



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA**

Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una
microempresa, Lambayeque

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Administración de Negocios - MBA

AUTORA:

Puicon Suarez, Gisella Giovanna (orcid.org/0000-0003-3573-6416)

ASESORES:

Dr. Huiman Tarrillo, Hugo Enrique (orcid.org/0000-0002-8152-7570)

Dr. Castro Balcázar, Rolando Mario (orcid.org/0000-0002-8622-2135)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHICLAYO – PERÚ

2023

DEDICATORIA

A todos aquellos que son parte integral de mi trayectoria académica y personal.

A mis padres por su amor incondicional, por ser mi fuerza, motivación y creer en mí en cada proyecto que emprendo, por su sacrificio y apoyo constante que han sido clave para mi vida.

Gracias a mis maestros y mentores por su compromiso y pasión para enseñar y guiar mi camino.

A mis compañeros de estudio, por las horas constantes de reuniones, las conversaciones emocionantes y aprendizaje juntos.

Agradezco de todo corazón a mi querida alma mater y todos los que forman parte de ella. No podría haber llegado tan lejos sin su apoyo.

Gisella

AGRADECIMIENTO

A Dios, por brindarme vida, por la perseverancia, por ser mi guía en cada paso que doy y por ser mi fortaleza.

A mi alma mater y asesores, por permitirme ser parte de ella, por brindarme los conocimientos y orientación necesaria, para cumplir mis metas profesionales, con la instrucción de docentes de calidad.

A mis Padres, por ser ese constante apoyo diario en no desfallecer, por ser los artífices de mis logros.

A mi hermana, que a tan corta edad ha logrado mucho, por no defraudarnos y ser ese ejemplo que con persistencia se pueden lograr los sueños.

A mi pareja, por ser mi equilibrio y equipo en todo momento.

Gisella

DECLARATORIA DE AUTENCIDAD DEL ASESOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, HUIMAN TARRILLO HUGO ENRIQUE, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa , Lambayeque", cuyo autor es PUICON SUAREZ GISELLA GIOVANNA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHICLAYO, 29 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
HUIMAN TARRILLO HUGO ENRIQUE DNI: 16418702 ORCID: 0000-0002-8152-7570	Firmado electrónicamente por: HTARRILLOH el 02- 08-2023 10:31:56

Código documento Trilce: TRI - 0626434



ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENCIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LA AUTORA.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Variables y operacionalización.....	14
3.3 Población y muestra.....	16
3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos;	17
3.5 Procedimientos:	18
3.6 Método de análisis de datos:.....	19
3.7 Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS	20
V. DISCUSIÓN.....	26
VI. CONCLUSIONES	32
VII. RECOMENDACIONES.....	33
VIII.PROPUUESTA.....	34
REFERENCIAS.....	38
Anexo 01	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Herramientas de medición SERVQUAL.....	13
Tabla 2	Resultado de validación de la propuesta por expertos.....	18
Tabla 3	Resultados de la Validación de la propuesta.	25
Tabla 4	Matriz de consistencia - Propositiva.....	43
Tabla 5	Matriz de operacionalización de variables.	44
Tabla 6	Esquema de Capacitación - Empatía.....	86
Tabla 7	Esquema de Capacitación – Elementos tangibles	91
Tabla 8	Importancia entre grupos y equipos de trabajo.	93
Tabla 9	Esquema de Capacitación – Capacidad de respuesta.....	95
Tabla 10	Presupuesto general de la propuesta	96
Tabla 11	Matriz General de la Propuesta.....	97
Tabla 12	Cronograma de Capacitaciones.....	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Capacitación.....	9
Figura 2 Dimensiones de la capacitación	10
Figura 3 Calidad de atención.....	11
Figura 4 Diseño de investigación.....	14
Figura 5 Resultado del Cuadro general de la V.D - Calidad de atención.	20
Figura 6 Resultado de las dimensiones de Calidad de Atención.....	22
Figura 7 Resultado de la Dimensión de Capacidad de Respuesta.....	23
Figura 8 Resultado de la Dimensión de Elementos Tangibles	24
Figura 9 Resultado de la confiabilidad del método de Cronbach.....	25
Figura 10 Diseño de la estructura a trabajar en cada capacitación.....	36
Figura 11 Gráfica de la Propuesta	37
Figura 12 Confiabilidad.....	70
Figura 13 Lo que el cliente real requiere	81
Figura 14 Lo que el cliente real requiere	88

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo, proponer un Plan de Capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa, Lambayeque 2023, el mismo que busca dar un valor agregado a los microempresarios que desean salir adelante, y aquellos que se proponen satisfacer las necesidades de los clientes. La metodología aplicada fue descriptiva, con un diseño no experimental y con un enfoque cuantitativo - propositivo. Asimismo, los resultados se obtuvieron de la aplicación de un cuestionario aplicado a una población de 37 clientes frecuentes, utilizando la escala de Liker para el plan de capacitación y calidad de atención, siendo validado por 3 expertos, respecto a la variable de calidad de atención brindando una confiabilidad de 0.86 respectivamente. Obteniendo fallas en capacidad de respuesta 66% y Elementos Tangibles 63%. Logrando concluir que la propuesta de plan de capacitación brindará buenos resultados, los colaboradores se sentirían más seguros, trabajarán en equipo, con una comunicación efectiva, con la capacidad para brindar respuestas ante diferentes tipos de cliente y aplicando el uso de tecnología para los ingresos de la microempresa, logrando marcar la diferencia entre la competencia.

Palabras clave: Plan de Capacitación, calidad de atención, cliente, usuario.

ABSTRACT

The objective of this research work was to propose a Training Plan for the quality of attention to the clients of a microenterprise, Lambayeque 2023, the same one that seeks to give added value to microentrepreneurs who want to get ahead, and those who intend to meet the needs of customers. The applied methodology was descriptive, with a non-experimental design and with a quantitative-propositive approach. Likewise, the results were obtained from the application of a questionnaire applied to a population of 37 frequent customers, using the Liker scale for the training plan and quality of care, being validated by 3 experts, regarding the quality of care variable, providing a reliability of 0.86 respectively. Obtaining failures in response capacity 66% and Tangible Elements 63%. Managing to conclude that the training plan proposal will provide good results, the collaborators would feel more secure, they will work as a team, with effective communication, with the ability to provide answers to different types of clients and applying the use of technology for the income of microenterprise, making the difference between the competition.

Keywords: Training Plan, attention quality, customer, user.

I. INTRODUCCIÓN

El haber enfrentado la pandemia mundial de la enfermedad por coronavirus (COVID-19), muchas personas y empresas se han reinventado provocando que el mercado se vuelva más competitivo y tecnológico, por ello los consumidores requieren de un mejor estándar de calidad de atención debido a que no existe protocolos de servicio, ocasionando quejas e incomodidad por parte de los clientes, para ello es necesario comprender los niveles de servicio que requieren los clientes y las capacidades de la empresa para satisfacer los diferentes perfiles de clientes. A nivel internacional, “Diálogo Interamericano y la red Laureate International Universities”, señala que tan solo un 10% de la PEA ha tomado algún tipo de herramienta de capacitación al año, obteniendo como resultado que; en América Latina las personas que averiguan sobre los puestos laborales o procesos de estos mismos son pocas y los empresarios de América Latina manifiestan que, es más complicado ofrecer alguna vacante laboral (Fiszbein, 2016).

En EE.UU, “El servicio de atención al cliente se halla en pésimas condiciones”; fue el resultado de la encuesta ejecutada por la Universidad Estatal de Arizona. Todo ello se obtuvo de las diferentes encuestas aplicadas en el transcurso de los años en los hogares que experimentan problemas de consumo; en el año 1976 el resultado fue de un 32%, el año 2017 obtuvo un 56% y la última encuesta aplicada en el año 2020 resultó 66% es decir 10 puntos porcentuales más que la penúltima encuesta (Beth, 2020)

En Latinoamérica, la falta de talento en el mercado laboral sigue siendo signo de preocupación para las investigaciones realizadas dando como resultado; que dos de cada cinco empleadores en América, un 42% tienen problemas para cubrir un puesto de trabajo. Las respuestas que se obtuvo de la encuesta aplicada a los empleadores de Latinoamérica señalando una fuerte preocupación sobre la escasez de talento en Perú (68%), Brasil (61%) y México (54%). (Manpower, 2015). En la actualidad se requiere perfeccionar la calidad de atención para del cliente, para ello se debe contar con un personal correctamente capacitado y que con su atención logre beneficios rentables a la empresa, reconocimiento de esta y que ante diferentes dificultades que se puedan presentar sean internas o externas se logre salir adelante (Manpower, 2015).

En México, el representante de una agencia de marketing reveló que; el 82% de los clientes se desaprovechan por desgana y desatención por parte del personal que los atiende, ello se debe a que el equipo de trabajo no está capacitado y desconoce las necesidades del cliente, no respeta el tiempo de espera por parte del cliente y no simplifica los procesos (Hatch, 2019).

Colombia, los clientes se vuelven cada vez más severos en la calidad de atención, servicio o producto y deciden no regresar a comprar por acudir a la competencia; por ello surgió en el año 2007 la empresa Zendesk, la misma que puede cumplir con los esquemas de calidad deseados por los clientes; marcando la diferencia y resaltando la calidad de servicio ofreciendo una excelente atención, presentando tres columnas de trabajo: la noción, la optimización y la innovación. (Dinero, 2019). Es importante que nos brinden información de los pilares que se deben tomar como ejemplo a favor de las empresas para fortalecer y cubrir todos los puestos laborales, sobretodo realizar el buen uso de la tecnología, la misma que nos brinda los datos necesarios para analizar a cada cliente y elaborar estrategias según sus hábitos de compra (Dinero, 2019).

A nivel nacional en el Perú, las microempresas han reanudado sus rutinas comerciales las mismas que consisten en formar una calidad de atención con la nueva vivencia después de la pandemia COVID-19, es importante concentrarse en el rendimiento laboral que determina el desarrollo de la empresa utilizando técnicas y herramientas para capacitar al personal de manera estratégica. Solo así se ejecutarán los diferentes proyectos y procesos, observando y analizando los resultados logrando mejoras o cambios que se requieran y que sean beneficiosos (ESAN, 2019).

El brindar un servicio de calidad al cliente requiere que los colaboradores estén comprometidos y debidamente capacitados en los procesos internos y externos.

A nivel Regional, existen muchas empresas posicionadas y que brindan productos similares generando una competencia agresiva por su mismo posicionamiento.

En Piura, del trabajo de investigación; “Gestión de la calidad y mejora en la satisfacción del usuario de una Municipalidad”, durante la investigación reveló que el 40.5% reportan que la calidad de servicio es insuficiente y la atención suficiente e incide en los usuarios proponiendo efectuar diferentes estrategias de

reorganización de los colaboradores, por medio de capacitaciones periódicas y la implementación de la gestión de calidad (Meca, 2018).

A nivel local, en el Distrito de Lambayeque y a consecuencia de la pandemia la COVID-19, se incrementó el comercio de productos el consumo masivo ocasionando que emerjan negocios familiares, la reapertura de puestos laborales en la ciudad ha generado informalidad, dejando de lado la bioseguridad de los productos ofrecidos al consumidor. Por ello; nació la empresa en estudio, dedicada a la venta de diversos productos útiles para el hogar y accesorios; sin embargo, presenta la siguiente problemática; no cuenta con personal fijo y calificado que brinde buena calidad de servicio a los clientes, generando falta de organización comunicación e interacción entre el colaborador y el empleador, retrasando la actualización de estantes para exhibición de productos nuevos, sumado a ello la deficiencia en el trato hacia los clientes. En base esto se formuló la siguiente pregunta ¿Puede un plan de capacitación mejorar la calidad de atención a los clientes de una microempresa en Lambayeque 2023? Asimismo, se formularon preguntas adicionales: ¿Cuáles serán las necesidades de capacitación de los colaboradores?, ¿Qué necesita la propuesta para ser confiable y aplicable a la microempresa?

La investigación realizada permitió brindar propuestas de mejoras y soluciones a la problemática actual respecto a la capacitación del personal, el uso de herramientas para la calidad de atención a los clientes, potenciar las habilidades, actitudes y manejo de emociones en virtud de mejorar la calidad de atención.

La presente indagación se justificó con un aporte científico, al sector empresarial dirigido a los emprendedores, en fomentar la importancia de preparar al personal con la finalidad de optimizar la calidad de atención y satisfacer al cliente en sus necesidades, constituyéndose como un aporte a la línea de investigación.

Objetivo General fue proponer un plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa en Lambayeque, 2023. Objetivos específicos; 1) Diagnosticar la calidad de atención en la microempresa, 2) Diseñar un plan de capacitación para la calidad de atención de los colaboradores de una microempresa en Lambayeque. 3) Validar la propuesta de plan de capacitación.

Llegando a la hipótesis de la propuesta de un plan de capacitación para mejorar la calidad de atención a los clientes de una microempresa en Lambayeque.

II. MARCO TEORICO

Se ha consultado en diferentes medios webs, como son; Base de Datos EBSCO, Scopus, SCIELO y ALICIA, el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC); así como, repositorios de diferentes universidades, dentro del periodo del año 2015 al 2022, lo que permitió obtener la información referente al tema de investigación.

A nivel internacional en Guatemala, (Francisco, 2018) en su trabajo de investigación habla de un estudio ejecutado a los trabajadores de operaciones de una Tenería, sus variables de investigación son la formación y el desempeño laboral, las cuales se priorizan como objetivos, determinar la relación entre la formación y el desempeño laboral determinando así la importancia de la capacitación, el tipo de estudio ejecutado fue cuantitativo – descriptivo, con la participación de 36 colaboradores, concluyó en que existe una relación objetiva importante entre las variables relevantes y surgió que la institución debe brindar capacitación para promover el desarrollo empresarial.

En los Ángeles (Alvarez, 2017), Realizar un estudio para apreciar el impacto de la capacitación en la productividad laboral en compañías chilenas, donde es necesario identificar las variables que comprueban la probabilidad de que una empresa capacite a sus integrantes, así como el analizar la diferencia entre la capacitación de las grandes empresas y las pymes. Todo ello concluyendo que hay una diferencia entre la respuesta de productividad profesional frente a las empresas que capacita a su personal, ante aquellas empresas que no lo hicieron, sin embargo, tal diferencia no fue significativa.

Las empresas requieren de un personal con un excelente desempeño laboral, obteniendo mejorar la atención y crear una buena imagen respecto a la atención del cliente, originando un mayor ingreso a las arcas de la empresa. Se diferenciaría de las otras empresas que son parte del mercado, por ello, el brindar el apoyo con la educación de capacitación a los colaboradores genera acciones positivas (Álvarez et. al, 2017).

Como (Sánchez, 2019), se pronuncia frente la capacidad de respuesta de los clientes, antes y después de haber capacitado al personal, el ejecutar un programa de capacitación de atención al cliente y como objetivo específico fue conocer la

apreciación que tienen de los clientes que realizan visitas presenciales. El Método realizado fue un diseño cuasi-experimental, utilizando como herramienta de investigación una encuesta y un cuestionario. La muestra se tomó a 40 trabajadores. El trabajo de investigación concluyó en que, para obtener rendimiento y ganancias, se debe capacitar antes al personal. La atención prestada a los clientes antes del plan fue de 40% y luego de aplicar el programa se mejoró en un 60% es decir se mejoró un 20% más de eficiencia en los colaboradores. Estos resultados del trabajo de investigación servirán como guía para la elaboración de un proyecto de capacitación integrado y regulado con el propósito de brindar un buen servicio, ya que este autor trabajó varios instrumentos de teorías enfocadas en la eficiencia de servicio al cliente y la necesidad de capacitar a los colaboradores, obteniendo un buen resultado.

(Herrera, 2015), en su trabajo de investigación, tuvo como objetivo brindar el servicio de perfección a sus consumidores disminuyendo el tiempo de espera para adquirir su producto. El estudio realizado consideró un tamaño de la muestra de 169 encuestados, después de realizar el análisis respectivo de datos mediante una evaluación a 5 años, concluyendo que el negocio es viable debido a que genera un VAN positivo y un TIR superior a la tasa de descuento, potenciando sus características posicionándose en el mercado actual, con un servicio nuevo, único y diferenciador desde la comodidad del lugar donde se encontrase.

Revista Científica RES NON VERBA (Zea et, 2023), afirma que la satisfacción del cliente ha sido identificada como una extensión estratégica para lograr buenos resultados empresariales y que las organizaciones son capaces de satisfacer las necesidades y apetito de sus compradores. Este estudio considera varios patrones de satisfacción del cliente globalmente significativos e intenta distinguir las variables que lo configuran y su evolución en el tiempo. Se concluyó que es importante implementar un modelo de satisfacción del cliente desde una perspectiva macro, para comprender el desarrollo de indicadores como la satisfacción del cliente y usarlo para hacer comparaciones de países e industrias, formular estándares y crear una base para la decisión corporativa – haciendo y mejorar la satisfacción del cliente. Los servicios entre agencias gubernamentales adoptan políticas que aumentan la satisfacción.

(Johnson et, 2001), en el artículo científico denominado de la evolución y el futuro, consideraron como objetivo facilitar el proceso de aprendizaje, adaptación y mejora. Usando como herramienta metodológica, la aplicación de encuestas del Barómetro de Satisfacción del Cliente de Noruega (NCSB), aplicando un enfoque de satisfacción basado en la psicología económica y aceptación durante la última década, denominado satisfacción acumulativa. Asimismo, la finalidad de la investigación fue aportar el proceso de aprendizaje, acomodación y mejora de los varios modelos de medición de la satisfacción.

(Vázquez et, 2001), en el artículo científico de Calidad de Servicio, hace hincapié en realizar la medida de la calidad del servicio en el comercio minorista. “Su finalidad fue investigar el predominio de las dimensiones, el aspecto físico, la interacción de los colaboradores y confiabilidad con la calidad de servicio, mediante la ejecución del modelo CALSUPER”. Dónde se concluye con realizar un análisis de importancia-desempeño.

A nivel Nacional, (Rabines, 2022), realizó un estudio, con el objetivo fue ofrecer a los empleados programas de capacitación para mejorar la calidad del servicio al cliente. El estudio utilizó un diseño no experimental. La muestra estuvo conformada por 45 socios comerciales y el instrumento utilizado fue un cuestionario. Concluye que la infraestructura de la empresa es insegura por la ineficiencia en el funcionamiento de los equipos técnicos y de atención.

En Lima (Unima, 2017), mostró un trabajo de investigación a una empresa privada, dedicada a actividades de apoyo a la producción de Petróleo y Gas, para validar la relación entre los programas de capacitación y el desempeño laboral, específicamente se quería determinar la relaciones de las necesidades del colaborador, la ejecución de capacidades y evaluación de la capacitación, frente al desempeño laboral de la empresa, tomando como muestra a 36 colaboradores, implementando el plan de capacitación en un lapso de 6 meses a 1 año, aplicando como herramienta de investigación el cuestionario, concluyendo con la implementación de un programa de capacitación adecuado es esencial para el desempeño laboral.

(Sánchez et, 2017), Quería determinar la influencia de la capacitación y su desarrollo en el personal que brinda el servicio de atención a clientes, cuya finalidad era identificar cómo influye la capacitación en los colaboradores con un contacto

directo de atención a los clientes, utilizando un método de enfoque cualitativo de tipo descriptivo, con la aplicación de 02 herramientas de capacitación, como la escala de medición y desempeño a los supervisores y empleados. Concluyendo el ejecutar capacitaciones y el desarrollo influye en el personal que brinda atención al público que acude a la tienda.

A nivel local, (Peltroche, 2018), propone un esquema de formación para el desempeño laboral en las organizaciones inmobiliarias y de la construcción. Tiene como finalidad desarrollar diversas actividades para incrementar en nivel de actividad de los asociados, el método de análisis es el inductivo y deductivo, utilizando como herramientas los cuestionarios. La conclusión es que brindar capacitación técnica es fundamental para lograr los mejores empleos, acrecentar la producción y mejorar los ingresos de las empresas, así como el de los empleadores.

(Saavedra, 2021) En su investigación tuvo como ideal transformar estrategias de formación, en calidad de atención el enfoque aplicado, fue mixto – no experimental – predictivo, aplicando a una muestra de 651 clientes, destacando algunas estrategias que favorecen la tangibilidad, fiabilidad, seguridad, empatía y capacidad de respuesta, según el método SERVQUAL. Concluyendo que se debe promover una mejor experiencia de compra de una manera encantadora y rentable.

Para poder determinar las posibles estrategias que nos permitan obtener una atención de calidad, primero se debe consultar bibliografías, autores o referentes para analizar y detallar las variables con las que se trabajará y de esta manera obtener resultados, logrando de esta manera descubrir o aplicar las variables para el trabajo de investigación.

(Hipólito, 2022) Realizó una investigación aplicada, no experimental, tomando una muestra de 307 clientes, utilizando como instrumento el cuestionario y validado por SPSS, demostrando que el personal tiene un nivel regular de capacitación según lo apreciado por los clientes en Chimbote.

(Gamonal et, 2021) En su investigación realizada, se ejecutó con un método descriptivo explicativo, con una muestra de 372 hogares, obteniendo el FODA y la aceptación de la población para aperturar el minimarket, para ello se elaboró un manual de perfil de trabajo con el propósito de determinar la viabilidad de la implementación de este.

(Chanta, 2021) Propone un Plan de Negocio, con la finalidad de acrecentar las ventas, con una muestra de 197961 usuarios, teniendo como desventaja la infraestructura, por ello se optó por la reubicación en una zona estratégica, que la mayor población de compra son las amas de casa, que la reubicación brindaba buen rendimiento económico determinado que si era viable el plan, acompañando de la selección de un personal idóneo para la atención.

(Rioja, 2021) En su trabajo propone un plan para capacitar a los microempresarios del mercado modelo Moshoqueque, de esta manera bajar la informalidad, para ello se tomó como muestra 148 microempresarios, usando el cuestionario y obteniendo como resultado que se debe llevar a cabo un plan de capacitación para reducir la informalidad.

El Plan de Capacitación para (Siliceo, 2006) define como; “Actividades planificadas e implementadas de acuerdo con las insuficiencias reales de la organización, dirigidas a cambiar los conocimientos, habilidades y actitudes de los empleados”, (pág. 25). Para lograr el objetivo del trabajo de investigación el empleador u organización debe inculcar una educación de capacitación para así lograr el buen desempeño y habilidades de sus colaboradores, lograr que de manera eficiente puedan buscar y dar solución a las necesidades reales del cliente.

(Chiavenato, 2009), afirma que la formación se define a menudo como preparar a los empleados para realizar tareas específicas en el trabajo. “Hoy la capacitación es una forma de desarrollar las habilidades de las personas, hacerlas más productivas, creativas e innovadoras, ayudar a alcanzar las metas organizacionales y ser cada vez más valiosas. Por lo tanto, la educación es un arranque de ganancia porque permite que las personas contribuyan positivamente a los resultados comerciales”. Pág. (371). De esta forma, los empleadores crean capital humano más responsable (Chiavenato, 2009)

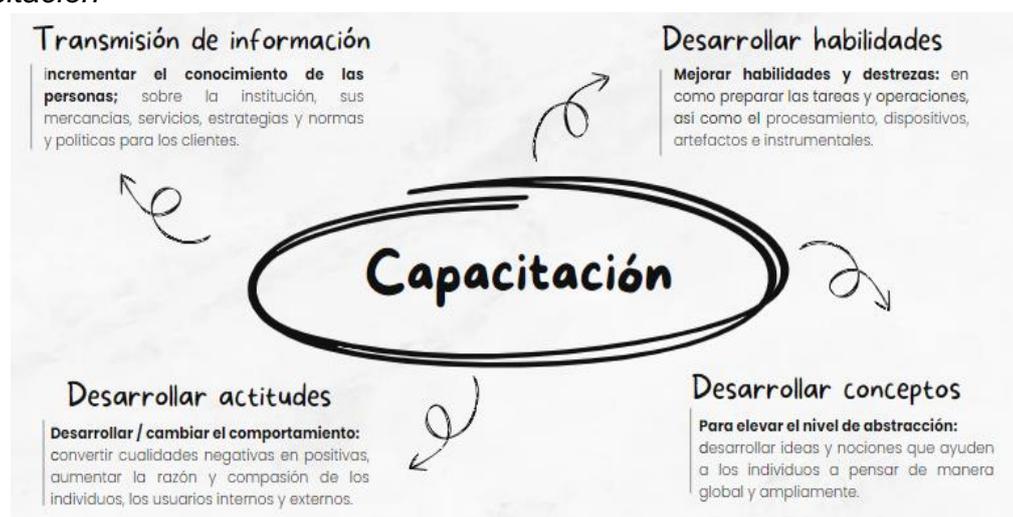
Taylor, citado por (Chiavenato., 2006) desarrolla, “la gestión científica, la organización científica del lugar de trabajo y la organización racional del trabajo” para complementar su primera y segunda etapa. Taylor demostró que los operadores aprenden a realizar tareas al observar a sus colegas en el mismo entorno de trabajo. Asimismo, notó como se podría emplear diferentes métodos, instrumentos y herramientas para ejecutar la misma acción laboral, ya que entre

ellos siempre un método o instrumento es más rápido que el otro, logrando que poco a poco se perfeccione a través de un análisis científico indicando los tiempos y aportaciones en conocimiento de los operarios.

Toda capacitación o proceso de capacitación debe tener un propósito y un fundamento científico que luego se va a analizar, es por ello que (Siliceo, 2006) en base a la práctica profesional concluye con 08 propósitos de la capacitación y procedimientos, los cuales son: Propósitos: 1. Crear, enseñar, fortificar la cultura y valores de la empresa; 2. Especificar, apoyar y fortalecer los cambios dentro de la organización; 3. Realzar la calidad de la ocupación laboral; 4. Solucionar problemas; 5. Línea de carrera; 6. Onboarding al personal que ingresa a laborar; 7. Actualización de las áreas de trabajos, generando habilidad; 8. Preparación para el cese laboral por límite de edad u otros. Procedimientos son: 1. Determinar las necesidades; 2. Proyección y afianzamiento de objetivos; 3. Precisar los contenidos necesarios para los cursos; 4. Puntualizar la representación y metodología de la educación; 5. Ejecutar una evaluación; 6. Feedback continuo. (Chiavenato, 2009) Al indicar que la formación es un paso a paso cíclico, propone 04 etapas las cuales son: 1. Transferencia de información; 2. Madurar habilidades; 3. Desarrollar actitudes; 4. Ampliar conceptos. Asimismo, propone 04 procesos de la capacitación en: 1. El diagnóstico; 2. El diseño; 3. La implantación; 4. La evolución.

Figura 1

Capacitación



(Rabines., 2022) Cita a Gómez (2001) e indican los colaboradores deben estar concentrados, para lograr el fin principal de la organización, es decir, el

funcionamiento de la organización, siendo para ello importante seguir un proceso de capacitación los medios para evaluar y medir los resultados del personal capacitado. Considerando 06 dimensiones; 1. Necesidad de capacitar; 2. Analizar la situación; 3. Diseñar el plan de Capacitación; 4. Validar el Plan de Capacitación; 5. Ejecutar en Plan de Capacitación; 6. Evaluar el Plan de Capacitación.

Figura 2

Dimensiones de la capacitación



Taylor, citando a (Chiavenato., 2006) determina las fases para una buena organización son: 1. Principio de Planeación; 2. Principio de Preparación; 3. Principio de Control; 4. Principio de ejecución.

Por lo tanto, se puede determinar que los empleadores requieren plantear el plan de capacitar con el fin de que los colaboradores logren realizar con eficiencia, responsabilidad y actitud un excelente desempeño laboral, logrando beneficios para ellos y para la empresa.

(Werther et, 2008), menciona que en esta era de la globalización los gerentes con la finalidad de obtener beneficios de las capacitaciones, primero deben examinar las necesidades, la problemática y trazarse objetivos, proponer procesos con a finalidad de optimizar todo lo aprendido por los colaboradores.

La Calidad de atención; (Kotler et, 2006) la definió como; el diseño de la organizacional de una empresa comprometida con la prestación de un activo o servicio que tiene como objetivo mejorar continuamente la calidad del personal

involucrado, como procesos, productos y servicios. La calidad en el servicio y del producto, la satisfacción del usuario y la ganancia económica en la empresa están interrelacionadas y si todo va bien, todo irá bien.

Figura 3

Calidad de atención.



(Duque., 2005), cita a (Parasuraman, Berry, & Zeithaml. 1985 -1988), quienes definen a la calidad de la atención percibida como la evaluación general de un cliente de su excelencia o superioridad, obtenida al comparar las expectativas de los consumidores (lo que creen que el proveedor del servicio debe entregar) y sus percepciones de los resultados de los servicios prestados. Tomando como herramienta de medición más utilizada es SERVQUAL de American Schools, el mismo que detalla 05 dimensiones como son: 1. Empatía; 2. Seguridad; 3. Capacidad de respuesta; 4. Fiabilidad; 5. Elementos tangibles.

La revista Innovación, sistemas y tecnologías (Conference Paper), utilizaron el método de SERVQUAL, para medir la satisfacción del usuario, así como las dimensiones de confianza, capacidad de respuesta, empatía y tangibilidad.

(Aguirre, 2022) utilizó el método cualitativo, por medio de entrevistas y el cuantitativo por encuestas, para conocer la satisfacción de los usuarios demostrando las deficiencias por el mismo clima laboral y no cuenta con un marketing para atracción y fidelización debido a la falta de estrategias.

(Orozco, 2022), el objetivo es plantear estrategias de calidad de servicio para la fidelización de los clientes, con un diseño no experimental, aplicando encuestas a 173 clientes, determinando que se deben desarrollar talleres y reubicación de los anaqueles del minimarket, así como la modificación de la cartera de los productos.

(Mezones, 2020), el trabajo consistía en demostrar las características de gestión de calidad y atención, para ello se tomó una muestra de 195 clientes, mediante el instrumento de la encuesta, concluyendo que el 100% de los encuestados indican que los vendedores de la MYPE son excelentes profesionales en atención.

(Feria, 2021) El objetivo es conocer las características de gestión en la calidad de atención, tomando en consideración una muestra de 44 dueños de locales, siendo de tipo descriptiva. Donde concluye que el entregar el producto de manera eficiente, satisface las necesidades de los clientes.

(Flores & Delgado, 2020), la finalidad de fue comprobar la validez y valor dentro del POA, de no existir brechas al finalizar los periodos de trabajo, con el objetivo de implantar un modelo de gestión de resultados en la calidad de atención a los usuarios, utilizando la deducción lógica y aplicando encuestas, es decir fue un estudio no experimental, obteniendo como resultados un modelo de gestión y mejora de la calidad de atención.

(Boada et, 2019) la intención es medir la efectividad y calidad como parte de la satisfacción de los usuarios, con el objetivo de percibir la calidad de atención, aplicando un estudio descriptivo, de tipo transversal, aplicando el SERVQUAL, a una muestra de 282 clientes, concluyendo que se deben generar estrategias de organización, mejorar infraestructura, insumos y equipos de salud, entre otros.

(Osarodion et, 2020), ellos tienen el objetivo de evaluar la correlación entre dimensiones variables, análisis de hipermercado de Malasia; el tamaño de la muestra es 160 consumidores, es por eso que tenemos la ventana de confianza. El impacto es alto en comparación con la satisfacción, seguido de la tangibilidad, concluyendo que existe una correlación significativa y alucinante.

(Vinces, 2020), presentó un problema de atención a los clientes, con el objetivo en comprobar la caracterización de la calidad de servicio, utilizando un diseño no experimental, aplicando la encuesta a una muestra de 68 personas identificando que no existe compromiso por parte del colaborador y falta de trabajo en equipo. Según, (Duque., 2005) la herramienta de medición más utilizada es SERVQUAL de American Schools, citando a Parasuraman, Berry, & Zeithaml (1985 -1988), el mismo que detalla 05 dimensiones como son: 1. Empatía; 2. Seguridad; 3. Capacidad de respuesta; 4. Fiabilidad; 5. Elementos tangibles.

Tabla 1
Herramientas de medición SERVQUAL

DIMENSIÓN	SIGNIFICADO
Empatía	Atención personalizada hacia el cliente.
Seguridad	Contar con el conocimiento del servicio brindado y empatía, transmitiendo carisma al cliente.
Capacidad de respuesta	Atención rápida a los clientes y contribuir con la orientación necesaria.
Fiabilidad	Destreza para la atención de servicio de manera adecuada
Elementos tangibles	Inmuebles físicos, equipamiento y medios de comunicación.

Nota. Modelo SERVQUAL (Zeithaml, Berry y Parasuraman, 1988, p.26)

Según (Grados et, 2016), nos comenta que para poder ver los resultados de manera holística es importante aplicar un Ciclo de Deming, donde podremos ver la mejora continua y la obtener excelentes resultados.

Según, (Vílchez & Rojas, 2020), propone un plan de capacitación a las microempresas por la informalidad que estás en oportunidades ocasionan.

Según, (Martinez et, 2021), su objetivo de investigar fue ver el impacto que genera las capacitaciones a las microempresas, donde se constituyen los colaboradores, la institución y el estado.

Según, (Castañeda et, 2016), Aporta el lado tecnológico como parte de la implantación e innovación, así como el diseñar un plan de capacitación.

(García et a., 2009) La calidad de servicio, busca compensar las necesidades de los clientes esto se obtiene mediante un plan que ayude a resolver los problemas.

Según (Reza et, 2006) indica que se debe conocer la real necesidad del cliente, para poder idear estrategias y procedimientos, con el fin de mejorar los indicadores y ver el reflejo en los ingresos, todo ello mediante la capacitación con estrategias.

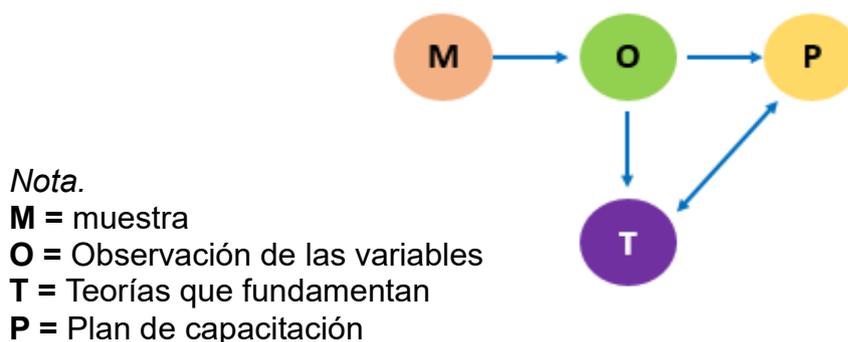
III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación: la investigación realizada se denominó básico con un enfoque cuantitativo y propositiva ya que se propondrá diseñar un Plan de Capacitación para la Calidad de Atención a los clientes de una microempresa, Lambayeque.

3.1.2 Diseño de investigación: la investigación trabajada requirió de diseño tipo no experimental (ya que no se manipulará de manera premeditada), permitiendo la adaptabilidad hacia una propuesta, dichos actos se observaron de manera natural, según fundamentado por (Hernández y Mendoza, 2018. p.175.)

Figura 4
Diseño de investigación.



3.2. Variables y operacionalización

Variable Independiente; Plan de Capacitación

- **Definición conceptual:** (Siliceo, 2006), definió como plan de capacitación a la “De acuerdo con las necesidades reales de la organización se planifican y ejecutan actividades cuyo propósito es cambiar las instrucciones, habilidades y actitudes de los colaboradores”.

- (Burguet; Campana, 2020), en su propuesta de capacitar a un área empresarial, concatena sus objetivos propuestos con los resultados esperados.
- (Chiavenato, 2016), manifiesta que una formación en base a capacitaciones se aplica de manera programada ordenada, donde los colaboradores mejorarán sus aptitudes, habilidades y conocimientos, todo de acuerdo a los objetivos.
- **Definición Operacional;** se planteó; diseñar, implementar y ejecutar un plan de capacitación dirigidos a los colaboradores, por ello se tomarán en cuenta los siguientes indicadores; Necesidad de instrucción, Conocimiento de situación, Diseño del plan de Capacitación, Validar el plan de capacitación, Ejecutar el plan de capacitación, Evaluar el plan de capacitación.
- **Indicadores;** Conocimiento; Habilidades; Destrezas; Especificar fortalezas y debilidades; Puntualizar en qué consiste el plan de capacitación; Presentación la propuesta del plan de capacitación a los colaboradores; Ejecutar el Plan de Capacitación hacia los empleados; Resultados del desarrollo de la ejecución del plan de capacitar; Ventajas y desventajas del plan de capacitación.
- **Escala de medición:** Nominal, determinando las respuestas como: Totalmente en desacuerdo; En desacuerdo; Indeciso; De acuerdo; Totalmente de acuerdo

Variable Dependiente; Calidad de servicio:

- **Definición conceptual:** (Kotler et, 2006), definió la Calidad de la atención como el diseño organizacional de una empresa que se compromete a brindar un activo o servicio que tiene como objetivo mejorar continuamente la calidad de sus participantes.

- Según, (Druker, Peter, 2015), en su libro de innovación y emprendimiento, nos da una visión de ideas innovadoras que fortalecerán el cambio y este se verá como una oportunidad para lograr los objetivos, al inicio se verá como un sacrificio, pero luego se reflejará los beneficios a la hora de los resultados.
- **Definición Operacional;** La calidad de atención busca a través de sus indicadores mejorar la calidad de atención de los colaboradores de la microemepresa, en base a los indicadores.
- **Indicadores;** Empatía; Seguridad; Capacidad de respuesta; Seguridad; Fiabilidad y Elementos tangibles.
- **Escala de medición:** Nominal, determinando las respuestas como: Totalmente en desacuerdo; En desacuerdo; Indeciso; De acuerdo; Totalmente de acuerdo

3.3. Población y muestra

3.3.1 Población:

El total de estudio estuvo conformada por 37 clientes frecuentes de la microempresa en Lambayeque, la información se obtuvo de la base de datos que fue proporcionada por la gerente, respecto a sus clientes frecuentes.

3.3.2 Muestra:

Se consideró una muestra de 37 clientes frecuentes, por una población conocida.

3.3.3 Unidad de análisis

01 Cliente frecuente de la microempresa en Lambayeque

3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos;

La Encuesta

La técnica denominada encuesta es abundantemente utilizada como táctica de indagación porque permite recopilar y resolver datos de manera vertiginosa y eficientemente. En el campo de la salud son muchos los estudios que utilizan este método, tal y como muestran 294 artículos de la base de datos Medline Express (Aten Primaria 2003; 31(8):527)

Dada la definición en la mayoría de los estudios, las encuestas se consideran una herramienta de investigación para obtener información clara y necesaria.

El Cuestionario

El cuestionario consignó varias preguntas, principalmente preguntas, que entrelazadas se transforman en un cuestionario (Méndez, 2007 P. 85 - 109). En el trabajo de investigación se realizará 1 cuestionario que se conformará de 10 preguntas, respecto a la variable de la calidad de atención.

Las alternativas que dieron respuesta al cuestionario son: Totalmente en desacuerdo = 1; En desacuerdo = 2; Indeciso = 3; De acuerdo = 4; Totalmente de acuerdo

Se hará uso de la escala de Likert, quien refiere a una serie de valores de escala utilizados para encuestar las actitudes y creencias de las personas, desarrollada por el Psicólogo Rensis Likert (Question Pro, 2017)

Confiabilidad

Es una configuración estadística que determina la seguridad del instrumento de la medición de los datos, uno de los cuales es el Alfa de Cronbach, cuyos valores confirman el tipo de confiabilidad: si son cercanos a 0 (vacío) si son cercanos a 1 (de 0,8 a 0,99) (confiabilidad significativa) si es 1 entonces es perfecto (Hernández y Mendoza, 2018). En el presente trabajo de investigación se obtuvo como resultados de las variables 0.86, demostrando que si es confiable.

Validez

Es un instrumento que mide realmente las variables que pretenden calcular (Hernández, et al., 2014). La validez del instrumento será determinada por la evaluación de expertos, quienes certificarán su contenido para la aplicación de los instrumentos.

La presenta validación fue revisada por tres expertos, siendo los resultados de la validación aceptables, señalando que las preguntas del cuestionario se ajustan a los objetivos planteados, aplicándose así el cuestionario.

Tabla 2

Resultado de validación de la propuesta por expertos

	Aplicabilidad	Contextualización	Pertinencia	% total de la propuesta validada
Exp. 01	95%	92%	92%	93%
Exp. 02	98%	95%	97%	95%
Exp. 03	98%	95%	98%	97%
Total	97%	94%	95.7%	95%

Nota. La validación fue evaluada por 03 expertos, los mismos que brindaron un juicio solo la pertinencia de la propuesta hacia el trabajo de investigación, para que se sugiera a la gerente de la microempresa y pueda efectuar su ejecución. Obteniendo como resultado final de la validación del Experto 01 un porcentaje de 93% a la propuesta, el Experto 02 brindo un porcentaje de 95% y finalmente el Experto 03 consideró un porcentaje de 97%, brinda un porcentaje total por parte de los tres expertos de 95%.

3.5. Procedimientos:

Para la investigación, en primer lugar, se platicó con la gerente de Maron Online y se formalizó mediante un documento, solicitando el permiso correspondiente para obtener la autorización y poder realizar el trabajo de investigación; una vez obtenido el visto bueno, se procedió a elaborar los

cuestionarios, con la confiabilidad presentada mediante el uso de alfa de Cronbach el mismo que será validado por expertos en las variables establecidas, los mismos que deberán contar con el grado académico de magíster. Se propondrá que el investigador participe de un medio de comunicación rápido y efectivo entre el colaborador y el empleador (WhatsApp), para el seguimiento respectivo.

En segundo lugar, después de haber aplicado los cuestionarios los resultados de procedió a utilizar la herramienta digital SPSS22 y los resultados se expresaron en gráficos.

3.6. Método de análisis de datos:

Después de ejecutar los métodos científicos, los resultados se represaron en gráficas de fácil comprensión, mediante tablas con resultados de los procesamientos de acuerdo con cada respuesta obtenida a través de la herramienta digital SPSS22, para posterior presentar las conclusiones de la población de estudio, corroborando la hipótesis establecida.

3.7. Aspectos éticos

El trabajo por investigar tuvo propuso de cumplir con el código de ética, establecido en la Res. CU N° 0262-2020/UCV, con el objetivo es promover la integridad científica de las investigaciones realizadas por los estudiantes de la Universidad César Vallejo y de obtener estándares de tenacidad científica, responsabilidad y honestidad, asegurando la exactitud del conocimiento científico y protegiendo la integridad de los participantes de las investigaciones y la propiedad intelectual. Es importante precisar que la información obtenida es únicamente con fines académicos.

Asimismo, respetando Res. VI N°062-2023-VI-UCV - Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos, se trabajará con las normas APA séptima edición.

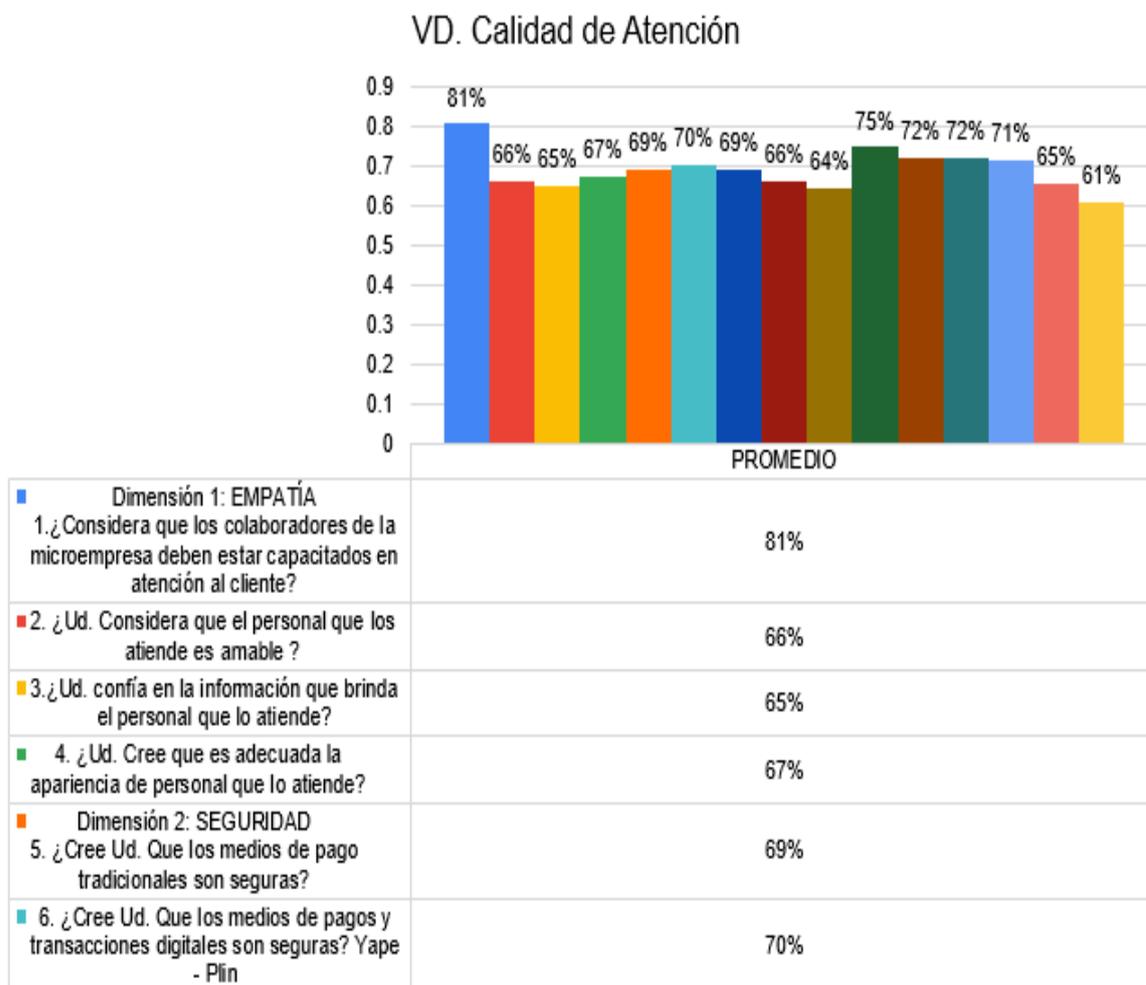
IV. RESULTADOS

Objetivo específico N°01: Diagnosticar la calidad de atención en la microempresa.

La microempresa en estudio se dedica a la venta de productos de primera necesidad, con 02 años de funcionamiento en el mercado, la misma que poco a poco ha ido identificando, registrando a los usuarios y clientes frecuentes que acuden a las instalaciones, lo que ha permitido que la microempresa vaya creciendo. El plan de capacitación, según nos comenta la gerente general, sería ideal para la buena atención al cliente y cubrir las necesidades del mismo.

Figura 5

Resultado del Cuadro general de la V.D - Calidad de atención.

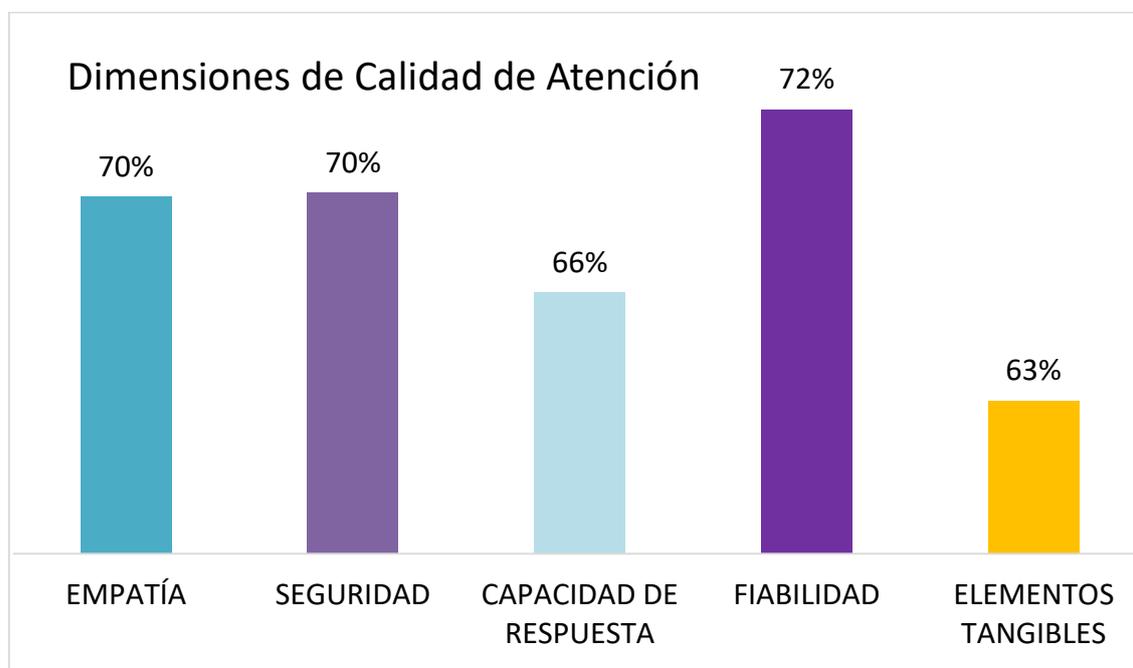


<p>■ Dimensión 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</p> <p>7. ¿Ud. Considera que el personal que lo atiende, cuenta con habilidades suficientes para atenderlo?</p>	69%
<p>■ 8. ¿Ud. considera que el personal brinda predisposición al momento de la atención y ayuda de manera inmediata?</p>	66%
<p>■ 9. ¿Ud. considera que el personal brinda cortesía al momento de interactuar con los clientes?</p>	64%
<p>■ Dimensión 4: FIABILIDAD</p> <p>10. ¿Ud. considera que la microempresa brinda los productos de acuerdo a lo ofrecido?</p>	75%
<p>■ 11. ¿Ud. cree que la empresa está a la altura de sus expectativas?</p>	72%
<p>■ 12. De acuerdo a la calidad de atención que recibe, ¿considera a la microempresa como primera opción de compra?</p>	72%
<p>■ 13. ¿Ud. considera que la microempresa cumple con lo que promete?</p>	71%
<p>■ Dimensión 5: ELEMENTOS TANGIBLES</p> <p>14. ¿Cree que la microempresa cuenta con instalaciones que brindan seguridad?</p>	65%
<p>■ 15. ¿Cree que la microempresa cuenta con un mobiliario apropiado y ordenado en las instalaciones?</p>	61%

Nota. La presente figura es un compendio de el cuestionario aplicado a los clientes, respecto a la variable dependiente, denominada calidad de atención, donde los resultados muestran que; el 81% de personas encuestadas manifiestan que están estar totalmente de acuerdo en que los colaboradores deben estar capacitados en atención al cliente, es por ello que se alinea a nuestro objetivo N°01 (diagnosticar la calidad de atención), asimismo entre el 75% al 71%, manifiestan que la microempresa es fiable con los productos que oferta; del 70% al 66% en la dimensión de seguridad en parte confían en los medios de pago sin dejar la lado la preocupación de alguna mala transacción; el 69%, 66% y 64% es el resultado de la dimensión de capacidad de respuesta, siendo puntos a considerar para mejorar; del 65% al 61% en la dimensión de elemento tangibles y un 65% en la respuesta de la dimensión de empatía relacionada a que si la información brindada es sincera. Al analizar los resultados se determinan las falencias a trabajar y mejorar.

Figura 6

Resultado de las dimensiones de Calidad de Atención.



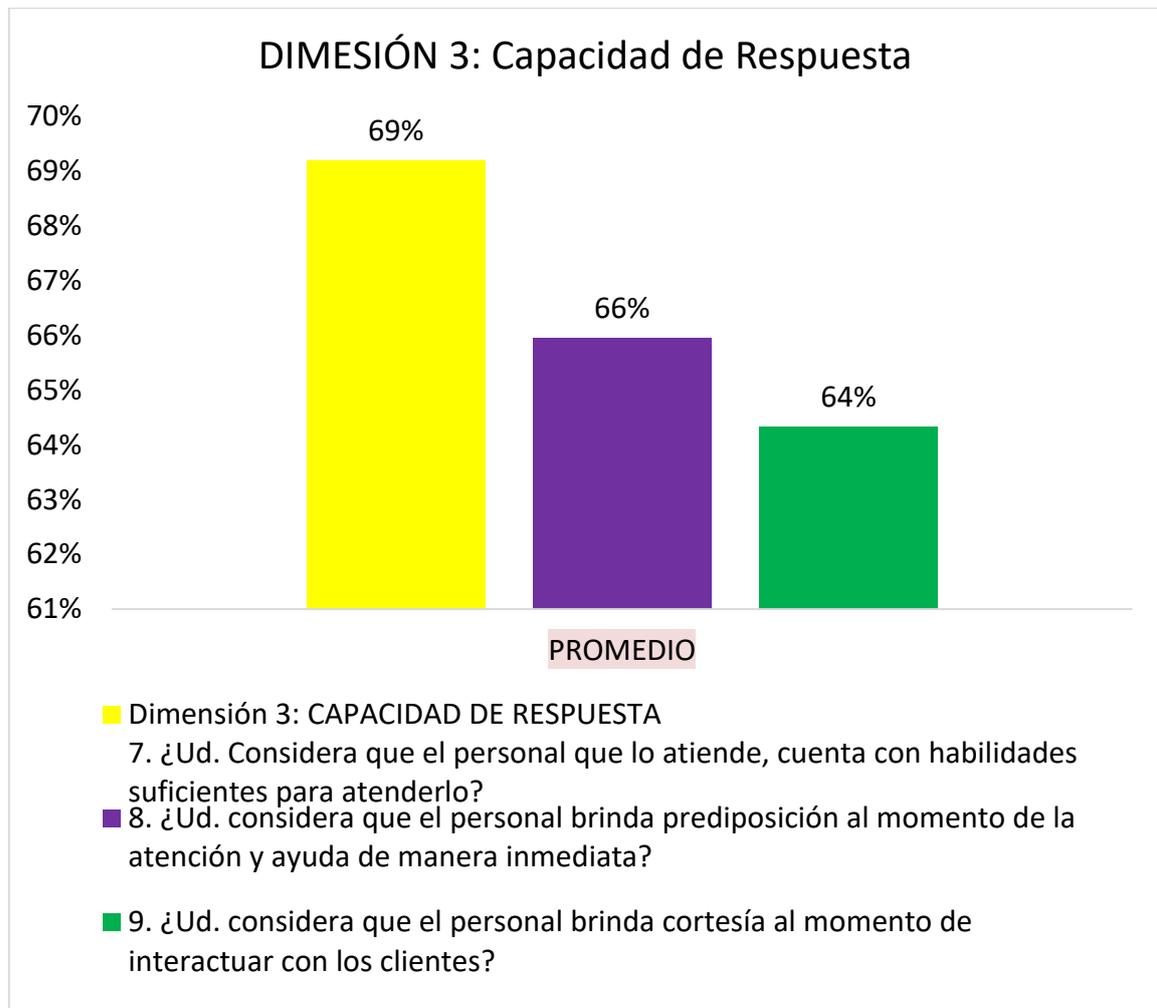
Nota. Se analizaron las 5 dimensiones a trabajar en la variable dependiente, obteniendo resultados generales, los mismos que nos permitirán mantener, mejorar y superar expectativas, según detalle: El 72% de los clientes están conforme con los productos que se ofertan y venden, el 70% indica que las transacciones y medios de pago son confiables pero no en su totalidad, asimismo el 70% responde a que el personal debe ser capacitado brindando una información clara y sincera, las falencias notorias se muestran en la dimensión de capacidad de respuesta con un 66% y un 63% en elementos tangibles.

Es por ello que se trabajarán las falencias tomando en consideración la metodología de Peter Drucker, quien nos dice que; “La Capacitación genera conocimiento, y el conocimiento es un valor añadido” (Ver anexo N° 12)

Objetivo específico N°02: Diseñar un Plan de capacitación para la calidad de atención de los colaboradores de una microempresa en Lambayeque

Figura 7

Resultado de la Dimensión de Capacidad de Respuesta.

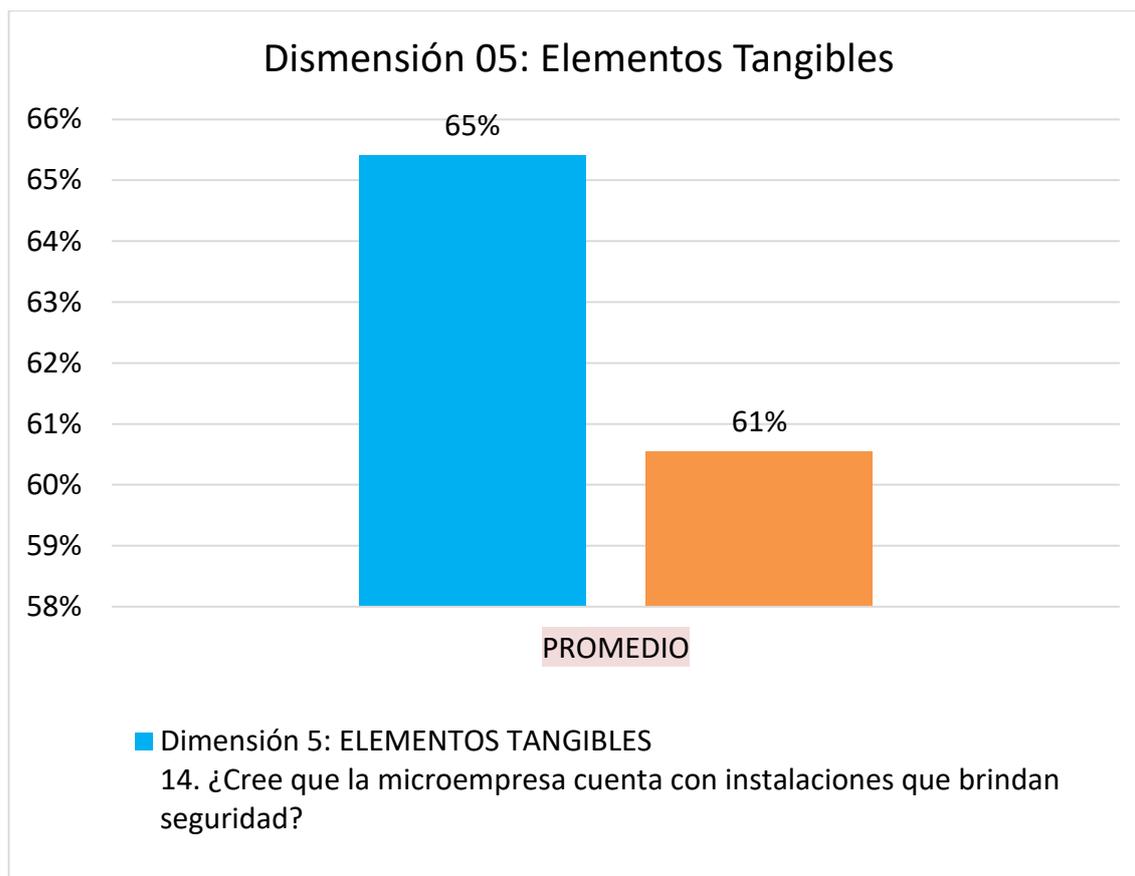


Nota. La implementación de un Plan de capacitación se basará en mejorar las falencias encontradas después de haber diagnosticado la problemática, encontrando así dificultades en la dimensión de Capacidad de respuesta, donde los clientes manifestaron que el 69% del personal cuenta con habilidades para brindar atención, frente a un 66% en que el personal tiene la predisposición de apoyar cuando sea necesario y finalmente un 64% en que aún al personal le falta brindar la cortesía necesaria cuando interactúa con el cliente o usuario.

Continuando con el análisis para la implementación de un Plan de capacitación, dentro de las acciones por mejorar, encontramos a la dimensión de Elementos tangibles.

Figura 8

Resultado de la Dimensión de Elementos Tangibles



Nota. Una dimensión más por mejorar es la de Elementos tangibles, puesto que los clientes respondieron que un 65% apuesta por la seguridad que brindan las instalaciones de la microempresa, pero un 61% manifiesta que el mobiliario debe contar con orden y limpieza.

Objetivo específico N°03: Validar la propuesta de plan de capacitación.

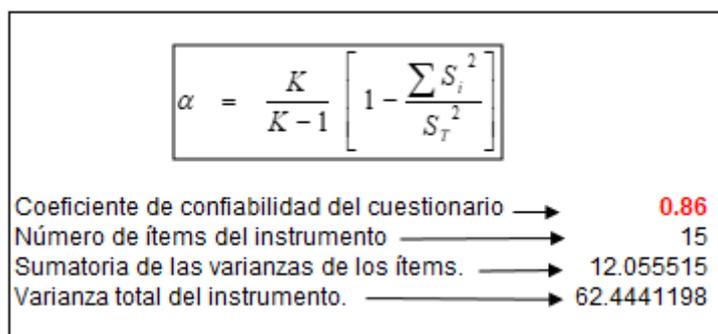
La validación se obtuvo del juicio emitido por expertos respecto a la calidad de atención y por los resultados del Alfa de Cronbach.

Tabla 3
Resultados de la Validación de la propuesta.

	Aplicabili- dad	Contextua -lización	Pertinen- cia	% total de la propuesta validada
Exp. 01	95%	92%	92%	93%
Exp. 02	98%	95%	97%	95%
Exp. 03	98%	95%	98%	97%
Total	97%	94%	95.7%	95%

Nota. Como parte del resultado general de los 03 expertos que validaron la propuesta se obtuvo una aceptación de 95%, permitiendo así, diseñar la propuesta del plan de capacitación.

Figura 9
Resultado de la confiabilidad del método de Cronbach



Nota. Aunado a lo mencionado líneas arriba se corrobora con la aplicación del método de Cronbach, obtenido como resultado un 0.86 de excelente confiabilidad, paso a seguir para el diseño del plan de capacitación.

V. DISCUSIÓN

Lo que busca el presente trabajo de investigación es brindarle al cliente una calidad de atención siendo este primordial para la microempresa, cabe mencionar que con la capacitación brindada a los colaboradores aunado las destrezas, habilidades de estos mismos, logren transmitir a los clientes la confianza necesaria para lograr la atención de calidad, la misma que será retribuida con fidelización del cliente, asimismo se busca confiar en la tecnología como parte de los medios de pago actualmente.

El brindar una calidad de atención en la microempresa es diferenciarse del resto de la competencia, actualmente después de la pandemia muchas personas y empresas se han reinventado, provocando que el mercado se vuelva más competitivo y tecnológico, por ello los consumidores requieren de un mejor estándar de calidad de servicio.

Para ello se plantea la presente discusión en base a los objetivos descritos en el trabajo de investigación, siendo este:

Con respecto al Objetivo General; fue proponer un Plan de capacitación para la calidad de atención de los colaboradores de una microempresa en Lambayeque, se puede apreciar que el 81% de los clientes están de totalmente de acuerdo en que debe capacitar a los colaboradores en atención al cliente (Figura N°05), asimismo el personal debe ser cordial con los clientes y sincero con la información que se brinda.

Esta información se corrobora en los resultados obtenidos por (Sánchez, 2019), se pronuncia frente la capacidad de respuesta de los clientes, antes y después de haber capacitado al personal, el ejecutar un programa de capacitación de atención al cliente y como objetivo específico fue conocer la apreciación que tienen de los clientes que realizan visitas presenciales. El Método realizado fue un diseño cuasi-experimental, utilizando como herramienta de investigación una encuesta y un cuestionario. La muestra se tomó a 40 trabajadores. El trabajo de investigación concluyó en que, para obtener rendimiento y ganancias, se debe

capacitar antes al personal. La atención prestada a los clientes antes del plan fue de 40% y luego de aplicar el programa se mejoró en un 60% es decir se mejoró un 20% más de eficiencia en los colaboradores. Estos resultados del trabajo de investigación servirán como guía para la elaboración de un proyecto de capacitación integrado y regulado con el propósito de brindar un buen servicio, ya que este autor trabajó varios instrumentos de teorías enfocadas en la eficiencia de servicio al cliente y la necesidad de capacitar a los colaboradores, obteniendo un buen resultado.

De igual manera (Alvarez et a., 2017) al realizar un estudio para apreciar el impacto de la capacitación en la productividad laboral en compañías chilenas, donde es necesario identificar las variables que comprueban la probabilidad de que una empresa capacite a sus integrantes, así como el analizar la diferencia entre la capacitación de las grandes empresas y las pymes.

Las empresas requieren de un personal con un excelente desempeño laboral, obteniendo mejorar la atención y crear una buena imagen respecto a la atención del cliente, originando un mayor ingreso a las arcas de la empresa. Se diferenciaría de las otras empresas que son parte del mercado, por ello, el brindar el apoyo con la educación de capacitación a los colaboradores, genera acciones positivas.

Dicho indicador dista mucho del trabajo de investigación de Vines (2020), en su trabajo denominado la "Caracterización de calidad de servicio de las MyPes del sector de tiendas de abarrotes", cuyo objetivo fue determinar la caracterización de Calidad de Servicio en las Mypes; haciendo uso de una metodología de investigación de tipo descriptivo, con un diseño no experimental, considerando una muestra de 68 clientes, aplicando un instrumentos de investigación el mismo que fue el cuestionario, donde los usuarios concluyeron que no existe el compromiso ni empatía por parte de los colaboradores, que la formalidad es importante, la misma que se podría utilizar para la atención de los pedidos realizados por los clientes, resaltando que sí existe la predisposición innata por parte de los vendedores, más no existe un trabajo en equipo por parte de los colaboradores. Ello coincide con nuestro indicador de empatía, en mismo que

muestra falencias, ya que el personal cuenta con la predisposición de apoyar, pero no brindan la comunicación necesaria y con cubren con la empatía necesaria que requieren los clientes, mostrando que no hay esa interacción correcta entre cliente y colaborador.

Con respecto al objetivo específico N°1, el mismo que fue Diagnosticar la calidad de atención en la microempresa, en la Figura N°05 se puede apreciar que un 81% de los clientes frecuentes están de acuerdo con que el personal requiere de capacitación en atención al cliente, asimismo respecto a la capacidad de respuesta un 69% de los clientes frecuentes encuestados, respondieron que el personal cuenta con habilidades para atención, curiosamente un 66% respondió que hay la predisposición de apoyo inmediato en caso se requiera, frente a que el 64% contradictoriamente dice que aún al personal le falta cortesía al momento de interactuar con los usuarios y clientes frecuentes.

Dicha información se asemeja a lo manifestado por Flores; Delgado (2020), que en la revista multidisciplinar “Management by results to improve the quality of service in public entities”, se estudió la aplicación de la gestión por resultados del Distrito de Morales. San Martín, con el objetivo de evidenciar la eficiencia y eficacia de la ejecución de las actividades establecidas en su POA, para mejorar la Calidad de Atención de los usuarios de entidades públicas, utilizando para ello la deducción lógica y como instrumento de evaluación el cuestionario, con un diseño no experimental – propositiva, mejorando la calidad de atención en las instituciones públicas, determinando en su dimensión de Seguridad de la Calidad de atención, que de la evaluación a 128 usuarios que hicieron uso de los servicios municipales, expresaron que los colaboradores no cuentan con la confianza necesaria para brindar información y un 38% manifiesta que las transacciones que realizan son irregulares, frente a un 16% que manifiesta que la seguridad es buena. Por ello los porcentajes obtenidos son bajos, para brindar la seguridad necesaria en los ingresos que adquieren las microempresas, siendo los ingresos la razón del buen funcionamiento y crecimiento de la misma. Lo citado tiene mucha influencia respecto a la falta de capacidad de respuesta por parte de nuestro personal, por ello se debe corregir y mejorar.

Precisamente lo mencionado tiene mucha relación al estudio realizado por ESAN (2019), donde manifiesta que es importante centralizarse en el rendimiento laboral el mismo que ayuda al progreso de la empresa, haciendo uso de las técnicas y herramientas que se requieren para capacitar al personal de manera estratégica. Solo así se ejecutarán los diferentes proyectos y procesos, observando y analizando los resultados, logrando mejoras o cambios que se requieran y que sean beneficiosos.

Asimismo, en la Figura N°08, respecto a las preguntas del cuestionario relacionadas a los elementos tangibles, el 63% de los clientes frecuentes respondieron que si se brinda la seguridad al personal y clientes que acuden al establecimiento, y a su vez los clientes manifiestan que el mobiliario es apropiado pero debe estar ordenado, para la exposición de los productos, la facilidad de detección y adquisición de los mismos; brindando una visión global y general para la posible adquisición de más productos por adquirir.

Todo ello se ajusta a lo manifestado por Feria (2021), cuyo objetivo fue conocer la gestión de calidad de atención en tiendas comerciales de venta de ropa, realizando una investigación de tipo descriptiva, con un diseño no experimental. La población encuesta fue de 44 propietarios y 68 clientes, donde el 91% de los propietarios responden que siempre se realiza un proceso, mientras el 75% de los clientes manifiesta que la atención debe ser inmediata, con horarios flexibles, por ende, ambas respuestas determinan que las tiendas cumplen con las expectativas de los colaboradores y que el servicio brindado en base a las estrategias si es eficiente y beneficioso, en comparación con la competencia. Tal como se obtuvo en los resultados de las encuestas aplicadas a nuestra microempresa, los clientes están conforme con los productos que se venden y ofertan, pero no tienen la satisfacción completa por la atención de los colaboradores y la aglomeración de productos en los mobiliarios, necesitando que estén ordenados para una mayor visibilidad.

Asimismo, en la Figura N°08, correspondiente a la pregunta si la microempresa cuenta con instalaciones que brindan seguridad el 65% de los clientes refieren que sí, que la microempresa su cuenta con las instalaciones necesarias que brindan seguridad en las instalaciones para el personal y clientes que acuden al establecimiento, pero un 61% refiere que se requiere con mobiliarios apropiado y sobre todo ordenados

Como parte del análisis positivo al presente trabajo de investigación, podemos determinar que en nuestra dimensión 04 de Fiabilidad, el 72% de los clientes considera que la microempresa brinda los productos de acuerdo a lo ofrecido y que si se cumple con sus expectativas respecto al producto por ello la consideran como el lugar de primera opción de compra.

Este punto va de la mano con lo mencionado por Osarodion et a (2020), en su trabajo de investigación “The Relationship between Service Quality Dimensions and Customer Satisfaction towards Hypermarket in Malaysia”, cuyo objetivo era medir la dimensión de calidad de servicio y satisfacción del cliente de un hipermercado en Malaysia, se encuestó a 160 clientes, aplicando como método el muestreo por convivencia y analizado por el software Partial Least Squares (PLS), Smart PLS v.3.0 para la satisfacción y para la dimensión de calidad de servicio se utilizó el Software SPSS v.20, resultó que las dimensiones fueron empíricamente significativas, excepto por la garantía. Demostrando una confiabilidad de impacto en la satisfacción del cliente, seguida de la tangibilidad. Dicho estudio debe reconocer que la importancia de calidad de servicio contribuye de manera positiva.

Con respecto al objetivo específico N°2; fue proponer un Plan de capacitación para la calidad de atención de los colaboradores de una microempresa en Lambayeque, en la Figura N°06 se puede apreciar que el 81% de los clientes frecuentes indican, que los colaboradores cuentan con la predisposición de apoyar cuando esta sea necesaria y que estos mismos utilizan un lenguaje apropiado para una buena atención al cliente.

Dicha información se puede discutir con manifestado por encuesta de Escasez de Talento realizada por Manpower (2015), ya que lo que se busca es mejorar la de atención y para ello debe ir de la mano con la capacitación de los colaboradores, que la capacidad de respuesta de ellos sean beneficiosa para las empresas, frente a las diferentes dificultades que se puedan presentar sean internas o externas y poder salir satisfactorios, la falta de talento en el mercado laboral sigue siendo preocupante, de las investigaciones realizadas los resultados son; que dos de cada cinco empleadores en América, un 42% tienen problemas para cubrir un puesto de trabajo.

Las respuestas que se obtuvo de la encuesta aplicada a los empleadores de Latinoamérica, señalando una fuerte preocupación sobre la escasez de talento en Perú (68%), Brasil (61%) y México (54%). Asimismo, lo expresado por Hatch (2019), una empresa de agencia de Marketing en México manifestó que el 82% de los clientes se alejan por la atención recibida por parte de los colaboradores, ello se debe a que el personal no está capacitado, desconoce la necesidad del cliente, no toma en cuenta y no respeta el tiempo de espera del cliente y no sintetiza los procesos.

Con respecto al objetivo específico N°3; Validar la propuesta de plan de capacitación, (Rabines, 2022) Cita a Gómez (2001) e indica que los colaboradores deben estar concentrados, para lograr las metas de la institución, es decir las actividades de la organización, siendo para ello importante seguir un proceso de capacitación, los medios para evaluar y medir los resultados del personal capacitado. Es por ello que se consideran 06 dimensiones; 1. Necesidad de capacitar; 2. Analizar la situación; 3. Diseñar el plan de Capacitación; 4. Validar el Plan de Capacitación; 5. Ejecutar en Plan de Capacitación; 6. Evaluar el Plan de Capacitación.

Por lo tanto, se puede discutir, que todo trabajo de investigación sea este experimental o no, debe contar con la validez correspondiente, para la propuesta correspondiente que ya depende del empleador en ejecutar o no y más aún la validez cuando se ejecutará la propuesta o prototipo.

VI. CONCLUSIONES

1. Se concluye, que, para lograr una calidad de atención a los clientes, es importante llevar a cabo un plan de capacitación que incluya estrategias, las mismas que permitan desarrollar el buen uso de las habilidades blandas, capacidades y destrezas de los colaboradores hacia los clientes, hacer siempre una retroalimentación, mediante el ciclo de Deming para lograr una satisfacción holística en el cliente y generar rentabilidad para la microempresa.
2. Se puede concluir respecto al primer objetivo, que consiste en diagnosticar la calidad de atención de la microempresa, se concluye que la calidad de atención, se encuentra en camino de mejora, puesto que en las 05 dimensiones a estudiar, de la variable dependiente de calidad de atención se obtuvieron porcentajes considerables por mejorar, para ello se apoyó del uso de un instrumentos de investigación, en el que se consideración las actitud, destrezas, tecnología y habilidades que deberían reflejar en los colaboradores.
3. Al analizar los resultados del cuestionario realizado, se puede concluir que el personal tiene la predisposición de apoyar y brindar buena atención, de manera empírica, lo que no permite conocer las necesidades de los clientes, por ello el segundo objetivo propuesto, que fue diseñar un plan de capacitación, el mismo que busca mejorar las deficiencias encontradas en las encuestas realizadas, por ello las capacitaciones se brindarán de manera gradual, midiendo y brindado la orientación necesaria a los colaboradores.
4. Finalmente, nuestro tercer objetivo determina el validar nuestra propuesta, que consiste en un plan de capacitación, las mismas fueron validado por tres expertos en Calidad de atención, los mismos que analizaron el cuestionario propuesto y concluyeron que si se ajusta a la valorización integral de la propuesta indicada.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la gerente de la empresa tener en cuenta la propuesta presentada, para mejorar la calidad de atención de los colaboradores de una microempresa en Lambayeque, sería ideal ejecutarla ya que se han detectado las debilidades que presenta su personal y se está a tiempo de corregir con la finalidad de dar un valor agregado en la calidad de atención, para lograr la retención de los clientes y a generar mayores ingresos.
2. Asimismo, se debería llevar a cabo las capacitaciones relacionadas a la calidad de atención, el cómo relacionarse con el cliente, la importancia de la comunicación, como tratar con clientes difíciles, como motivar al personal de manera profesional, de esta manera se evaluará al personal, tomando en consideración sus mejoras tanto en el trato a los clientes, habilidades por parte de los colaboradores, lenguaje apropiado brindado por ellos mismos y se mejorará la calidad de atención a los clientes.
3. Se sugiere ejecutar el Plan de Capacitación, tomando en cuenta mejorar los indicadores establecidos en la variable de calidad de atención, sobre todo en aquellos indicadores que fueron evaluados con deficiencias, de esta manera los clientes quedarán satisfechos al lograr cubrir y comprender sus necesidades, logrando de esta manera que la microempresa sea más reconocida, marcando así la diferencia con la competencia.
4. Por último, se recomienda que los expertos sigan motivando, analizando e investigando en temas relacionados a la calidad de atención, seguir orientando con más información y mejoras para beneficio de las microempresas, clientes e investigadores.

VIII. PROPUESTA

Título:

“La Capacitación genera conocimiento, y el conocimiento es un valor añadido”.

– Peter Drucker-

I. Misión

Somos una empresa dedicada al rubro de venta al por menor y mayor de productos de importación para el hogar, belleza y accesorios personales. Llevamos a tus manos los mejores productos de tendencia, garantizando que sean de calidad y logren cubrir tus necesidades

II. Visión

Para el 2005 seremos una cadena de punto de ventas de productos tendencia, que cubren las necesidades de sus clientes. Contamos con una red de emprendedores que distribuyen nuestros productos y crecemos en conjunto.

III. Presentación

La presente Propuesta tiene la finalidad de concientizar y capacitar a los colaboradores de la microempresa, para mejorar la calidad de atención a los clientes. Para ello se tomó como referencia metodológica a Peter Drucker y la autora del presente trabajo sintetizó las capacitaciones de acuerdo a nivel de educación de los colaboradores, así como la disponibilidad de tiempo, se considerando una estructura para las capacitaciones alineadas a los elementos de las capacitaciones, las mismas que se retroalimentarán mediante el ciclo de Deming.

IV. Conceptualización de la Propuesta

Para la presente propuesta, motivaremos y concientizaremos a los colaboradores de la microempresa de Lambayeque y mediante el Plan de Capacitación, se va a mejorar la calidad de atención, en relación a los objetivos que se establecerán.

V. Objetivos

- 5.1. Priorizar la satisfacción de los clientes.
- 5.2. Concientizar que la tecnología es un aliado en los medios de pago.
- 5.3. Mejorar la presentación de los estantes.
- 5.4. Fortalecer las competencias de los colaboradores en equipo de trabajo.

VI. METODOLOGÍA:

El presente Plan de capacitación tiene como principal meta lograr que el personal cuente con las competencias necesarias para mejorar: sus habilidades, destrezas y conocimiento; la presente propuesta contemplará capacitaciones propuestas por la autora del trabajo de investigación y que a la vez sean propias de acuerdo a las falencias encontradas de manera práctica y dinámica, las mismas que se llevarán a cabo de manera mensual, con temas relacionadas a los objetivos planteados.

Se está tomando como referencia al padre del management moderno, (Druker, Peter, 2015), tomando en consideración características importantes para estructurar un plan de capacitación adaptable a una microempresa, dichas características tienen la finalidad de seguir una evaluación, así como el ciclo de Deming, para poder detectar las mejoras y las falencias por corregir.

Figura 10
Diseño de la estructura a trabajar en cada capacitación.

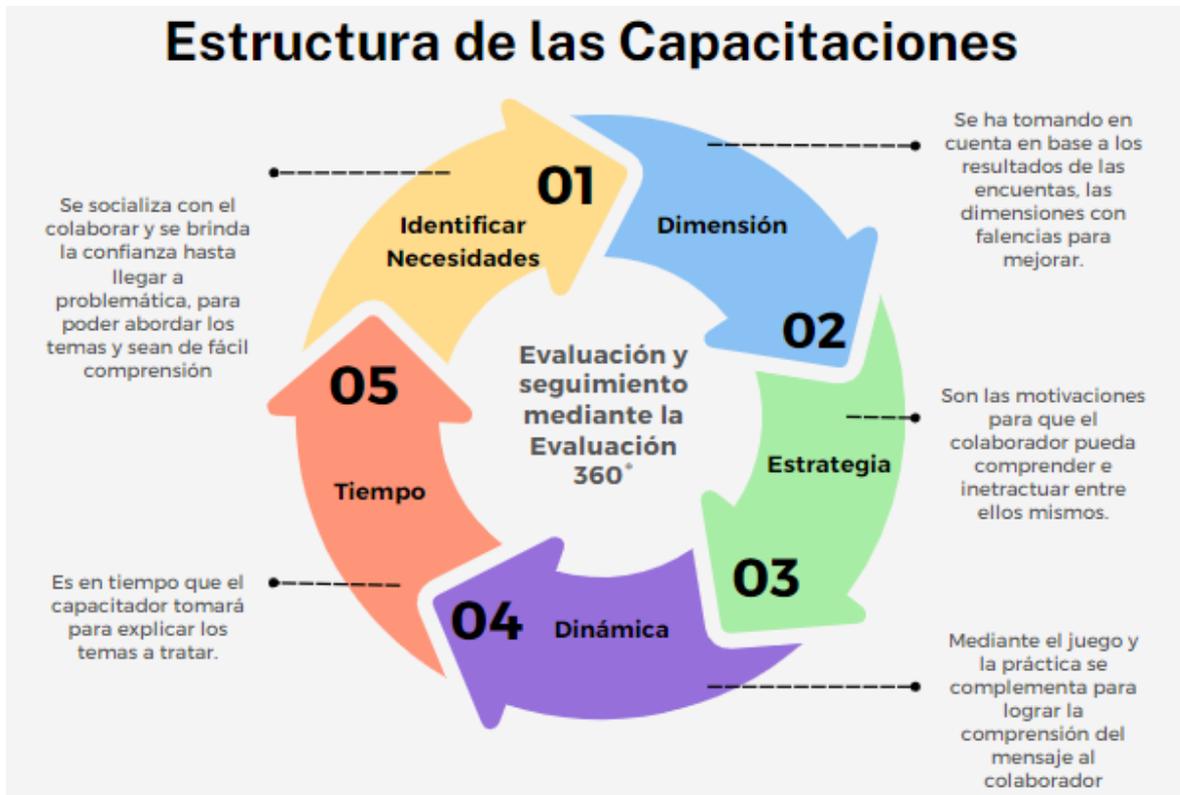


Figura 11
Gráfica de la Propuesta



REFERENCIAS

- Aguirre. (2022). *Atención al cliente en Minimarket D'manu de la Ciudad de Babahoyo - Periodo 2021*. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/13008/E-UTB-FAFI-ING.COM-000896.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alvarez, e. (2017). *Capacitación y su impacto en la productividad*. <http://repositorio.udec.cl/handle/11594/2495>
- Beth, F. (2020). *Customer service is worse than ever and so is consumers rage*. ASU News. Retrieved from. <https://news.asu.edu/20200618-discoveries-customer-service-worse-ever-and-so-consumers-rage>
- Boada et. (2019). *Universidad de Boyacá*. Percepción de los usuarios frente a la calidad de atención en salud del servicio de consulta externa según el modelo SERVQUAL: <https://revistasdigitales.uniboyaca.edu.co/index.php/rs/article/view/408>
- Burguet; Campana. (2020). *Propuesta de una estrategia de capacitación en bioseguridad en la Unidad Empresarial de Base Laboratorios Liorad*. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2221-24502020000300207&lng=es&nrm=iso
- Campos. (2020). *Caracterización de calidad de servicio y los precios en las mypes sector comercio rubro tiendas de Minimarket" en el distrito de Tumbes 2019*. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/15676>
- Castañeda et, C. (2016). *An Innovative Practice in Business Training*. https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142016000300001
- Chanta. (2021). *Plan de Negocios para mejorar las ventas del minimarket "Negocios el Ofertón" EIRL*. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7897/Chanta%20Laban%20Oscar.pdf?sequence=1>
- Chiavenato. (2009). *Introducción a la teoría general de la administración* (7 ed.). Mc. Graw-Hill Interamericana. <https://doi.org/https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>
- Chiavenato. (2016). *Planeación Estratégica*. MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V. <https://www.remax-accion.com.ar/wp-content/uploads/2021/04/127-Planeacion-estrategica-fundametos-chiavenato-idalberto.pdf>
- Chiavenato. (2006). *Gestión del Talento Humano* (3ra ed.). MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. <https://doi.org/https://jgestiondeltalentohumano.files.wordpress.com/2013/11/gestion-del-talento-humano-idalberto-chiavenato-3th.pdf>

- Dinero. (2019). *El servicio al cliente, el centro de un negocio exitoso*. <https://www.semana.com/hablan-las-marcas/articulo/el-servicio-al-cliente-el-centro-de-un-negocio-exitoso/270377/>
- Druker, P. (02 de Enero de 2023). *q-bo.org*. <https://q-bo.org/peter-drucker-y-sus-principios/>
- Druker, Peter. (2015). *Innovation and Entrepreneurship*. Routledge Classics. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=NyqDBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=peter+r+drucker+%22innovation+and+entrepreneurship%22&ots=BMrBotA669&sig=s8rW3VGGvCHNEa9UAxVtEA2qtk#v=onepage&q=peter%20drucker%20%22innovation%20and%20entrepreneurship%22&f=false>
- Duque. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *SCIELO*. https://doi.org/http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s0121-50512005000100004
- ESAN. (02 de Septiembre de 2019). *Capacitación de personal: estrategias claves para mejorar el rendimiento laboral*. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/capacitacion-de-personal-estrategias-claves-para-mejorar-el-rendimiento-laboral>
- Fanzo. (2021). *Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento de Lambayeque - Chiclayo*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/53937>
- Feria. (2021). *Caracterización de la gestión de calidad y la atención al cliente en tiendas comerciales de venta de ropa en el centro de Sullana año*. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/23223>
- Fiszbein, e. (2016). *La capacitación laboral en América Latina*. repositorio.minedu.gob.pe. <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/20.500.12799/5225>
- Flores, & Delgado. (2020). Management by results to improve the quality of service in public entities. *Ciencia Latina - Revisita Multidisciplinar*. <https://doi.org/https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/150>
- Francisco, R. (2018). *CAPACITACIÓN Y DESEMPEÑO LABORAL*. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/05/43/Rojas-Francisco.pdf>
- Gamonal et. (2021). *Plan de Negocios para Implementar un Minimarket en la Ciudad*. https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/9301/Gamonal_Ramirez_Ulices_y_Tafur_Gonzales_Rocio.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García et a. (2009). *Técnicas del servicio ya tención al cliente* (Vol. 2). <https://doi.org/https://books.google.com.pe/books?id=OuA4dE308GAC&printsec=frontcover#v=onepage&q=calidad&f=false>

- Grados et. (2016). *Implementación del ciclo de mejora continua Deming para mejorar la productividad en el área de logística de la empresa de confecciones KUYU S.A.C. LIMA-2016.* <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/ING/article/view/969>
- Hatch, H. (2019). *El 82 % de los clientes se pierden por mala atención.* <https://soy.marketing/el-82-de-los-clientes-se-pierden-por-mala-atencion/>
- Herrera. (2015). *Plan de Negocios.* Tesis - MBA. <https://docplayer.es/54670775-Auto-market-plan-de-negocios-para-optar-al-grado-demagister-en-administracion-mba-tomo-ii.html>
- Hipólito. (2022). *Capacitación del personal y calidad de atención en la nueva era.* https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/109214/Hipolito_MMOSD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Johnson et. (2001). The evolution and future of national customer satisfaction index models. *Journal of Economic Psychology*, 22, 217-245. <https://doi.org/https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167487001000307>
- Kotler et. (2006). *Dirección de Marketing (12 ava edición ed.).* (12 ed.). Pearson Prentice Hall. https://doi.org/https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14585/mod_resource/content/1/libro%20direccion-de-marketing%28kotler-keller_2006%29.pdf
- Manpower. (2015). *Encuesta de Escasez de Talento.* Manpower. <https://acortar.link/d43yap>
- Martinez et. (2021). Formalization is just the beginning: Analyzing post-formalization successes and challenges in Peru's small-scale gold mining sector. *ScienceDirect.* <https://doi.org/https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0301420721003998>
- Meca, P. y. (2018). Gestión de la calidad y su contribución a la mejora a la satisfacción el usuario de una municipalidad de Piura – 2018. *Revista Científica TZHOECOEN.* <https://doi.org/https://revistas.uss.edu.pe/index.php/tzh/article/view/959>
- Mezones. (2020). *Gestión de Calidad y atención al cliente en las MYPES rubro ferretería de Frías, año 2020.* GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE
- Orozco. (2022). *Estrategias de calidad de servicio para orientar la fidelidad del cliente del minimarket Tiendas EPA S.A.C, Piura 2022.* <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/98854>
- Osarodion et. (2020). *The Relationship between Service Quality Dimensions and Customer Satisfaction towards Hypermarket in Malaysia.* https://www.researchgate.net/publication/343635361_The_Relationship_between_Service_Quality_Dimensions_and_Customer_Satisfaction_towards_Hypermarket_in_Malaysia

- Peltroche. (2018). *Propuesta de un plan de capacitación para mejorar el desempeño laboral en la empresa constructora e inmobiliaria M & G Perú S.A.C. Chiclayo 2018*. Tesis. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/4496>
- Rabines. (2022). *Plan de capacitación al personal para mejorar la calidad de servicios al cliente en la empresa Combustibles Fernandez SAC - 2019*. Tesis. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/9256>
- Rabines. (2022). *Plan de Capacitación al Personal para mejorar la calidad de servicio al cliente en la empresa combustibles Fernandez SAC 2019*. Tesis. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9256/Rabines%20Panduro%2c%20Ruth.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Reza et. (2006). *Nuevo diagnóstico de necesidades de capacitación y aprendizaje en las organizaciones*. Panorama Editorial SA. de C.V. [https://doi.org/https://books.google.com.pe/books?id=aaK7gMWHCUoC&printsec=frontcover&dq=Reza,+J.+\(2006\).+Nuevo+Diagn%C3%B3stico+de+Necesidades+de+Capacitaci%C3%B3n+y+Aprendizaje+en+las+Organizaciones.+\(1ra+Ed.\).+M%C3%A9xico+D.F.+Panorama+Editorial&hl=es-419&sa=X&ved=2ah](https://doi.org/https://books.google.com.pe/books?id=aaK7gMWHCUoC&printsec=frontcover&dq=Reza,+J.+(2006).+Nuevo+Diagn%C3%B3stico+de+Necesidades+de+Capacitaci%C3%B3n+y+Aprendizaje+en+las+Organizaciones.+(1ra+Ed.).+M%C3%A9xico+D.F.+Panorama+Editorial&hl=es-419&sa=X&ved=2ah)
- Rioja. (2021). *Plan de capacitación para la formalización de microempresas en mercado mayorista de Moshoqueque, distrito de José Leonardo Ortiz*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/78115>
- Saavedra. (2021). *Programa de capacitación empresarial para la calidad de atención en San Roque S.A., Lambayeque*. Tesis. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/56401>
- Sánchez. (2019). *Plan de capacitación en atención al cliente para mejorar la eficiencia operativa del Banco de Crédito-Real Plaza, Chiclayo- 2019*. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7973>
- Sánchez et. (2017). *Capacitación y Desarrollo y Su Influencia en El Personal de Atención Al Cliente de La Empresa TIENDAS PERUANAS S.A. – OECHSLE JIRÓN DE LA UNIÓN, LIMA 2016*. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/353>
- Siliceo. (2006). *Capacitación y Desarrollo de Personal (4 ed.)*. Limusa S.A de CV. <https://doi.org/https://books.google.es/books?id=CJhlsrSulMUC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Unima. (2017). *Plan de capacitación y el desempeño laboral en la empresa Serpetbol Perú S.A.C. - San Borja 2016*. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/398>
- Vázquez et. (2001). *Service quality in supermarket retailing: identifying critical service experiences. Service quality in supermarket retailing: identifying critical service experiences,, 8, 1-14*. <https://doi.org/https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698999000181>

- Vílchez, & Rojas, e. (2020). Training, average wages and taxes as factors that explain the attitude toward job regulation in contexts of informality. *Centrum PUCP - Think*. <https://doi.org/https://centrumthink.pucp.edu.pe/publicaciones/vilchez-roman-c-rojas-mendoza-a-huapaya-huapaya-a-2020-training-average-wages-and-taxes-as-factors-that-explain-the-attitude-toward-job-regulation-in-contexts-of-informality-contaduria/>
- Vinces. (2020). *Caracterización de calidad de servicio en las mypes del sector comercio rubro tiendas de abarrotes: "caso tienda Mi Karlita" - en el distrito de Tumbes año 2019*. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/15788>
- Werther et. (2008). *Administración de recursos humanos*. <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1557>
- Zea et. (2023). Customer Satisfaction Models: An Analysis of the most Relevant Indices. *Res Now Verba*, 13. <https://doi.org/https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv>

Anexo 01

Tabla 4

Matriz de consistencia - Propositiva.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	POBLACIÓN Y MUESTRA	ENFOQUE / TIPO / DISEÑO	TÉCNICAS / INSTRUMENTO
<p>Problema General</p> <p>¿Cómo un plan de capacitación mejorará la calidad de atención a los clientes de una microempresa en Lambayeque 2023?</p>	<p>Objetivo General Proponer un Plan de capacitación para mejorar la calidad de atención a los clientes de una microempresa en Lambayeque, 2023.</p> <hr/> <p>Objetivos específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diagnosticar la calidad de atención en la microempresa. 2. Diseñar un plan de capacitación a los colaboradores, en calidad de atención a clientes de una microempresa en Lambayeque. 3. Validar la propuesta de plan de capacitación. 	<p>El presente trabajo de investigación pretende mejorar la calidad de atención de los clientes de una microempresa en Lambayeque.</p>	<p>V.I. Plan de Capacitación</p>	<p>UNIDAD DE ANÁLISIS 01 cliente frecuente</p> <p>POBLACIÓN 45 clientes frecuentes</p> <p>MUESTRA Está constituida por 37 clientes frecuentes</p>	<p>ENFOQUE Cuantitativo</p> <p>TIPO Básico - Propositivo</p> <p>DISEÑO No experimental.</p>	<p>Cuestionario</p>

Anexo 02

Tabla 5

Matriz de operacionalización de variables.

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	
Plan de capacitación	<p>“Actividades planificadas e implementadas de acuerdo con las insuficiencias reales de la organización, dirigidas a cambiar los conocimientos, habilidades y actitudes de los empleados</p> <p>Siliceo (2006).</p>	<p>Diseñar, implementar y ejecutar un plan de capacitación en atención al cliente</p>	Necesidad	de	Conocimiento	<p>Cuestionario</p> <p>Nominal</p>
			Capacitar		Habilidad	
					Requerimiento y Destrezas	
			Analizar	la	Especificar fortalezas y debilidades	
			Diseñar el plan de Capacitación		Puntualizar en que consiste un plan de capacitación	
			Validar el Plan de Capacitación		Presentar la propuesta del plan de capacitación.	
Ejecutar el plan de capacitación		Ejecutar el plan de capacitación a los colaboradores				
			Evaluar el plan de capacitación		Resultados del desarrollo del plan de capacitación.	
					Ventajas y desventajas del plan de capacitación	

Calidad de Atención	<p>Define la calidad del atención percibida como la evaluación general de un cliente de su excelencia o superioridad, obtenida al comparar las expectativas de los consumidores (lo que creen que el proveedor del servicio debe entregar) y sus percepciones de los resultados de los servicios prestados. Parasuraman, Berry, & Zeithaml (1985-1988)</p>	<p>La calidad de atención busca a través de sus indicadores mejorar la calidad de atención de los colaboradores de la microempresa, en base a los indicadores.</p>	Empatía	Amabilidad y apoyo al cliente.	Cuestionario Nominal
			Seguridad	Nivel de seguridad en las transacciones de pago.	
			Capacidad de respuesta	Duración de la Capacidad de respuesta.	
			Fiabilidad	Tener notoriedad con los productos	
			Elementos tangibles	Infraestructura. Inmobiliario.	

Anexo 03. Instrumento de recolección de datos

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS CUESTIONARIO DE PLAN DE CAPACITACIÓN

Instrucciones: Marque con una (x) la respuesta que mejor se ajuste a su opinión sincera en cada uno de los ítems, marcando sólo una respuesta.

La encuesta tomará un tiempo de 12 minutos.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN				
	1	2	3	4	5
Dimensión 1: NECESIDAD DE CAPACITACIÓN					
Indicador: Conocimiento					
1. ¿Considera importante participar de la programación de las capacitaciones?					
2. ¿Considera que sus conocimientos cumplen con lo requerido en su puesto laboral?					
Indicador: Habilidades					
3. ¿Considera que las capacitaciones activan y mejoran las habilidades laborales?					
4. ¿Considera que es importante que el empleador conozca de las habilidades y capacidades de su empleador?					
5. ¿Considera que cuenta con las habilidades necesarias para brindar una buena calidad de atención?					
Indicador: Requerimiento					
6. ¿Considera que los temas para la capacitar al personal, debe ser elegidos por el dueño de la empresa?					
7. ¿Considera importante que el personal de trabajo reciba capacitaciones periódicas?					
Indicador: Destrezas					
8. ¿Considera que logra reconocer cuando se presenta un problema y puede decidir voluntariamente para darle solución?					
9. ¿Considera que es importante trabajar en equipo y de manera organizada?					
10. ¿Considera que hay afinidad entre los trabajadores y el dueño de la empresa?					

Dimensión 2: ANALIZAR LA SITUACIÓN					
Indicador: Especificar Fortalezas y debilidades					
11. ¿Considera que la microempresa no posee debilidades de ningún aspecto?					
12. ¿Considera que la fortaleza más importante de la empresa es el talento humano?					
Dimensión 3: DISEÑO DEL PLAN DE CAPACITACIÓN					
Indicador: Puntualizar en que consiste un plan de capacitación					
13. ¿Considera que la empresa debe seleccionar el tema a desarrollar en el Plan de Capacitación?					
14. ¿Considera que el capacitador debe ser un personal externo de la empresa?					
Dimensión 4: VALIDAR EL PLAN DE CAPACITACIÓN					
Indicador: Presentar la propuesta del plan de capacitación.					
15. ¿Considera que deben participar en algún programa que brinde capacitaciones?					
16. ¿Considera compartir el plan de capacitación que se les brinde, con otros colaboradores de otros lugares?					
Dimensión 5: EJECUTAR EL PLAN DE CAPACITACIÓN					
Indicador: Ejecutar el plan de capacitación a los colaboradores					
17. ¿Considera que el plan de capacitación se debería llevar a cabo fuera del horario laboral?					
Dimensión 6: EVALUAR EL PLAN DE CAPACITACIÓN					
Indicador: Resultados					
18. ¿Considera que los resultados de la capacitación sean publicados para todos en la microempresa?					
19. ¿Considera importante obtener un certificado al final de la capacitación brindada?					
Indicador: Ventajas y desventajas					
20. ¿Considera la opción de participar de más capacitaciones, relacionadas a sus habilidades y desempeño laboral?					

¡Gracias por su valioso apoyo!

Anexo 04. Instrumento de recolección de datos
INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS
CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO

Instrucciones: Marque con una (x) la respuesta que mejor se ajuste a su opinión sincera en cada uno de los ítems, marcando sólo una respuesta.

La encuesta tomará un tiempo de 12 minutos.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN				
	1	2	3	4	5
Dimensión 1: EMPATÍA					
Indicador: Amabilidad y apoyo al cliente					
1. ¿Considera que los colaboradores de la microempresa deben estar capacitados en atención al cliente?					
2. ¿Ud. Considera que el personal que los atiende es amable?					
3. ¿Ud. confía en la información que brinda el personal que lo atiende?					
4. ¿Ud. Cree que es adecuada la apariencia de personal que lo atiende?					
Dimensión 2: SEGURIDAD					
Indicador: Nivel de seguridad en las transacciones de pago					
5. Cree Ud. ¿Que los medios de pago tradicionales son seguras?					
6. Cree Ud. ¿Que los medios de pagos y transacciones digitales son seguras? Yape - Plin					
Dimensión 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA					
Indicador: Duración de la Capacidad de respuesta.					
7. ¿Ud. Considera que el personal que lo atiende, cuenta con habilidades suficientes para atenderlo?					
8. ¿Ud. considera que el personal brinda predisposición al momento de la atención y ayuda de manera inmediata?					
9. ¿Ud. considera que el personal brinda cortesía al momento de interactuar con los clientes?					

Dimensión 4: FIABILIDAD					
Indicador: Ser diferenciador de la competencia en los productos					
10. ¿Ud. considera que la microempresa brinda los productos de acuerdo a lo ofrecido?					
11. ¿Ud. cree que la empresa está a la altura de sus expectativas?					
12. De acuerdo a la calidad de atención que recibe, ¿considera a la microempresa como primera opción de compra?					
13. ¿Ud. considera que la microempresa cumple con lo que promete?					
Dimensión 5: ELEMENTOS TANGIBLES					
Indicador: Infraestructura.					
14. ¿Cree que la microempresa cuenta con instalaciones que brindan seguridad?					
Indicador: Inmobiliario.					
15. ¿Cree que la microempresa cuenta con un mobiliario apropiado y ordenado en las instalaciones?					

¡Gracias por su valioso apoyo!

Anexo 05 – Fichas de Validación de Expertos y Constancias de verificación de Sunedu



FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa en Lambayeque

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN						OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES			
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM			RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO	
PLAN DE CAPACITACIÓN	NECESIDAD DE CAPACITACIÓN	Conocimiento	1. ¿Considera importante participar de la programación de las capacitaciones?	x		x		x		x			
			2. ¿Considera que sus conocimientos cumplen con lo requerido en su puesto laboral?										
		Habilidad	3. ¿Considera que las capacitaciones activan y mejoran las habilidades laborales?	x		x		x		x			
			4. ¿Considera que es importante que el empleador conozca de las habilidades y capacidades de su empleador?	x		x		x		x			
			5. ¿Considera que cuenta con las habilidades necesarias para brindar una buena calidad de atención?	x		x		x		x			
		Requerimiento	6. ¿Considera que los temas para la capacitar al personal, debe ser elegidos por el dueño de la empresa?	x		x		x		x			
			7. ¿Considera importante que el personal de trabajo reciba capacitaciones periódicas?										
		Destrezas	8. ¿Considera que logra reconocer cuando se presenta un problema y puede decidir voluntariamente para darle solución?	x		x		x		x			
			9. ¿Considera que es importante trabajar en equipo y de manera organizada?	x		x		x		x			
			10. ¿Considera que hay afinidad entre los trabajadores y el dueño de la empresa?	x		x		x		x			
	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN	Especificar Fortalezas y debilidades	11. ¿Considera que la microempresa no posee debilidades de ningún aspecto?										
12. ¿Considera que la fortaleza más importante de la empresa es el talento humano?			x		x		x		x				

DISEÑO DEL PLAN DE CAPACITACIÓN	Puntualizar en que consiste un plan de capacitación	13. ¿Considera que la empresa debe seleccionar el tema a desarrollar en el Plan de Capacitación?	x		x		x		x	
		14. ¿Considera que el capacitador debe ser un personal externo de la empresa?	x		x		x		x	
VALIDAR EL PLAN DE CAPACITACIÓN	Presentar la propuesta del plan de capacitación	15. ¿Considera que deben participar en algún programa que brinde capacitaciones?	x		x		x		x	
		16. ¿Considera compartir el plan de capacitación que se les brinde, con otros colaboradores de otros lugares?	x		x		x		x	
EJECUTAR EL PLAN DE CAPACITACIÓN	Ejecutar el plan de capacitación a los colaboradores	17. ¿Considera que el plan de capacitación se debería llevar a cabo fuera del horario laboral?	x		x		x		x	
EVALUAR EL PLAN DE CAPACITACIÓN	Resultados	18. ¿Considera que los resultados de la capacitación sean publicados para todos en la microempresa?	x		x		x		x	
		19. ¿Considera importante obtener un certificado al final de la capacitación brindada?	x		x		x		x	
	Ventajas y desventajas	20. ¿Considera la opción de participar de más capacitaciones, relacionadas a sus habilidades y desempeño laboral?	x		x		x		x	

Grado y Nombre del Experto: *Dr. Marco Antonio Valiente López*

Firma del experto :



EXPERTO EVALUADOR



FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa en Lambayeque



VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN						OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES			
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM			RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO	
CALIDAD DE ATENCIÓN	EMPATÍA	Amabilidad	1. ¿Considera que los colaboradores de la microempresa deben estar capacitados en atención al cliente?	X		X		X		X			
			2. ¿Ud. Considera que el personal que los atiende es amable ?	X		X		X		X			
			3. ¿Ud. confía en la información que brinda el personal que lo atiende?	X		X		X		X			
			4. ¿Ud. Cree que es adecuada la apariencia de personal que lo atiende?	X		X		X		X			
	SEGURIDAD	Nivel de seguridad en las transacciones	5. ¿Cree Ud. Que los medios de pago tradicionales son seguros?	X		X		X		X			
			6. Cree Ud. ¿Que los medios de pagos y transacciones digitales son seguros? Yape - Plin	X		X		X		X			
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	Duración de la Capacidad de respuesta.	7. ¿Ud. Considera que el personal que lo atiende, cuenta con habilidades suficientes para atenderlo?	X		X		X		X			
			8. ¿Ud. considera que el personal brinda predisposición al momento de la atención y ayuda de manera inmediata?	X		X		X		X			
			9. ¿Ud. considera que el personal brinda cortesía al momento de interactuar con los clientes?	X		X		X		X			

FIABILIDAD	Ser diferente a la competencia	10. ¿Ud. considera que la microempresa brinda los productos de acuerdo a lo ofrecido?	x		x		x		x	
		11. ¿Ud. cree que la empresa está a la altura de sus expectativas?	x		x		x		x	
		12. De acuerdo a la calidad de atención que recibe, ¿considera a la microempresa como primera opción de compra?	x		x		x		x	
		13. ¿Ud. considera que la microempresa cumple con lo que promete?	x		x		x		x	
ELEMENTOS TANGIBLES	Infraestructura	14. ¿Cree que la microempresa cuenta con instalaciones que brindan seguridad?	x		x		x		x	
	Inmobiliario	15. ¿Cree que la microempresa cuenta con un mobiliario apropiado y ordenado en las instalaciones?	x		x		x		x	

Grado y Nombre del Experto: Dr. Marco Antonio Valiente López

Firma del experto :



EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa, Lambayeque

2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario

3. TESISISTA:

Br.: Puicón Suárez Gisella Giovanna

4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: **El cuestionario se encuentra apto para el recojo de datos**
(Apto para su aplicación)

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 02 de junio de 2023

	
<hr/> <p>Firma DNI: 17561605 Dr. Marco Antonio Valiente López Estadístico</p>	<hr/> <p>HUELLA N° de registro Sunedu: 0155-2023-UCV</p>



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Ejecutivo de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos **VALIENTE LOPEZ**
Nombres **MARCO ANTONIO**
Tipo de Documento de Identidad **DNI**
Numero de Documento de Identidad **17561605**

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C.**
Rector **TANTALEAN RODRIGUEZ JEANNETTE CECILIA**
Secretario General **LOMPARTE ROSALES ROSA JULIANA**
Director **PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL**

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico **DOCTOR**
Denominación **Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad**
Fecha de Expedición **21/03/2023**
Resolución/Acta **0155-2023-UCV**
Diploma **052-197978**
Fecha Matrícula **06/04/2020**
Fecha Egreso **01/02/2023**

Fecha de emisión de la constancia:
13 de Mayo de 2023



CÓDIGO VIRTUAL 0001288114

ROLANDO RUIZ LLATANCE
EJECUTIVO
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria
Motivo: Servidor de
Agente automatizado.
Fecha: 13/05/2023 11:32:48-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.



FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa, Lambayeque

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN						OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES			
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM			RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO	
PLAN DE CAPACITACIÓN	NECESIDAD DE CAPACITACIÓN	Conocimiento	1. ¿Considera importante participar de la programación de las capacitaciones?	X		x		X		x			
			2. ¿Considera que sus conocimientos cumplen con lo requerido en su puesto laboral?										
		Habilidad	3. ¿Considera que las capacitaciones activan y mejoran las habilidades laborales?	X		X		X		X			
			4. ¿Considera que es importante que el empleador conozca de las habilidades y capacidades de su empleador?	X		X		X		X			
			5. ¿Considera que cuenta con las habilidades necesarias para brindar una buena calidad de atención?	X		X		X		X			
		Requerimiento	6. ¿Considera que los temas para la capacitar al personal, debe ser elegidos por el dueño de la empresa?	X		X		X		X			
			7. ¿Considera importante que el personal de trabajo reciba capacitaciones periódicas?	X		X		X		X			
		Destrezas	8. ¿Considera que logra reconocer cuando se presenta un problema y puede decidir voluntariamente para darle solución?	X		X		X		X			
			9. ¿Considera que es importante trabajar en equipo y de manera organizada?	X		X		X		X			
			10. ¿Considera que hay afinidad entre los trabajadores y el dueño de la empresa?	X		X		X		X			
	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN	Especificar Fortalezas y debilidades	11. ¿Considera que la microempresa no posee debilidades de ningún aspecto?	X		X		X		X			
			12. ¿Considera que la fortaleza más importante de la empresa es el talento humano?	X		X		X		X			

DISEÑO DEL PLAN DE CAPACITACIÓN	Puntualizar en que consiste un plan de capacitación	13. ¿Considera que la empresa debe seleccionar el tema a desarrollar en el Plan de Capacitación?	X		X		X		X		
		14. ¿Considera que el capacitador debe ser un personal externo de la empresa?	X		X		X		X		
VALIDAR EL PLAN DE CAPACITACIÓN	Presentar la propuesta del plan de capacitación	15. ¿Considera que deben participar en algún programa que brinde capacitaciones?	X		X		X		X		
		16. ¿Considera compartir el plan de capacitación que se les brinde, con otros colaboradores de otros lugares?	X		X		X		X		
EJECUTAR EL PLAN DE CAPACITACIÓN	Ejecutar el plan de capacitación a los colaboradores	17. ¿Considera que el plan de capacitación se debería llevar a cabo fuera del horario laboral?	X		X		X		X		
EVALUAR EL PLAN DE CAPACITACIÓN	Resultados	18. ¿Considera que los resultados de la capacitación sean publicados para todos en la microempresa?	X		X		X		X		
		19. ¿Considera importante obtener un certificado al final de la capacitación brindada?	X		X		X		X		
	Ventajas y desventajas	20. ¿Considera la opción de participar de más capacitaciones, relacionadas a sus habilidades y desempeño laboral?	x		X		x		X		

Grado y Nombre del Experto : Dr. Yosip Ibrahin Mejía Díaz

Firma del experto :



EXPERTO EVALUADOR

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS
TÍTULO DE LA TESIS: Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa en Lambayeque

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN						OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES			
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM			RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO	
CALIDAD DE ATENCIÓN	EMPATÍA	Amabilidad	1. ¿Considera que los colaboradores de la microempresa deben estar capacitados en atención al cliente?	X		X		X		X			
			2. ¿Ud. Considera que el personal que los atiende es amable ?	X		X		X		X			
			3. ¿Ud. confía en la información que brinda el personal que lo atiende?	X		X		X		X			
			4. ¿Ud. Cree que es adecuada la apariencia de personal que lo atiende?	X		X		X		X			
	SEGURIDAD	Nivel de seguridad en las transacciones	5. ¿Cree Ud. Que los medios de pago tradicionales son seguras?	X		X		X		X			
			6. Cree Ud. ¿Que los medios de pagos y transacciones digitales son seguras? Yape - Plin	X		X		X		X			
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	Duración de la Capacidad de respuesta.	7. ¿Ud. Considera que el personal que lo atiende, cuenta con habilidades suficientes para atenderlo?	X		X		X		X			
			8. ¿Ud. considera que el personal brinda predisposición al momento de la atención y ayuda de manera inmediata?	X		X		X		X			
			9. ¿Ud. considera que el personal brinda cortesía al momento de interactuar con los clientes?	X		X		X		X			

FIABILIDAD	Ser diferente a la competencia	10. ¿Ud. considera que la microempresa brinda los productos de acuerdo a lo ofrecido?	x		x		x		x	
		11. ¿Ud. cree que la empresa está a la altura de sus expectativas?	x		x		x		x	
		12. De acuerdo a la calidad de atención que recibe, ¿considera a la microempresa como primera opción de compra?	x		x		x		x	
		13. ¿Ud. considera que la microempresa cumple con lo que promete?	x		x		x		x	
ELEMENTOS TANGIBLES	Infraestructura	14. ¿Cree que la microempresa cuenta con instalaciones que brindan seguridad?	x		x		x		x	
	Mobiliario	15. ¿Cree que la microempresa cuenta con un mobiliario apropiado y ordenado en las instalaciones?	x		x		x		x	

Grado y Nombre del Experto: Dr. Yosip Ibrahim Mejía Díaz

Firma del experto :



EXPERTO EVALUADOR



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa, Lambayeque

2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario

3. TESISTA:

Br.: Puicón Suárez Gisella Giovanna

4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: **El cuestionario se encuentra apto para el recojo de datos**

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 03 de junio de 2023

17632352

Dr. Mejía Díaz Yosip Ibrahim



HUELLA

N° de registro Sunedu: 0612-2022-UCV



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Ejecutivo de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos **MEJIA DIAZ**
Nombres **YOSIP IBRAHIN**
Tipo de Documento de Identidad **DNI**
Numero de Documento de Identidad **17632352**

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C.**
Rector **TANTALEAN RODRIGUEZ JEANNETTE CECILIA**
Secretario General **LOMPARTE ROSALES ROSA JULIANA**
Director **PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL**

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico **DOCTOR**
Denominación **DOCTOR EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD**
Fecha de Expedición **17/10/22**
Resolución/Acta **0612-2022-UCV**
Diploma **052-175283**
Fecha Matrícula **02/09/2019**
Fecha Egreso **31/08/2022**

Fecha Matrícula **02/09/2019**
Fecha Egreso **31/08/2022**

Fecha de emisión de la constancia:
03 de Junio de 2023



CÓDIGO VIRTUAL 0001314629

ROLANDO RUIZ LLATANCE
EJECUTIVO
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria
Motivo: Servidor de
Agente automatizado.
Fecha: 03/06/2023 18:14:25-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS
TÍTULO DE LA TESIS: Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa en Lambayeque

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN						OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES			
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM			RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO	
PLAN DE CAPACITACIÓN	NECESIDAD DE CAPACITACIÓN	Conocimiento	1. ¿Considera importante participar de la programación de las capacitaciones?	x		x		x		x			
			2. ¿Considera que sus conocimientos cumplen con lo requerido en su puesto laboral?										
		Habilidad	3. ¿Considera que las capacitaciones activan y mejoran las habilidades laborales?	x		x		x		x			
			4. ¿Considera que es importante que el empleador conozca de las habilidades y capacidades de su empleador?	x		x		x		x			
			5. ¿Considera que cuenta con las habilidades necesarias para brindar una buena calidad de atención?	x		x		x		x			
		Requerimiento	6. ¿Considera que los temas para la capacitar al personal, debe ser elegidos por el dueño de la empresa?	x		x		x		x			
			7. ¿Considera importante que el personal de trabajo reciba capacitaciones periódicas?	x		x		x		x			
		Destrezas	8. ¿Considera que logra reconocer cuando se presenta un problema y puede decidir voluntariamente para darle solución?	x		x		x		x			
			9. ¿Considera que es importante trabajar en equipo y de manera organizada?	x		x		x		x			
			10. ¿Considera que hay afinidad entre los trabajadores y el dueño de la empresa?	x		x		x		x			
	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN	Especificar Fortalezas y debilidades	11. ¿Considera que la microempresa no posee debilidades de ningún aspecto?	x		x		x		x			
			12. ¿Considera que la fortaleza más importante de la empresa es el talento humano?	x		x		x		x			

DISEÑO DEL PLAN DE CAPACITACIÓN	Puntualizar en que consiste un plan de capacitación	13. ¿Considera que la empresa debe seleccionar el tema a desarrollar en el Plan de Capacitación?	x		x		x		x	
		14. ¿Considera que el capacitador debe ser un personal externo de la empresa?	x		x		x		x	
VALIDAR EL PLAN DE CAPACITACIÓN	Presentar la propuesta del plan de capacitación	15. ¿Considera que deben participar en algún programa que brinde capacitaciones?	x		x		x		x	
		16. ¿Considera compartir el plan de capacitación que se les brinde, con otros colaboradores de otros lugares?	x		x		x		x	
EJECUTAR EL PLAN DE CAPACITACIÓN	Ejecutar el plan de capacitación a los colaboradores	17. ¿Considera que el plan de capacitación se debería llevar a cabo fuera del horario laboral?	x		x		x		x	
EVALUAR EL PLAN DE CAPACITACIÓN	Resultados	18. ¿Considera que los resultados de la capacitación sean publicados para todos en la microempresa?	x		x		x		x	
		19. ¿Considera importante obtener un certificado al final de la capacitación brindada?	x		x		x		x	
	Ventajas y desventajas	20. ¿Considera la opción de participar de más capacitaciones, relacionadas a sus habilidades y desempeño laboral?	x		x		x		x	

Grado y Nombre del Experto: MBA. Gelen Nonoy Alberca Guerrero

Firma del experto :



EXPERTO EVALUADOR



FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa en Lambayeque

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
CALIDAD DE ATENCIÓN	EMPATÍA	Amabilidad	1. ¿Considera que los colaboradores de la microempresa deben estar capacitados en atención al cliente?	X		X		X		X		
			2. ¿Ud. Considera que el personal que los atiende es amable?	X		X		X		X		
			3. ¿Ud. confía en la información que brinda el personal que lo atiende?	X		X		X		X		
			4. ¿Ud. Cree que es adecuada la apariencia de personal que lo atiende?	X		X		X		X		
	SEGURIDAD	Nivel de seguridad en las transacciones	5. ¿Cree Ud. Que los medios de pago tradicionales son seguros?	X		X		X		X		
			6. Cree Ud. ¿Que los medios de pagos y transacciones digitales son seguros? Yape - Plin	X		X		X		X		
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	Duración de la Capacidad de respuesta.	7. ¿Ud. Considera que el personal que lo atiende, cuenta con habilidades suficientes para atenderlo?	X		X		X		X		
			8. ¿Ud. considera que el personal brinda predisposición al momento de la atención y ayuda de manera inmediata?	X		X		X		X		
			9. ¿Ud. considera que el personal brinda cortesía al momento de interactuar con los clientes?	X		X		X		X		

FIABILIDAD	Ser diferente a la competencia	10. ¿Ud. considera que la microempresa brinda los productos de acuerdo a lo ofrecido?	x		x		x		x	
		11. ¿Ud. cree que la empresa está a la altura de sus expectativas?	x		x		x		x	
		12. De acuerdo a la calidad de atención que recibe, ¿considera a la microempresa como primera opción de compra?	x		x		x		x	
		13. ¿Ud. considera que la microempresa cumple con lo que promete?	x		x		x		x	
ELEMENTOS TANGIBLES	Infraestructura	14. ¿Cree que la microempresa cuenta con instalaciones que brindan seguridad?	x		x		x		x	
	Mobiliario	15. ¿Cree que la microempresa cuenta con un mobiliario apropiado y ordenado en las instalaciones?	x		x		x		x	

Grado y Nombre del Experto: MBA. ~~Geles Nonoy Alberca Guerrero~~

Firma del experto :

1



EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa, Lambayeque

2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario

3. TESISTA:

Br.: Puicón Suárez Gisella Giovanna

4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: **El cuestionario se encuentra apto para el recojo de datos**

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 02 de junio de 2023

 <hr/> <p>41198288 MBA. Gela Nonoy Alberca Guerrero</p>	 <hr/> <p>HUELLA N° de registro Sunedu: 0583-2014-UCV</p>
---	---



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Ejecutivo de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos ALBERCA GUERRERO
Nombres GELEN NONOY
Tipo de Documento de Identidad DNI
Numero de Documento de Identidad 41198288

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO
Rector ORBEGOSO VENEGAS BRIJALDO SIGIFREDO
Secretario General SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL
Decano MOYA RONDO RAFAEL MARTIN

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico MAESTRO
Denominación MAGISTER EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES
Fecha de Expedición 06/05/2014
Resolución/Acta 0583-2014-UCV
Diploma A1669617
Fecha Matrícula Sin información (*****)
Fecha Egreso Sin información (*****)

Fecha de emisión de la constancia:
02 de Junio de 2023



CÓDIGO VIRTUAL 0001313875

ROLANDO RUIZ LLATANCE
EJECUTIVO
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria
Motivo: Servidor de
Agente automatizado.
Fecha: 02/06/2023 18:23:59-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27289 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

(*****) La falta de información de este campo, no involucra por sí misma un error o la invalidez de la inscripción del grado y/o título, puesto que, a la fecha de su registro, no era obligatorio declarar dicha información. Sin perjuicio de lo señalado, de requerir mayor detalle, puede contactarnos a nuestra central telefónica: 01 500 3930, de lunes a viernes, de 08:30 a.m. a 4:30 p.m.

Anexo 06 – Consentimiento Informado



Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación: Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa, Lambayeque.

Investigador (a) (es): Puicón Suárez Gisella Giovanna.

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa, Lambayeque"; cuyo objetivo es Proponer un Plan de capacitación para la calidad de atención de los colaboradores de una microempresa en Lambayeque, 2023.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes de posgrado de la maestría en Administración de Negocios - MBA, de la Universidad César Vallejo del campus Chiclayo, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la microempresa Maron Oline.

Describir el impacto del problema de la investigación.

Con la propuesta de un Plan de Capacitación se contribuirá a mejorar la calidad de atención de los colaboradores en una microempresa en Lambayeque.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada. "Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa, Lambayeque".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 12 minutos y se realizará en las instalaciones de Maron Online. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):



Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es) Puicón Suárez Gisella Giovanna. email: gigiopus@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor: Huiman Tarrillo, Hugo Enrique. email: htarrilloh@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Baldera Monsalve Brenda Romy.

Fecha y hora: 09 de junio de 2023, 09:20 a.m.



Anexo 07 – Confiabilidad

Figura 12
Confiabilidad.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Coeficiente de confiabilidad del cuestionario	→	0.86
Número de ítems del instrumento	→	15
Sumatoria de las varianzas de los ítems.	→	12.055515
Varianza total del instrumento.	→	62.4441198

Anexo 08 – Ficha de Validación de Propuesta por expertos



Universidad César Vallejo

POSGRADO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ANEXO: VALIDACIÓN DE PROPUESTA EXPERTO 01

FICHA DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE CAPACITACIÓN PARA LA CALIDAD DE ATENCIÓN A LOS CLIENTES DE UNA MICROEMPRESA, LAMBAYEQUE.

Yo, **Gelen Nonoy Alberca Guerrero**, identificado con DNI N° **41198288**, con Grado Académico de **Maestría en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales – MBA**, en la Universidad Cesar Vallejo, con código de inscripción en SUNEDU N° **0583**

Hago constar que he leído y revisado el Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa, Lambayeque, correspondientes a la Tesis del mismo nombre, de la Maestría en Administración de Negocios - MBA de la Universidad Cesar Vallejo.

La propuesta contiene la siguiente estructura; Metodológica, Capacitaciones y propuesta estratégica.

La propuesta corresponde a la tesis: **“Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa, Lambayeque”**.

a. Pertinencia con la investigación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis de investigación.	X		
2	Pertinencia con las variables y dimensiones.	X		
3	Pertinencia con las dimensiones e indicadores.	X		
4	Pertinencia con los principios de la redacción científica (propiedad y coherencia).	X		
5	Pertinencia con los fundamentos teóricos	X		
6	Pertinencia con la estructura de la investigación	X		
7	Pertinencia de la propuesta con el diagnóstico del problema	X		



b. Pertinencia con la aplicación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Es aplicable al contexto de la investigación	X		
2	Soluciona el problema de la investigación	X		
3	Su aplicación es sostenible en el tiempo	X		
4	Es viable en sus aplicación	X		
5	Es aplicable a otras instituciones con características similares	X		

Luego de la evaluación minuciosa de la propuesta y realizadas las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Propuesta: "Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa, Lambayeque".			
APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
95%	92%	92%	93%

DECISIÓN O FUNDAMENTACIÓN DEL EXPERTO:

La propuesta presenta consistencia y pertinencia para su aplicación empresarial. A nivel de redacción, se cumple con los estándares de la norma internacional APA 7ª Edición. Y en cuanto a su uso, se definen claramente las acciones y costos para su ejecución en la empresa seleccionada.

OBSERVACIONES:.....
.....

Chiclayo, 13 de Julio del 2023.

Mg. Gelen Nonoy Alberca Guerrero

Código de registro de Sunedu: 0583

Centro de labores: Universidad César Vallejo

Cargo: Jefa de Registros Académicos

Mg. Gelen Nonoy Alberca Guerrero
DNI: 41198288
EXPERTO





PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Ejecutivo de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos ALBERCA GUERRERO
Nombres GELEN NONOY
Tipo de Documento de Identidad DNI
Numero de Documento de Identidad 41198288

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO
Rector ORBEGOSO VENEGAS BRIJALDO SIGIFREDO
Secretario General SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL
Decano MOYA RONDO RAFAEL MARTIN

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico MAESTRO
Denominación MAGISTER EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES
Fecha de Expedición 06/05/2014
Resolución/Acta 0583-2014-UCV
Diploma A1669617
Fecha Matrícula Sin información (*****)
Fecha Egreso Sin información (*****)

Fecha de emisión de la constancia:
02 de Junio de 2023



CÓDIGO VIRTUAL 0001313875

ROLANDO RUIZ LLATANCE
EJECUTIVO
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria
Motivo: Servidor de
Agente automatizado.
Fecha: 02/06/2023 18:23:59-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

(*****) La falta de información de este campo, no involucra por sí misma un error o la invalidez de la inscripción del grado y/o título, puesto que, a la fecha de su registro, no era obligatorio declarar dicha información. Sin perjuicio de lo señalado, de requerir mayor detalle, puede contactarnos a nuestra central telefónica: 01 500 3930, de lunes a viernes, de 08:30 a.m. a 4:30 p.m.



ANEXO: VALIDACIÓN DE PROPUESTA EXPERTO 02

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE CAPACITACIÓN PARA
LA CALIDAD DE ATENCIÓN A LOS CLIENTES DE
UNA MICROEMPRESA, LAMBAYEQUE.**

Yo, Marco Valiente López, identificado con DNI N° 17561605, con Grado Académico de Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad, en la Universidad Cesar Vallejo, con código de inscripción en SUNEDU N° 0155.

Hago constar que he leído y revisado el Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa, Lambayeque, correspondientes a la Tesis del mismo nombre, de la Maestría en Administración de Negocios - MBA de la Universidad Cesar Vallejo.

La propuesta contiene la siguiente estructura; Metodológica, Capacitaciones y propuesta estratégica. La propuesta corresponde a la tesis: "*Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa, Lambayeque*".

a. Pertinencia con la investigación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis de investigación.	X		
2	Pertinencia con las variables y dimensiones.	X		
3	Pertinencia con las dimensiones e indicadores.	X		
4	Pertinencia con los principios de la redacción científica (propiedad y coherencia).	X		
5	Pertinencia con los fundamentos teóricos	X		
6	Pertinencia con la estructura de la investigación	X		
7	Pertinencia de la propuesta con el diagnóstico del problema	X		

b. Pertinencia con la aplicación

Nº	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Es aplicable al contexto de la investigación	X		
2	Soluciona el problema de la investigación	X		
3	Su aplicación es sostenible en el tiempo	X		
4	Es viable en sus aplicación	X		
5	Es aplicable a otras instituciones con características similares	X		

Luego de la evaluación minuciosa de la propuesta y realizadas las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Propuesta: "Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa, Lambayeque".			
APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
98%	95%	97%	95%

DECISIÓN O FUNDAMENTACIÓN DEL EXPERTO:

La propuesta presenta consistencia y pertinencia para su aplicación empresarial. A nivel de redacción, se cumple con los estándares de la norma internacional APA 7ª Edición. Y en cuanto a su uso, se definen claramente las acciones y costos para su ejecución en la empresa seleccionada.

OBSERVACIONES:

Chiclayo, 13 de Julio del 2023.

Dr. Marco Antonio Valiente López

Código de registro de Sunedu: 0155

Centro de labores: Universidad San Martín de Porras

Cargo: Docente Tiempo Completo



Dr. Marco Valiente López

DNI: 17561605

EXPERTO



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Ejecutivo de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos **VALIENTE LOPEZ**
Nombres **MARCO ANTONIO**
Tipo de Documento de Identidad **DNI**
Numero de Documento de Identidad **17561605**

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C.**
Rector **TANTALEAN RODRIGUEZ JEANNETTE CECILIA**
Secretario General **LOMPARTE ROSALES ROSA JULIANA**
Director **PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL**

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico **DOCTOR**
Denominación **Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad**
Fecha de Expedición **21/03/2023**
Resolución/Acta **0155-2023-UCV**
Diploma **052-197978**
Fecha Matrícula **06/04/2020**
Fecha Egreso **01/02/2023**

Fecha de emisión de la constancia:
13 de Mayo de 2023



CÓDIGO VIRTUAL 0001288114

ROLANDO RUIZ LLATANCE
EJECUTIVO
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria
Motivo: Servidor de
Agente automatizado.

Fecha: 13/05/2023 11:32:48-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.



ANEXO: VALIDACIÓN DE PROPUESTA EXPERTO 03

FICHA DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE CAPACITACIÓN PARA LA CALIDAD DE ATENCIÓN A LOS CLIENTES DE UNA MICROEMPRESA, LAMBAYEQUE.

Yo, **Yosip Ibraín Mejía Díaz**, identificado con DNI N° 17632352, con Grado Académico de Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad, en la Universidad Cesar Vallejo, con código de Inscripción en SUNEDU N° 0612

Hago constar que he leído y revisado el Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa, Lambayeque, correspondientes a la Tesis del mismo nombre, de la Maestría en Administración de Negocios - MBA de la Universidad Cesar Vallejo.

La propuesta contiene la siguiente estructura: Metodológica, Capacitaciones y propuesta estratégica.

La propuesta corresponde a la tesis: *"Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa, Lambayeque"*.

a. Pertinencia con la Investigación

Nº	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis de investigación.	X		
2	Pertinencia con las variables y dimensiones.	X		
3	Pertinencia con las dimensiones e indicadores.	X		
4	Pertinencia con los principios de la redacción científica (propiedad y coherencia).	X		
5	Pertinencia con los fundamentos teóricos	X		
6	Pertinencia con la estructura de la investigación	X		
7	Pertinencia de la propuesta con el diagnóstico del problema	X		

b. Pertinencia con la aplicación

Nº	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Es aplicable al contexto de la Investigación	X		
2	Soluciona el problema de la investigación	X		
3	Su aplicación es sostenible en el tiempo	X		
4	Es viable en sus aplicación	X		
5	Es aplicable a otras Instituciones con características similares	X		

Luego de la evaluación minuciosa de la propuesta y realizadas las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Propuesta: "Plan de capacitación para la calidad de atención a los clientes de una microempresa, Lambayeque".			
APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
98%	95%	99%	97%

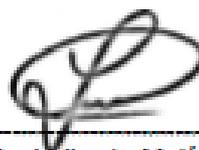
DECISIÓN O FUNDAMENTACIÓN DEL EXPERTO:

La propuesta presenta consistencia y pertinencia para su aplicación empresarial. A nivel de redacción, se cumple con los estándares de la norma Internacional APA 7ª Edición. Y en cuanto a su uso, se definen claramente las acciones y costos para su ejecución en la empresa seleccionada.

OBSERVACIONES:.....
.....

Chiclayo, 10 de Julio del 2023.

Dr. Yosip Ibrain Mejía Díaz
 Código de registro de Sunedu: 0612
 Centro de labores: Universidad César Vallejo
 Cargo: Docente de la EPG



Dr. Yosip Ibrain Mejía Díaz
 DNI: 17632352
 EXPERTO

**PERÚ**

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Ejecutivo de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos **MEJIA DIAZ**
Nombres **YOSIP IBRAHIN**
Tipo de Documento de Identidad **DNI**
Numero de Documento de Identidad **17632352**

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C.**
Rector **TANTALEAN RODRIGUEZ JEANNETTE CECILIA**
Secretario General **LOMPARTE ROSALES ROSA JULIANA**
Director **PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL**

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico **DOCTOR**
Denominación **DOCTOR EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD**
Fecha de Expedición **17/10/22**
Resolución/Acta **0612-2022-UCV**
Diploma **052-175283**
Fecha Matrícula **02/09/2019**
Fecha Egreso **31/08/2022**

Fecha Matrícula **02/09/2019**
Fecha Egreso **31/08/2022**

Fecha de emisión de la constancia:
03 de Junio de 2023

**CÓDIGO VIRTUAL 0001314629**

ROLANDO RUIZ LLATANCE
EJECUTIVO
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria
Motivo: Servidor de
Agente automatizado.
Fecha: 03/06/2023 18:14:25-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

Anexo 09 – Propuesta

Diseño de la Propuesta

I. DATOS INFORMATIVOS

- 1.1. Título de la Propuesta:** “La Capacitación genera conocimiento, y el Conocimiento es un valor añadido”.
- 1.2. Autora** : Br. Gisella Giovanna Puicón Suárez
- 1.3. Microempresa** : Maron Online
- 1.4. RUC** : 10441073289
- 1.5. Actividad Económica:** Venta de productos de primera necesidad
- 1.6. Año de la Propuesta** : 2023

II. MISIÓN

Somos una empresa dedicada al rubro de venta al por menor y mayor de productos de importación para el hogar, belleza y accesorios personales. Llevamos a tus manos los mejores productos de tendencia, garantizando que sean de calidad y logren cubrir tus necesidades

III. VISIÓN

Para el 2005 seremos una cadena de punto de ventas de productos tendencia, que cubren las necesidades de sus clientes. Contamos con una red de emprendedores que distribuyen nuestros productos y crecemos en conjunto.

IV. INTRODUCCIÓN

Las capacitaciones han sido denominadas a una serie de actividades programadas y planificadas de manera ordenada y estructurada, con la finalidad de encaminarse a incentivar el desarrollo de las habilidades y eficiencia del personal de manera preventiva, asimismo el proceso de participación, involucrando a todo el equipo de trabajo.

El poder capacitar al personal involucra que los colaboradores juegan un papel primordial para el logro de las actividades y proyectos, donde los

colaboradores adquieren conocimiento, herramientas, habilidades personales y actitud para interactuar en el entorno laboral.

En este sentido las capacitaciones se consideran piezas fundamentales para el crecimiento personal y apoyar en la rentabilidad para la microempresa, el hecho que el colaborador invierta en capacitar en su personal facilitará el logro de los objetivos propuestos y realizar de manera eficiente sus actividades, teniendo en consideración que todo se articulará con el resto de las áreas de la microempresa.

La mejor manera de capacitar es tomando en cuenta los 7 elementos de un plan de capacitación, según Peter Druker, los mismos que fueron adaptadas por la autora del presente trabajo y se estructuraron las capacitaciones de acuerdo a nivel de educación de los colaboradores, así como la disponibilidad de tiempo. Posterior a un tiempo determinado se debe realizar una retroalimentación, para ello se detallan los pasos a seguir:

Figura 13
Lo que el cliente real requiere



V. JUSTIFICACIÓN

El recurso más relevante en cualquier institución consta en el crecimiento de las habilidades de los colaboradores, influenciando en su desarrollo, actualmente toda la revolución científica y tecnológica en esta época ha permitido que se desarrollen y estructuren en las diferentes áreas laborales, con un ideal creativo que consolida al personal como esencia de toda la dinámica laboral.

Según Peter F. Drucker (1985), “El emprendimiento es maximizar las oportunidades”. Cabe mencionar que los colaboradores son el engranaje de toda institución, por ello la motivación y el trabajo en equipo es fundamental para que la microempresa cumpla con sus objetivos. Los nuevos rumbos administrativos o de servicio vinculan el lograr un alto nivel de competitividad.

La razón de optar por la microempresa Maron Online, es debido a que muchos emprendedores se han reinventado, provocando que el mercado se vuelva más competitivo y tecnológico, por ello los consumidores son más exigentes en la calidad de servicio, todo ello debido a que no existe protocolos de servicio, ocasionando quejas e incomodidad por parte de los clientes, para ello es necesario comprender los niveles de servicio que requieren los clientes y las capacidades de la empresa para satisfacer los diferentes perfiles de clientes.

El proponer un plan de capacitación incluye a los colaboradores de Maron Online. Los temas propuestos están alineados a los resultados de los cuestionarios aplicados, se consideran el presupuesto estimado y cronograma de ejecución, por cada capacitación, buscando mejorar la Calidad de atención de los colaboradores de una microempresa en Lambayeque.

VI. DESARROLLO DE LAS CAPACITACIONES

OBJETIVO: Priorizar la Satisfacción de los Clientes.

INDICADOR 1: Empatía

NOMBRE DE LA CAPACITACIÓN; *“Te veo, Te escucho, Me pongo en tus zapatos”*

Para las microempresas que están en pleno crecimiento, el implementar un programa de capacitaciones a su personal relacionadas al tema de la empatía no requiere de mucho dinero.

En esta oportunidad empezaremos por diferenciar entre las palabras empatía y simpatía, que para muchos es lo mismo, pero en realidad, son dos conceptos diferentes: Simpatía; *releja el comunicar emociones de las otras personas*, mientras la Empatía *refleja la comprensión y la reciprocidad de perspectivas del cliente*.

Posterior se le explicará al personal las diferencias entre:

1. Usuario: La persona que disfruta habitualmente de un servicio o del empleo de un producto.
2. Cliente: La persona que compra habitualmente en la misma empresa (consumidor habitual).
3. Empatía: capacidad de comprender, relacionarse y ser recíprocos con las situaciones y emociones de los clientes, con el objetivo de ayudar a la otra persona a sacarlas de una situación difícil o con dudas.
4. Tipos de empatía: existen
 - ✓ Empatía cognitiva (comprensión superficial)

- ✓ Empatía emocional (compartirla carga emocional de otras personas).
- ✓ Empatía compasiva (acción de comprender y resolver el problema)

5. Escucha activa: es encontrar la causa del problema, haciendo preguntas hasta llegar a la raíz del problema.

6. Que implica ser amable:

- ✓ Regenera el sistema inmune.
- ✓ Restablece la tensión arterial.
- ✓ Controla y genera equilibrio con la ansiedad.
- ✓ Higieniza tu mirada.

7. Dinámica: **Lo que necesito de ti**

Estructura: los colaboradores trabajan asumiendo diferentes funciones y disciplinas mejorando en la forma de realizar preguntas.

Debido a que los participantes articulan sus necesidades básicas con sus otros compañeros de trabajo y estos a su vez tiene la oportunidad de responder, de esta manera la respuesta será clara e integral y se reflejará la coordinación.

a) Aplicación: unirse en parejas y proponerse una meta

b) Organización: se colocan sillas en medio del salón y se les brinda papel a los participantes para que anoten sus necesidades y respuestas.

c) Distribución: Ambas parejas pueden comentar sus necesidades.

d) Secuencia: Recordarles la meta propuesta por ellos, e indicar que las respuestas solo serán “sí”, “no”, “lo intentaré” y “lo que esté

permitido". Las necesidades se expresan en solicitudes matizando las respuestas reduciendo así las necesidades a dos importantes. Luego un representante expone sus dos necesidades a los otros representantes y los otros voceros tomarán nota de las necesidades compartidas, pero nadie brindará respuesta, hasta pasado 06 minutos. Asimismo, se realizará un trabajo individual anotando únicamente las respuestas brindadas líneas arriba, (lo que nos permitirá corroborar si la solicitud mencionada era superficial para brindar una respuesta específica). Finalmente, el capacitador acude a las parejas y repite las solicitudes realizadas por ellos, luego comparte las respuestas.

e) Propósito;

- Aprender a articular las necesidades
- Aprender a brindar respuesta clara
- Mejorar las relaciones que se hayan resquebrajado
- Reducir las inseguridades, eliminando rumores y chismes
- Genera confianza entre el equipo de trabajo.

f) Consejo;

Hacer cumplir las respuestas el: "sí", "no", "lo intentaré" y "lo que esté permitido" y animar a que los colaboradores se expresen con claridad.

Tabla 6*Esquema de Capacitación - Empatía*

Actividad	Identificar Necesidades	Dimensión	Estrategia	Dinámica	Tiempo
Identificar las debilidades del personal durante el proceso de atención al cliente.					
Motivación					
1. Se convoca a los participantes					
2. Se inicia el desarrollo de la capacitación con la Presentación de cada uno de los convocados.	Se carece de		✓ Lluvia de ideas		
3. Posteriormente se realiza una lluvia de ideas.	empatía, por				
4. Se da inicio a la capacitación	parte del		✓ Dinámicas		
5. Se realiza la dinámica.	personal,	Empatía		<i>“Lo que necesito de ti”.</i>	60 minutos
Desarrollo:	ocasionando la		✓ Retroalimentación,		
Tema: “Te veo, Te escucho, Me pongo en tus zapatos”	incomodidad		de la capacitación		
1. Diferencia en Empatía y Simpatía.	por parte de los		al personal,		
2. Definición de empatía	clientes.		mediante la		
3. Tipos de empatía			herramienta digital		
4. Cómo aplicar la empatía en la atención al cliente			(zeppelean)		
5. Dinámica - Aplicar la escucha activa					

OBJETIVO: Concientizar que la tecnología es un aliado en los medios de pago.

INDICADOR 2: Seguridad en las transacciones de pago.

NOMBRE DE LA CAPACITACIÓN; *“Pagos seguros”*

Las microempresas que están en pleno crecimiento deben implementar diversas formas de pago, más aún que la tecnología cada día se innova, por dichas formas de pago sean físicas o virtuales, deben ser virtuales, ya que según los resultados de la encuesta es una preocupación de los colaboradores, debido a las diferentes estafas que realizan los clientes.

1. En esta oportunidad empezaremos se dará inicio con una lluvia de ideas, hasta llegar al título de nuestra capacitación, luego se les brindará el concepto, de los diferentes medios de pago; antiguamente se realizaba el trueque, que consistía en el intercambio, los años han pasado y el mundo ha evolucionado, pero el dinero sigue funcionando como medio de cambio.
2. Medios de pago tradicionales para microempresas: Dinero en efectivo; es el más aceptado en el mundo (Cómo medio de cambio, Cómo unidad de cuenta y Cómo depósito de valor); Tarjetas de débito y crédito; Transferencias Interbancarias; Apps (Yape, Plin).
3. Garantizando pagos seguros por Apps; actualmente es un servicio inmediato, más usado y aumenta de a pocos la confianza y seguridad de los usuarios.
4. Dinámica; **De la habana viene un barco cargado de...**

a) Mecánica:

El capacitador plantea un tema, que pueden ser costo de los productos que se venden, las respuestas deben ser cortas o máximo dos palabras y el participante debe responder el asunto planteado y el aporte de sus compañeros, en el orden que se dictaron los nombres.

b) Recompensa:

Se va eliminando al participante que se equivoque en el orden de los nombres y la persona que quede al final será la ganadora.

c) Beneficios:

- ✓ Ayuda a la concentración (atentos al pedido del cliente y el costo de los productos).
- ✓ Ayuda a la memoria (buena técnica de memorización)
- ✓ Ayuda al pensamiento ágil; Buscar la facilidad de medio de pago para el cliente, brindando opciones rápidas

Figura 14

Lo que el cliente real requiere



OBJETIVO: Mejorar la presentación de los estantes.

INDICADOR: Elementos tangibles

NOMBRE DE LA CAPACITACIÓN: *“Organización de los recursos y equipos muebles”*

Todo emprendimiento requiere en crecimiento, requiere de bienes muebles, materiales, tecnológicos y productos para su correcto funcionamiento, todo ello forma parte de equipamiento de la microempresa y mientras más avanzada es la tecnología, la respuesta será de mayores ingresos económicos que a su vez con la seguridad y calidad de atención, permitirán brindar un valor agregado.

Para equipar correctamente la microempresa se requiere de estantes con subdivisiones, archivadores, repisas, credensa, mesa de despacho y entrega de productos, sillas, computadora, Pos, entre otras. Pero para realizar un buen trabajo en equipo, lograr que el cliente se vaya satisfecho y luego regrese, debemos mantener ordenado nuestro lugar de trabajo, ya que es lo refleja cómo es vista la microempresa.

- ✓ Para ello se tendrá en cuenta:
- ✓ Revisar el diseño de la distribución de los espacios y anaqueles para exhibición
- ✓ Etiquetar adecuadamente los productos
- ✓ Seleccionar un sistema de almacenaje propicio para ordenar el almacén

1. Dinámica: **“Orden y Limpieza”**

a) Mecánica;

La Dinámica consiste en reunir a los participantes en dos grupos, a cada grupo se les entregará las fichas de legos iguales para armar la misma figura (lo ideal es que la figura a armar sea asociada a la actividad que realizan, es decir en este caso se les pedirá que armen una sala con estantes /anaqueles con mini productos).

b) Ventaja y desventaja;

A cada equipo se les entregará los legos de manera diferente, a un grupo se les entregará de manera separada y clasificada por color y solo comprenderán las fichas que comprende la figura que deben realizar más su manual de instrucciones, al otro equipo se les entrega las fichas mezcladas entre ellas y se adicionan fichas demás, indicándoles que deben armar la misma figura más su manual de instrucciones. Cabe mencionar que es lógico darse cuenta quién ganará.

c) Aprendizaje;

Se solicita a los participantes que brinden sus comentarios, en su caso se obtendrá como respuesta que se debe tener todo en orden y limpio las ayudará a tener mayor precisión para ubicar los productos, ahorra tiempo es práctico.

Tabla 7

Esquema de Capacitación – Elementos tangibles

Actividad	Identificar Necesidades	Dimensión	Estrategia	Dinámica	Tiempo
<p>Concientizar al personal que el tener un orden en los estantes, repisas, anaqueles, facilita el trabajo y la manera de comunicarse.</p> <p>Motivación</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se convoca a los participantes 2. Se inicia el desarrollo de la capacitación con la Presentación de cada uno de los convocados. 3. Posteriormente se realiza una visita por los anaqueles de la tienda. 4. Se realiza la dinámica y capacitación <p>Desarrollo:</p> <p>Tema: “Organización de los recursos y equipos muebles”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dinámica 2. Definición de Orden 3. Definición de limpieza 	<p>Socializar con el personal enseñando con el ejemplo y práctica que el orden, conlleva a desarrollar un ambiente cálido, mejora el ánimo y facilita la comunicación entre los compañeros de trabajo.</p>	Equipamiento	<p>✓ Visita por los estantes, almacén, etc.</p> <p>✓ Dinámicas</p>	<p>“Orden y Limpieza”</p>	60 minutos

OBJETIVO: Trabajar en equipo y Aprender a manejar las emociones de los colaboradores, frente a los diferentes clientes

INDICADOR: Capacidad de respuesta.

NOMBRE DE LA CAPACITACIÓN; *“En equipo se divide el trabajo y se multiplica los resultados”*

Tomando en consideración el título de la capacitación “En equipo se divide el trabajo y se multiplica los resultados”, es porque dentro de una microempresa ayuda al accionar organizacional y se asignan actividades específicas, buscando así la coordinación e integración entre los colaboradores.

Así la organización sea pequeña, se requiere de personas que desarrollen sus habilidades y destrezas, las mismas que deben estar comprometidas con el objetivo de la microempresa. De esta manera se busca que el talento del personal sea colectivo y la energía sea holística.

Tomando en consideración a Chiavenato, nos ilustra en qué el:

1. Trabajo en Equipo, es una cohesión, un compromiso colectivo, buscando la concentración en las actividades asignadas, las mismas que deben involucrar a los colaboradores con su relación y satisfacción en la calidad del trabajo. El actuar en conjunto es la capacidad para formar buenos equipos.
2. Importancia entre grupos y equipos de trabajo:

Tabla 8

Importancia entre grupos y equipos de trabajo.

GRUPO DE TRABAJO	EQUIPO DE TRABAJO
✓ Cuenta con un líder	✓ El liderazgo es compartido
✓ Tiene responsabilidad individual	✓ La responsabilidad es individual y colectiva
✓ El propósito es de la organización	✓ Su propósito es específico
✓ Promueve reuniones eficientes	✓ Fomenta reuniones abiertas y constantes, para solucionar problemas.
✓ El grupo discute, decide y delega	✓ El equipo discute, decide y realiza el trabajo.

3. Dinámica: **Rompecabezas**

- a) Mecánica; consiste en conformar equipos de tres personas, delegar a una persona para que arme el rompecabezas, con el apoyo de los demás participantes, que solo podrán alcanzar las piezas a la persona elegida y armar un rompecabezas de 50 piezas.
- b) Beneficios: quien arma el rompecabezas en menos tiempo, gana el juego y se le puede premiar al equipo.
- c) Aprendizaje: Ayuda visualizar cada pieza, ejercita la memoria visual de cómo era la imagen, se reconocen formas, colores y lo más importante permite que la capacidad de concentración y memoria aumenten y que el equipo unido, organizado y con comunicación lograr mucho.

4. Manejo de emociones; es la capacidad de reconocer los sentimientos ajenos y propios, el motivarnos y manejar apropiadamente las relaciones.

5. Lecciones de inteligencia emocional o manejo de emociones

- ✓ La inteligencia no es solo racional; es emocional
- ✓ Las emociones son poderosas; para dominar las negativas
- ✓ El controlar los hábitos; nos conlleva a una buena vida
- ✓ La inteligencia influye en nuestra salud
- ✓ La inteligencia emocional determina el éxito
- ✓ El liderazgo positivo; ayuda a construir un objetivo común.
- ✓ El autodomnio; exige autorregulación.
- ✓ El manejo de emociones ayuda a nuestra vida social y facilita relaciones.

6. Dinámica; **La búsqueda del tesoro**

a) Mecánica; es una dinámica muy divertida, consiste en buscar el tesoro y encontrarlo, de toda una gama de lista que se les brinda, las posibilidades son diversas, los participantes deben trabajar en equipo para lograr una buena comunicación y reconocer el lugar de trabajo.

b) Objetivo; lograr una buena comunicación, colaboración de los integrantes y sobre todo darles solución a los problemas.

Tabla 9*Esquema de Capacitación – Capacidad de respuesta*

Actividad	Identificar Necesidades	Dimensión	Estrategia	Dinámica	Tiempo
Para cerrar el proceso de capacitaciones de trabajará con los colaboradores el manejo de emociones y trabajo en equipo.					
Motivación					
1. Se convoca a los participantes					
2. Se inicia el desarrollo de la capacitación con la					
3. Posteriormente el capacitador les pregunta cómo se sienten, en ese momento, que sienten...	Motivar a los colaboradores		✓ Sensibilizar a los participantes		
4. Se realiza dinámica	que el trabajo en equipo y saber	Capacidad		<i>“Rompe cabezas”</i>	60 minutos
5. Se inicia la capacitación	manejar las	de	✓ Dinámicas		
6. Se finaliza con otra dinámica	emociones, es	respuesta			
Desarrollo:					
Tema: “En equipo se divide el trabajo y se multiplica los resultados”	primordial para lograr el objetivo				
1. Socialización con los participantes	de la				
2. Definición trabajo en equipo	microempresa.				
3. Dinámica					
4. Sensibilidad a Los participantes - Dinámica					

Los precios de los recursos y presupuestos son tomados en consideración según tabla de precios referenciales del ministerio de economía y finanzas – MEF 2023

Tabla 10 Presupuesto general de la propuesta

Categoría de presupuestos	N°	Costo Unitario	Costo Total
1. Recursos Humanos			
Asesoramiento	4	100.00	400.00
Gastos de transporte	4	10.00	40.00
Subtotal			440.00
2. Recursos Materiales			
Útiles de oficina	1	25.00	25.00
Papelotes	4	0.70	2.80
Plumones	6	1.10	6.60
Lapiceros	18	0.70	8.40
Resaltadores	6	1.00	6.00
Papel Bond	1	10.00	10.00
Impresiones	40	5.00	20.00
Legos	2	40.00	80.00
Rompecabezas	2	20.00	40.0
Chocolates	6	1.00	6.00
Llaveros	6	2.00	12.00
Ganchos de cabello	6	2.00	12.00
Monederos	6	5.00	30.00
Subtotal			258.80
3. Maquinaria y Equipo			
Laptop HP Core i5	1	2,800.00	2,800.01
Televisor	1	1,1200.00	1,200.00
Depreciación (-)	25%		-1,000.00
Subtotal			3000
3. Servicios			
Electricidad	4	60.00	240.00
Internet	4	80.00	320.00
Subtotal			560.00
TOTAL			S/ 4,818.80

Nota. Como la microempresa si cuenta con ambiente amplio, los recursos materiales y servicios solo se costearían los recursos humanos, siendo sus gastos de S/440.00 soles. Así mismo se considera como depreciación el 25% del valor total en cuanto a maquinaria y equipo de procesamiento de datos según último informe de SUNAT 2023.

Tabla 11

Matriz General de la Propuesta

Actividad	Recursos			Resultado Esperado	Recomendación
	Participantes	Material	Tiempo		
Identificar las debilidades del personal durante el proceso de atención al cliente.	Gerente Colaboradores Capacitador	Televisor Laptop Diapositivas Papelotes Plumones Rompe- cabezas Legos Diapositivas	60 minutos por cada capacitación	Mejorar en un 90% la calidad de atención a los colaboradores.	Se le recomienda a la gerente que el realizar capacitaciones, de manera dinámica, son más efectivas para la comprensión del personal, desarrollando sus habilidades blandas y acrecentar sus conocimientos. Cada 4 meses realizar una evaluación 360°
Identificar la incertidumbre que aqueja a los clientes, respecto a las transacciones de pago				Incentivar a la gerente y el personal que la tecnología sería un buen aliado para las formas de pago.	
Concientizar al personal que el tener un orden en los estantes, repisas, anaqueles, facilita el trabajo y la manera de comunicarse.				Que el personal tome conciencia que el orden y limpieza genera mejor desempeño laboral	
Para cerrar el proceso de capacitaciones de trabajará con los colaboradores el manejo de emociones y trabajo en equipo.				Que el personal comprenda que trabajar en equipo facilita la comunicación	

Tabla 12
Cronograma de Capacitaciones

CRONOGRAMA 2023							2024
N°	ACTIVIDADES	Ago	Set.	Oct	Nov	Dic	Ene
1	Presentación de la propuesta a la Gerente de la empresa						
2	Coordinación de horas y fechas con los capacitadores para la ejecución de las capacitaciones						
3	Ejecución de Capacitaciones: "Te veo, Te escucho, Me pongo en tus zapatos"						
4	"Pagos seguros"						
5	"Organización de los recursos y equipos muebles"						
6	"En equipo se divide el trabajo y se multiplica los resultados"						
7	Evaluación y retroalimentación						