



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“LA CAPACITACIÓN Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL
BANCO CENCOSUD – HIPERMERCADOS METRO, 2018”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

WONG WONG SHIRLEY PATRICIA

ASESOR:

Dr. ARCE ÁLVAREZ, EDWIN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

LIMA-PERÚ

2018

PÁGINA DEL JURADO

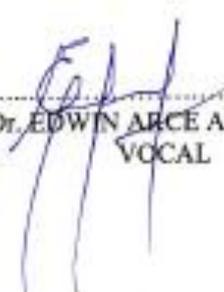


.....
Dr. GUTIERREZ-VAISMAN WALTER JACOBO

PRESIDENTE



.....
Dr. PEDRO COSTILLA CASTILLO
SECRETARIO



.....
Dr. EDWIN ARCE ALVAREZ
VOCAL

DEDICATORIA

A mis padres, que siempre están conmigo,
ofreciéndome su apoyo en todo momento.
Este trabajo se realizó gracias a ellos.

AGRADECIMIENTO

A Dios por la fuerza que siempre me brinda para superar los problemas.

A mi familia por todo el apoyo y ejemplo de vida, el cual me permite luchar para alcanzar mis objetivos.

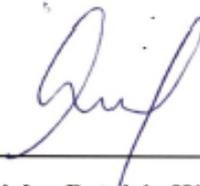
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Shirley Wong Wong con DNI N° 42327444, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que la tesis titulada “LA CAPACITACION Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL BANCO CENCOSUD- HIPERMERCADOS METRO, 2018”, y toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Lima, 28 de Diciembre del 2018



Shirley Patricia Wong Wong

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis Titulada “LA CAPACITACIÓN Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL BANCO CENCOSUD - HIPERMERCADOS METRO, 2018”, la misma que someto a su consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Shirley Patricia Wong Wong

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	V
PRESENTACIÓN	IV
ÍNDICE	VII
RESUMEN	IX
ABSTRACT	IX
I- INTRODUCCIÓN	10
1.1 Realidad Problemática	11
1.2 Trabajos previos	12
1.3 Teorías relacionadas al tema	18
1.4 Formulación del problema	19
1.5 Justificación del estudio	20
1.6 Hipótesis	22
1.6.1 Hipótesis General	22
1.6.2 Hipótesis Específicas	22
1.7 Objetivos	23
1.7.1 Objetivo General	23
1.7.2 Objetivos Específicos	23
II.- MÉTODO	24
2.1 Tipo, diseño y nivel de investigación	24
2.2 Variables, Operacionalización	26
2.3. Población y muestra	35
2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos, validez y confiabilidad	35
2.4.1 Técnica	35
2.4.2 Instrumento de Recolección de datos	35
2.4.3. Validez	36
2.4.4. Confiabilidad	36
2.5. Método de análisis de datos	37
2.6. Aspectos Éticos	38
III.- RESULTADOS	39
3.1. Gráficas de frecuencia	39
3.2. Prueba de normalidad	45
3.3. Prueba de hipótesis	45
IV. DISCUSIÓN	50
V. CONCLUSIONES	53
VI. RECOMENDACIONES	54
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55
ANEXOS	62

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Matriz de Operacionalización	34
TABLA 2: Tabla de Validación	36
TABLA 3: Tabla Categórica del Coeficiente Alfa Cronbach	37
TABLA 4: Alfa de Cronbach (Análisis de Fiabilidad)	37
TABLA 5: Dimensión Capacitación	39
TABLA 6: Dimensión de Evaluación de Desempeño	40
TABLA 7: Dimensión del Control de Resultados	41
TABLA 8 Dimensión de Necesidades de los clientes	42
TABLA 9: Dimensión de expectativas	43
TABLA 10 : Dimensión de Satisfacción	44
TABLA 11: Prueba de Kolmogorov - Smirnova para una muestra	45
TABLA 12: Niveles de correlación dependiendo el coeficiente Rho	45
TABLA 13: Correlación de Capacitación y Calidad de Servicio	46
TABLA 14: Correlación de programas de capacitación y calidad de servicio	47
TABLA 15: Correlación de evaluación de desempeño y calidad de servicio	48
TABLA 16: Correlación de control de resultados y calidad de servicio	49
TABLA 17: Matriz de Consistencia	66

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1: Programas de Capacitación	39
Gráfica 2: Evaluación del Desempeño	40
Gráfica 3: Control de Resultados	41
Gráfica 4: Necesidades de los clientes	42
Gráfica 5: Expectativas	43
Gráfica 6: Satisfacción	44

RESUMEN

El fin de la indagación fue establecer la relación entre la variable capacitación y la calidad de servicio en el Banco Cencosud –Hipermercados Metro 2018. Aplicó el método hipotético-deductivo debido a que planteamos hipótesis para generar soluciones. Asimismo, se utilizó el tipo de estudio aplicada, descriptiva-correlacional. El diseño aplicado fue no experimental transversal. Estudiamos a los asesores de los Hipermercados Metro, obteniendo información de 114 colaboradores, empleando un método censal. Se usó la encuesta y como instrumento de estudio el cuestionario tipo Likert, con 20 preguntas relacionadas con capacitación y 13 preguntas relacionadas con calidad de servicio. En este proceso de investigación se empleó el estadístico SPSS 24 y se comprobó con el alfa de Cronbach que el cuestionario era confiable, a la par empleamos el método de Speaman con la finalidad de medir la correlación. Se concluyó con un resultado de $r = 0.519$ para ambas variables teniendo una población de $n=114$, comparando con la tabla 12, encontramos una correlación positiva moderada entre la Capacitación y la Calidad de Servicio en el Banco Cencosud –Hipermercados Metro.

Palabras clave: Capacitación, Calidad de Servicio, Programas de Capacitación, Evaluación de Desempeño.

ABSTRAC

The purpose of the research was to establish the relationship between the Training and the Quality of Services in the Cencosud Bank,- Hypermarkets Metro, 2018. It applied the hypothetical-deductive method due to which we hypothesize to generate solutions. Likewise, It used type of study applied, descriptive-correlational. The applied design was non-experimental-transversal. The advisers of the Metro Hypermarkets were studied, obtaining information from 114 collaborators, It using a census method. The survey was used a technique and like a tool of the study was the questionnaire of Likert type, with 20 questions related to training and 13 questions related to quality of service. In this process was used SPSS 24 statistic, and it was verified with Cronbach's alpha that the questionnaire was reliable, at the same time we used Speaman's method in order to measure the correlation. It concluded with result of $r = 519$ for the two variables, having of the population de $n=114$, comparing with table 12. It means the exists a correlación positive moderate between the Training and The Quality of Services variable in the Cencosud Bank-Hipermercados Metro.

Keywords: Training, Quality of Services, Training Programs, Performance Evaluation.

I- INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación fue denominado “La Capacitación y la Calidad de Servicio del Banco Cencosud – Hipermercados Metro, 2018.

Esta indagación tuvo por objetivo definir la relación que existe entre la Capacitación y la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro Lima, 2018. Asimismo, se propuso como objetivos específicos: establecer la relación de los programas de capacitación con la calidad de servicio del Banco Cencosud-Hipermercados Metro Lima, 2018, definir la relación entre la evaluación del desempeño con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro Lima, 2018 y establecer la relación del control de los resultados con la calidad de servicio del Banco Cencosud-Hipermercados Metro Lima, 2018.

Para lograr el propósito de la investigación, se han estructurado seis capítulos los cuales detallamos:

En el primer capítulo, se detalló el problema, trabajos anteriores y teorías relacionadas a las variables Capacitación y Calidad de Servicio, el problema, justificación del trabajo de investigación, las hipótesis propuestas y los objetivos; en el segundo capítulo, especificó los métodos, el diseño utilizado en la indagación, las variables y la matriz operacional y de consistencia. Asimismo, mencionamos la población, muestra, las herramientas de recolección de información, la técnica usada, los métodos; en el tercer capítulo, presentó los resultados de la indagación estudio; gráficas de frecuencia, así como la prueba de hipótesis; cuarto capítulo, presentó la elaboración de la discusión; el quinto capítulo, define las conclusiones y en el sexto capítulo recomendamos mejoras, especificamos las fuentes bibliográficas y anexos utilizados en este proceso.

1.1 Realidad Problemática

Actualmente las empresas con un nivel global no sobreviven por hacer un buen trabajo o generar buenos productos, con la aplicación de la tecnología informática, y la competitividad y con una buena relación con los clientes permite obtener aceptación o popularidad en los mercados globales, ya que son muy competitivos, lo primordial para obtener rentabilidad en una empresa, es conocer los requerimientos y las carencias de los clientes. La satisfacción de las necesidades de los clientes se obtienen a través de descuentos y ofertas sin embargo, los estudios demuestran que las empresas deberían invertir en capacitaciones en el proceso de formación y mejoramiento de capacidades para la satisfacción de los clientes.

Las entidades financieras han sido creadas con fines de lucro, por lo cual su bienestar financiero es primordial para accionistas, acreedores, trabajadores por ello, se enfrentan a una serie de interrogante relacionadas al negocio ¿Cómo captar clientes?, ¿Cómo vender las tarjetas y seguros?, ¿De qué manera fidelizamos a nuestros clientes?, buscando el progreso y desarrollo en el tiempo, con todas las interrogantes mencionadas, es de vital importancia la calidad de servicios que se ofrecen a los clientes para que contribuyan con los objetivos y metas de las empresas.

La investigación se aplicó en el Banco Cencosud – Hipermercados Metro. Es un Banco Peruano, fundado en el año 2012, el cual inicio sus operaciones con un solo local en el distrito de Miraflores y poco a poco fue extendiéndose. Actualmente es propiedad del grupo Chileno Cencosud y del Banco Canadiense Scotiabank.

El Banco Cencosud - Hipermercados Metro, se dedica a la venta de seguros, captación de clientes para tarjetas de crédito y productos pasivos, debido a la demanda de sus diferentes productos se encontraron obligados a aperturar plataformas de atención al cliente en los Hipermercados Metro, para lo cual se contrató personal para absolver las consultas y las necesidades de información de los clientes sobre los productos que se ofrecen sin embargo, la falta de capacitación a los colaboradores ha ocasionado quejas, reclamos y la insatisfacción de los clientes por lo que se presentaron dificultades que afectan el desarrollo y la continuidad de las operaciones en el Banco.

El Banco Cencosud tiene deficientes programas de capacitación, lo que ha ocasionado insatisfacción, disminución de captación de clientes, bajas en las ventas; por ello, Así mismo existe inadecuada evaluación de desempeño, bajo control de resultados, los cuales se relaciona con las necesidades y expectativas insatisfechas de los clientes.

1.2 Trabajos previos

1.2.1. A Nivel Internacional:

Nowel (2015), en la indagación “*Capacitación y Servicio al Cliente (Indagación realizada a los restaurantes Salón el Tucun y Pasaje Mediterráneo de la Zona 1 de Quetzaltenango)*” (Tesis para lograr el título de Licenciada en Psicología Industrial/Organizacional). Universidad Rafael Landívar de Quetzaltenango, Guatemala, Facultad de Humanidades. Tuvo como objeto de estudio determinar la relación que existe entre la capacitación y el servicio brindado en los restaurantes Salón el Tucun y Pasaje Mediterráneo. Asimismo, la población estudiada fueron 20 meseros y 53 clientes, el instrumento usado fue la encuesta empleando una escala tipo Likert. Tipo de Investigación fue Descriptiva describiendo los fenómenos. Finalmente concluyó que es importante realizar capacitaciones a todos los colaboradores con la finalidad de que se desarrollen, aporten con el clima laboral de las empresas y así mejoren el servicio brindado a nuestros clientes.

Olmedo (2013), en su indagación “*La Capacitación Del Servidor Municipal y su Incidencia en La Calidad De Atención Ciudadana En El Balcón De Servicios De La Administración Zonal De Tumbaco Del Municipio Del Distrito Metropolitano De Quito, Provincia De Pichincha*” (Tesis para alcanzar el Título de Licenciada en Secretariado en Español), Ecuador, Facultad de Ciencias Humanas y de Educación en Universidad de Ambato. El fin de la indagación fue definir la relación que existe entre la capacitación del servidor municipal en la calidad de atención de los ciudadanos en el Balcón de Servicios de la Administración Zonal de Tumbaco del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Provincia de Pichincha. Asimismo, el enfoque usado fue cuali-Cuantitativo con tipo de investigación Exploratoria y Descriptiva. Se utilizó a 89 personas como población y como muestra. Empleo como técnica para obtener información la encuesta y la entrevista. Concluyó que el personal no maneja una

información eficaz al usuario, debido a que no cuentan con capacitaciones. Asimismo, se verificó que las relaciones entre el personal no son buenas ya que tienen diferentes criterios.

Abad y Pincay (2014), en la indagación *“Análisis de Calidad del Servicio al Cliente interno y externo para propuesta de Modelo de Gestión de Calidad en una Empresa de Seguros en Guayaquil” (Tesis para la obtención del Título de Ingeniería Comercial en Marketing), Guayaquil, Ecuador, Universidad Politécnica Salesiana*. El fin del estudio fue evaluar la calidad de servicio interno y externo en una empresa aseguradora de la Ciudad de Guayaquil para aumentar las ventas. Asimismo, el método inductivo fue empleado a través del trabajo de campo, la recolección de datos se generó en la modalidad descriptiva-analítica. La encuesta y la entrevista se utilizaron como instrumentos de estudio, tuvo una muestra de 83 empleados. Con el resultado obtenido se evidenció las carencias en la Calidad de Servicio que perjudican en 80% el incumplimiento de producción.

Cabrera (2015), en la investigación *“Implementación de un plan de capacitación virtual para mejorar el desempeño laboral del personal de Fundación Alternativa” (Tesis para obtener el título de Psicóloga Industrial) Quito, Ecuador, Facultad de Ciencias Psicológicas, Universidad Central del Ecuador*. La indagación tuvo como fin de estudio implementar un programa de capacitación virtual para colaborar con el mejoramiento del desempeño de los colaboradores de la Fundación Alternativa. Utilizó la investigación descriptiva correlacional y el diseño usado fue no experimental-transversal. La encuesta fue realizada a 49 personas del área de Matriz en fundación Alternativa. La encuesta fue usada empleando como herramienta el cuestionario. Finalmente nos mostró como resultados que la creación de un plan de capacitación virtual mejoró el conocimiento con relación al trabajo y a las funciones de los colaboradores, lo que influyó positivamente en su desempeño.

Tonato (2017), en la investigación *“La Calidad del Servicio Público en el Ecuador caso Centro de Atención Universal del IESS del Distrito Metropolitano de Quito, 2014-2016” (Tesis para alcanzar la titulación de Master en Gestión Pública), Universidad de Posgrado del Estado Quito, Ecuador*. El objeto de estudio fue analizar la interacción concreta y cotidiana entre la ciudadanía y burocracia callejera, con la finalidad de

definir cómo estas interacciones inciden en la apreciación de los clientes externos acerca de la calidad del servicio. La indagación empleada fue mixta debido a que se realizaron evaluaciones cuantitativas y cualitativas de tipo descriptiva. Asimismo, las técnicas utilizadas fueron la entrevista y el cuestionario. La muestra poblacional fue de 384 usuarios que utilizan los servicios del CAU del IESS. Con la investigación llegamos a la conclusión que existen problemas en el servicio de calidad por los tiempos de atención, falta de información.

1.2.2. A Nivel Nacional:

Barrientos (2016), en su indagación *“La Capacitación del Personal y La Calidad de Servicio del Centro de Contacto Banco de Crédito de Perú en el Cuarto Trimestre 2016” (Tesis para alcanzar la titulación Profesional de Licenciada en Administración), Lima, Perú, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega*. El fin del estudio fue establecer de qué manera la capacitación del personal influye en la calidad de servicio en el Centro de Contacto BCP, este estudio se realizó a 160 personas, se utilizó el estudio correlacional y explicativa de carácter no experimental, las herramientas usadas para recolectar datos fueron la encuesta y la entrevista, la población fue 200 personas (100 asesores y 100 clientes). Concluyó que la Capacitación de los empleados influye en la Calidad de Servicio en el Centro de Contacto del Banco de Crédito. Asimismo, los resultados de las encuestas nos muestran que el 65% de asesores indican que las capacitaciones son importantes para brindar una mejor Calidad de Servicio.

Nahuirima (2015), en la indagación titulada “La Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, Provincia de Andahuaylas, Región Apurímac, 2015” (Tesis para alcanzar la Titulación de Profesional de Licenciada en Administración de Empresas). Andahuaylas, Perú, Universidad Nacional José María Arguedas. El fin de la indagación fue establecer cómo se relaciona la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las pollerías del distrito y provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015. Empleó el método cuantitativo con diseño no experimental correlacional, usando como instrumento para recolectar información el cuestionario. Para medir la relación se usó el coeficiente Spearman, el que nos indicó el valor de 0.841 que nos muestra que las variables tienen una correlación efectiva muy

alta; el valor de significancia obtenido es 0.000, por ello se rechazó la hipótesis nula. Finalizó indicando que existe demostración estadística para la aceptación de la hipótesis que sostiene relación. Además afirma con nivel de confianza de 99% que existe relación significativa entre el servicio y la satisfacción del cliente de las pollerías del Distrito de Andahuaylas.

Liza y Siancas (2016), en la indagación “Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016 (Tesis para alcanzar el grado Maestro en Administración de Empresas) Trujillo, Perú, Universidad Peruana del Norte. El motivo del estudio fue establecer el impacto que tiene la calidad de servicio en la Satisfacción de los clientes de una Entidad Bancaria de Trujillo en el año 2016. Se recolectaron los datos usando la encuesta, entrevista y análisis documental con el fin establecer cómo visualiza el público la Calidad de Servicio que brinda la Entidad Financiera. Igualmente, se utilizó el cuestionario SERVQUAL (teoría de los Gaps), obteniendo datos de las dos variables. Realizó la evaluación de la confiabilidad con el Alfa de Cronbach consiguiendo el 0.895 con el indicador percepción y 0.908 con el indicador expectativas. Se usó la investigación correlacional- transversal no experimental, la muestra fue de 377 clientes, a los cuales se les realizó la encuesta. Esta investigación tuvo como conclusión que la Calidad de Servicio impacta de forma positiva en la satisfacción de los clientes con valor 0.143 para percepción y para expectativas 0.071; de acuerdo al ejemplo alcanzado con nivel de explicación de 91.60. Asimismo, midió las variables teniendo como resultado que es efectiva con 38.6% de valor para la variable calidad percibida, de acuerdo al coeficiente Rho. Lo que quiere decir que al considerar una escala de 1 al 7, a más niveles de percepción de calidad de servicio, los clientes se encontraran complacidos y satisfechos.

Umiña (2017), en su investigación “*Plan de Capacitación y el desempeño Laboral en la Empresa Serpetbol Perú SAC. – San Borja 2016*” (Tesis para alcanzar el Título de Licenciada en Administración). Lima, Perú, Facultad de Ciencias de Gestión, Universidad Autónoma del Perú. El fin del estudio fue establecer la relación que existe entre el Plan de capacitación y el desempeño laboral en la empresa Serpetbol. El diseño usado fue no experimental- transversal con nivel descriptivo-correlacional. Asimismo, se utilizó la encuesta tipo Likert obteniendo datos de 36 personas. El resultado del coeficiente de Cronbach fue de 0.887 determinando que el instrumento usado tiene

confiabilidad. La prueba de hipótesis nos muestra el valor de 0.146. Finalmente, se concluyó que si aplicáramos un Plan de capacitación, encontraríamos una relación de manera significativa con el desempeño de los colaboradores de la empresa Serpetbol Perú S.A.C. en la local de San Borja 2016, esto sería beneficioso para la organización debido a que los colaboradores desarrollarían sus conocimientos y habilidades.

Luque (2015), en su indagación “*Proceso de Capacitación y Calidad de Servicio en la Empresa de Transporte Público Urbano Jose Maria Arguedas Andahuaylas 2015*” (Tesis para alcanzar la titulación Profesional de Licenciado en Administración de Empresas). Andahuaylas, Perú, Facultad de Ciencias de la Empresa, Universidad Nacional Jose María Arguedas. El fin del estudio fue mostrar la relación del proceso de Capacitación y la Calidad de Servicio en la Empresa Transporte Público Urbano Jose Maria Arguedas Andahuaylas 2015. Uso la recolección de datos, por ello se utilizó un método cuantitativo, la investigación usada fue no experimental correlacional sustancial. El estudio usó como población a 70 colaboradores, la encuesta fue la técnica que se empleó y se utilizó como instrumento el cuestionario. La correlación de Speraman determinó un resultado de 0,747, por la tanto, nos demuestra que existe una relación positiva entre el Proceso de Capacitación y la Calidad de Servicio. Asimismo, el resultado del cuestionario fue de 0.954 de acuerdo alfa de Cronbach.

1.2.3. Libros

Chiavenato (2008), “*Gestión de Talento Humano*”, (3° edición), Mexico: *Elesvier Editorial* este libro tuvo como propósito ser el mejor texto de administración de personas brindando a todas las personas datos e información actual y real. El objetivo general de este libro es mostrar características y nuevos perfiles en el área de personal. El autor nos indicó en su libro que hablar de administración de personas es hablar del personal, de inteligencia de proacción y de acción. Asimismo, indicó que la Capacitación es de vital importancia ya que es un proceso de aprender, orientado a ampliar los conocimientos y habilidades de los colaboradores, relacionándolas con el beneficio de la organización. Los programas de capacitación priorizados influyen en las metas y objetivos propuestos por las empresas con el fin de analizar el desempeño del personal y controlar los resultados.

Siliceo (2006), *“Capacitación y desarrollo de personal” (4° edición)*, México: Limusa Editorial, resaltó que el objetivo del libro es orientar a todas aquellas personas que se encuentren interesadas en la función de educación que brindan las empresas a sus colaboradores, conocida como capacitación. El autor nos indicó que la capacitación consiste en actividades programadas orientadas en las carencias de las organizaciones con la finalidad de realizar una modificación en los conocimientos, actitudes y habilidades de los empleados. Para que las metas de la organización se cumpla, es necesario la capacitación debido a que aporta a las organizaciones, trabajadores entrenados y desarrollados para que se desempeñen en su labor de la manera correcta. Incentivar los conocimientos es uno método eficaz para actualizar, cambiar y hacer durar la política del trabajo y la productividad en las empresas.

Wayne y Noe (2005), *“Administración de Recursos Humanos”, (9° edición)*, México: Prentice Hall Inc Editorial. El libro nos muestra funciones estratégicas de manera didáctica y realista, está orientado para las personas que conozcan el tema recientemente. Ayudará a relacionarse con el área de Recursos Humanos a través de ejemplos, conceptos definiciones y fortalecerá la idea de que es necesario de que todos los gerentes colaboren en los Recursos Humanos. La obra nos ofrece conocimientos útiles para los estudiantes que aspiren a puestos en la Administración. Asimismo, los autores nos indicaron que la Capacitación en Servicio al Cliente brinda a los colaboradores habilidades y conocimientos para satisfacer y cubrir las expectativas del cliente, es importante poner atención especial en las capacidades de comunicación, introduciendo habilidades para atender y reconocer las necesidades y requerimientos de los clientes.

Aldana y Vargas (2014), *“Calidad y Servicios”, (3° edición)*, Colombia: Ecoe Ediciones se enfocó en la calidad de servicio. Las autoras indicaron que es necesario brindar un buen servicio a nuestros clientes satisfaciendo las expectativas, permitiéndonos obtener ventaja competitiva y mayor aceptación en el mercado por ello, es importante incluir a la calidad de servicio dentro del trabajo diario. Las empresas deben garantizar su futuro realizando inversiones en tecnología y creando servicios de calidad con la finalidad de cubrir las carencias de sus clientes. Todas las empresas deben innovar creando servicios con características originales. La Calidad de Servicio busca excelencia, creando estrategias para hacer las cosas bien.

Seto (2004), *“De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente”*, (1° edición), España resaltó en su libro que la Calidad de Servicio ofrecidas por las organizaciones se interpreta en fidelización de los clientes. Los directivos se encuentran interesados en promover niveles de Calidad de Servicio con la finalidad de destacarse entre sus competidores. Brindar Calidad de Servicio y fidelizar al cliente es diferente sin embargo, es una condición importante para obtener la lealtad de los clientes. Asimismo, nos mencionó que es una estrategia que permite a las organizaciones mantenerse en el mercado y esforzarse para poder usar la Calidad de Servicio como una ventaja competitiva.

Trujillo, Carrete, Vera, y García, (2011), *“Servir con Calidad en México”*. (1° edición). México: Lid Editorial. Este libro se creó como ayuda relevante a la solución de problemas acerca de calidad de servicio y lealtad, su enfoque fue entender los temas de servicio relacionados con restaurantes, agencias, supermercados, bancos. La intención primordial de este libro es entender como los clientes visualizan la calidad con la finalidad de generar tácticas. La Calidad es la propiedad relacionada a algo, que nos permite opinar acerca de su valor; sin embargo, en el ámbito de negocios se define a la calidad como el cumplimiento de los detalles o realizar el trabajo bien desde la primera vez (p.23).

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Variable V1: Capacitación

Chiavenato (2008) mencionó que la “Capacitación es un proceso de aprendizaje, orientado a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes de los colaboradores, relacionándolas con el beneficio de la organización” (p.371).

Soto, Valenzuela y Vergara (2003), refirieron que la visión de la “Capacitación conlleva a un empeño consciente por romper las fronteras de determinados escenarios de conocimientos para permitir entrar a uno nuevo, más extenso y firme” (pag.17).

Reza, (2006), mencionó que “la capacitación, el aprendizaje, el entrenamiento son procesos, a través de los cuales los empleados consiguen o incrementan sus conocimientos y destrezas con la finalidad de hacerles fácil su trabajo” (p.195).

Jara (2002), se refiere a que “la Capacitación en la empresa tiene como finalidad la táctica de incrementar la valorización de la energía de trabajo de los empleados” (p.30).

1.3.2. Variable V2: Calidad de Servicio

Berry (1992), mencionó que “la calidad se vincula con la impresión del cliente, la explicación elemental de la calidad es complacer las carencias y cubrir los expectativas del cliente” (p.2).

Pérez (2006), indicó que es una parte de las tácticas y cualidades más difíciles de copiar de la competencia. Actualmente el éxito de las organizaciones no sólo es atraer clientes para que obtengan los productos y servicios sino también es cubrir las carencias y los requerimientos de los clientes. Brindar Calidad en el Servicio es muy importante para alcanzar las metas y la proyección de las empresas, por ello las organizaciones ponen empeño en atender, tratar con amabilidad y cortesía a los clientes con la finalidad que se sientan especiales y de esta manera fidelizarlos.

Según Publicaciones Vértice (2008), indicó que “es la agrupación de detalles y particularidad o atributos de los productos o servicios que mantienen relación con la inteligencia que tienen las empresas para cubrir las carencias y requerimientos de los clientes” (p.1).

Alcalde, (2009) indicó que “es algo implícito que se encuentra en los genes de toda las personas; es el talento y la inteligencia que tienen las personas para hacer las cosas bien” (p.2).

1.4 Formulación del problema

El trabajo se realizó en Banco Cencosud - Hipermercados Metro que se encuentran ubicados en Lima, con el objeto de observar la relación que existe entre la Capacitación y la Calidad de Servicios, en el periodo 2018, para lo cual se formuló lo siguiente:

1.4.1 Problema General

¿Cómo se relaciona la Capacitación y la Calidad de Servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018?

1.4.2 Problemas Específicos

¿Cómo se relaciona los programas de capacitación con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro Lima, 2018?

¿Cómo se relaciona la evaluación de desempeño con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro Lima,2018.

¿Cómo se relaciona el control de los resultados con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro Lima,2018.

1.5. Justificación del estudio

Capacitar al personal es necesario, porque colabora con su desarrollo, y es importante para las organizaciones contar con personal calificado en calidad de servicio con la finalidad de diferenciarse de la competencia y generar rentabilidad en la empresa.

La elaboración de esta indagación es actual, por ello se justificó de la siguiente manera:

1.5.1. Relevancia Social

El estudio logra el valor social porque aporta conocimiento y ayuda al mejoramiento de la vida social con la solución de los problemas, propone un valor social y económico.

La investigación servirá como antecedentes para investigaciones futuras. Asimismo, las entidades bancarias y otras organizaciones con la misma problemática se verán favorecidas con este estudio, debido a que facilitará soluciones con respecto a las deficiencias del personal, a las carencias y expectativas insatisfechas de los clientes.

1.5.2. Implicancias Práctica:

Esta tesis brindó apoyo informativo al Banco Cencosud- Hipermercados Metro para generar programas de capacitación en la Calidad de Servicio con la finalidad de mejorar el servicio a los clientes. Pues la investigación aplicó conocimientos obtenidos a la realidad, para mejorar la situación problemática de los usuarios, y la sociedad en general. El objetivo fue ofrecer soluciones a la problemática presentada, y buscar la relación existente entre la Capacitación y la Calidad de Servicio, analizando tácticas

para aumentar los conocimientos y destrezas de los colaboradores, orientados a los objetivos de la organización.

1.5.3. Valor Teórico:

En la investigación orienta sobre el conocimiento aplica el horizonte de estudio pues propone puntos de vista, definiciones relacionados a la función principal de las teorías, es explicar el porqué, como, con quien, cuando, donde ocurre el fenómeno.

La tesis podrá ser de ayuda para investigaciones en el futuro, debido a que tuvo diferentes opiniones y teorías con relación al tema. Asimismo, también servirá de trabajo informativo para todas las organizaciones que quieran mejorar el desempeño de sus colaboradores y brindar calidad de servicio a sus clientes.

1.5.4. Utilidad Metodológica:

La investigación genera meditación y discusión académica sobre los conocimientos existentes para confrontar teorías, analizar problemas y generar resultados haciendo epistemología.

El tipo de estudio fue aplicado debido a que se realizó la aceptación de la variable Capacitación y Calidad de Servicio, de nivel descriptivo ya que se presentó un detalle específico y claro de los datos; correlacional porque se buscó determinar la relación de nuestras variables; el diseño usado fue no experimental transversal debido a que no maniobramos las variables y los datos recaudados se usaron en un determinado momento.

1.5.5. Viabilidad

La investigación realizada fue viable, debido a que cuenta con los datos elementales para su desarrollo. Asimismo, se cumplió con los parámetros y requisitos solicitados por la universidad.

1.5.6. Pertinencia

La investigación guarda pertinencia porque provee la capacidad de resolver los problemas sociales, se enmarca en plantear nuevas estrategias para fomentar el mejoramiento de las capacidades de los colaboradores en la atención al cliente con calidad.

El fin de la indagación es brindar adecuadas soluciones a los problemas presentados en el Banco Cencosud –Hipermercados Metro. Asimismo, el estudio dio a conocer la relación que existe entre la Capacitación de los colaboradores y la Calidad de Servicio.

1.5.7. Justificación Económica

La inversión está definida para el desarrollo de la investigación, esta será favorable para el Banco Cencosud, ya que genera alternativas de capacitaciones para cargos específicos, aumentar el desempeño de los asesores con el fin de obtener los objetivos del Banco.

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis General

La Capacitación se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.

1.6.2 Hipótesis Específicas

Los programas de capacitación se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.

La evaluación de desempeño se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018

EL control de los resultados se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo General

Determinar la relación entre la Capacitación y la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.

1.7.2 Objetivos Específicos

Determinar la relación de los programas de capacitación con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.

Determinar la relación entre la evaluación de desempeño con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.

Determinar la relación del control de los resultados con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.

II.- MÉTODO

2.1. Tipo, diseño y nivel de investigación

El estudio tuvo como enfoque cuantitativo.

Gomez (2006), indicó “utiliza recolección, examina la información con la finalidad de responder las interrogantes y demuestra la hipótesis planteada con anterioridad, confía en el cálculo de números y la utilización de métodos estadísticos para determinar con precisión la población” (p.60).

La investigación aplicó la recaudación de los datos mediante la encuesta. Asimismo, se usó el cuestionario tipo lickert, para obtener los resultados se usó el SPS. 24, determinando la correlación con el Estadístico Spearman.

Método de Investigación.

En el estudio se empleó el método hipotético- deductivo.

Cegarra (2012), indicó “es una vía lógica para conseguir soluciones a los problemas propuestos, consiste en crear hipótesis de los problemas y confirmar con la información recaudada con la finalidad de conocer si están de acuerdo con las hipótesis” (p. 82).

Plantaremos Hipótesis con la el propósito de generar soluciones a los problemas propuestos, luego comprobaremos con la realidad. Asimismo, nos aseguraremos que se confiable.

Tipo de Estudio.

Se usó el tipo Aplicada

Rodríguez (2005), indicó que “se le llama activa y esta cercanamente asociada con la indagación básica, debido a que se necesita de revelaciones y de colaboración teórica, se genera la indagación a problemas y características específicas. Esta manera no desarrolla teorías sino usa la aplicación rápida (p.23).

El estudio fue de tipo aplicada porque se empleó y se usaron los conocimientos obtenidos orientándose en el crecimiento, se mostró la importancia de las variables Capacitación y Calidad de Servicio. Asimismo, se llegó a las conclusiones y se generaron las propuestas para la solución.

Nivel de Investigación.

Se utilizó el nivel descriptivo – correlacional, debido a que detalla datos específicos y claros. Asimismo, determina la relación de las variables Capacitación y la Calidad de Servicio.

Arias (2006), Indicó que la investigación descriptiva consiste en caracterizar un evento, personas o grupos con la finalidad de determinar su forma o su conducta (p. 24).

Cortés y Iglesias (2004), mencionaron que el objeto de la indagación correlacional es la definir la relación que existe entre dos conceptos o variables, sirve para medir el nivel en que se encuentran relacionados con la finalidad de evaluar y analizar los resultados. (p.21).

Diseño de Estudio.

El diseño usado fue no experimental – transversal debido a que no se realizó alguna maniobra con las variables y los datos recolectados se realizaron en un momento determinado.

Gómez (2006), definió a la investigación no experimental como la indagación que se genera sin modificar a propósito las variables. Asimismo, lo que se emplea en el estudio es percibir los fenómenos visualizando como se desarrollan en un ambiente natural con la finalidad de examinarlos luego. (p.102).

Parra y Toro (2006), mencionó que las investigaciones transversales recaudan datos en un momento específico. El fin es definir las variables y analizar los incidentes en un instante determinado (p.158).

2.2. Variables, Operacionalización

Variable X: Capacitación

Definición Teórica:

Siliceo (2006), definió que “la capacitación consiste en actividades programadas que se fundamentan en necesidades de una organización y generada hacia una transformación en las habilidades y conocimientos de los empleados” (p.25).

Gore (2003), mencionó que es un proceso con planes de obtener nuevas habilidades y actitudes con la finalidad de emplearlos en el puesto de trabajo para analizar y resolver problemas, son actividades que realizan las empresas para mejorar el desempeño de los colaboradores (p.19)

Padilla y Juárez (2006), “la capacitación en las empresas es uno de las piezas fundamentales de la inversión de un país en recursos humanos, comprende labores formales e informales que buscan la transferencia de habilidades, actitudes y conocimientos de los colaboradores” (p.11).

Definición Conceptual:

La investigadora plantea la definición conceptual de Capacitación como un proceso de aprehensión en la cual se busca desarrollar los conocimientos, habilidades y actitudes orientadas al trabajo específico en la organización.

Definición Operacional:

Para obtener información de las necesidades de la capacitación se utilizó el cuestionario como instrumento, el cual consta con 20 Ítems para medir las dimensiones de la variable Capacitación, que son las siguientes: Programas de Capacitación, Evaluación de Desempeño, Control de Resultados.

Definiciones Dimensionales:

Dimensión N° 1: Programas de Capacitación

Siliceo (2006), mencionó que “los programas de capacitación permiten alcanzar el desarrollo con la finalidad de aumentar la producción, la calidad y la perfección en el cumplimiento en las labores del personal” (p.14).

Reza (2006), indicó que los “planes y programas de capacitación son el grupo de actividades específicas que nos permite brindar atención a las necesidades de aprendizaje y crecimiento de los colaboradores, con el objetivo de brindarle herramientas, entrenarlos, prevenir riesgos, mejora en la productividad y mejorar el comportamiento de colaborador (p.194).

Indicador: Conocimientos

Alegre (2004), indica que el conocimiento, y en específico el conocimiento complejo y tácito, crea atributos competitivos perdurables debido a que no son fáciles de copiar (p.47).

Es importante que los colaboradores adquieran conocimientos ya que ayuda a la organización a generar ventajas frente a los competidores.

Indicador: Proceso

Peréz (2010), indicó que el proceso es una cadena de actividades en la cual el producto tiene valoración característica por el cliente (p.53).

Indicador: Objetivos

Calvo (2005), indica que los objetivos generan metas o comportamientos específicos, acercándonos poco a poco al fin determinado (p.51).

Aldana y Vargas (2014), indicaron que es elemento que permite reconocer la finalidad a la cual moveremos los recursos para lograr la misión y la visión de las empresas (p.23).

Indicador: Programas

Siliceo (2004), indicó que “es de vital importancia que las organizaciones generen programas permanentes con el propósito de ofrecerles conocimientos suficientes a sus colaboradores para que realicen un trabajo eficaz” (p.19).

Indicador: Organización

Gonzales y Mata (2006), indicaron que las organizaciones son elementos importantes de todas las sociedades debido a que brindan productos y servicios con el fin de cubrir las carencias de nuestros clientes (p.12).

Dimensión N° 2: Evaluación de Desempeño

Rodriguez (2004), mencionó que evaluar el desempeño se basa en estimar la efectividad con la que el colaborador realiza su trabajo en un tiempo determinado (p.110).

Gan y Triginé (2013), indicaron que la evaluación del desempeño es una estimación de sistemas de valorización que una persona muestra, por sus actitudes y conocimientos y por sus colaboraciones con la organización de la cual es parte (p.193).

Indicador: Gestión.

Gonzales (2006), indicó que “la gestión es realizar tareas dirigidas a las metas de la organización o al objetivo anhelado” (p.7).

Indicador: Eficacia.

Gonzales (2006), mencionó que “es el talento de lograr el resultado que uno quiere y anhela” (p.8).

Indicador: Rendimiento.

Martinez (2013), indico que “la evaluación del desempeño tiene influencia en el rendimiento laboral, ya que no solamente es el inicio para tomar decisiones acerca de los colaboradores sino que influye en la motivación de los colaboradores” (p.285).

Indicador: Eficiencia.

Diez (2007), Refirió que le eficiencia puede utilizarse en unidades organizativas, así como en varios centros de labores que conforman una empresa. Asimismo, nos mencionó que ser eficiente es lograr las metas trazadas gastando el mínimo de los recursos (p.1).

Dimensión N° 3: Control de Resultados.

Heredia (2001), mencionó que con la finalidad de que un proceso pueda generar resultados, todas las variables fundamentales del procedimiento deben conocerse y

deben estar bajo control. Un procedimiento está bajo control si la variación de los resultados se encuentra dentro de los parámetros determinados. Asimismo, si los resultados muestran que están fuera de los límites de control se tomaran las acciones correctivas necesarias (p.43).

Isolve (2002), nos define el control de los resultados citando a Maddock quien indicó “que es medir los resultados vigentes y anteriores en concordancia con lo planeado, sea de manera completa o incompleta, con la finalidad de modificar, subsanar y crear mejores planes” (p.48).

Indicador: Evaluación

Reza (2006), se refirió que el reto de la capacitación es la evaluación, muchas empresas no evalúan las capacitaciones de sus colaboradores sólo se encuentran de acuerdo con los resultados. Una táctica de evaluación debe estudiar todos los datos posibles para ganar información importante con la finalidad de tomar decisiones, por ello se debe hacer evaluaciones a los colaboradores cuando terminen sus capacitaciones para analizar el costo beneficio y tener la información necesaria para decidir de manera correcta.

Indicador: Medición de Desempeño.

Guerra (2007) indicó que la medición del desempeño es importante para el mejoramiento del mismo. La práctica formal y responsable de aumentar el desempeño, necesita el uso de datos, de información en la evaluación de agujeros en el desempeño, y en la utilización de las recomendaciones convenientes (p.199).

Indicador: Análisis de Resultados.

Massons (2002), se refirió a que el análisis Económicos tiene como finalidad analizar el resultado, el concepto de resultados es la desigualdad de ingresos y egresos (p.139).

Indicador: Acciones Correctivas.

Arriaga (2002), indicó que el determinar las acciones correctivas es primordial y se encuentran dentro de los procedimientos de mejoras de calidad y no del procedimiento de evaluación laboral de los colaboradores. Las acciones correctivas se encuentran especialmente vinculadas a mejorar nuestros procesos de administración (p.117).

Variable Y: Calidad de Servicio

Definición Teórica:

Paz (2005), indicó “que el Servicio no es una determinación optativa sino es un factor indispensable para que las organizaciones se mantengan vivas en el mercado. Establece el centro principal y la clave de que una empresa alcance el éxito o el fracaso” (p.17).

Setó (2004), indicó que “la calidad ha alcanzado un papel protagónico, mirándolo desde el punto académico como práctico. La calidad es conocida en todo tipo de empresas como una muy buena táctica para poder mantenerse en el entorno competitivo” (p.6).

Aliena, (2007), indicó que Calidad de Servicio es el servicio como grupo de accesorios y prestaciones cuantitativas o cualitativas que se encuentran acompañando a la prestación primordial. Asimismo, son las actividades adicionales que realizan las organizaciones con el propósito de cubrir las carencias y requerimientos de los clientes (p.79).

Definición Conceptual:

Se planteó como definición conceptual que la calidad es un elemento que busca la excelencia y la ventaja competitiva entre las organizaciones. Asimismo, hace una búsqueda con el propósito de cubrir las carencias y los requerimientos de nuestros clientes.

Definición Operacional:

Para conocer la calidad de servicio desarrollada por la empresa se aplicó el cuestionario con 13 Ítems, para medir las dimensiones: necesidades del cliente, expectativas del cliente y satisfacción que corresponden a la variable Calidad de Servicio.

Definiciones Dimensionales:

Dimensión N° 1: Necesidades de los Clientes.

Alcerreca y Robles (2000), dijo que la “sensibilidad a las necesidades y requerimientos de los clientes, son la clave más importante para comprender lo que los clientes desean para que las organizaciones puedan satisfacerlas mejor que la competencia” (p.145).

Ferrel y Hartline (2012), indicaron que “actualmente, los clientes esperan que las organizaciones estudien lo que requieren y desean con la finalidad de individualizar los productos que se les ofrece, segmentar los mercados conforma una parte fundamental de las tácticas de marketing” (p.152).

Hayes (2002), indicó que “las necesidades y exigencias del cliente son los detalles del producto o servicio que protagonizan unas dimensiones fundamentales, dimensiones en las cuales los clientes justifican sus ideas” (p.21).

Indicador: Adecuado Servicio

Barroso y Martin (1999), insistió en la importancia de administrar a la empresa como una organización de servicios, en la que la táctica de excelencia, para luchar y mantenerse en la competitividad del mercado, es ofrecer y brindar un grado adecuado de calidad de servicio (p.187).

Indicador: Información correcta:

Paz (2005), indicó “derecho del consumidor es tener la información correcta de los servicios que las organizaciones brindan, con el fin de que conozcan y tengan conocimientos para el uso correcto y los clientes puedan consumirlo y disfrutarlo” (p.131).

Indicador: Comodidad:

Jiménez (2016), mencionó que los clientes necesitan comodidad para comprar productos con la finalidad de tener una vida más fácil. Los compradores desean realizar sus compras en establecimientos que se encuentren cercanos y que tengan horario amplio. Asimismo, desean sentirse cómodos al realizar sus consultas, pagos y al sacar dinero del banco.

Definiciones Dimensionales:

Dimensión N° 2: Expectativas:

Kotler y Keller (2009) nos mencionaron que las expectativas del cliente están compuestas de compras que se realizaron anteriormente, de consejos y recomendaciones de terceros y de datos que nos brindan las organizaciones. Actualmente, las empresas que tienen mayor aceptación son las que aumentan las expectativas y brindan a los clientes lo mismo que se les ofreció (p.144).

Pérez (2019), “Las expectativas de los clientes conducen a las tácticas de las organizaciones con relación a la elaboración de productos o servicios que ofrecen” (p.8).

Indicador: Servicio

Paz (2005), indicó que el servicio al cliente no es una determinación opcional sino es una parte indispensable para la subsistencia de las organizaciones e influye en el medio de interés principal. Asimismo, el servicio es la clave del triunfo o del hundimiento de las empresas (p.1).

Indicador: Rápida Atención:

Pérez (2010), mencionó que la atención al cliente es un factor que hace que las organizaciones se diferencien sus competidores, por ello es importante que cuenten con procedimientos eficaces, lugares que den ayuda a todos los procesos de calidad y brinden una cultura orientada a los clientes (p.19).

Indicador: Facilidades de Pagos:

Gonzales (2015), indicó que las facilidades de pago es una muy buena estrategias en la cual las empresas no cambian el precio pactado de los productos. Lo que hace es brindar a los clientes opciones y facilidades en el pago, ofreciendo fraccionamiento y mayores plazos. Asimismo, se le conoce como vender a crédito (p.33).

Definiciones Dimensionales:

Dimensión N° 3: Satisfacción

Kotlher y Keller (2009), nos mencionaron que la satisfacción es la sensación de gozo o desilusión que se da como resultado de comparar productos o servicios obtenidos con lo que esperaba el cliente. Si el servicio o producto no sobrepasa los requerimientos, el cliente queda insatisfecho (p.144).

Fontalvo, T. y Vergara, J. (2000). Indicó que un servicio que se dirige a la satisfacción del cliente respalda un procedimiento de gestión ya que por medio de este asegurara de manera estructurada el crecimiento de varios procesos, con el objetivo de apoyar y cumplir con las necesidades de los clientes (p.30).

Peréz (2010), mencionó que” todo acto en el rendimiento del servicio debe estar orientado a alcanzar la satisfacción del cliente. La satisfacción debe respaldarse en calidad, imagen, precio y tiempo (p.8).

Indicador: Necesidades

Hayes (2002), indicó que “las necesidades y exigencias del cliente son los detalles del producto o servicio que protagonizan unas dimensiones fundamentales, dimensiones en las cuales los clientes justifican sus ideas” (p.21).

Indicador: Sentimiento de Bienestar

Márquez, y Garatachea, (2010), indicaron que la calidad se define al estar bien en su máxima capacidad entre las diversas dimensiones de la salud que determinan algunos grupos. Se refiere también a la unificación familiar, alcanzar formas de vida apropiadas como realizar actividades físicas y tener una buena alimentación (p.77).

TABLA 1: Matriz de Operacionalización

TITULO: LA CAPACITACIÓN Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL BANCO CENCOSUD-HIPERMERCADOS METRO, 2018

PROBLEMAS	DEFINICION TEORICA	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES (Nº, %)	ITEMS	Escala de Medición	Técnica de Instrumentación
V1: Capacitación	Chiavenato (2007) Para Chiavenato la Capacitación es un proceso de aprendizaje, orientado a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes de los colaboradores, relacionándolas con el beneficio de la organización. Los programas de capacitación priorizados influyen en las metas y objetivos propuestos por las empresas con la finalidad de evaluar el desempeño de sus colaboradores y el control de los resultados. (p.371).	Para la investigadora la definición Operacional es un proceso de preparación en el cual los colaboradores aumentan sus conocimientos, destrezas con la finalidad de cumplir los objetivos de la Organización.	Programas de Capacitación	Conocimientos	P 01-02	Ordinal	Encuesta Cuestionario tipo Likert
				Proceso	P 03		
				Objetivos	P 04- 06		
				Programas	P 07-08		
			Evaluación de Desempeño	Organización	P 09		
				Gestión	P 10-11		
				Eficacia	P 12		
			Control de Resultados	Rendimiento	P 13- 14		
				Eficiencia	P 15		
				Evaluación	P 16- 17		
Medición de Desempeño	P 18						
	Análisis de Resultados	P 19					
	Acciones Correctivas	P 29					
V2: Calidad de Servicio	Para Aldana.y Vargas (2014) la Calidad de Servicio es importante para brindar una mejor atención a nuestros clientes satisfaciendo las expectativas, permitiéndonos obtener ventaja competitiva y mayor aceptación en el mercado por ello, es importante incluir a la calidad de servicio dentro del trabajo diario. La empresas deben garantizar su futuro realizando inversiones en tecnología y creando servicios de calidad con la finalidad de satisfacer las necesidades de sus clientes. Todo las empresas deben innovar creando servicios con características originales. La Calidad de Servicio busca excelencia, creando estrategias para hacer las cosas bien.	Para la investigadora la definición operacional se define como un proceso del conocimiento de las necesidades y la Satisfacción de las necesidades en la investigación para conocer esta realidad se aplicara el cuestionario tipo likert para obtener información y proponer soluciones.	Necesidades de los Clientes	Adecuado Servicio	P 21-22	Ordinal	Encuesta Cuestionario tipo Likert
				Información correcta	P 23-24		
				Comodidad	P 25		
			Expectativas	Servicio	P 26		
				Rápida Atención	P 27-28		
				Facilidad de Pago	P 29-30		
			Satisfacción	Necesidades	P 31-32		
				Sentimiento de bienestar	P 33		

Fuente Propia

2.3. Población y muestra.

Población

Al ser pequeña la población usamos el método censal. Por tanto la muestra se encuentra conformada por 114 colaboradores del Banco Cencosud - Hipermercados Metro.

Rodriguez (2005), Indicó “que es un grupo de medidas que se realizan a una peculiaridad común en un conjunto de personas (p.79).

Muestra

Al ser pequeña la población usamos el método censal. Por tanto la muestra se encuentra conformada por 114 colaboradores del Banco Cencosud - Hipermercados Metro.

Sampieri, R, Fernández, C y Baptista, P (2006), indicaron “que es un grupo que se encuentra dentro de la población, de la cual se recaudan información y datos. Asimismo, representan la población (p.236).

2.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1. Técnica:

La encuesta fue la técnica usada, con 33 preguntas aplicadas a 114 asesores del Banco Cencosud - Hipermercados Metro. La encuesta valió para obtener la información del tema.

Fernández (2004), indicó “que la encuesta es la técnica más usada en la metodología cuantitativa, la cual se utiliza para conseguir información” (p.99).

2.4.2. Instrumento de Recolección de datos.

El cuestionario fue el instrumento usado con el fin de recolectar información.

Sampieri, R, Fernández, C y Baptista, P (2014), indicaron “que el cuestionario es uno de los instrumentos más utilizados, y se trata de realizar preguntas con relación a las variables que se están estudiando” (p.310).

2.4.3. Validez

Sampieri, R, Fernández, C y Baptista, P (2006), “indicaron que confiabilidad es una herramienta que sirve para medir, es el nivel en que el instrumento genera resultados resistentes” (p.277).

La herramienta pasó por una evaluación y se aplicó el juicio de los Doctores de la Escuela de Administración de la Universidad Cesar Vallejo.

TABLA 2: Tabla de Validación

Grado	Apellidos y Nombres	Resultado
Dr.	DAVILA ARENAZA, VICTOR	Aplicable
Dr.	DELGADO CESPEDES, CARLOS ALBERTO	Aplicable
Dr.	ALIAGA CORREA, DAVID FERNADO	Aplicable

Fuente Propia

2.4.4. Confiabilidad

Sampieri, R, Fernández, C y Baptista, P (2006), indicaron que confiabilidad es una herramienta que sirve para medir, es el grado en que el la herramienta genera resultados resistentes y coherentes (p.277).

La herramienta generó confiabilidad utilizando el Alfa de Cronbach; a través del resultado adquirido de la encuesta, que se realizó a 114 colaboradores del Banco Cencosud - Hipermercados Metro, obteniendo la subsiguiente información:

TABLA 3: Tabla Categórica del Coeficiente Alfa Cronbach

ESCALA DE VALORES PARA DETERMINA LA CONFIABILIDAD	
-Coeficiente alfa >.9 es excelente	FIABLE y CONSISTENTE
- Coeficiente alfa >.8 es bueno	
-Coeficiente alfa >.7 es aceptable	INCONSISTENTE, INESTABLE
- Coeficiente alfa >.6 es cuestionable	
- Coeficiente alfa >.5 es pobre.	
-Coeficiente alfa <.5 es inaceptable	
-Coeficiente alfa de 01. A 0.49 baja confiabilidad	No confiable.
-Coeficiente alfa 0 es No confiable	

Fuente: George y Mallery (2003, p.231); Leyenda: > mayor a; < menor a

TABLA: 4 Alfa de Cronbach (Análisis de Fiabilidad)

Estadísticos de Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Nº de elementos
,951	33

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 4, se muestra el resultado generado con el SPSS 24, con valor de confiabilidad 0.951, valor considerado como excelente, que quiere decir que es fiable y consistente según a los criterios indicados en la tabla 13. Asimismo, George y Mallery (2003), nos mencionaron que las herramientas de medición usadas se encuentran correlacionadas para las variables Capacitación y Calidad de Servicio en la encuesta realizada, aplicando la escala de Likert; para medición con precisión los ítems.

2.5. Método de análisis de datos

2.5.1 Análisis Estadístico Descriptivo

2.5.1.1. Descriptiva se aplicó en el estudio, se desarrolló y obtuvo datos clasificados, descripciones y detalles. Asimismo, se analizó la información conseguida con los procesos generados por las tablas y por los gráficos realizados. Por otro lado, se

desarrolló medidas de dispersión, análisis de resultados, pruebas de normalidad y medimos la correlación.

2.5.1.2. Inferencial se encuentra dentro de la estadística la cual comprende procedimientos y métodos que a través de la inducción establece características de la población. Su objetivo es genera conclusiones beneficiosas para deducir sobre el total de la población, apoyándose en los datos numéricos de una pequeña parte de la población.

2.6. Aspectos Éticos

Utilización de información:

Reservamos las identidades de las personas que realizaron las encuestas por confiabilidad de información. Asimismo, es importante mencionar que no se utilizaron los datos para realizar otras investigaciones.

Valor Social:

La investigación realizada no perjudica ni coloca en riesgo a los colaboradores del Banco Cencosud – Hipermercados Metro que realizaron la encuesta; como forma de resguardar la integridad de cada colaborador.

Selección equitativa de los sujetos:

Los colaboradores del Banco Cencosud – Hipermercados Metro fueron parte de la encuesta aplicada; con el objeto de lograr las metas del estudio.

Validez científica:

Las teorías expuestas en el estudio fueron válidas ya que provienen de autores como Chiavenato, Siliceo Reza, Jara, Aldana, Vargas, y Berry, que tienen trayectoria y conocen del tema de Capacitación y Calidad de Servicio, por ello son usadas en investigaciones como material referente, debido a que fueron probadas y aplicadas en el tiempo.

III.- RESULTADOS

3.1. Gráficas de frecuencia

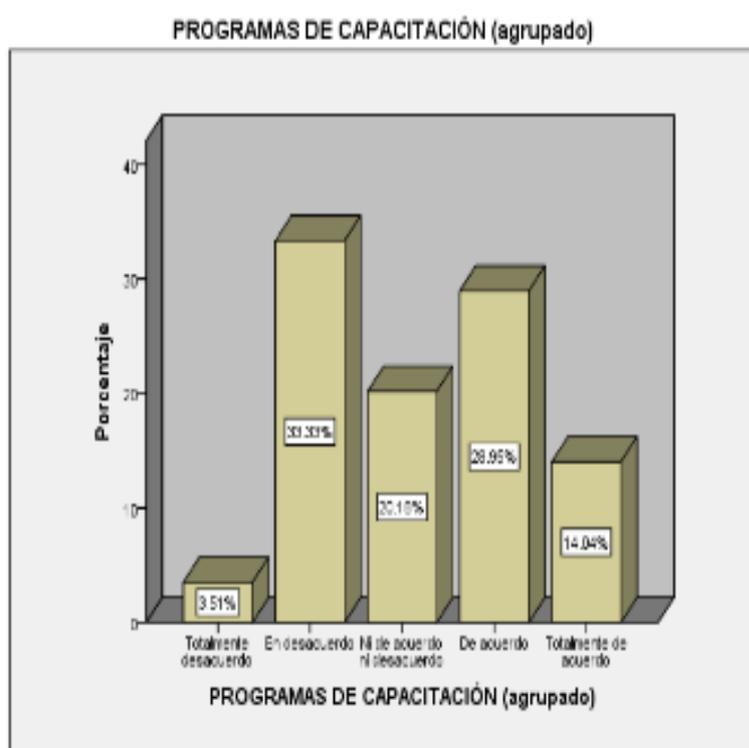
TABLA 5: Dimensión Programas de Capacitación

CAPACITACIÓN (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	4	3.5	3.5	3.5
	En desacuerdo	38	33.3	33.3	36.8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	23	20.2	20.2	57.0
	De acuerdo	33	28.9	28.9	86.0
	Totalmente de acuerdo	16	14.0	14.0	100.0
	Total	114	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

¿Considera usted que el proceso de inducción es adecuado para aprendizaje?



Interpretación: En la gráfica 1, el total de encuestados son 114, que es el 33,33 % que están en desacuerdo el 28,9 % exponen que se encuentran de acuerdo, el 20,2 no se encuentra de acuerdo ni en desacuerdo, el 14 % están totalmente de acuerdo y el 3,5% restante está totalmente en desacuerdo. Por consiguiente se muestra que los programas de capacitación brindados por el Banco Cencosud, se concretan a inducciones en tarjetas de crédito dejando de lado a la otras funciones específicas por dicho motivo 33,33% están en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 1: Programas de Capacitación

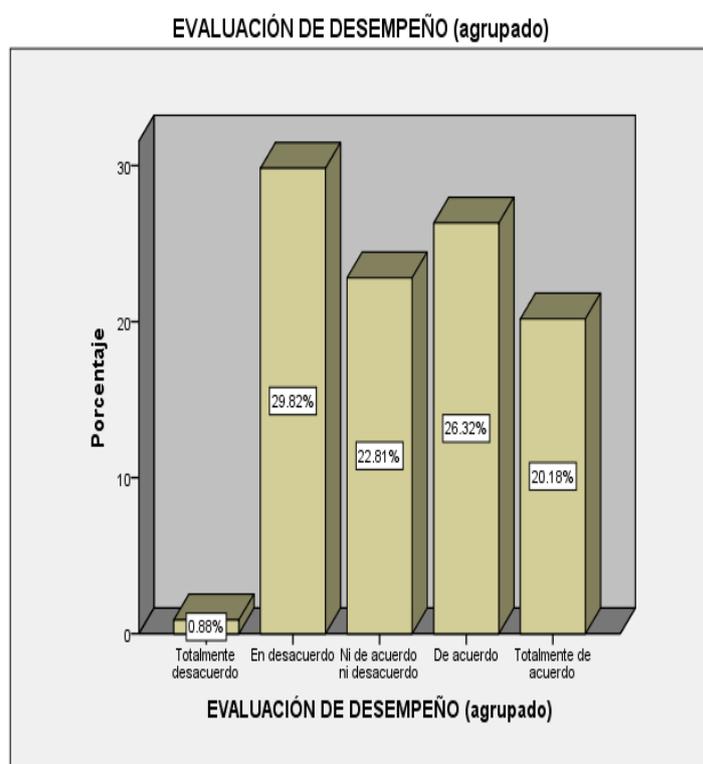
TABLA 6: Dimensión de Evaluación de Desempeño

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	1	.9	.9	.9
	En desacuerdo	34	29.8	29.8	30.7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	26	22.8	22.8	53.5
	De acuerdo	30	26.3	26.3	79.8
	Totalmente de acuerdo	23	20.2	20.2	100.0
	Total	114	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

¿Considera usted que las capacitaciones recibidas fueron eficaces para la realización de su trabajo?



Interpretación: En la gráfica 2, el total de encuestados son 114, del cual 29,8% de los colaboradores contestaron que se encuentran en desacuerdo con la eficacia de la evaluación de desempeño, mientras un 26,3% de colaboradores aceptó que están de acuerdo, el 22,8 explicó que no están de acuerdo ni en desacuerdo, el 20,2% están totalmente de acuerdo y el 9% restante indicó que se encuentran totalmente en desacuerdo con la eficacia de la evaluación de desempeño. Por tanto se muestra que las capacitaciones recibidas no son eficaces para realizar sus funciones en el trabajo.

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 2: Evaluación del Desempeño

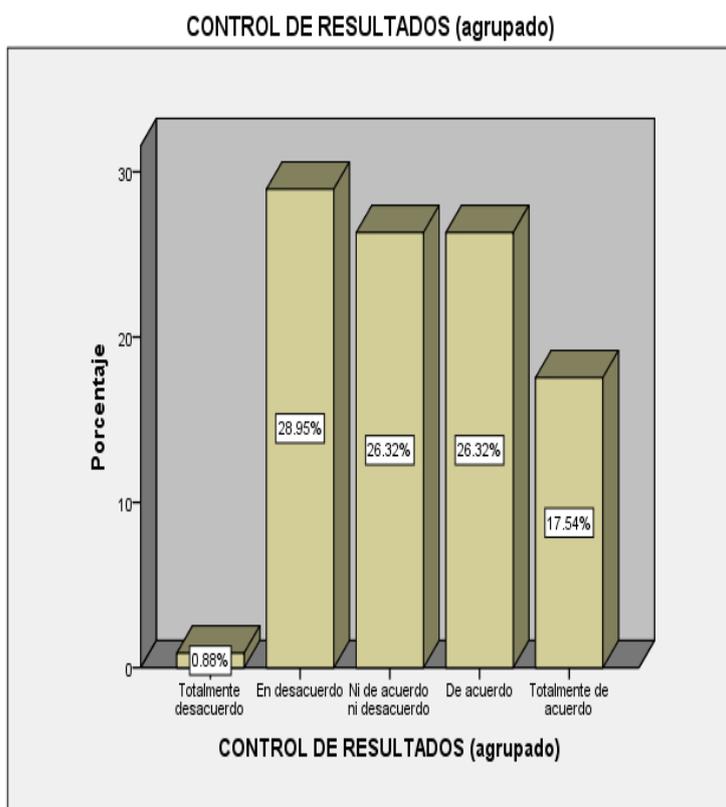
TABLA 7: Dimensión del Control de Resultados

CONTROL DE RESULTADOS (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	1	.9	.9	.9
	En desacuerdo	33	28.9	28.9	29.8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	30	26.3	26.3	56.1
	De acuerdo	30	26.3	26.3	82.5
	Totalmente de acuerdo	20	17.5	17.5	100.0
	Total	114	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

¿El Banco Cencosud toma acciones correctivas para mejorar la calidad de servicio?



Interpretación: En la gráfica 3, el total de encuestados son 114, el 28.9% están en desacuerdo, mientras que el 26.3% de los asesores no se encuentran de acuerdo ni en desacuerdo. Asimismo, existe un 26.30% que indicó que se encuentra de acuerdo, el 17.5% se encuentra totalmente de acuerdo y finalmente el 9% restante está en total desacuerdo. Por consiguiente se muestra que Banco Cencosud, toma acciones correctivas deficientes para aumentar la calidad de servicio, por ello, 28.9% de los asesores están en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 3: Control de Resultados

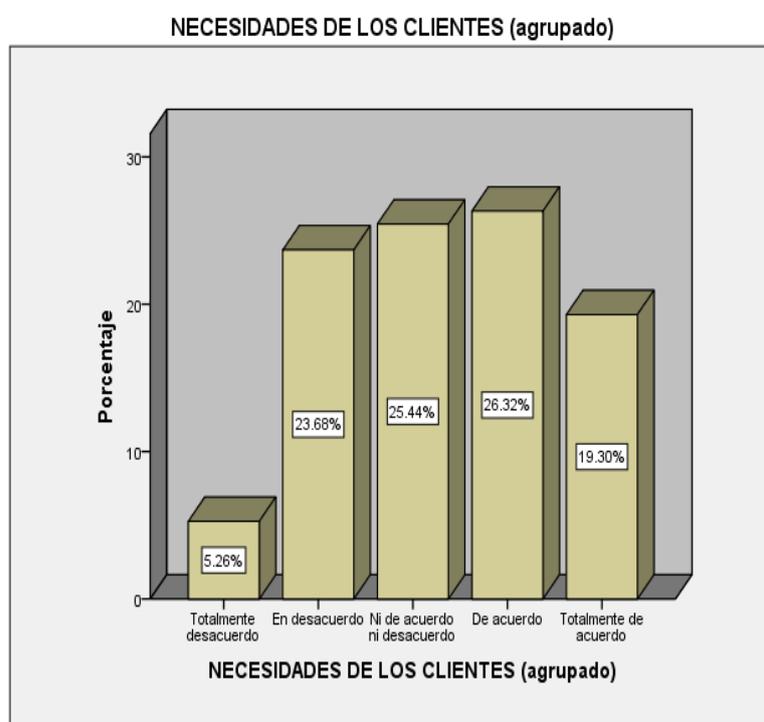
TABLA 8 Dimensión de Necesidades de los clientes

NECESIDADES DE LOS CLIENTES (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	6	5.3	5.3	5.3
	En desacuerdo	27	23.7	23.7	28.9
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	29	25.4	25.4	54.4
	De acuerdo	30	26.3	26.3	80.7
	Totalmente de acuerdo	22	19.3	19.3	100.0
	Total	114	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

¿La infraestructura de los establecimientos son cómodos para atender a los clientes?



Interpretación: En la gráfica 4, el total de encuestados son 114, del cual el 26.3 % se encuentran de acuerdo, el 25.4 % no se encuentra de acuerdo ni se encuentran en desacuerdo, el 23.7% está en desacuerdo, el 19.3% se encuentra totalmente de acuerdo y tenemos el 5.3% restante que indica estar en total desacuerdo. Por tanto, se visualiza que la infraestructura de los establecimientos del Banco Cencosud son cómodos para la atención al cliente

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 4: Necesidades de los clientes

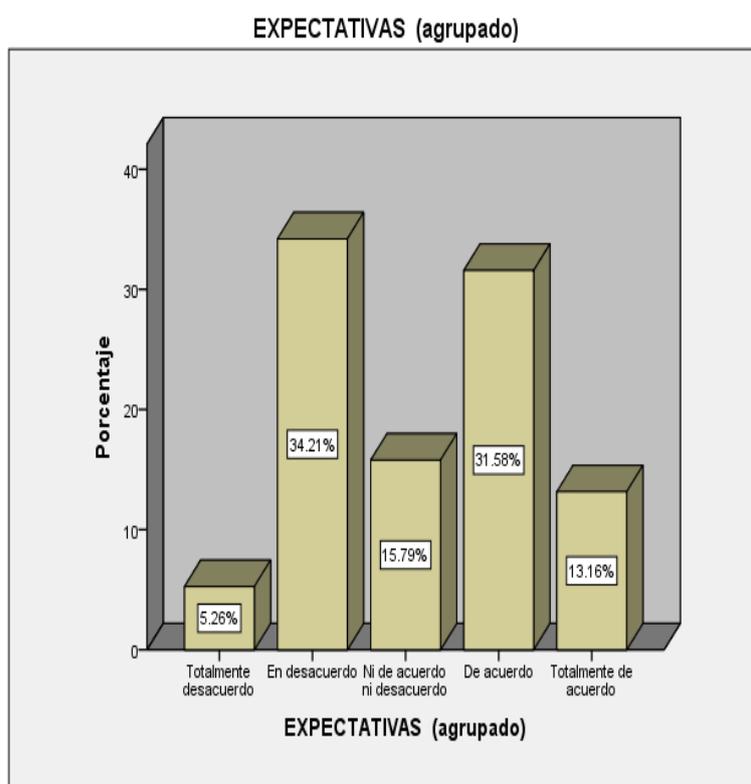
TABLA 9: Dimensión de expectativas

EXPECTATIVAS (agrupado)

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	6	6	5.3	5.3	5.3
	En desacuerdo	39	39	34.2	34.2	39.5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	18	18	15.8	15.8	55.3
	De acuerdo	36	36	31.6	31.6	86.8
	Totalmente de acuerdo	15	15	13.2	13.2	100.0
	Total	114	114	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

¿Considera Usted que el Banco Cencosud brinda un servicio de calidad a sus clientes?



Interpretación: En la gráfica 5, el total de encuestados son 114, del cual el 34,2% de los encuestados contestaron que están en desacuerdo; el 31,6% están de acuerdo, el 15,8 % no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 13,2% están de acuerdo en su totalidad, por otro lado el 5,3% sobrante afirmó que está en total desacuerdo. Por tanto se muestra que Banco Cencosud no brinda un servicio de Calidad a sus clientes, por ello el 34.2% de los colaboradores se encuentran en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5: Expectativas

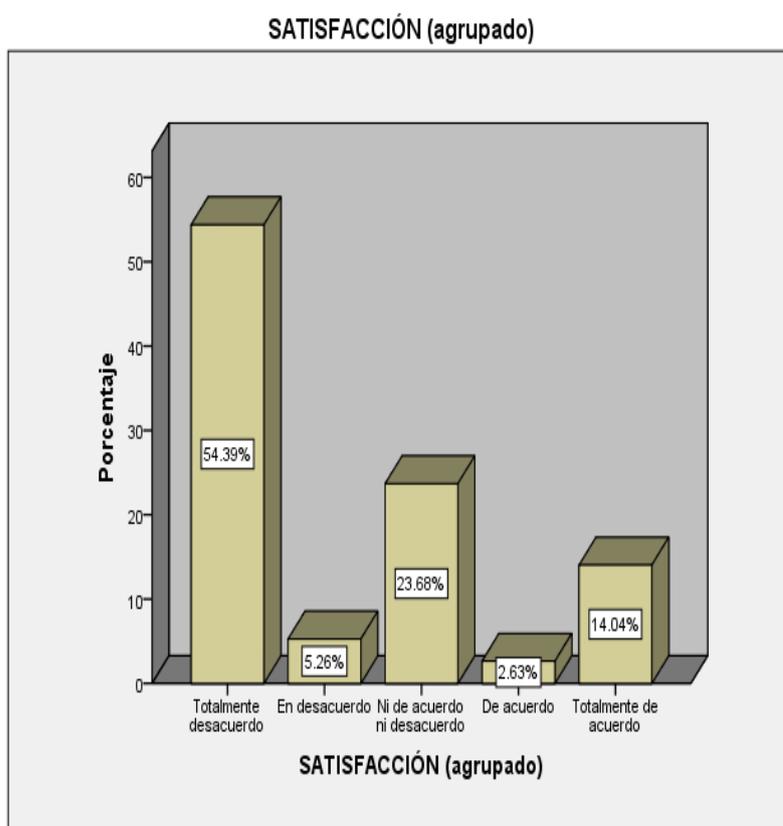
TABLA 10: Dimensión de Satisfacción

SATISFACCIÓN (agrupado)

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo		62	54.4	54.4	54.4
	En desacuerdo		6	5.3	5.3	59.6
	Ni de acuerdo ni desacuerdo		27	23.7	23.7	83.3
	De acuerdo		3	2.6	2.6	86
	Totalmente de acuerdo		16	14	14	100.0
	Total		114	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

¿Considera usted que Banco Cencosud satisface las necesidades de los Clientes?



Interpretación: En la gráfica 6, el total de encuestados son 114, del cual el 54,4% están totalmente en desacuerdo, el 23,7% afirmó que no se encuentra de acuerdo ni se encuentra en desacuerdo, el 14,0 % está totalmente de acuerdo, el 5,3% en desacuerdo y el 2,6% restante se encuentra de acuerdo. Por consiguiente se muestra que Banco Cencosud no satisface las necesidades de los clientes, por ello el 54.4% de los colaboradores están totalmente en desacuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 6: Satisfacción

3.2. Prueba de normalidad

En la prueba de la normalidad se aplicó la estadística de Kolmogorov-Smirnov^a a una muestra de 114 colaboradores.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Capacitación (agrupado)	.212	114	.000	.865	114	.000
Calidad de Servicio (agrupado)	.208	114	.000	.886	114	.000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

TABLA 11: Prueba de Kolmogorov - Smirnova para una muestra

Interpretación: $p\text{-valor} = 0.000 < \alpha = 0.05$, con un 95% de confianza, por consiguiente se admite la hipótesis alterna y se niega la hipótesis nula, la capacitación tiene una relación significativa con la calidad de Servicio. En la tabla 11, se observó el resultado de *Kolmogorov-Smirnova*; lo cual nos muestra que la distribución de los datos recolectados no es normal, obteniéndose un valor de significancia 0.000 para las variables, que es menor a 0.05, por ende usamos la estadística de Rho de Spearman.

Prueba de hipótesis

Según Bernal (2010) indicó “estudia la correlación y regresión es un medio detallado usado con el fin de deducir el grado y la relación entre las variables” (p. 216).

TABLA 12: Niveles de correlación dependiendo el coeficiente Rho.

Coeficiente	Correlación
-1.00	Correlación negativa grande o perfecta
-0.90	Correlación negativa muy alta o muy fuerte
-0.75	Correlación negativa alta o considerable
-0.50	Correlación negativa moderada o media
-0.25	Correlación negativa baja o débil
-0.10	Correlación negativa muy baja o muy débil
+0.00	No existe Correlación alguna entre las variables o es nula
+0.10	Correlación positiva muy baja o muy débil
+0.25	Correlación positiva baja o débil
+0.50	Correlación positiva moderada o media
+0.75	Correlación positiva alta o considerable
+0.90	Correlación positiva muy alta o muy fuerte
+1.00	Correlación positiva grande y perfecta.

Fuente: Hernández et al. (2010, p.312).

Se obtuvo para la contrastación de hipótesis lo siguiente:

Hipotesis General

H₀: La Capacitación no se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.

H_a: La Capacitación se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.

TABLA 13: Correlación de Capacitación y Calidad de Servicio

	Capacitación (agrupado)	Calidad de Servicio (agrupado)
Rho de Spearman	1.000	.519**
Coeficiente de correlación		
Sig. (bilateral)	.	.000
N	114	114
Coeficiente de correlación	.519**	1.000
Sig. (bilateral)	.000	.
N	114	114

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

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La tabla 13 presenta una correlación de 0.519 para las dos variables teniendo una población de n=114, comparado con lo que indica la tabla 12, nos muestra una correlación positiva moderada o media; Además se observó una significancia bilateral de 0.00, lo cual es menor al valor de significancia de 0.05, con 95% de confianza. Por lo consiguiente aceptamos la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula, en consecuencia la capacitación está correlacionada significativamente con la calidad de servicio.

Hipótesis Específicas 1

H₀: Los programas de capacitación no se relacionan con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.

H_a: Los programas de capacitación se relacionan con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.

TABLA 14: Correlación de programas de capacitación y calidad de servicio

	PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN (agrupado)	Calidad de Servicio (agrupado)
Rho de Spearman	PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN (agrupado)	1.000
	Coeficiente de correlación	.589**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	114
	Calidad de Servicio (agrupado)	.589**
	Coeficiente de correlación	1.000
	Sig. (bilateral)	.000
	N	114

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

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La tabla 14, presenta una correlación de 0.589 para las dos variables teniendo una población de n=114, comparado con lo que indica la tabla 12, nos muestra una correlación positiva moderada o media; el resultado de la significancia bilateral es 0.000 que es menor a 0.05, (p-valor = 0.000 < α=0.05) con un 95% de confiabilidad. Por ello, aceptamos la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula, en consecuencia los programas de capacitación tienen una relación significativa con la calidad de servicio

Hipótesis Específica 2

Ho: La evaluación de desempeño no se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018

Ha: La evaluación de desempeño se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018

TABLA 15: Correlación de evaluación de desempeño y calidad de servicio

		EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO (agrupado)	Calidad de Servicio (agrupado)
Rho de Spearman	EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO (agrupado)	1.000	.549**
		Sig. (bilateral)	.000
		N	114
	Calidad de Servicio (agrupado)	.549**	1.000
		Sig. (bilateral)	.
		N	114

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

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La tabla 15, presenta una correlación de 0.549 para las dos variables teniendo una población de 114, comparado con lo que indica la tabla 12, muestra una correlación positiva moderada o media; igualmente, visualizamos que la significancia bilateral es 0.000 que es menor a 0.05, ($p\text{-valor} = 0.000 < \alpha=0.05$) con una confianza de 95%. Por consiguiente aceptamos la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula, en consecuencia la evaluación de desempeño tiene una relación significativa con la calidad de servicio.

Hipótesis Específicas 3

Ho: EL control de los resultados no se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.

Ha: EL control de los resultados se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.

TABLA 16: Correlación de control de resultados y calidad de servicio

		CONTROL DE RESULTADOS S (agrupado)		Calidad de Servicio (agrupado)	
Rho Spearman	de CONTROL RESULTADOS (agrupado)	DE	Coeficiente de correlación	de 1.000	.402**
			Sig. (bilateral)	.	.000
			N	114	114
	Calidad de Servicio (agrupado)	DE	Coeficiente de correlación	de .402**	1.000
			Sig. (bilateral)	.000	.
			N	114	114

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

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación: La tabla 16, presenta una correlación de 0.402 para las dos variables teniendo una población 114, comparado lo que indica la tabla 12 muestra que existe una correlación positiva baja o débil; Además, muestra la significancia bilateral de 0.000 que es menor a 0.05, ($p\text{-valor} = 0.000 < \alpha=0.05$) con una confianza de 95%. Por consiguiente, aceptamos la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula, en consecuencia el control de resultados se relaciona de manera significativa con la calidad de servicio.

IV. DISCUSIÓN

DISCUSION POR OBJETIVOS

Como objetivo general de la indagación es determinar la relación entre la capacitación del personal y la calidad de servicio del Banco Censosud – Hipermercados Metro 2018, como objetivo específico 1 es determinar la relación de los programas de capacitación con la calidad de servicio en el Banco Censosud-Hipermercados Metro, 2018, como objetivo específico 2 es determinar la relación entre la evaluación de desempeño con la calidad de servicio en el Banco Censosud-Hipermercados Metro, 2018 y como objetivo específico 3 es determinar la relación del control de los resultados con la calidad de servicio en el Banco Censosud-Hipermercados Metro, 2018, para ello se utiliza la prueba de Rho de Spearman a un 95 % de confianza y obtenemos un valor menor al nivel de significancia ($p\text{-valor} = 0.000 < \alpha = 0.05$), lo cual se tiene un coeficiente de correlación de 0.519 y se visualiza en el cuadro N° 12, comparado a la tabla de correlación N° 13, significa que existe una relación positivamente moderada media. Por consiguiente, podemos decir que ambas variables están correlacionadas.

El resultado del estudio es parecido con lo que se obtuvo en la investigación de Luque (2015), en su tesis “Proceso de Capacitación y Calidad de Servicio en la Empresa de Transporte Público Urbano José María Arguedas Andahuaylas 2015”, quien presenta relación directa e importante en las variables propuestas, obteniendo una correlación de Spearman de 0,747, positiva alta, por lo que se afirma que a medida, que mejoran los procesos de capacitación, mejoran la calidad de servicio de las organizaciones. Asimismo, el resultado de la indagación es semejante y complementaria a lo propuesto por Luque puesto que señala categóricamente que la capacitación mejora las habilidades, conocimientos y actitudes de los colaboradores con el fin de brindar un buen servicio.

DISCUSION POR HIPÓTESIS

La hipótesis general de la indagación es la Capacitación se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018, como hipótesis específica 1 es los programas de capacitación se relacionan con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018, como hipótesis 2 es la evaluación de desempeño se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018 y como hipótesis 3 es el control de los resultados se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018, utilizando la prueba de Rho de Spearman con un valor menor al nivel de significancia ($p\text{-valor} = 0.000 < \alpha = 0.05$), 95 % de confianza, con coeficiente de correlación de 0.519 que se visualiza en la tabla N°13, por ende las dos Variables presentan una relación positivamente moderada; la que se logra planteando nuevas acciones en los servicios, y mejorando el desempeño o esfuerzo para lograr los propósitos y fines.

Existe coherencia en el resultado de la investigación propuesta por Luque (2015), “Proceso de Capacitación y Calidad de Servicio en la Empresa de Transporte Público Urbano José María Arguedas Andahuaylas 2015, sostiene que rechaza la hipótesis nula (H_0), y acepta la hipótesis alterna (H_1), con un valor inferior al nivel de significancia ($p\text{-valor} = 0.000 < \alpha = 0.05$), 95 % de confianza, que afirma si existe una relación positiva entre el Proceso de Capacitación y Calidad de Servicio en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015. Ambas hipótesis ratifican que existe correlación entre las variables, puesto que a mayor capacitación, el personal mejora sus habilidades, conocimientos, y actitudes con el objetivo de cubrir las carencias de los clientes y mejorar los resultados de la Empresa.

DISCUSIONES POR METODOLOGIAS

En esta indagación se usó el método hipotético - deductivo, aplicada, descriptiva-correlacional. Asimismo, utilizamos el diseño no experimental –transversal; pues se encuentra semejanza a los métodos empleados por Cabrera (2015), en la investigación “*Implementación de un plan de capacitación virtual para mejorar el desempeño laboral del personal de Fundación Alternativa*” utilizó la indagación descriptiva correlacional con diseño no experimental- transversal, en la cual encontró que la creación de un plan de capacitación virtual mejoró el conocimiento con relación al trabajo y a las funciones

de los colaboradores, lo que influye positivamente en el desempeño. Ambas teorías han permitido reflexionar y debatir académicamente acerca del conocimiento que existe para comparar las teorías, evaluar resultados y hacer epistemología de los conocimientos que existen.

DISCUSION POR TEORIAS

Esta indagación abordó las variables V1: capacitación y V2: calidad de servicio, los que orientaron el conocimiento ampliando el horizonte del estudio, incidiendo en corroborar la utilidad con puntos de vista, definiciones y proposiciones relacionadas a la función principal de las teorías explicando por qué, como, con quien, cuando, y donde ocurrió el fenómeno, por lo que I. Chiavenato (2008) recalca que la “Capacitación es un proceso de aprendizaje, orientado a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes de los colaboradores, relacionándolas con el beneficio de la organización” (p.371). Por tanto, se demuestra que a mayor capacitación del personal mayor calidad de servicio se obtendrá. Siendo similar lo sostenido por Pérez (2006), indica que “es una parte de tácticas y cualidades más difíciles de copiar de la competencia. Actualmente el éxito de las organizaciones no solo es atraer clientes para que obtengan productos y servicios sino cubrir las carencias y expectativas de los clientes”.

V. CONCLUSIONES

Se concluyó que la Capacitación se relaciona con la Calidad de Servicio en el Banco Cencosud debido a que capacitar es de vital importancia para que el personal mejore las habilidades, conocimientos y actitudes con el objetivo de cubrir las carencias y requerimientos de los clientes brindando un servicio de calidad. Se obtuvo como resultado $RH0 = 0.519$ que significa que tiene una relación positiva moderada o media.

Se ha determinado que es fundamental implementar Programas de Capacitación en Calidad de Servicio debido a que considera conocimientos, procesos, objetivos y organización. Asimismo, nos permite cubrir los requerimientos de los clientes y alcanzar los objetivos de la organización. Se obtuvo como resultado $RH0 = 0.589$ que quiere decir que existe una relación positiva moderada o media.

Se ha establecido que la Evaluación de Desempeño se relaciona con la Calidad de Servicio ya que los resultados obtenidos de $RH0 = 0.549$, el cual nos quiere decir que existe una relación positiva moderadora o media, teniendo como indicadores gestión, eficacia, rendimiento y eficiencia. Evaluando los indicadores mencionados nos permite conocer el desempeño del personal con el fin de tomar decisiones con respecto al servicio brindado.

Se ha determinado que el Control de los Resultados se relaciona con la Calidad de Servicio, obteniendo como resultado $RH0 = 0.402$, el cual nos quiere decir que existe una relación positiva bajo o débil, debido a que el banco no realiza controles de medición para mejorar las deficiencias de sus capacitaciones.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda generar programas de capacitación de acuerdo al cumplimiento de las funciones a realizar, desarrollando las habilidades al puesto de trabajo y poniendo en práctica el conocimiento adquirido, con la finalidad de superar las deficiencias y aumentar la calidad de servicio.

Es fundamental generar actividades y procedimientos validados en cada puesto de trabajo. Asimismo, se deben desarrollar estándares de calidad a través de una atención personalizada con capacidad de respuesta hacia las consultas y requerimientos de los clientes.

Se recomienda realizar evaluaciones posteriores a las capacitaciones en el cumplimiento de las funciones con el fin de monitorear y evaluar los resultados.

Tratar de explotar las habilidades desarrolladas de los colaboradores para que se acoplen a las políticas y estándares dentro del trabajo. Asimismo, promover el trabajo en grupo y la atención con calidad, ofreciendo un valor agregado cubriendo las carencias y las expectativas que tienen los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad, M. y Pincay, D. (2014). *Análisis de Calidad del Servicio al Cliente interno y externo para propuesta de Modelo de Gestión de Calidad en una Empresa de Seguros en Guayaquil*” (Tesis de Pregrado). Recuperado de:
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7451/1/UPS-GT000777.pdf>
- Alcalde, P. (2007). *Calidad* (1°ed). España: Paraninfo Ediciones Recuperado de:
<https://www.google.com/search?tbn=bks&q=calidad+alcalde>
- Aliena, R. (2007). *La Esferas de la Calidad*. Carita Españolas Editores: Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?isbn=8484403831>
- Aldana y Vargas (2014), *Calidad y Servicios*. (3°ed). Colombia: Ecoe Ediciones.
Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=9581203915>
- Alegre, J. (2004). *La Gestión del Conocimiento como motor de la innovación*. (2°ed).
España: Universidad Jaume I. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?isbn=848021497X>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación*. (6°ed). Venezuela: Episteme Editorial.
Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=9800785299>
- Arriaga, R. (2002). *Diseño de un Sistema de Medición de Desempeño para evaluar la Gestión Municipal: una propuesta Metodológica*. Chile: Naciones Unidas Publicaciones.
Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?isbn=9213220421>
- Barrientos, V. (2016). *La Capacitación del Personal y La Calidad de Servicio del Centro de Contacto Banco de Crédito de Perú en el Cuarto Trimestre 2016* (Tesis de Pregrado).
Recuperado de:
http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1788/TESIS_VANES_SA%20ZUNILDA%20BARRIENTOS%20L%C3%93PEZ.pdf?sequence=2

- Berry, T. (1994). *Cómo Gerenciar la Transformación hacia la Calidad Total*. (1°ed). Colombia: McGraw-Hill Interamericana.
- Barroso, C. y Martín, E. (1999). *Marketing Relacional*. Madrid. Esic Editorial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8473561945>
- Cabrera, M. (2015). *Implementación de un plan de capacitación virtual para mejorar el Desempeño laboral del personal de Fundación Alternativa* (Tesis de Pregrado). Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/7307/1/T-UCE-0007-230i.pdf>
- Calvo, M. (2005). *Monitor Sociocultural*. (1°ed). España: Mad Editorial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8466543317>
- Cegarra, J. (2012). *Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica*. Madrid: Díaz de Santos. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8499690270>
- Chiavenato, I. (2008). *Gestión de Talento Humano*. (3°Ed.). México: Elsevier Editora. Recuperado de: <http://www.facso.unsj.edu.ar/catedras/ciencias-economicas/administracion-de-personal-I/documentos/chiavena.pdf>
- Cortés, M y Iglesias, M. (2004), *Generalidades sobre la Metodología de Investigación* (1°ed). México: Universidad Autónoma del Carmen. Recuperado de: http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-12/Doc/metodologia_investigacion.pdf
- Diez (2007). *Análisis de Eficiencia de los Departamentos Universitarios. El caso de la Universidad de Sevilla*. Madrid: Dykinson Editorial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8498490073>

- Ferrell, O. y Hartline, M. (2012). *Estrategia de Marketing*. (5°ed). Mexico: Cengage Learning Editores. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=6074817146>
- Fontalvo, T. y Vergara, J. (2000). *La Gestión de la Calidad en los Servicios ISO 9001.2008*. (1°ed). España: Eumed Editorial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8469364812>
- Gan, F. y Triginé, J. (2012). *Evaluación del Desempeño Individual*. Madrid: Díaz de Santos de Ediciones. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8499694888>
- Gomez, M. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. (1°ed). Argentina: Brujas Editorial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=9875910260>
- Gonzales, M. (2006). *Gestión Eficaz del Tiempo*. España: Innova Ediciones: Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8496493121>
- Gonzales, L. y Mata, J. (2006). *Teoría de las Organizaciones*. México: Umbral Editorial Recuperado de: <https://www.google.com.pe/search?hl=es&tbo=p&tbm=bks&q=isbn:9709758438>
- Guerra, I. (2007). *Evaluación y Mejora Continua* (1°ed). Estados Unidos: Authorhouse Editorial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=1434339068>
- Hayes, B. (2002). *Como medir la satisfacción del cliente*. (3°ed) España: Gestión 2000 Editorial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=848088696X>
- Heredia, J. (2001). *Sistema de Indicadores para la mejora y el Control indicado de la Calidad de los Procesos*. (2° ed). España: Universidad de Jaume publicaciones. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8480213701>

Isolve, M. (2000). *Historia de la Ciencia y la Tecnología* (4°ed). México: Limusa Editorial

Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=9681855302>

Jara, O. (2002). *Sistema de Capacitación en Chile* (1°ed). Chile: Universitaria Editorial.

Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=9561116065>

Jiménez, C. (2016). *Cientes Globales*. (1°ed). España: Profit Editorial. Recuperado

de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8416583579>

Kotlher, P. y Keller, K. (2009). *Dirección de Marketing* (12 ed). México: Prentice Hall

Inc Editorial. Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?isbn=9702607639>

Liza, L. y Siancas, C (2016). *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016* (Tesis de Pregrado). Recuperado de:

<http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10969/Liza%20Soriano%20de%20Silva%20Claudia%20Milsa%20-%20Siancas%20Ascoy%20Cecilia%20de%20Lourdes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Luque, N. (2015). *Proceso de Capacitación y Calidad de Servicio en la Empresa de Transporte Público Urbano Jose Maria Arguedas Andahuaylas 2015*

(Tesis de Pregrado). Recuperado de:

http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/241/Nelly_Luque_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Márquez, S y Garatachea, N. (2010). *Actividad Física y Salud* España: Diaz de Santos

<https://books.google.com.pe/books?isbn=8479789344>

Martínez, M. (2012). *La Evaluación del Rendimiento*. España: Diaz de Santos Editorial.

Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8499694446>

- Massons, J. (2014). *Finanzas Análisis y Estrategia Financiera* (14°ed). España. Hispano Europea Editorial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8425514126>
- Nahurima, Y. (2015). *La Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, Provincia de Andahuaylas, Región Apurímac, 2015*(Tesis de Pregrado). Recuperado de: http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina_%C3%91ahurima_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Nowell, C. (2015). *Capacitación y Servicio al Cliente (Estudio realizado en los restaurantes Salón el Tucun y Pasaje Mediterráneo de la Zona 1 de Quetzaltenango)* (Tesis de Pregrado). Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Nowell-Crysta.pdf>
- Olmedo, J. (2013). *La Capacitación Del Servidor Municipal Y Su Incidencia En La Calidad De Atención Ciudadana En El Balcón De Servicios De La Administración Zonal De Tumbaco Del Municipio Del Distrito Metropolitano De Quito, Provincia De Pichincha*”(Tesis de Pregrado) . Recuperado de: <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5818/1/TESIS%20FINAL%20SRA.%20JENNY%20OLMEDO.pdf>
- Padilla, R. y Juárez, M. (2006). *Efectos de la Capacitación en la Competitividad De la Industria Manufacturera*. México. Naciones Unidas. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=9213229119>
- Paz, R. (2005), *Servicio al Cliente y la Comunicación y la Calidad del Servicio en la atención al Cliente* . (1°ed). España: Ideaspropias Editorial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8496578127>
- Pérez, V. (2006). *Calidad Total en la Atención al Cliente*. (1°ed), España: Ideas propias Editorial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8498393566>

- Pérez, J. (2010). *Gestión por Procesos*. (4^oed). Madrid: Esic Editorial. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?isbn=8473566971>
- Publicaciones Vértice (2008). *Calidad en el servicio al cliente*. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?isbn=8492533714>
- Reza, J. (2006). Nuevo Diagnostico de Necesidades de Capacitación y Aprendizaje en las Organizaciones (1^oed). Mexico: Panorama Editorial. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?isbn=9683815413>
- Robles, G. y Alcerreca, (2000). *Administración un Enfoque Interdisciplinario*. (1^oed). Mexico: Prentice Hall. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?isbn=9684444214>
- Rodríguez, E. (2005). *Metodología de la Investigación*. (1^oed). México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?isbn=9685748667>
- Rodríguez, J. (2004). *El Modelo de Gestión de Recursos Humanos*. (1^oed). España: UOC Editorial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8497882768>
- Seto, D. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*, (1^oed), España: Esic Editorial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=8473563719>
- Siliceo, A. (2004). *Capacitación y desarrollo de personal*. (4^oed), Mexico: Limusa Editorial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=9681863860>
- Soto, E., Valenzuela, P. y Vergara, H. (2003). *Evaluación del Impacto de la Capacitación en la Productividad* (1^oed). Chile. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?isbn=9567907145>

- Tonato, B. (2017). *La Calidad del Servicio del Servicio Público en el Ecuador caso Centro de Atención Universal del IESS del Distrito Metropolitano de Quito, 2014-2016*. (Tesis de Magister). Recuperado de: <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/4385/1/TESIS-BLANCA%20TONATO.pdf>
- Toro, I. y Parra, R. (2006). *Metodología de la Investigación*. (1°ed). Colombia: Fondo Universidad EAFIT Editorial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=9588281113>
- Trujillo, A., Carrete, L., Vera, J. y Garcia, S. (2011). *Servir con Calidad en México*. (1°ed). México: Lid Editorial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=6077610305>
- Umiña, B. (2017). *Plan de Capacitación y el desempeño Laboral en la Empresa Serpetbol Perú SAC. – San Borja 2016 (Tesis de Pregrado)*. Recuperado de: <http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/123456789/398/1/UMINA%20FLORES%20BEATRIZ.pdf>
- Wayne, R. y Noe, R. (2005), *Administración de Recursos Humanos*, (9°ed), México: Prentice Hall Inc Editorial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=9702606411>



LA CAPACITACIÓN Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL BANCO CENCOSUD – HIPERMERCADOS METRO, 2018

A. INTRODUCCIÓN:

Estimado(a) cliente, la encuesta es parte de una tesis que se realizará con el objeto de la elaboración de la indagación acerca de la Capacitación y su relación con la Calidad de Servicio.

B. INDICACIONES:

- El cuestionario no incluye sus datos es anónimo, agradeceríamos responder con claridad.
- Cada ítem tiene diferentes respuestas aceptables, lea determinadamente. Responda a las preguntas marcando con un aspa.

Usted hallará una serie de afirmaciones acerca de la organización, la cual obtendrá 5 opciones: **TD = Totalmente en Desacuerdo**, **ED = En Desacuerdo**, **NDNA = Ni en Desacuerdo ni en Acuerdo**, **EA = En Acuerdo**, **TA = Totalmente de Acuerdo**.

Indicador	Ítem	Calidad de Servicio	Valoración				
			TD	ED	ND NA	EA	TA
Conocimientos	1	¿Los cursos virtuales recibidos en el Banco Cencosud son beneficiosos para desarrollar sus conocimientos?					
	2	¿Los conocimientos adquiridos en el Banco Cencosud son suficientes para brindar un buen servicio?					
Proceso	3	¿Considera usted que el proceso de Inducción es adecuado para su aprendizaje?					
Objetivos	4	¿Los Objetivos que plantea el Banco Cencosud han sido definidos claramente?					
	5	¿El Banco Cencosud motiva a sus colaboradores para alcanzar los objetivos?					
	6	¿Considera usted que los Objetivos del Banco Cencosud son alcanzables?					
Programas	7	¿Considera usted que el Banco Cencosud tiene un programa de capacitaciones adecuado?					
	8	¿Considera que el Banco Cencosud debería implementar un programa de capacitaciones para aumentar la Calidad de Servicio?					
Organización	9	¿Considera usted que las Organizaciones deberían invertir en Capacitar al Personal?					

Gestión	10	¿El proceso de Gestión de Calidad que ofrece el Banco Cencosud es comparado a estándares Nacionales?					
	11	¿Considera usted que es importante realizar una buena Gestión para captar y fidelizar a los clientes?					
Eficacia	12	¿Considera usted que las capacitaciones recibidas fueron eficaces para la realización de su trabajo?					
Rendimiento	13	¿Considera usted que las Capacitaciones influyen en su rendimiento?					
	14	¿La política de Calidad que brinda el Banco Cencosud es correcta para su rendimiento?					
Eficiencia	15	¿Considera que los colaboradores del Banco Cencosud Hipermercados Metro son eficientes en el proceso de la entrega de Tarjetas?					
Evaluación	16	¿Las evaluaciones realizadas en el campus virtual le ayudaron a aumentar sus conocimientos al respecto de sus funciones laborales?					
	17	¿Las evaluaciones de función realizadas por su jefe en el trabajo son calificadas por resultados?					
Medición de Desempeño	18	¿La Medición de Desempeño que usa su jefe se encuentran relacionado con los indicadores de cumplimiento?					
Análisis de Resultados	19	¿Considera usted que es importante que los jefes evalúen a los colaboradores para analizar los resultados después de recibir Capacitaciones?					
Acciones Correctivas	20	¿El Banco Cencosud toma acciones correctivas para mejorar la calidad de Servicio?					
Adecuado Servicio	21	¿El Banco Cencosud brinda un adecuado servicio para cubrir las carencias de los clientes?					
	22	¿Considera usted que los clientes se sienten satisfechos con la atención recibida por el Banco Cencosud Hipermercados Metro?					
Información Correcta	23	¿Considera usted que el personal de atención al cliente brinda información correcta?					
	24	¿Considera que los colaboradores se encuentran capacitados para brindar información correcta a sus clientes?					
Comodidad	25	¿La infraestructura de los establecimientos son cómodos para los clientes?					

Servicio	26	¿Los conocimientos de la capacitación influyen en la calidad de servicio?					
Rápida Atención	27	¿Considera usted que el Banco Cencosud brinda un servicio de calidad a sus clientes?					
	28	¿Considera usted que la atención rápida en entrega de tarjetas son importantes para satisfacer a los clientes?					
Facilidad de Pago	29	¿El Banco Cencosud brinda facilidades de pago a sus clientes?					
	30	¿Considera usted que brindar facilidades de pago a los clientes es importante para fidelizar a los clientes?					
Necesidades	31	¿El Banco Cencosud satisface las carencias de los Clientes?					
	32	¿El Banco Cencosud Satisface las carencias de sus colaboradores?					
Sentimiento de bienestar	33	¿Considera usted que los clientes se encuentran complacidos con el servicio de Línea Paralela?					

Muchas Gracias

Matriz de SPSS.24

SHIRLEY WONG 22-09-18 (6).sav [DataSet1] - IBM SPSS Statistics Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Direct Marketing Graphs Utilities Add-ons Window Help

Visible: 58 of 58 Variable

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	i
24	4	4	4	5	4	2	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	3	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4
27	1	4	5	5	4	4	4	4	5	2	5	3	4	4	4	4
28	2	3	5	5	2	3	4	4	5	3	1	3	4	3	5	5
29	3	2	5	3	3	1	2	1	5	1	5	3	4	5	4	4
30	2	1	2	1	1	1	2	2	2	3	1	1	1	3	3	3
31	2	2	3	2	1	2	2	2	1	1	1	2	3	4	3	3
32	2	2	3	1	1	3	2	1	2	1	2	2	2	3	3	3
33	4	1	1	2	2	2	1	1	2	2	3	2	1	1	1	1
34	4	1	4	1	1	1	2	1	2	2	2	1	3	2	1	1
35	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	4	4
36	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3
37	1	1	1	2	2	2	4	4	1	4	3	1	3	2	1	1
38	2	2	1	1	1	2	3	1	1	1	3	3	3	4	2	2
39	2	2	1	1	2	1	2	3	3	3	3	4	2	2	1	1
40	2	2	3	1	2	2	4	4	2	1	1	2	2	1	4	4
41	2	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
42	3	3	3	3	1	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3
43	3	1	3	1	1	2	3	1	1	3	3	2	2	2	2	2
44	2	2	2	4	4	2	2	2	2	4	4	2	2	2	3	3
45	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	1	3	1	1	1
46	2	2	3	2	1	4	2	2	2	5	3	3	2	4	1	1

Data View Variable View

IBM SPSS Statistics Processor is ready

SHIRLEY WONG 22-09-18 (6).sav [DataSet1] - IBM SPSS Statistics Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Direct Marketing Graphs Utilities Add-ons Window Help

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure	Role
1	P1	Numeric	8	0	1.-Los cursos vi...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
2	P2	Numeric	8	0	2.-Los conocim...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
3	P3	Numeric	8	0	3.-Considera us...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
4	P4	Numeric	8	0	4.-Los Objetivo...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
5	P5	Numeric	8	0	5.-El Banco Ce...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
6	P6	Numeric	8	0	6.-Considera us...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
7	P7	Numeric	8	0	7.-Considera us...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
8	P8	Numeric	8	0	8.-Considera qu...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
9	P9	Numeric	8	0	9.-Considera us...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
10	P10	Numeric	8	0	10.-El proceso ...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
11	P11	Numeric	8	0	11.-Considera u...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
12	P12	Numeric	8	0	12.-Considera u...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
13	P13	Numeric	8	0	13.-Considera u...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
14	P14	Numeric	8	0	14.-La politica ...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
15	P15	Numeric	8	0	15.-Considera q...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
16	P16	Numeric	8	0	16.-Las evaluac...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
17	P17	Numeric	8	0	17.-La evaluaci...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
18	P18	Numeric	8	0	18.-La Medició...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
19	P19	Numeric	8	0	19.-Considera u...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
20	P20	Numeric	8	0	20.-El Banco C...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
21	P21	Numeric	8	0	21.-El Banco C...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
22	P22	Numeric	8	0	22.-Considera u...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
23	P23	Numeric	8	0	23.-Considera u...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
24	P24	Numeric	8	0	24.-Considera q...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input
25	P25	Numeric	8	0	25.-La infomac...	{1, Totalme...	None	8	Right	Ordinal	Input

Data View Variable View

IBM SPSS Statistics Processor is ready

TABLA 17: Matriz de Consistencia

TITULO: LA CAPACITACIÓN Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL BANCO CENCOSUD-HIPERMERCADOS METRO, 2018

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODO	POBLACIÓN Y MUESTRA
General:	General:	General:	VARIABLE: V1	Programas de Capacitación	La investigación es hipotético-deductivo	114 ASESORES
Como se relaciona la Capacitación y la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018?	Determinar la relación entre la Capacitación y la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.	La Capacitación se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.	La Capacitación	Evaluación de Desempeño	ENFOQUE	TECNICAS
					Cuantitativo	Encuesta de Tipo Likert
Específicos:	Específicos:	Específicos:		Control de Resultados	Tipo	INSTRUMENTO
Como se relaciona los programas de capacitación con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018?	Determinar la relación de los programas de capacitación con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.	Los programas de capacitación se relacionan con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.			Aplicada	
Como se relaciona la evaluación de desempeño con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018?	Determinar la relación entre la evaluación de desempeño con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.	La evaluación de desempeño se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.	VARIABLE: V2	Necesidades de los Clientes	No experimental Transversal	Cuestionario de 33 preguntas
Como se relaciona el control de los resultados con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018?	Determinar la relación del control de los resultados con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.	El control de los resultados se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Cencosud-Hipermercados Metro, 2018.	Calidad de Servicio	Expectativas	NIVEL	
				Satisfacción	Descriptivo-Correlacional	
					DISEÑO	
					No experimental Transversal	

Fuente Propia

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la Investigación: "La Capacitación y la Calidad de Servicio en el Banco Cencosud- Hipermercado Metro, 2018"

Apellidos y Nombres del Investigador: Wong Wong Shirley

Apellidos y Nombres del Experto: DR. DAIVCA ARENAS VICTOR

ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIÓN	Indicador	Calidad de Servicio	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES SUGERENCIAS
CAPACITACIÓN	Programas de Capacitación	Conocimientos	1. ¿Los cursos virtuales recibidos en el Banco Cencosud son beneficiosos para desarrollar sus conocimientos?	1 Totalmente en desacuerdo	✓		
			2. ¿Los conocimientos adquiridos en el Banco Cencosud son suficientes para brindar un buen servicio?	2 En desacuerdo	✓		
		Proceso	3. ¿Considera usted que el proceso de Inducción es adecuado para su aprendizaje?	3 NI en desacuerdo ni en acuerdo	✓		
			4. ¿Los Objetivos que plantea el Banco Cencosud han sido definidos claramente?	4 En acuerdo			
		Objetivos	5. ¿El Banco Cencosud motiva a sus colaboradores para alcanzar los objetivos?	5 Totalmente de acuerdo	✓		
			6. ¿Considera usted que los Objetivos del Banco Cencosud son alcanzables?		✓		
			Programas	7. ¿Considera usted que el Banco Cencosud tiene un programa de capacitaciones adecuado?		✓	
		8. ¿Considera que el Banco Cencosud debería implementar un programa de capacitaciones para mejorar la Calidad de Servicio?			✓		
		Organización	9. ¿Considera usted que las Organizaciones deberían invertir en Capacitar al Personal?		✓		
			✓				

CAPACITACIÓN	Evaluación de Desempeño	Gestión	10. ¿El proceso de Gestión de Calidad que ofrece el Banco Cencosud es comparado a estándares Nacionales?	1 Totalmente en desacuerdo	✓			
			11. ¿Considera usted que es importante realizar una buena Gestión para captar y fidelizar a los clientes?		✓			
		Eficacia	12. ¿Considera usted que las capacitaciones recibidas fueron eficaces para la realización de su trabajo?		3 NI en desacuerdo ni en acuerdo	✓		
		Rendimiento	13. ¿Considera usted que las Capacitaciones influyen en su rendimiento?		4 En acuerdo	✓		
			14. ¿La política de Calidad que brinda el Banco Cencosud es correcta para su rendimiento?		5 Totalmente de acuerdo	✓		
	Eficiencia	15. ¿Considera que los colaboradores del Banco Cencosud Hipermercados Metro son eficientes en el proceso de la entrega de Tarjetas?			✓			
	Control de Resultados	Evaluación	16. ¿Las evaluaciones realizadas en el campus virtual le ayudaron a aumentar sus conocimientos al respecto de sus funciones laborales?			✓		
			17. ¿Las evaluaciones de función realizadas por su jefe en el trabajo son calificadas por resultados?			✓		
		Medición de Desempeño	18. ¿La Medición de Desempeño que usa su jefe se encuentran relacionado con los indicadores de cumplimiento?			✓		
		Acciones Correctivas	19. ¿Considera usted que es importante que los jefes evalúen a los colaboradores para analizar los resultados después de recibir Capacitaciones?			✓		
20. ¿El Banco Cencosud toma acciones correctivas para mejorar la calidad de Servicio?				✓				

CALIDAD	Necesidades del Cliente	Adecuado Servicio	21. ¿El Banco Cencosud brinda un servicio adecuado para satisfacer las necesidades de los clientes?	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 NI en desacuerdo ni en acuerdo 4 En acuerdo 5 Totalmente de acuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>		
			22. ¿Considera usted que los cliente se sienten satisfechos con la atención recibida por el Banco Cencosud Hipermercados Metro?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Información Correcta	23. ¿Considera usted que el personal de atención al cliente brinda información correcta?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			24. ¿Considera que los colaboradores se encuentran capacitados para brindar información correcta a sus clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Comodidad	25. ¿La infraestructura de los establecimientos son cómodos para los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Expectativas del Cliente	Servicio	26. ¿Los conocimientos de la capacitación influyen en la calidad de servicio? .		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Rápida Atención	27. ¿Considera usted que el Banco Cencosud brinda un servicio de calidad a sus clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			28. ¿Considera usted que la atención rápida en entrega de tarjetas son importantes para satisfacer a los clientes?.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Facilidad de Pago	29. ¿El Banco Cencosud brinda facilidades de pago a sus clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			30. ¿Considera usted que brindar facilidades de pago a los clientes es importante para fidelizar a los clientes?.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Satisfacción	Necesidades	31. ¿El Banco Cencosud satisface las necesidades de los Clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			32. ¿El Banco Cencosud Satisface las necesidades de sus colaboradores?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Sentimiento de bienestar	33. ¿Considera usted que los clientes se encuentran satisfechos con el servicio de Línea Paralela?		<input checked="" type="checkbox"/>		
FIRMA DEL EXPERTO			Fecha 12-11-18				
NOTA: LAS DIMENSIONES E INDICADORES, sólo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables							

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la Investigación: "La Capacitación y la Calidad de Servicio en el Banco Cencosud - Hipótesis de Trabajo, 2018"

Apellidos y Nombres del Investigador: Wong Wong Shirley

Apellidos y Nombres del Experto: Dr. Carlos Alberto Delgado Rojas

ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIÓN	Indicador	Calidad de Servicio	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES SUGERENCIAS
CAPACITACIÓN	Programas de Capacitación	Conocimientos	1. ¿Los cursos virtuales recibidos en el Banco Cencosud son beneficiosos para desarrollar sus conocimientos?	1 Totalmente en desacuerdo	✓		
			2. ¿Los conocimientos adquiridos en el Banco Cencosud son suficientes para brindar un buen servicio?	2 En desacuerdo	✓		
		Proceso	3. ¿Considera usted que el proceso de Inducción es adecuado para su aprendizaje?	3 NI en desacuerdo ni en acuerdo	✓		
			4. ¿Los Objetivos que plantea el Banco Cencosud han sido definidos claramente?	4 En acuerdo			
		Objetivos	5. ¿El Banco Cencosud motiva a sus colaboradores para alcanzar los objetivos?	5 Totalmente de acuerdo	✓		
			6. ¿Considera usted que los Objetivos del Banco Cencosud son alcanzables?		✓		
			7. ¿Considera usted que el Banco Cencosud tiene un programa de capacitaciones adecuado?		✓		
		Programas	8. ¿Considera que el Banco Cencosud debería implementar un programa de capacitaciones para mejorar la Calidad de Servicio?		✓		
			9. ¿Considera usted que las Organizaciones deberían invertir en Capacitar al Personal?		✓		

CAPACITACIÓN	Evaluación de Desempeño	Gestión	10. ¿El proceso de Gestión de Calidad que ofrece el Banco Cencosud es comparado a estándares Nacionales?	1 Totalmente en desacuerdo	✓		
			11. ¿Considera usted que es importante realizar una buena Gestión para captar y fidelizar a los clientes?	2 En desacuerdo	✓		
		Eficacia	12. ¿Considera usted que las capacitaciones recibidas fueron eficaces para la realización de su trabajo?	3 NI en desacuerdo ni en acuerdo	✓		
		Rendimiento	13. ¿Considera usted que las Capacitaciones influyen en su rendimiento?	4 En acuerdo	✓		
			14. ¿La política de Calidad que brinda el Banco Cencosud es correcta para su rendimiento?	5 Totalmente de acuerdo	✓		
		Eficiencia	15. ¿Considera que los colaboradores del Banco Cencosud Hipermarcados Metro son eficientes en el proceso de la entrega de Tarjetas?		✓		
	Control de Resultados	Evaluación	16. ¿Las evaluaciones realizadas en el campus virtual le ayudaron a aumentar sus conocimientos al respecto de sus funciones laborales?		✓		
			17. ¿Las evaluaciones de función realizadas por su jefe en el trabajo son calificadas por resultados?		✓		
		Medición de Desempeño	18. ¿La Medición de Desempeño que usa su jefe se encuentran relacionado con los indicadores de cumplimiento?		✓		
					✓		
		Acciones Correctivas	19. ¿Considera usted que es importante que los jefes evalúen a los colaboradores para analizar los resultados después de recibir Capacitaciones?		✓		
			20. ¿El Banco Cencosud toma acciones correctivas para mejorar la calidad de Servicio?		✓		

CALIDAD	Necesidades del Cliente	Adecuado Servicio	21. ¿El Banco Cencosud brinda un servicio adecuado para satisfacer las necesidades de los clientes?	1 Totalmente en desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>				
			22. ¿Considera usted que los cliente se sienten satisfechos con la atención recibida por el Banco Cencosud Hipermercados Metro?		<input checked="" type="checkbox"/>				
		Información Correcta	23. ¿Considera usted que el personal de atención al cliente brinda información correcta?		2 En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>			
			24. ¿Considera que los colaboradores se encuentran capacitados para brindar información correcta a sus clientes?			<input checked="" type="checkbox"/>			
		Comodidad	25. ¿La infraestructura de los establecimientos son cómodos para los clientes?			3 NI en desacuerdo ni en acuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>		
	4 En acuerdo			<input checked="" type="checkbox"/>					
		Expectativas del Cliente	Servicio	26. ¿Los conocimientos de la capacitación influyen en la calidad de servicio? .			5 Totalmente de acuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>	
					Rápida Atención			27. ¿Considera usted que el Banco Cencosud brinda un servicio de calidad a sus clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>
			Facilidad de Pago	28. ¿Considera usted que la atención rápida en entrega de tarjetas son importantes para satisfacer a los clientes?.					<input checked="" type="checkbox"/>
					Necesidades	29. ¿El Banco Cencosud brinda facilidades de pago a sus clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Sentimiento de bienestar							30. ¿Considera usted que brindar facilidades de pago a los clientes es importante para fidelizar a los clientes?.	<input checked="" type="checkbox"/>
		Satisfacción	Necesidades	31. ¿El Banco Cencosud satisface las necesidades de los Clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Sentimiento de bienestar			32. ¿El Banco Cencosud Satisface las necesidades de sus colaboradores?	<input checked="" type="checkbox"/>				
					33. ¿Considera usted que los clientes se encuentran satisfechos con el servicio de Línea Paralela?	<input checked="" type="checkbox"/>			
	FIRMA DEL EXPERTO		Fecha 12-11-18						
NOTA: LAS DIMENSIONES E INDICADORES, sólo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables									

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS							
Titulo de la Investigación: "La Capacitación y la Calidad de Servicios en el Banco Cencosud - Hipermercados Metro, 2018"							
Apellidos y Nombres del Investigador: Wong Wong Shirley							
Apellidos y Nombres del Experto: Dr. ALIAGA CORREA DAVID FERNANDO							
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIÓN	Indicador	Calidad de Servicio	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES SUGERENCIAS
CAPACITACIÓN	Programas de Capacitación	Conocimientos	1. ¿Los cursos virtuales recibidos en el Banco Cencosud son beneficiosos para desarrollar sus conocimientos?	1 Totalmente en desacuerdo	✓		
			2. ¿Los conocimientos adquiridos en el Banco Cencosud son suficientes para brindar un buen servicio?	2 En desacuerdo	✓		
		Proceso	3. ¿Considera usted que el proceso de Inducción es adecuado para su aprendizaje?	3 NI en desacuerdo ni en acuerdo	✓		
			4. ¿Los Objetivos que plantea el Banco Cencosud han sido definidos claramente?	4 En acuerdo			
		Objetivos	5. ¿El Banco Cencosud motiva a sus colaboradores para alcanzar los objetivos?	5 Totalmente de acuerdo	✓		
			6. ¿Considera usted que los Objetivos del Banco Cencosud son alcanzables?		✓		
			7. ¿Considera usted que el Banco Cencosud tiene un programa de capacitaciones adecuado?		✓		
		Programas	8. ¿Considera que el Banco Cencosud debería implementar un programa de capacitaciones para mejorar la Calidad de Servicio?		✓		
			9. ¿Considera usted que las Organizaciones deberían invertir en Capacitar al Personal?		✓		

CAPACITACIÓN	Evaluación de Desempeño	Gestión	10. ¿El proceso de Gestión de Calidad que ofrece el Banco Cencosud es comparado a estándares Nacionales?	1 Totalmente en desacuerdo	✓			
			11. ¿Considera usted que es importante realizar una buena Gestión para captar y fidelizar a los clientes?		2 En desacuerdo	✓		
		Eficacia	12. ¿Considera usted que las capacitaciones recibidas fueron eficaces para la realización de su trabajo?		3 NI en desacuerdo ni en acuerdo	✓		
		Rendimiento	13. ¿Considera usted que las Capacitaciones influyen en su rendimiento?		4 En acuerdo	✓		
			14. ¿La política de Calidad que brinda el Banco Cencosud es correcta para su rendimiento?		5 Totalmente de acuerdo	✓		
	Eficiencia	15. ¿Considera que los colaboradores del Banco Cencosud Hipermercados Metro son eficientes en el proceso de la entrega de Tarjetas?	✓					
	Control de Resultados	Evaluación	16. ¿Las evaluaciones realizadas en el campus virtual le ayudaron a aumentar sus conocimientos al respecto de sus funciones laborales?		✓			
			17. ¿Las evaluaciones de función realizadas por su jefe en el trabajo son calificadas por resultados?		✓			
		Medición de Desempeño	18. ¿La Medición de Desempeño que usa su jefe se encuentran relacionado con los indicadores de cumplimiento?		✓			
			19. ¿Considera usted que es importante que los jefes evalúen a los colaboradores para analizar los resultados después de recibir Capacitaciones?		✓			
Acciones Correctivas		20. ¿El Banco Cencosud toma acciones correctivas para mejorar la calidad de Servicio?	✓					

CALIDAD	Necesidades del Cliente	Adecuado Servicio	21. ¿El Banco Cencosud brinda un servicio adecuado para satisfacer las necesidades de los clientes?	1 Totalmente en desacuerdo 2 En desacuerdo 3 NI en desacuerdo ni en acuerdo 4 En acuerdo 5 Totalmente de acuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>			
			22. ¿Considera usted que los cliente se sienten satisfechos con la atención recibida por el Banco Cencosud Hipermercados Metro?		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Información Correcta	23. ¿Considera usted que el personal de atención al cliente brinda información correcta?		<input checked="" type="checkbox"/>			
			24. ¿Considera que los colaboradores se encuentran capacitados para brindar información correcta a sus clientes?.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Comodidad	25. ¿La infraestructura de los establecimientos son cómodos para los clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Expectativas del Cliente	Servicio		26. ¿Los conocimientos de la capacitación influyen en la calidad de servicio? .	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Rápida Atención		27. ¿Considera usted que el Banco Cencosud brinda un servicio de calidad a sus clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>			
			28. ¿Considera usted que la atención rápida en entrega de tarjetas son importantes para satisfacer a los clientes?.		<input checked="" type="checkbox"/>			
	Facilidad de Pago		29. ¿El Banco Cencosud brinda facilidades de pago a sus clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>			
			30. ¿Considera usted que brindar facilidades de pago a los clientes es importante para fidelizar a los clientes?.		<input checked="" type="checkbox"/>			
	Satisfacción		Necesidades		31. ¿El Banco Cencosud satisface las necesidades de los Clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>		
		32. ¿El Banco Cencosud Satisface las necesidades de sus colaboradores?			<input checked="" type="checkbox"/>			
		Sentimiento de bienestar	33. ¿Considera usted que los clientes se encuentran satisfechos con el servicio de Línea Paralela?		<input checked="" type="checkbox"/>			
	FIRMA DEL EXPERTO 				Fecha 12-11-18			
	NOTA: LAS DIMENSIONES E INDICADORES, sólo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables							

Yo, ARCE ALVAREZ EDWIN, docente de la Facultad de CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN de la Universidad CÉSAR VALLEJO SEDE LIMA NORTE revisor(a) de la tesis titulada.

“LA CAPACITACIÓN Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL BANCO CENCOSUD – HIPERMERCADOS METRO, 2018”.

De la estudiante WONG WONG, SHIRLEY PATRICIA constato que la investigación tiene un índice de similitud de 24 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.



Lima Norte -28 de noviembre del 2018

Firma

Dr. Edwin Arce Álvarez

DNI: 23833025

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



24



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

"LA CAPACITACIÓN Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL BANCO CENCOSUD – HIPERMERCADOS METRO, 2018"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:
WONG WONG SHIRLEY PATRICIA

ASESOR:
Dr. ARCE ALVAREZ, EDWIN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
GESTIÓN

LIMA-PERÚ
2018

Resumen de coincidencias

24 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

- 1 Entregado a Universida... 12 %
Trabajo del estudiante
- 2 repositorio.ucv.edu.pe 6 %
Fuente de Internet
- 3 Entregado a Universida... 1 %
Trabajo del estudiante
- 4 Entregado a Universida... 1 %
Trabajo del estudiante
- 5 Entregado a Universida... <1 %
Trabajo del estudiante
- 6 www.scribd.com <1 %
Fuente de Internet
- 7 Entregado a Universida... <1 %
Trabajo del estudiante
- 8 Entregado a Esumer In... <1 %
Trabajo del estudiante
- 9 repository.unimilitar.ed... <1 %
Fuente de Internet
- 10 Entregado a Universida... <1 %
Trabajo del estudiante



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo, SHIRLEY PATRICIA WONG WONG, identificado con DNI N° 42327444, egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (X), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado **“LA CAPACITACIÓN Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL BANCO CENCOSUD – HIPERMERCADOS METRO, 2018”**; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....
.....



FIRMA

DNI: 42327444

FECHA: 28 de Noviembre del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“LA CAPACITACIÓN Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL
BANCO CENCOSUD – HIPERMERCADOS METRO, 2018”**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN



AUTORA:

WONG WONG, SHIRLEY PATRICIA

ASESOR:

Dr. ARCE ÁLVAREZ, EDWIN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

LIMA-PERÚ

2018

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por doña: SHIRLEY PATRICIA WONG WONG cuyo título es: "LA CAPACITACIÓN Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL BANCO CENCOSUD – HIPERMERCADOS METRO, 2018".

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15 (número) Quince (letras).

Lima, 28 de noviembre del 2018.



Dr. WALTER JACOBO GUTIERREZ VAISMAN

PRESIDENTE



Dr. PEDRO COSTILLA CASTILLO

SECRETARIO



Dr. EDWIN ARCE ALVAREZ

VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN – SEDE LIMA NORTE, A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA LA:

Srta. SHIRLEY PATRICIA WONG WONG

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN TITULADO:

“LA CAPACITACIÓN Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL BANCO CENCOSUD – HIPERMERCADO METRO, 2018”

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO Y/O TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA : 28/11/2018

NOTA O MENCIÓN : 15 (QUINCE)



[Handwritten signature in blue ink]
IVAN ORLANDO TANTALEAN TAPIA