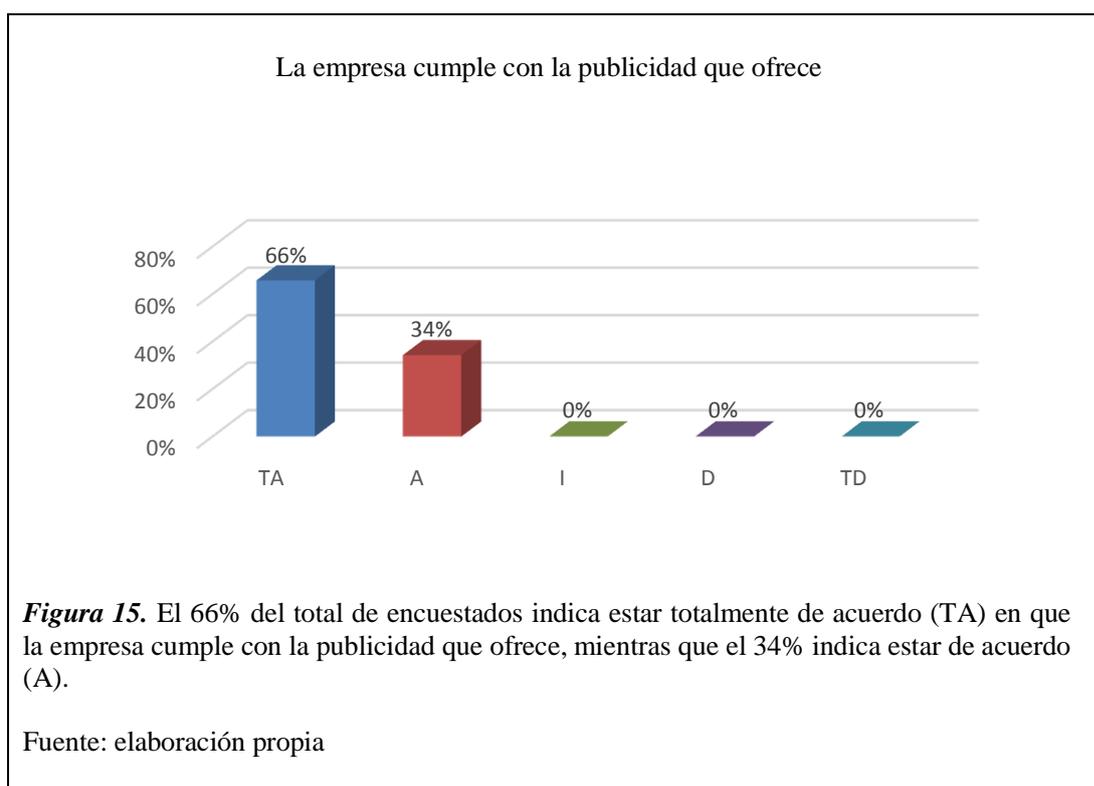


Tabla 22

La empresa ofrece sus productos de acuerdo a su carta de presentación

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
La empresa ofrece sus productos de acuerdo a su carta de presentación	120	0	0	33	212	365
	33	0	0	9	58	100%

Fuente: elaboración propia

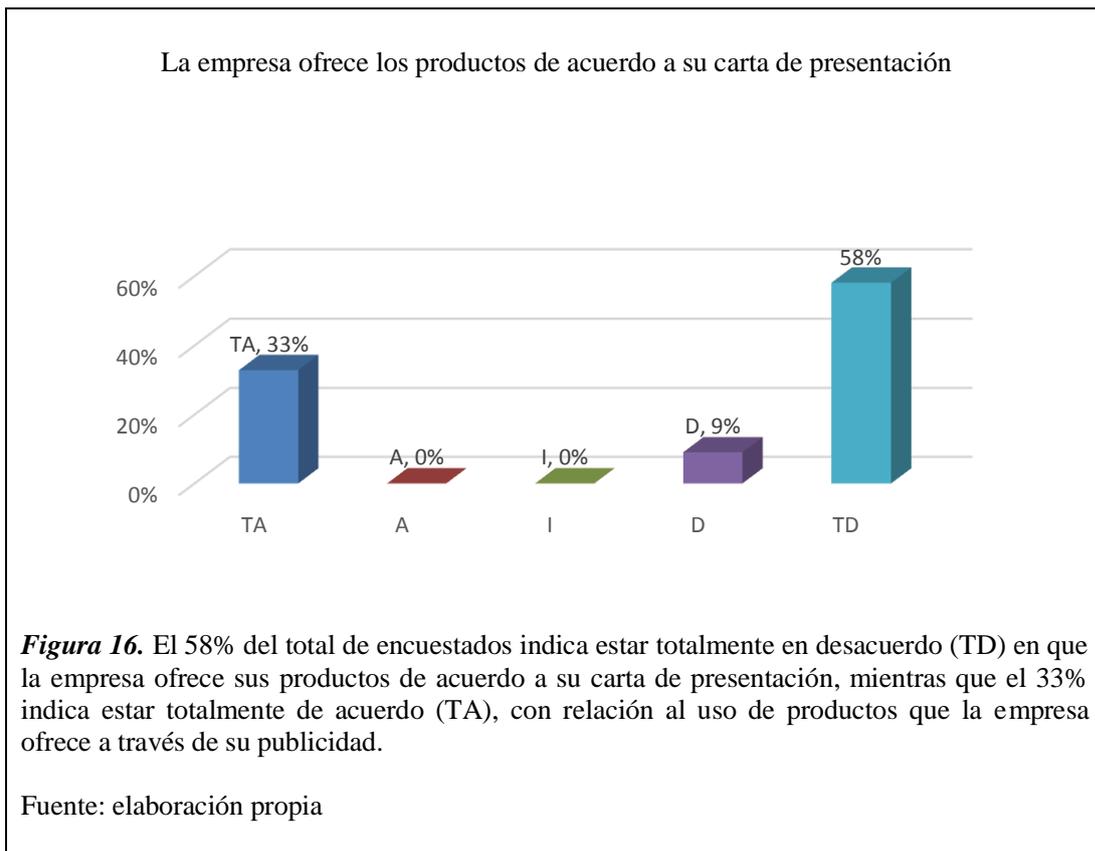


Tabla 23

El personal de atención brinda información segura y confiable

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
El personal de atención brinda información segura y confiable	330	33	3	0	0	366
	90	9	1	0	0	100%

Fuente: elaboración propia

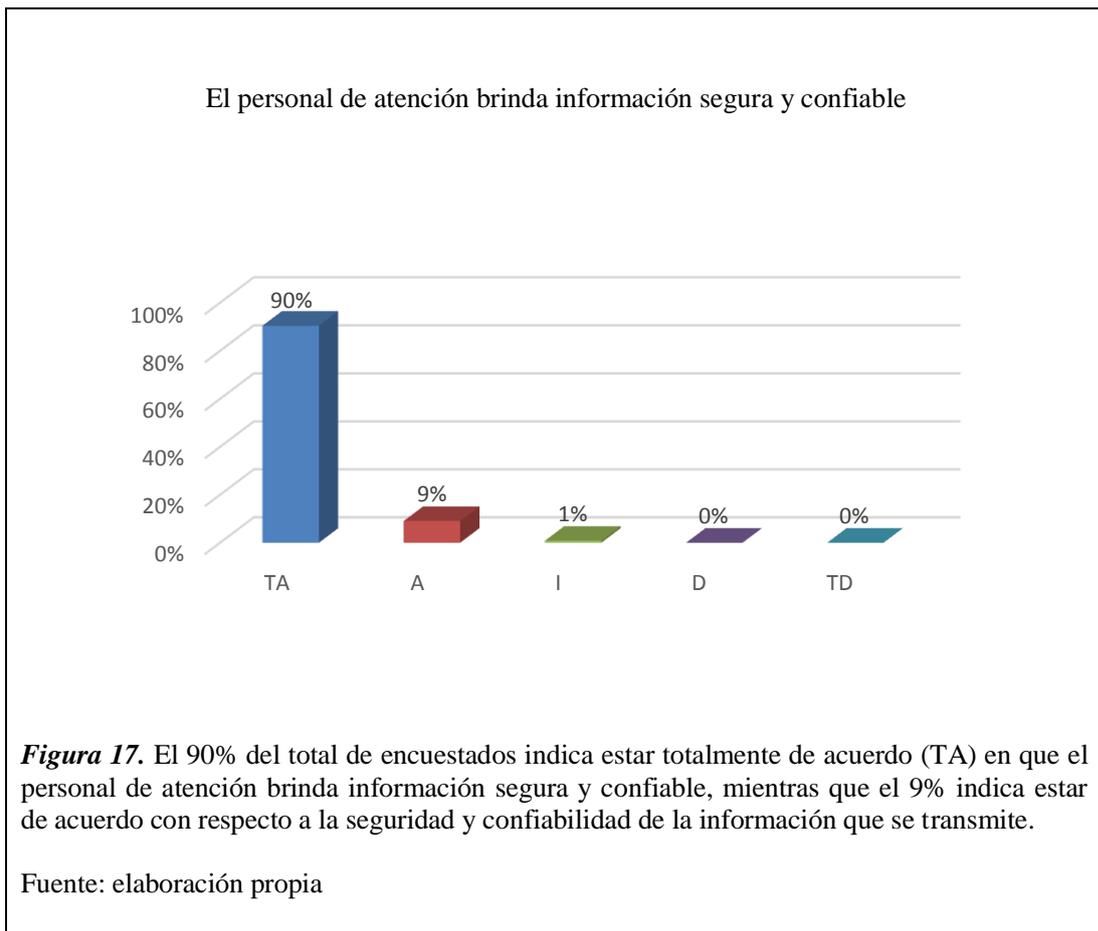


Tabla 24

Usted se siente seguro al momento de realizar transacciones comerciales con la empresa

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
Usted se siente seguro al momento de realizar transacciones comerciales con la empresa	366	0	0	0	0	366
	100	0	0	0	0	100%

Fuente: elaboración propia

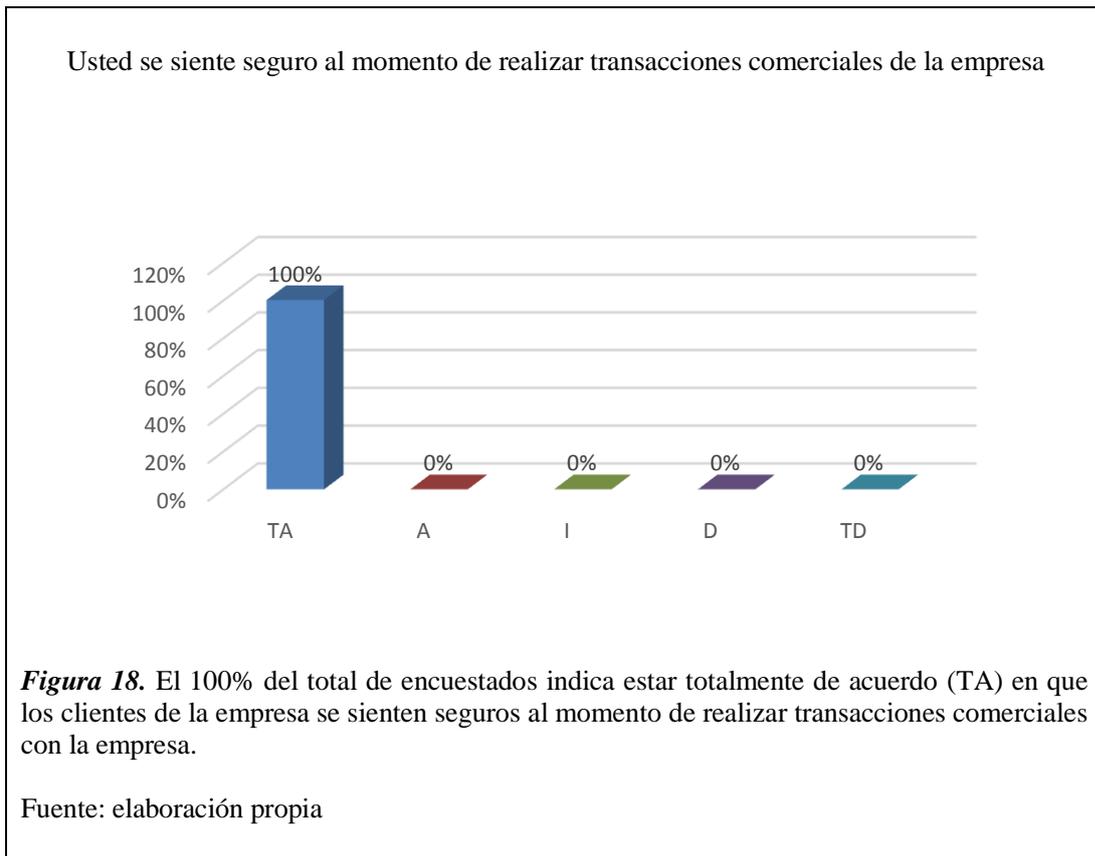


Tabla 25

El personal de atención cuenta con conocimientos suficientes para brindar un servicio de calidad

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
El personal de atención cuenta con conocimientos suficientes para brindar un servicio de calidad	123	43	4	0	196	366
	34	12	1	0	53	100%

Fuente: elaboración propia

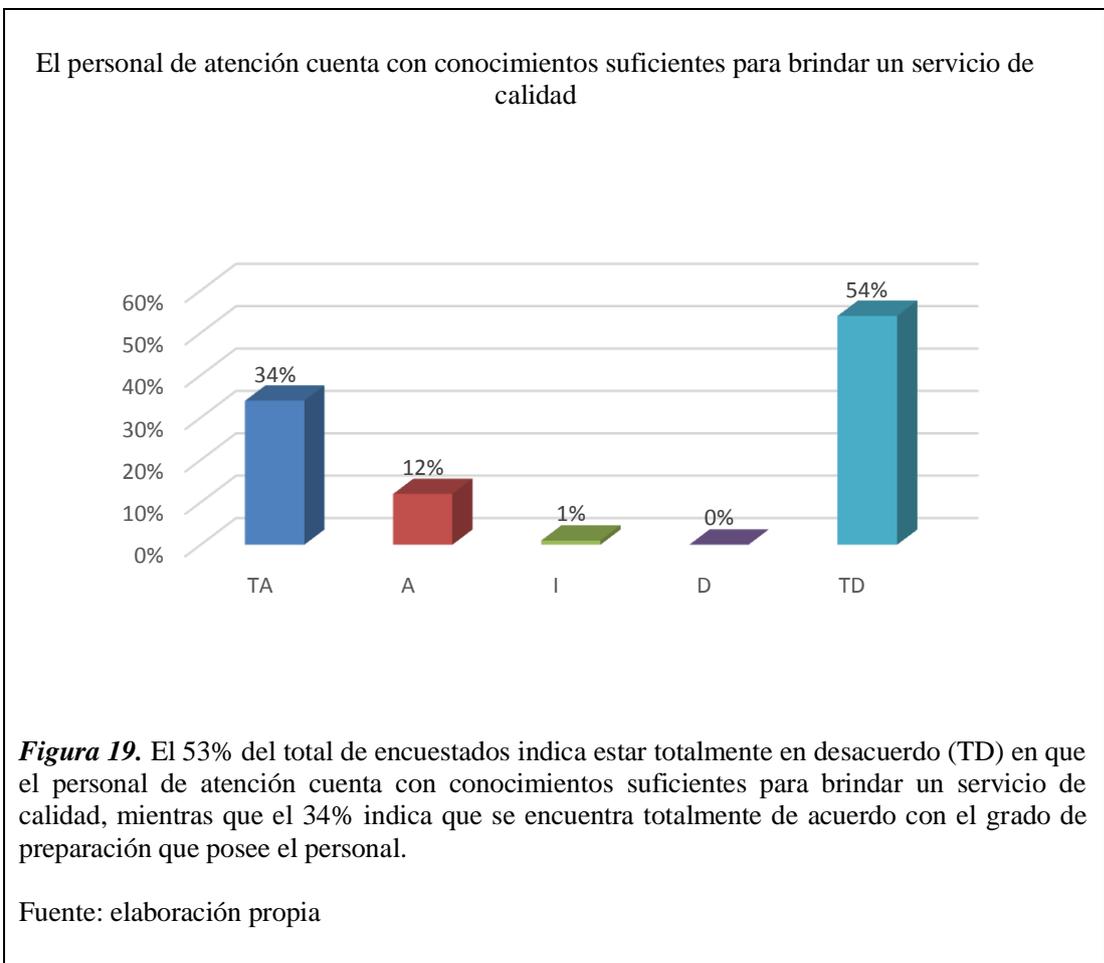


Tabla 26

El personal de atención cuenta con habilidades suficientes para brindar un servicio de calidad

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
El personal de atención cuenta con las habilidades suficientes para brindar un servicio de calidad	0	43	4	123	196	366
	0	12	1	34	53	100%

Fuente: elaboración propia

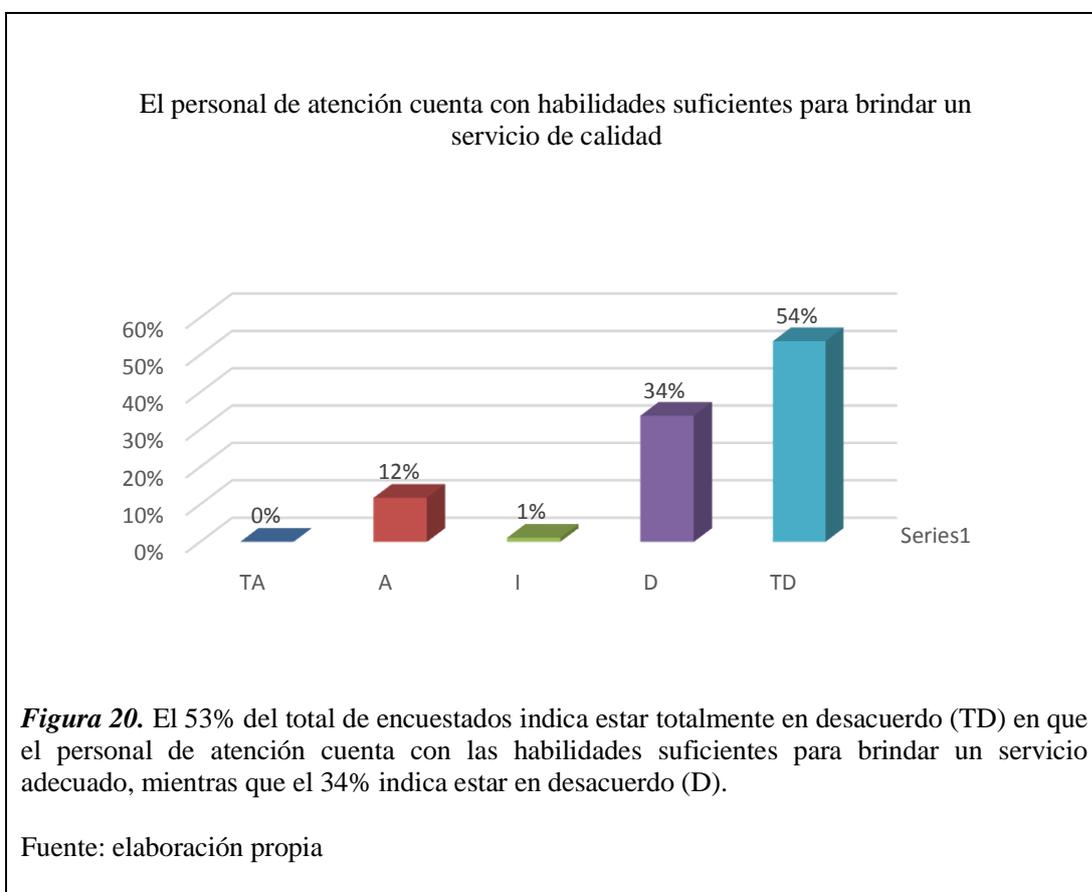
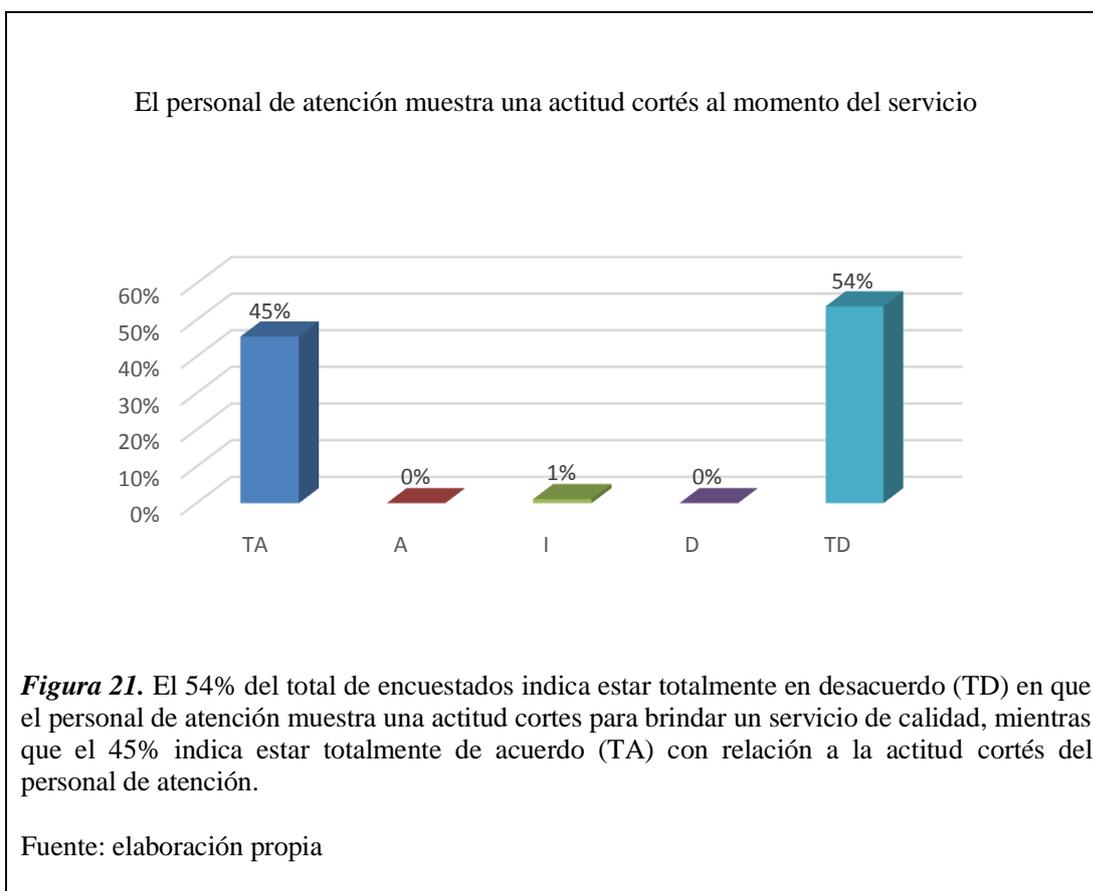


Tabla 27

El personal de atención cuenta con habilidades suficientes para brindar un servicio de calidad

ITEM	TA	A	I	D	TD	TOTAL
El personal de atención muestra una actitud cortés al momento del servicio	166	0	4	0	196	366
	45	0	1	0	54	100%

Fuente: elaboración propia



4.2. Discusión de resultados

El nivel de calidad de servicio del restaurante Sumaq, es medio debido a que se encuentran las siguientes brechas de insatisfacción:

Con respecto a la dimensión Fiabilidad el 58% de los clientes indica estar totalmente en desacuerdo (TD) que la empresa ofrece sus productos de acuerdo a su carta de presentación. Esto es la capacidad que poseen los empleados para prestar el servicio libre de errores. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1992) indican que la dimensión de fiabilidad persigue medir la eficacia y eficiencia en la impartición del servicio, así se obtendrá la optimización del tiempo y recursos materiales.

Con respecto a la dimensión Empatía el 53% de los clientes indica estar totalmente en desacuerdo (TD) en que El personal de atención cuenta con conocimientos suficientes para brindar un servicio de calidad, de igual manera otra 53% de los clientes indica estar totalmente en desacuerdo (TD) en que el personal de atención cuenta con habilidades suficientes para brindar un servicio de calidad y 54% de los clientes indica estar totalmente en desacuerdo (TD) en que el personal de atención cuenta con habilidades suficientes para brindar un servicio de calidad. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1992) que esta dimensión consiste en individualizar la atención, pues es necesario comprender las posturas de los clientes. Consiste en interpretar adecuadamente los pensamientos, deseos y necesidades de los clientes.

El nivel de capacitación de personal en el restaurante Sumaq, presenta un nivel bajo, teniendo las siguientes características: Con respecto a la dimensión proceso educativo de corto plazo, el 82% de los colaboradores indica estar totalmente en desacuerdo (TD) con el número de capacitaciones al año que efectúa la empresa permite brindar un servicio de calidad. Según Dessler (2001) elaborar programas de capacitación supone ser una herramienta de gestión que le permite a la organización determinar las estrategias, actividades, parámetros de evaluación, recursos, tiempos y didácticas que intervienen en la impartición del curso. Para elaborar el programa se puede implicar datos como la identificación, objetivos, periodos de capacitación, temas, indicadores de evaluación, monitoreo de aprendizajes.

Con respecto a la dimensión competencias, el 100% de los colaboradores indica estar totalmente en desacuerdo (TD) en que las capacitaciones que efectúa la empresa me brindan suficientes conocimientos para brindar un servicio de calidad, el 82% de los colaboradores indica estar totalmente en desacuerdo (TD) en que las capacitaciones que efectúa la empresa incrementan mis habilidades y destrezas para brindar un mejor servicio y un 64% de los colaboradores indica estar totalmente en desacuerdo (TD) en que Las capacitaciones que efectúa la empresa permiten incrementar mis actitudes hacia los clientes. Reza (2006) defiende que la capacitación permite mantener actualizados los conocimientos teóricos y técnicos de los colaboradores, pues los conocimientos suelen volverse obsoletos por el constante cambio que se genera en el entorno. Esta actualización le permite a la organización ser flexible ante los cambios, por ejemplo los sociales como la introducción de las mujeres ejecutivas, el incremento de la oferta profesional, la rápida producción de productos y servicios, el incremento de las tecnologías. Invertir en capacitación de personal permite disminuir la rotación de personal, permite entrenar a los colaboradores para que puedan sustituir en las funciones que se necesiten, además generan beneficios a la organización y para el individuo que es sometido a capacitación.

Con respecto a la dimensión desempeño laboral, el 100% de los colaboradores indica estar totalmente en desacuerdo (TD) en que Las capacitaciones que efectúa la empresa permiten mejorar mi desempeño laboral.

La dimensión objetivos empresariales, el 73% de los colaboradores indica estar totalmente en desacuerdo (TD) en que las capacitaciones que efectúa la empresa permiten generar un valor agregado en la empresa y el 82% de los colaboradores indica estar totalmente en desacuerdo (TD) en que la empresa se preocupa por facilitarme las herramientas y medios para brindar un servicio de calidad. Chiavenato (2007) defiende la importancia de ejecutar capacitaciones al personal, puesto que le beneficiaría tanto al personal como a la empresa. Sostiene que muchas organizaciones la ven como un gasto innecesario, mientras que otras o ven como una inversión. El entorno empresarial sufre diferentes cambios por las nuevas tecnologías que aparecen, a la ardua competencia dentro del sector, referente al ingreso de nuevos competidores, etc. Por tal motivo la capacitación debe impartirse independientemente del grado en la estructura organizacional.

Tabla 28

Estadístico de fiabilidad de la prueba piloto

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,895	20

Fuente: SPSS

Se determina que el cuestionario es confiable dado que el coeficiente Alfa de Cronbach resulta 0.895. Es necesario resaltar que un cuestionario será fiable siempre que el coeficiente sea mayor a 0.5.

CAPÍTULO V
PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

CAPITULO V PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

Introducción

En el contexto de la globalización las organizaciones necesitan ejecutar estrategias tanto internas como externas con la finalidad de generar una mayor competitividad para poder sobrevivir en el ámbito donde se desenvuelven.

En el caso de las organizaciones prestadoras de servicios, especialmente el de los restaurantes, dado que el servicio en muchos casos supone ser una ventaja comparativa, es necesario trabajar en conjunto con los recursos humanos dotándolos de los conocimientos y competencias necesarias de acuerdo a los perfiles de puestos con la finalidad de lograr obtener una ventaja en el proceso de la prestación del servicio. Esta ventaja se logrará en función de la persona misma cuando el colaborador sea capaz de brindar una atención con la mejor información, el mejor trato, y un gran profesionalismo al cliente.

Por lo mencionado anteriormente a continuación se presenta un programa de capacitación que posee la finalidad de otorgar a los colaboradores los conocimientos, habilidades, técnicas y estrategias necesarias para desempeñar sus funciones de la manera más eficiente posible.

Justificación

Si bien es cierto el restaurante cuenta con una calidad de servicio estándar; es decir que le es suficiente para mantenerse en competencia en el mercado, aun no es suficiente para alcanzar un puesto de liderazgo entre los restaurantes de su categoría, a pesar que la organización brinda platos exquisitos al paladar. En ese sentido se hace necesario someter a los empleados a una mayor capacitación con la finalidad de volverlos mucho más eficientes en el desempeño de sus labores diarias que es la atención al cliente.

Direccionamiento estratégico

Visión

Al 2021 el restaurant Sumaq será reconocido a nivel regional como la mejor opción dentro de la rama de los restaurantes de comida criolla y parrillas, por su exquisita sazón y sus elevados estándares en la calidad de su servicio.

Misión

El Restaurant Sumaq, es una organización prestadora de servicios gastronómicos, encargada de satisfacer las expectativas del consumidor, gracias a la especialización y profesionalismo de sus colaboradores, y la utilización de tecnologías modernas y nuevos métodos de cocina.

Valores

Respeto: La organización trabaja en base al respeto a sus propios empleados y a los clientes, brindándoles un trato amable.

Equidad: La organización tratará a los clientes por igual sin discriminación de ningún tipo.

Trabajo en equipo: En la organización es necesario el apoyo de todos los colaboradores como una unidad para poder brindar el servicio de manera más eficiente.

Responsabilidad: La organización se responsabiliza por cualquier inconveniente que el cliente presente en cuanto al servicio directo.

Inclusión: La organización no hace diferencia en la contratación de personal.

Detección de necesidades de capacitación.

En la organización se han detectado determinadas necesidades de capacitación tanto para la gerencia como para los colaboradores. Por tal motivo a continuación se presenta una lista de cursos que ayudaran a mejorar las habilidades de los miembros de la organización. Cabe resaltar que la gerencia también tomará las capacitaciones para los colaboradores, dado que les son necesarias. Por otro lado los colaboradores también podrán tomar las capacitaciones de la gerencia, aunque son específicas para la misma.

Cursos de capacitación para la dirección.

La dirección necesita las siguientes capacitaciones para poder guiar a sus colaboradores de la manera correcta.

- Liderazgo personal
- Liderazgo transformacional
- Coaching transformacional
- Habilidades gerenciales

Cursos de capacitación para los colaboradores

Los colaboradores necesitan las siguientes capacitaciones para poder atender de manera eficiente a los colaboradores.

- Liderazgo personal
- Inteligencia emocional
- Comunicación efectiva
- Manejo de conflictos
- Clima organizacional

LIDERAZGO PERSONAL

Para que los gerentes puedan mantener motivados a sus colaboradores a través de la impartición de una filosofía de trabajo, es necesario que estos tengan un correcto control de su vida, de otra manera no podrán liderar eficientemente. Por tal motivo el curso va dirigido a personas que posean un compromiso con su desarrollo personal y que deseen incrementar su influencia en su organización.

Objetivo

Sensibilizar acerca de lo trascendente que resulta ser el liderazgo personal, como herramienta para la dirección propia y como base para influenciar sobre las demás personas

Beneficiarios

Específicamente los beneficiarios son la gerencia y los colaboradores de la organización

Responsable

El responsable de la impartición de la capacitación es la gerencia

Facilitador

La empresa que brindará el servicio de capacitación será F&M Consulting

Horario

El curso de capacitación será ejecutado en 3 sesiones, teniendo un total de 4 horas de duración

Tabla 29

Capacitación en liderazgo personal

CURSO	TEMARIO	HORARIO	
LIDERAZGO PERSONAL	La relación de la eficiencia, eficacia y excelencia, con el liderazgo.		
	El ser antes que el Hacer	La manera correcta de ejercer el liderazgo teniendo como soporte la autoridad que le confiere el puesto laboral.	
	Aprendiendo a liderarnos antes que a otros	Motivación interna para un efectivo liderazgo.	1 Sesión
		La implicancia de atender todos campos de la vida.	1 Hora
	Liderazgo personal y los equipos de trabajo	¿Cómo desarrollar las competencias del liderazgo personal?	
		Gestión personal	
		Aprendiendo de los referentes	
Liderazgo en distintas situaciones	Las competencias personales y el liderazgo interpersonal		
	Aprende a determinar tus habilidades básicas		
Eficiencia en la capacidad de dirección	Brindando ayuda a los colaboradores en el descubrimiento de sus habilidades	2 Sesión	
	Aprendiendo la manera de ejercer el liderazgo en distintos eventos situacionales.	1 Hora	
Crecimiento en liderazgo personal	Caso practico		
	Casos de dirección de los mejores directivos internacionales		
	Aprender a reconocer las necesidades de los colaboradores		
	Lo que se debe hacer para crecer en el liderazgo personal	3 Sesión	
	Metodología para crecer en el liderazgo personal	2 Horas	
	Evaluación de los conocimientos adquiridos		

Fuente: Elaboración propia

LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL

Muchas veces se confunde al liderazgo como el proceso de motivar y guiar a las personas a obtener un objetivo para la empresa. No obstante existe un liderazgo el cual se encarga de transmitir una ideología de vida a los colaboradores, buscando al igual que el común liderazgo el cumplimiento de los objetivos organizacionales, además también el crecimiento personal.

Objetivo

Dotar a los participantes acerca de la necesidad de poseer la habilidad del liderazgo transformacional

Beneficiarios

Específicamente los beneficiarios son la gerencia y los colaboradores de la organización

Responsable

El responsable de la impartición de la capacitación es la gerencia

Facilitador

La empresa que brindará el servicio de capacitación será F&M Consulting

Horario

El curso tendrá una duración de 5 horas repartidos en 4 sesiones

Tabla 30*Capacitación en liderazgo transformacional*

CURSO	TEMARIO	HORARIO
LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL	Conociéndonos e incorporando nuevos paradigmas. La personalidad del gerente y su estilo de liderazgo Trabajando las actitudes para darles poder de liderazgo Fomentar el compromiso de los colaboradores con los valores de la empresa Herramientas que todo líder transformacional debe poseer De la comunicación a la comunicación transformacional	1 Sesión 1 Hora
	El poder las conversaciones: Aprendiendo a generar conversaciones poderosas La impartición de juicio del líder transformacional Retroalimentación estratégica	2 Sesión 1 Hora
	Los estados emocionales: Generando estados anímicos excelentes La capacidad estratégica de escuchar Del yo, al nosotros La asertividad del equipo de trabajo	3 Sesión 1 hora
	Gestionando estratégicamente las emociones del equipo de trabajo Habilidades de coaching Buenos hábitos en el equipo de trabajo Desarrollando la capacidad organizativa	4 Sesión 1 hora
	La creatividad y la innovación: el traslape Conduciendo la visión de la empresa Manejando el equipo hacia la visión de la empresa Evaluación de los conocimientos adquiridos	1 Hora

Fuente: Elaboración propia

COACHING TRANSFORMACIONAL

Mientras que el liderazgo transformacional se encarga de guiar a las personas hacia su crecimiento personal en conjunto con el logro de los objetivos de la organización, el coaching consiste en ayudar a las personas a encontrar objetivos comunes con la organización.

Objetivo

Dotar a los palpitantes de los conocimientos necesarios para formar un cultura de alta estima en la compañía.

Beneficiarios

Específicamente los beneficiarios son la gerencia y los colaboradores de la organización.

Responsable

El responsable de la impartición de la capacitación es la gerencia.

Facilitador

La empresa que brindará el servicio de capacitación será F&M Consulting.

Horario

El curso taller será ejecutado en 2 sesiones de 2 horas cada una, teniendo en total una duración de 4 horas.

Tabla 31

Capacitación en Coaching transformacional

CURSO	TEMARIO	HORARIO	
COACHING TRANSFORMACIONAL	Introducción	Construcción de un ambiente entre el facilitador y el participante Obtener un acuerdo de aprendizaje con los participantes	
	Liderazgo contemporáneo	Las conductas del liderazgo contemporáneo Las competencias del liderazgo contemporáneo Los paradigmas de la alta performance	
	La alta performance	Principios de la alta performance Dimensiones de los ambientes con retroalimentación efectiva Demostrando el Coaching	1 SESION 2 HORAS
	Función del Coaching	Las características y cualidades del Coaching Los elementos del Coaching al gerenciar y la supervisión Ejercicio: Autovaloración	
	De gerente al Supervisor moderno	Los 7 cambios Actitudes y habilidades de los nuevos gerentes Definición de la temática	
	Coaching	Caso: Diferencias de trabajo entre los gerentes de antes y los nuevos Proceso de Coaching gerencial Coaching para vender Juego de los roles	
	Interacción	El proceso del juego de los roles Practica en pareja: ejercicio de coaching Discusión grupal: opinión de la práctica del coaching Valoración personal basado en las 7 C	2 SESION 2 HORAS
	Las 7 "C" del Coaching	Historia personal profunda que toque el corazón de los participantes Reacción de los participantes	

Fuente: Elaboración propia

HABILIDADES GERENCIALES

En el mercado en que las empresas se desenvuelven, se encuentran inmersas en procesos que ejercen grandes impactos. Por tal motivo es necesario que los gerentes se desarrollen habilidades que les ayuden a tomar mejores decisiones, crear y liderar equipos de trabajo de alto rendimiento.

Objetivo

Otorgar al participante los conocimientos para formar competencias que le permitan desarrollar su capacidad de análisis, evaluación y solución de problemas utilizando los recursos que le aporta a organización.

Beneficiarios

Específicamente los beneficiarios son la gerencia y los colaboradores de la organización.

Responsable

El responsable de la impartición de la capacitación es la gerencia.

Facilitador

La empresa que brindará el servicio de capacitación será F&M Consulting.

Horario

El curso será ejecutado en 3 sesiones con una duración de 2 horas cada una, haciendo un total de 6 horas.

Tabla 32

Capacitación en habilidades gerenciales

CURSO		TEMARIO	HORARIO
HABILIDADES GERENCIALES	La toma de decisiones	La problemática de la toma de decisiones para los gerentes Análisis de los problemas y el proceso de toma de decisiones Criterios estratégicos para tomar decisiones Métodos para facilitar la toma de dediciones La toma de decisiones al elaborar el plan estratégico Las diferencias entre autoridad y liderazgo Los estilo de liderazgo Autoevaluación del liderazgo	1 SESION 2 HORAS
	Liderazgo y conducción	Rol gerencial en el proceso de cambio de la organización La necesidad de alinear el estilo de liderazgo al direccionamiento estratégico de la organización. Liderazgo y habilidades comunicacionales El problema de la comunicación al interior de la organización	
	Habilidades comunicativas	Controlando las emociones La escucha activa Barreras que impiden eficiencia en la comunicación Retroalimentación para la toma de decisiones	2 SESION 2 HORAS

HABILIDADES GERENCIALES	Negociación	Identificando los conflictos Resolución de conflictos El proceso de negociación Obteniendo éxito en las negociaciones El método de Harvard La gestión de los conflictos Estrategias para formar equipos de trabajo Un equipo de trabajo motivado Estrategias para influir en la motivación Clasificando las necesidades del equipo Necesidad de motivar al equipo Estrategias de motivación para el equipo Las reuniones: ¿Qué son? Y ¿Para qué sirven? Clasificación de las reuniones	3 SESION 2 HORAS
	Trabajo en equipo	Habilidades para comunicar la información en la reunión Delegación de tareas Personas idóneas para delegar tareas Delegación de autoridad Evaluación del progreso de la delegación de autoridad	
	Delegación de autoridad y reuniones eficaces	Evaluación final de conocimientos adquiridos	1 HORA

Fuente: Elaboración propia

INTELIGENCIA EMOCIONAL

La inteligencia emocional es la habilidad que poseen las personas para poder entender las emociones ya sean propias o de otra persona, de manera correcta y de esa forma poder manejarlas correctamente.

Por tal motivo los empleados del restaurant Sumaq necesitan esta habilidad dado que se encuentran en constante tensión por los pedidos que hacen los clientes.

Objetivo

Desarrollar en el participante las competencias emocionales necesarias para que puedan obtener una mayor efectividad en el trato con el cliente y con sus compañeros.

Beneficiarios

Específicamente los beneficiarios son la gerencia y los colaboradores de la organización.

Responsable

El responsable de la impartición de la capacitación es la gerencia.

Facilitador

La empresa que brindará el servicio de capacitación será F&M Consulting.

Horario

La capacitación será llevada a cabo en 4 sesiones, con una duración de 1 hora cada una, haciendo un total de 4 horas.

Tabla 33

Capacitación en inteligencia emocional

CURSO	TEMARIO	HORARIO
INTELIGENCIA EMOCIONAL	Nuevas posibilidades para actuar Mecanismos para percibir las emociones Modelos para obtener resultados favorables Modelos de actuación mental Coherencia entre las acciones y la emoción La escucha activa, comunicación efectiva y resolución de conflictos La diferencia entre los hechos y las interpretaciones Los juicios y las opiniones Pensamientos no expresados La emoción, la razón y el comportamiento El ciclo de las emociones	1 SESION 1 HORA
	La emociones, y la competencia emocional Distorsión cognitiva y emocional Las emociones básicas Conocer las emociones propias y de los demás Competencia emocional La emoción y el estado de animo El proceso de las emociones	2 SESION 1 HORA
	Las emociones y los estados de animo Como intervenir en las emociones La emoción como motor para la acción Los estados de ánimo básicos La aceptación de las situaciones Cambiando la resignación por la motivación Identificando el miedo en el participante Identificando la culpa en el participante	3 SESION 1 HORA
	Ejercicio sobre emociones Identificando la envidia en el participante Identificando el enojo en el participante Identificando la confianza en el participante Evolución de conocimientos adquiridos	4 SESION 1 HORA

Fuente:

Elaboración

propia

COMUNICACIÓN EFECTIVA

En las organizaciones es necesario transmitir los mensajes de manera clara y precisa de modo que los la información que se transmita no se tergiverse. Por otro lado en cuanto a la atención al cliente es necesario que el colaborador sepa comunicarse con el cliente de manera que se eviten inconvenientes.

Objetivo

Desarrollar en el participante la habilidad comunicativa con la finalidad de orientarlas al cumplimiento de las metas y objetivos organizacionales.

Beneficiarios

Específicamente los beneficiarios son la gerencia y los colaboradores de la organización.

Responsable

El responsable de la impartición de la capacitación es la gerencia.

Facilitador

La empresa que brindará el servicio de capacitación será F&M Consulting.

Horario

El curso de capacitación se desarrollará en 2 sesiones con duración de 1 hora cada una, haciendo un total de 2 horas.

Tabla 34*Capacitación en comunicación efectiva*

CURSO	TEMARIO	HORARIO
COMUNICACIÓN EFECTIVA	El proceso comunicativo	1 SESION 1 HORA
	Problemas comunicativos entre las personas	
	Aprendiendo a analizar los estilos de comunicación	
	La asertividad. Definición y elementos clave	
	Estilos de asertividad. Pasivo y agresivo	
	Sinceridad en situaciones relevantes	
	Aspectos no sujetos a negociación	
	Tratando con personas no asertivas	2 SESION 1 HORA
	La asertividad en la felicitación	
	La asertividad para llamar la atención	
	Detectando los estilos de comunicación y aplicando asertividad	
	La comunicación interpersonal	
	Empatía y efecto Pigmalión	
	Comunicando expectativas	
Utilizando el efecto Pigmalión en las relaciones interpersonales		

Fuente: Elaboración propia

MANEJO DE CONFLICTOS

En las organizaciones es necesario transmitir los mensajes de manera clara y precisa de modo que los la información que se transmita no se tergiverse. Por otro lado en cuanto a la atención al cliente es necesario que el colaborador sepa comunicarse con el cliente de manera que se eviten inconvenientes.

Objetivo

Desarrollar en el participante la habilidad comunicativa con la finalidad de orientarlas al cumplimiento de las metas y objetivos organizacionales.

Beneficiarios

Específicamente los beneficiarios son la gerencia y los colaboradores de la organización.

Responsable

El responsable de la impartición de la capacitación es la gerencia.

Facilitador

La empresa que brindará el servicio de capacitación será F&M Consulting.

Horario

El curso de capacitación se desarrollará en 2 sesiones, con una duración total de 3 horas.

Tabla 35*Capacitación en manejo de conflictos*

CURSO	TEMARIO	HORARIO
MANEJO DE CONFLICTOS	Definición del conflicto	1 SESION HORAS
	Conflictos en el grupo de trabajo	
	Etapas del conflicto	
	Resultados del conflicto	
	Negociación	
	Evaluación de conocimientos adquiridos	
	La base del conflicto	
	El proceso del conflicto	
	El conflicto y sus consecuencias	
	Conflictos dentro del grupo	
Conflictos entre grupos	2 SESION 2 HORAS	
Predisposición para el conflicto		
Desencadenantes del conflicto		
Inicio del conflicto		
Desarrollo del conflicto		
Explosión del conflicto		
Cinco métodos para la comunicación interpersonal		
La empatía en la escucha activa. El carácter en la comunicación		
Los resultados para construir aprendizajes		
Resultados destructivos		
Convencer y persuadir	2 SESION 2 HORAS	
Técnicas de persuasión		
Siempre ganar		

Fuente: Elaboración propia

CLIMA ORGANIZACIONAL

Muchas veces el inadecuado desempeño de los colaboradores al interior de las organizaciones se debe al clima organizacional, esto causa problemas entre compañeros y superiores. Por otra parte los clientes también resultarían afectados pues, el colaborador se encontrará con un mal estado de ánimo y brindará una pésima atención.

Objetivo

Desarrollar en el participante la habilidad comunicativa con la finalidad de orientarlas al cumplimiento de las metas y objetivos organizacionales.

Beneficiarios

Específicamente los beneficiarios son la gerencia y los colaboradores de la organización.

Responsable

El responsable de la impartición de la capacitación es la gerencia.

Facilitador

La empresa que brindará el servicio de capacitación será F&M Consulting.

Horario

El curso de capacitación se desarrollará en 3 sesiones, con una duración total de 4 horas.

EVALUACION POR COMPETENCIAS A LOS COLABORADORES

Apreciado colaborador el presente cuestionario es para evaluar el nivel de desarrollo de las competencias de sus compañeros. Sírvase contestar de manera objetiva los ítems.

Instrucciones: Las letras representan en nivel de desarrollo de las competencias. Marque con una "X" según crea conveniente.

A	B	C	D	E
0	0.25	0.5	0.75	1

	A	B	C	D	E
CAPACIDADES ESPECIFICAS					
Trabajo bajo presión					1
Velocidad de atención					1
Capacidad de respuesta					1
Técnicas de atención					1
Manejo de conflictos					1
Solución de problemas					1
CAPACIDADES GENERALES					
Comunicación efectiva					1
Escucha activa					1
Trabajo en equipo					1
Vocación de servicio					1
Relaciones interpersonales					1
Asertividad					1
Relaciones interpersonales					1
Empatía					1
Creatividad e innovación					1
TOTAL					15

Excelente	13 - 15	El evaluado posee competencias muy desarrolladas
Bueno	9 - 12	El evaluado se encuentra en rangos aceptables del desarrollo de sus competencias
Regular	< 9	El evaluado necesita recibir capacitación inmediata

Fuente: Elaboración propia

EVALUACION POR COMPETENCIAS A LOS COLABORADORES

Apreciado colaborador el presente cuestionario es para evaluar el nivel de desarrollo de las competencias del gerente de la organización. Sírvase contestar de manera objetiva los ítems.

Instrucciones: Las letras representan en nivel de desarrollo de las competencias. Marque con una "X" según crea conveniente.

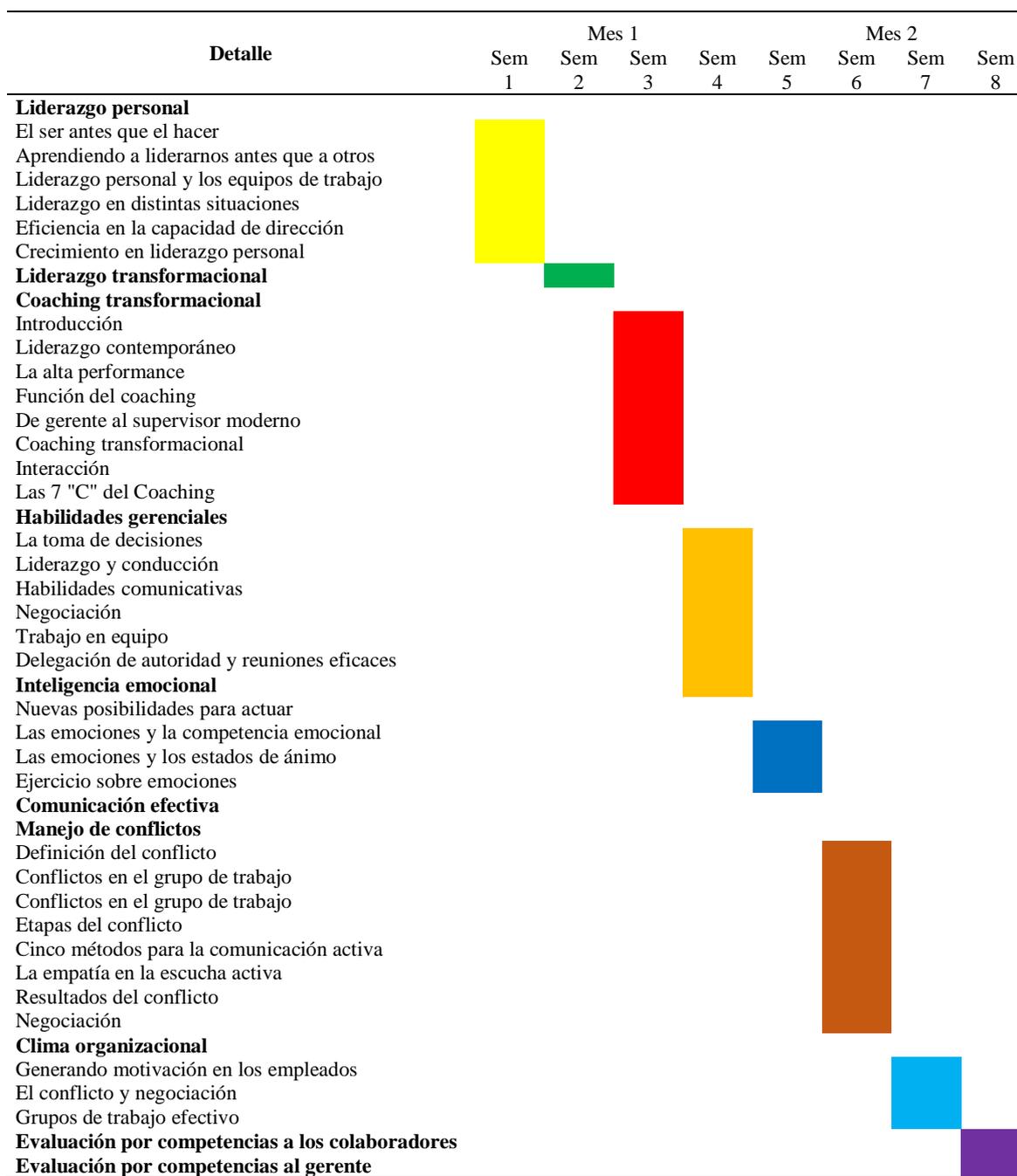
A	B	C	D	E
0	0.25	0.5	0.75	1

	A	B	C	D	E
CAPACIDADES ESPECIFICAS					
Manejo de equipo de trabajo					1
Resolución de conflictos					1
Solución de problemas empresariales					1
Liderazgo					1
Conocimientos blandos					1
Comunicación efectiva					1
Manejo de emociones					
COMPETENCIAS GENERALES					1
Creatividad e innovación					1
Motivador					1
Empatía					1
Asertividad					1
Relaciones interpersonales					1
Conocimientos duros					1
Sociabilidad					1
Valores					1
TOTAL					15

Excelente	13 - 15	El evaluado posee competencias muy desarrolladas
Bueno	9 - 12	El evaluado se encuentra en rangos aceptables del desarrollo de sus competencias
Regular	< 9	El evaluado necesita recibir capacitación inmediata

Fuente: Elaboración propia

Cronograma de actividades



Fuente: Elaboración propia

Presupuesto

Tabla 37

Presupuesto

DETALLE	DURACION	COSTO
Liderazgo personal	4 Horas	700
Liderazgo transformacional	5 Horas	700
Coaching transformacional	4 Horas	700
Habilidades gerenciales	6 Horas	1000
Inteligencia emocional	4 Horas	700
Comunicación efectiva	2 Horas	500
Manejo de conflictos	3 Horas	500
Clima organizacional	4 Horas	700
Total	32	5500

Fuente: Elaboración propia

Financiamiento

Los cursos de capacitación serán financiados en su totalidad por el restaurant Sumaq.

CAPÍTULO VI
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

El nivel de calidad de servicio del restaurante Sumaq, es medio, el promedio de esta variable es 3.6, por lo cual se puede concluir que la calidad de servicio es la adecuada para el 80% de la población de los clientes.

La calidad de servicio se caracteriza por tener una brecha de insatisfacción en las dimensiones de fiabilidad y empatía, los clientes encuentran insatisfacción la publicidad ofrecida por el restaurant y por las habilidades de atención de los clientes.

El nivel de capacitación de personal en el restaurante Sumaq, presenta un nivel bajo, se evidencia que el restaurant no realiza actividades de capacitación con sus colaboradores.

La capacitación laboral se ve afectada por las siguientes características, la dimensión competencias, el 100% de los colaboradores indica estar totalmente en desacuerdo (TD) en que las capacitaciones que efectúa la empresa brindan suficientes conocimientos para otorgar un servicio de calidad, y la dimensión desempeño laboral, el 100% de los colaboradores indica estar totalmente en desacuerdo (TD) en que las capacitaciones que efectúa la empresa permiten mejorar el desempeño laboral.

6.2. Recomendaciones

Mejorar el nivel de calidad de servicio del restaurante Sumaq, a través del cumplimiento de la fiabilidad de la publicidad y fortaleciendo la empatía y trato al cliente por parte del personal de atención del restaurante

Para mejorar el nivel de empatía se debe capacitar al personal en temas de atención al cliente y manejo de conflictos con los clientes.

El programa de capacitación debe estar enfocado en mejorar las habilidades del personal y generar conocimiento adecuado con el fin de incrementar el desempeño laboral de los colaboradores que atienden a los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Amaya, G. (2003). *Plan de capacitación*. (1ra Ed.). México D.F: Patria cultural.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3era edición). Colombia: Pearson.
- Blake, O. (1997). Origen, detección y análisis de las Necesidades de Capacitación, Ediciones Macchi, Argentina, 2000.
- Castro, B. (2007). *La calidad del servicio tercerizado en la banda ancha de telefónica del Perú S.A.A* (tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Chiavenato, I. (2007). *Gestión del Talento Humano*. (1ra Ed.). México D.F: McGraw – Hill.
- Dessler, G. (2001). *Administración de personal*. (8va Ed.). México D.F: Pearson Education.
- Elias, V. (2011). Diagnóstico y propuesta de mejora al proceso de capacitación en una empresa de servicios petroleros. Recuperado de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1320>
- Estremadoyro, G. (2010). “Implementación de un proceso de liquidación online de averías con conformidad del cliente como medio para mejorar la satisfacción del cliente en telefónica del Perú, 2010”. Recuperado de: <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=tesispe.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mf=010238>
- Ferrando, S. M. & Granero, C. J. (2008). *Calidad total: Modelo EFQM de excelencia* (2a ed.). España. FC Editorial.
- Friego, E (2013). “Hacia un modelo latinoamericano de seguridad privada: los nuevos desafíos en la región”. Conferencia del Primer Congreso Latinoamericano de Seguridad.

Heras, I., Arana, G., Camisón, C., Casadesús, M., Martiarena, A. (2008). *Gestión de la calidad y competitividad de las empresas de la CAPV. Instituto Vasco de Competitividad*. Publicaciones de la Universidad de Deusto. Vasco. España.

Idelfonso, E. (2005). *Marketing de los servicios*. Madrid. ESIC Editorial

Garza, E., Badii, M., Abreu, J. (2008). *Mejoramiento de la calidad de servicios mediante el modelo de las discrepancias entre las expectativas de los clientes y las percepciones de la empresa*. Daena: International Journal of Good Conscience. Volumen 1. Pags. 64.

González, M. (2007). *Administración de Recursos Humanos: Diversidad-Caos*. México D.F: Patria cultural.

Guevara, F. (2010). Estrategias de atención al cliente para el mejoramiento de la calidad de servicio, en la empresa de transporte Chiclayo S.A., 2010”. Recuperado de: <http://servicios.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/216>

Guix y Plasencia (2010). Innovar en la experiencia de servicios de salud pública: La experiencia de la agencia de Salud Pública de Barcelona. Recuperado de: <http://scielo.isciii.es/pdf/gv22n3/especial1.pdf>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. (5ta Edición). México: Mc Graw Hill. Consultado en: https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Idelfonso, E. (2005). *Marketing de los servicios*. Madrid. ESIC Editorial.

Kerlinger, F. y Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento (4ª ed.)*. Mexico. McGraw-Hill.

- Kotler, P. (2000). *Dirección de Marketing*. (10ª edición). México. Pearson Educación.
- Madril, D. (2010). Estrategia de capacitación para los recursos humanos empleados en el almacén Casa Bella, de La Maná, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/272>
- Maldonado, A. (2006). Programa de capacitación dirigido a supervisores de ventas y vendedores como herramienta para los logros de la empresa de servicio, total. Tesis Maestría, Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Martínez, O. (2010). *Evaluación de la Calidad del Servicio Turístico en las Empresas de Alojamiento del Balneario Las Peñitas – Poneloya, León – Nicaragua*. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. León. Nicaragua.
- Mondy, W. y Noé, R. (2005). *Administración de recursos humanos*. (1ª. Ed.). México: PEARSON PRENTICE HALL.
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez, A. (2013). *Metodología de la investigación científica y elaboración de tesis*. (3º edición). Lima: Cepredim.
- Noreña, A.L.; Alcaraz-Moreno, N.; Rojas, J.G.; y Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3). 263-274. Disponible <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/article/view/1824/pdf>
- Noreña, A.L.; Alcaraz-Moreno, N.; Rojas, J.G.; y Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3). 263-274. Disponible <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/>

Oquendo, B. (2010). Programa de Capacitación para una empresa de servicios de soluciones para el manejo de documentos. Recuperado de: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3666.pdf

Parasuraman, A., Zeithaml, A. & Berry, L. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid. ESIC Editorial.

Pazmiño, A. y Flor, C. (2008). *Diseño de un modelo para la determinación de la satisfacción del cliente para el mejoramiento de las operaciones internas de la empresa Papeles S.A* (tesis de pregrado). Universidad San Francisco de Quito. Ecuador.

Peña, A. (2015). *Evaluación de la calidad del servicio que ofrece la empresa comercial RC a sus clientes – sucursal Chiclayo* (tesis de pregrado). Universidad Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.

Perez, C. (2014). La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante Campestre S.A.C - Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 y 2012. Recuperado de: <http://docplayer.es/5393825-Universidad-catolica-santo-toribio-de-mogrovejo-facultad-de-ciencias-empresariales.html>

Pretel, E. y Marcelo, E. (2014). Taller de Capacitación en Inteligencia Emocional en el Área de Atención al cliente para mejorar la Calidad de Servicio brindada a los Socios de La Cooperativa De Ahorro Y Crédito Nuestra Señora Del Rosario en la Provincia de Cajabamba – Departamento de Cajamarca. Recuperado de: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/704/1/PRETELL_ERISON_INTELI_GENCIA_EMOCIONAL_CALIDAD.pdf

- Reza, J. (2006). *Nuevo Diagnóstico de Necesidades de Capacitación y Aprendizaje en las Organizaciones*. (1ra Ed.). México D.F: Panorama Editorial
- Robbins, S. (1998). *Fundamentos de comportamiento organizacional*. (5ta Ed.). México D.F: Prentice Hall Latinoamérica.
- Robbins, S. (2005). *Administración*. (8ª Ed.) México: PEARSON.
- Rodríguez, J. (2007). *Administración moderna de personal*. (7ª. Ed.). México y América Central: Tomson Learning.
- Roldan, L., Balbuena, J., Muñoz, Y. (2010). Calidad de servicio percibida por el consumidor y su lealtad de compra en supermercados de Lima. Recuperado de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1676>
- Ruiz, C. (2001). *Gestión de la calidad del servicio*. México. Limusa.
- San Miguel, E. (2011). *Gestión de la calidad y marketing en los centros residenciales para personas mayores. (Tesis doctoral)*. Universidad del país de Vasco. San Sebastián. España.
- 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* (tesis de pregrado). Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Perú.
- Silíceo, A. (2006). *Capacitación y desarrollo del personal*. (4ª. Ed.). México: Limusa Noriega.
- Suarez, L. (2015). Nivel de calidad de servicio en el Centro de Idiomas de la Universidad del Callao durante el periodo 2011 -2012. Recuperado de:

<http://oagra.unac.edu.pe/OfArchivo%5CR-2011%5C539-11-R%20INSTAURACION%20PAD-FIME-OGA.pdf>

Tamayo, M. (2003). *El proceso de la Investigación Científica* (4ta edición). México. Limusa Noriega Editores.

Uceda, I. (2013). *Influencia entre el Nivel de Satisfacción Laboral y el Nivel de Satisfacción del Cliente Externo en las Pollerías del Distrito de la Victoria en la Ciudad de Chiclayo*. Recuperado de: <http://docplayer.es/9659480-Universidad-catolica-santo-toribio-de-mogrovejo-facultad-de-ciencias-empresariales-escuela-profesional-de-administracion-de-empresas.html>

Uribe, V. (2010). *Estrategia de capacitación y desarrollo de competencias cognitivas del personal administrativo de la USMP*. Recuperado de: http://cybertesis.usmp.edu.pe/usmp/2010/uribe_hv/html/index-frames.html

Vargas, M y Aldana, L. (2007). *Calidad y Servicio. Conceptos y herramientas*. (1° Edición). Colombia. ECOE Ediciones.

Villavicencio, R. (2014). *Calidad de servicio en el área de carga y encomiendas y la satisfacción de los clientes de la empresa transportes Línea S.A. Trujillo* (tesis de pregrado). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.

Wayne, R. (2005). *Administración de Recursos Humanos*. (9na Ed.). México D.F: Pearson Education.

ANEXOS

ANEXO N° 01
Matriz de Consistencia

Propuesta de capacitación de personal para mejorar la calidad de servicio en el restaurant Sumaq-chiclayo,2016				
Problema	Objetivos	Hipótesis	VARIABLES	Dimensiones
<p>De que manera la capacitación de personal mejora la calidad de servicio en el restaurant Sumaq?</p>	GENERAL	<p>proponer un programa de capacitación para mejorar la calidad de servicio de restaurant Sumaq</p>	<p>CAPACITACION DE PERSONAL</p>	<p>proceso educativo de corto plazo</p> <p>competencias</p> <p>desempeño laboral</p>
	ESPECIFICOS	<p>Identificar el nivel de calidad de servicio del restaurant Sumaq</p> <p>Identificar el nivel de capacitación de personal en el restaurant Sumaq.</p> <p>Elaborar la propuesta de capacitación de personal para mejorar la calidad de servicio en el restaurant Sumaq</p>		<p>H0: la propuesta de capacitación de personal no logra mejorar la calidad de servicio del restaurant Sumaq</p> <p>CALIDAD DE SERVICIO</p>

ANEXO 02
CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS COLABORADORES

Estimado colaborador:

Lea detenidamente las siguientes interrogantes y responda de acuerdo a su criterio. Marque con una (X) equis la respuesta que crea conveniente.

TA: Totalmente de acuerdo

A: De acuerdo

I: Indiferente

D: En desacuerdo

TD: Totalmente en desacuerdo

ITEM	TA	A	I	D	TD
El número de capacitaciones al año que efectúa la empresa me permite brindar un servicio de calidad					
Las capacitaciones que efectúa la empresa tienen una duración adecuada.					
Las capacitaciones que efectúa la empresa me brindan suficientes conocimientos para brindar un servicio de calidad					
Las capacitaciones que efectúa la empresa incrementan mis habilidades y destrezas para brindar un mejor servicio					
Las capacitaciones que efectúa la empresa, permiten incrementar mis actitudes hacia los clientes					
Las capacitaciones que efectúa la empresa, permiten mejorar mi desempeño laboral					
Las capacitaciones que efectúa la empresa, permiten alcanzar las metas propuestas					
Las capacitaciones que efectúa la empresa, permiten generar un valor agregado en la empresa.					
La empresa se preocupa por facilitarme las herramientas y medios para brindar un servicio de calidad					

ANEXO 03
CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS CLIENTES

Estimado cliente:

Lea detenidamente las siguientes interrogantes y responda de acuerdo a su criterio. Marque con una (X) equis la respuesta que crea conveniente.

TA: Totalmente de acuerdo

A: De acuerdo

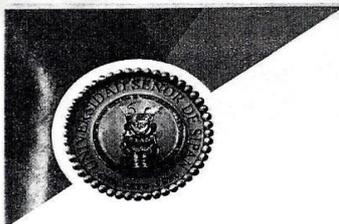
I: Indiferente

D: En desacuerdo

TD: Totalmente en desacuerdo

ITEM	TA	A	I	D	TD
La empresa cuenta con instalaciones limpias					
El mobiliario (mesas y sillas) de la empresa son cómodos					
La apariencia del personal de atención es adecuada					
El personal de atención se encuentra correctamente uniformado					
La empresa cumple con la publicidad que ofrece					
La empresa ofrece los productos de acuerdo a su carta de presentación					
El personal de atención brinda información segura y confiable					
Usted se siente seguro al momento de realizar transacciones comerciales con la empresa					
El personal de atención cuenta con conocimientos suficientes para brindar un servicio de calidad					
El personal de atención cuenta con habilidades suficientes para brindar un servicio de calidad					
El personal de atención muestra una actitud cortés al momento del servicio					

ANEXOS N° 04
CARTA DE APROBACIÓN DE EJECUCIÓN DE INVESTIGACION



"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

Ciudad Universitaria, noviembre 2016.

Sr(a):
ANGELA CASTRO HEREDIA
ADMINISTRADORA
SUMAQ RESTAURANTE & LOUNGE
Presente.

Asunto: Solicito autorización para aplicación Tesis.

De mi especial consideración:

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo a nombre de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Empresariales - de la Universidad Señor de Sipán, asimismo teniendo presente su alto espíritu de colaboración, le solicito gentilmente autorice el ingreso a sus instalaciones a los alumnos del X ciclo, para que apliquen Instrumento para el desarrollo de su tesis, denominado: "Propuesta de capacitación de personal para mejorar la calidad del servicio en el Restaurante Sumaq, Chiclayo 2016", en horarios coordinados con su despacho.

Detalle datos de los alumnos:

- Martínez Castro Emilio José Luis - DNI: 45148639
- Milian Villanueva Eric Manuel - DNI: 46445061

Por lo que pido a Ud. brinde las facilidades del caso a fin de que nuestros alumnos no tengan inconveniente y pueda ejecutar su tesis.

Agradezco por anticipado la atención que brinde al presente y sin otro particular, aprovecho la oportunidad para renovar las muestras de mi especial consideración y estima.

Atentamente,


Mg. Mirko Merino Nuñez
Director de la EAP Administración
Universidad Señor de Sipán

SERVICIOS SUMAQ S.A.C.


Angella Castro Heredia
GERENTE

.....
KM. 5 CARRETERA A PIMENTEL
TELÉFONO: (+51) (74) 481810 / FAX: 203861
.....
CHICLAYO - PERÚ

  **UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN**

ANEXO 05
ACTA DE APROBACION DE ORIGINALIDAD DE INFORME DE INVESTIGACION



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE INFORME DE INVESTIGACIÓN

Yo, CAROLINA DE LOURDES FALLA GÓMEZ, Coordinadora de Grados y Títulos de la EAP Administración y revisor de la Investigación aprobada mediante Resolución N° 1020-FACEM-USS-2016, presentada por los egresados **MARTINEZ CASTRO EMILIO JOSE LUIS Y MILIAN VILLANUEVA ERIC MANUEL**, autores de la Investigación titulada: **PROPUESTA DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL RESTAURANT SUMAQ – CHICLAYO - 2016**.

Puedo constar que la misma tiene un índice de similitud del 6 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el programa URKUND.

Por lo que concluyo que la Investigación cumple con los lineamientos establecidos en la Resolución Rectoral N° 007-2017/USS, que aprueba las políticas para evitar plagio y uso de Turnitin en la USS, para el año 2017.

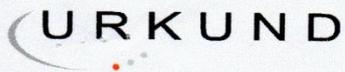
Pimentel, 29 de Noviembre de 2017

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Carolina Falla Gómez', is written over a horizontal line.

Mg. Carolina de Lourdes Falla Gómez
DNI N° 43636006

ANEXO 06

RESULTADO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: PROPUESTA DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL REST AURANTE SUMAQ, CHICLAYO, 2016.doc (D33077281)
Submitted: 11/29/2017 7:57:00 PM
Submitted By: vpozo@difusion.com.mx
Significance: 6 %

Sources included in the report:

Manayay_Quispe_Lida_Tesis_Final_29NOV17.docx (D32980133)
TESIS-MARICELA-TERMINADA-27-01-2015-CAMBIO-FINALES.docx (D13080171)
MAYTA_HUIZA_DORA_AMALIA_DOCTORADO_2017 .pdf (D29753522)
<https://core.ac.uk/display/54239866>
<http://docplayer.es/65158779-Universidad-catolica-los-angeles-chimbote-facultad-de-ciencias-contables-financieras-y-administrativas-escuela-profesional-de.html>
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1320>
<http://scielo.isciii.es/pdf/gsv22n3/especial1.pdf>
<http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/272>
<http://docplayer.es/5393825-Universidad-catolica-santo-toribio-de-mogrovejo-facultad-de-ciencias-empresariales.html>
<http://docplayer.es/9659480-Universidad-catolica-santo-toribio-de-mogrovejo-facultad-de-ciencias-empresariales-escuela-profesional-de-administracion-de-empresas.html>

Instances where selected sources appear:

22

ANEXO 07



FORMATO N° T1-CI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES)
(LICENCIA DE USO)

Pimentel, 14 de Marzo del 2017

Señores
Centro de Información
Universidad Señor de Sipán
Presente. -

Los suscritos:

MARTINEZ CASTRO EMILIO JOSE LUIS, con DNI: 45148639.

MILIAN VILLANUEVA ERIC MANUEL, con DNI: 46445061.

En nuestra calidad de autores exclusivo(s) del trabajo de grado titulado:

PROPUESTA DE CAPACITACION DE PERSONAL PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DEL RESTAURANTE SUMAQ, CHICLAYO - 2016., presentado y aprobado en el año 2017 como requisito para optar el grado de bachiller, de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la EAP de Administración por medio del presente escrito autorizamos al Centro de Información de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre nuestro trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en la página Web del Centro de Información, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
MARTINEZ CASTRO EMILIO JOSE LUIS	45148639	
MILIAN VILLANUEVA ERIC MANUEL	46445061	



ANEXO 08



DECLARACIÓN JURADA

DATOS DEL AUTOR:

Autor

Autores

Martinez Castro Emilio Jose Luis

Apellidos y nombres

45148639

2131819291

Presencial

DNI N°

Código N°

Modalidad de estudio

Milian Villanueva Eric Manuel

Apellidos y nombres

46445061

2071408616

Presencial

DNI N°

Código N°

Modalidad de estudio

Administración

Escuela académico profesional

Ciencias Empresariales

Facultad de la Universidad Señor de Sipán

Ciclo X

DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

Proyecto de investigación

Informe de investigación

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor o autores del proyecto y/o informe de investigación titulado

Propuesta de capacitación de personal para mejorar la calidad de servicio en el restaurant Sumaq, Chiclayo - 2016.

La misma que presento para optar el grado de:

Bachiller en Administración

2. Que el proyecto y/o informe de investigación citado, ha cumplido con la rigurosidad científica que la universidad exige y que por lo tanto no atentan contra derechos de autor normados por Ley.
3. Que no he cometido plagio, total o parcial, tampoco otras formas de fraude, piratería o falsificación en la elaboración del proyecto y/o informe de tesis.
4. Que el título de la investigación y los datos presentados en los resultados son auténticos y originales, no han sido publicados ni presentados anteriormente para optar algún grado académico previo al título profesional.

Me someto a la aplicación de normatividad y procedimientos vigentes por parte de la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN y ante terceros, en caso se determinara la comisión de algún delito en contra de los derechos del autor.

Martinez Castro Emilio Jose Luis

DNI N° 45148639



Milian Villanueva Eric Manuel

DNI N° 46445061



ANEXO 09

CARTILLA DE VALIDACION DE EXPERTOS



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
 CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	<i>Emma Susana Toranzo</i>
2. Titulo	<i>Dra. Administración</i>
3. Ultimo Grado Académico Obtenido	<i>Maestra</i>
4. Experiencia Profesional (años)	
5. Institución donde labora	<i>USS</i>
6. Cargo	<i>Docente Tiempo completo</i>
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	
PROPUESTA DE CAPACITACION DE PERSONAL PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL RESTAURANT SUMAQ, CHICLAYO 2016	
Nombre de los Tesistas	Martinez Castro Emilio Jose Luis Milian Villanueva Eric Manuel
Instrumento evaluado	Cuestionario
Objetivo del Instrumento	
Detalle del Instrumento	

INSTRUCCIONES

Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en **“A” si está de “acuerdo”** o con el ítem **“D” si está en “desacuerdo”**, si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.

Preguntas

Ítems preguntas.- Cuestionario dirigido al personal de atención al cliente

<p>1.- El número de capacitaciones al año que efectúa la empresa me permite brindar un servicio de calidad.</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>2.- Las capacitaciones que efectúa la empresa tiene una duración adecuada.</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>3.- Las capacitaciones que efectúa la empresa me brinda suficientes conocimientos para realizar un servicio de calidad.</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>4.- Las capacitaciones que efectúa la empresa incrementa mis habilidades y destrezas para brindar un mejor servicio..</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>5.- Las capacitaciones que efectúa la empresa permite incrementar mis actitudes hacia los clientes.</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>6.- Las capacitaciones que efectúa la empresa permite mejorar mi desempeño laboral.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p style="text-align: center;">SUGERENCIAS:</p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p style="text-align: center;">_____</p>
<p>7.- Las capacitaciones que efectúa la empresa permite alcanzar las metas propuestas.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p style="text-align: center;">SUGERENCIAS:</p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p style="text-align: center;">_____</p>
<p>8.- Las capacitaciones que efectúan la empresa permiten generar un valor agregado en la empresa.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9.- La empresa se preocupa por facilitarme las herramientas y medios para brindar un servicio de calidad.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

Items preguntas.- cuestionario dirigido a los clientes del restaurante

<p>1.- La empresa cuenta con instalaciones limpias.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>2.- El mobiliario (mesas y sillas) de la empresa son cómodos.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>3.- La apariencia del personal de atención es adecuada.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>4.- El personal de atención se encuentra correctamente uniformado.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>5.- La empresa cumple con la publicidad que ofrece.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>6.- La empresa ofrece los productos de acuerdo a su carta de presentación.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p style="text-align: center;">SUGERENCIAS:</p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p>_____</p>

<p>7.- El personal de atención brinda información segura y confiable.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>8.- Usted se siente seguro al momento de realizar transacciones comerciales con la empresa</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9.- El personal de atención cuenta con conocimientos suficientes para brindar un servicio de calidad</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10.- El personal de atención muestra una actitud cortés al momento del servicio</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>11.-El tiempo de espera para recibir atención fue el adecuado</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>12.- El personal de atención se muestra presto en atenderlo inmediatamente</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA: _____ N° TD: _____
COMENTARIOS GENERALES:	
OBSERVACIONES:	<i>Ninguna</i>

Pimentel, 06 de Noviembre 2016.



Nombre del juez: *Emma Geus Ferrer*
DNI: *4054530,*

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
 CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	MIGUEL CABEZAS JOSE
2. Título	Lic. EN SOCIOLOGÍA
3. Último Grado Académico Obtenido	MG. SC. MAESTRO
4. Experiencia Profesional (años)	07 AÑOS
5. Institución donde labora	USS
6. Cargo	DOCENTE TP
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	
PROPUESTA DE CAPACITACION DE PERSONAL PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL RESTAURANT SUMAQ, CHICLAYO 2016	
Nombre de los Tesisistas	Martinez Castro Emilio Jose Luis Milian Villanueva Eric Manuel
Instrumento evaluado	Cuestionario
Objetivo del Instrumento	
Detalle del Instrumento	
INSTRUCCIONES	
<p>Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en “A” si está de “acuerdo” o con el ítem “D” si está en “desacuerdo”, si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.</p>	

Preguntas	
Ítems preguntas.- Cuestionario dirigido al personal de atención al cliente	
1.- El número de capacitados al año que efectúa la empresa me permite brindar un servicio de calidad.	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
2.- Las capacitaciones que efectúa la empresa tiene una duración adecuada.	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
3.- Las capacitaciones que efectúa la empresa me brinda suficientes conocimientos para realizar un servicio de calidad.	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
4.- Las capacitaciones que efectúa la empresa incrementa mis habilidades y destrezas para brindar un mejor servicio.	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
5.- Las capacitaciones que efectúa la empresa permite incrementar mis actitudes hacia los clientes.	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
6.- Las capacitaciones que efectúa la empresa permite mejorar mi desempeño laboral.	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p style="text-align: center;">SUGERENCIAS:</p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>7.- La capacitación que efectúa la empresa permite alcanzar las metas propuestas.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p style="text-align: center;">SUGERENCIAS:</p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p>_____</p>
<p>8.- Las capacitaciones que efectúan la empresa permiten generar un valor agregado en la empresa.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9.- La empresa se preocupa por facilitarme las herramientas y medios para brindar un servicio de calidad.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

Items preguntas.- cuestionario dirigido a los clientes del restaurante

<p>1.- La empresa cuenta con instalaciones limpias.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>2.- El mobiliario (mesas y sillas) de la empresa son cómodos.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>3.- La apariencia del personal de atención es adecuada.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>4.- El personal de atención se encuentra correctamente uniformado.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>5.- La empresa cumple con la publicidad que ofrece.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>6.- La empresa ofrece los productos de acuerdo a su carta de presentación.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p style="text-align: center;">SUGERENCIAS:</p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p>_____</p>

<p>7.- El personal de atención brinda información segura y confiable.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>8.- Usted se siente seguro al momento de realizar transacciones comerciales con la empresa</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9.- El personal de atención cuenta con conocimientos suficientes para brindar un servicio de calidad</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10.- El personal de atención muestra una actitud cortés al momento del servicio</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>11.-El tiempo de espera para recibir atención fue el adecuado</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>12.- El personal de atención se muestra presto en atenderlo inmediatamente</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA: _____ N° TD: _____
COMENTARIOS GENERALES:	
OBSERVACIONES:	<i>Ninguna</i>

Pimentel, 06 de Noviembre 2016.



.....
Nombre del juez: *MIGUEL CABEZAS QVISPE*

DNI: *16534282*

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
 CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	Julio Laguardo Arpaza
2. Título	Lic en Administración
3. Último Grado Académico Obtenido	Maestro
4. Experiencia Profesional (años)	12 años
5. Institución donde labora	USS
6. Cargo	Docente Tiempo Completo
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	
PROPUESTA DE CAPACITACION DE PERSONAL PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL RESTAURANT SUMAQ, CHICLAYO 2016	
Nombre de los Tesistas	Martinez Castro Emilio Jose Luis Milian Villanueva Eric Manuel
Instrumento evaluado	Cuestionario
Objetivo del Instrumento	
Detalle del Instrumento	
INSTRUCCIONES	
Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en “A” si está de “acuerdo” o con el ítem “D” si está en “desacuerdo” , si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.	
Preguntas	

Ítems preguntas.- Cuestionario dirigido al personal de atención al cliente

<p>1.- El número de capacitados al año que efectúa la empresa me permite brindar un servicio de calidad.</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>2.- Las capacitaciones que efectúa la empresa tiene una duración adecuada.</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>3.- Las capacitaciones que efectúa la empresa me brinda suficientes conocimientos para realizar un servicio de calidad.</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>4.- Las capacitaciones que efectúa la empresa incrementa mis habilidades y destrezas para brindar un mejor servicio.</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>5.- Las capacitaciones que efectúa la empresa permite incrementar mis actitudes hacia los clientes.</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>6.- Las capacitaciones que efectúa la empresa permite mejorar mi desempeño laboral.</p>	<p>A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
	<p>A (X) D ()</p>

<p>7.- Las capacitaciones que efectúa la empresa permite alcanzar las metas propuestas.</p>	<p style="text-align: center;">SUGERENCIAS:</p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p>_____</p>
<p>8.- Las capacitaciones que efectúan la empresa permiten generar un valor agregado en la empresa.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9.- La empresa se preocupa por facilitarme las herramientas y medios para brindar un servicio de calidad.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

Ítems preguntas.- cuestionario dirigido a los clientes del restaurante

<p>1.- La empresa cuenta con instalaciones limpias.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>2.- El mobiliario (mesas y sillas) de la empresa son cómodos.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>3.- La apariencia del personal de atención es adecuada.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>4.- El personal de atención se encuentra correctamente uniformado.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>5.- La empresa cumple con la publicidad que ofrece..</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>6.- La empresa ofrece los productos de acuerdo a su carta de presentación.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p style="text-align: center;">SUGERENCIAS: _____ _____</p>

<p>7.- El personal de atención brinda información segura y confiable.</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>8.- Usted se siente seguro al momento de realizar transacciones comerciales con la empresa</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9.- El personal de atención cuenta con conocimientos suficientes para brindar un servicio de calidad</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10.- El personal de atención muestra una actitud cortés al momento del servicio</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>11.-El tiempo de espera para recibir atención fue el adecuado</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>12.- El personal de atención se muestra presto en atenderlo inmediatamente</p>	<p style="text-align: center;">A (X) D ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA: _____ N° TD: _____
COMENTARIOS GENERALES:	
OBSERVACIONES:	<i>Ninguna</i>

Pimentel, 06 de Noviembre 2016.



 Nombre del juez:
 DNI:

Anexo N° 10

Evidencia n°1



Figura 22. En la figura se muestra al investigador en la recepción del restaurante Sumaq

Fuente: Elaboración propia

Evidencia n° 2



Figura 23. En la figura se muestra a uno de los investigadores en la recepción del restaurante Sumaq

Fuente: Elaboración propia