



# FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Competencia laboral y atención al cliente en la empresa Voestalpine  
High Performance Metals del Perú S.A., sede principal Lima, 2018.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

**AUTORA:**

SARAVIA GARCIA, KARIN ELIZABETH

**ASESOR:**

Mae. MERINO ZEVALLOS, CARLOS ANTONIO

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LIMA PERÚ**

**2018**

El Jurado encargado de evaluar la Tesis presentada por Don (a) :  
KARIN ELIZABETH SARAVIA GARCIA

cuyo título es:

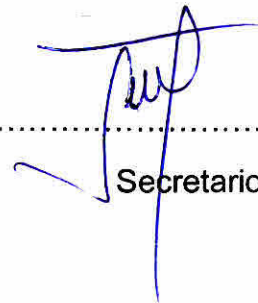
COMPETENCIA LABORAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA  
EMPRESA VOESTALPINE HIGH PERFORMANCE METALS DEL  
PERÚ S.A SEDE PRINCIPAL LIMA, 2018.

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

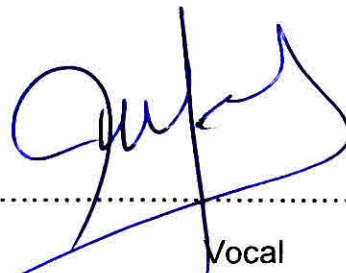
Los Olivos, 28 de Noviembre del 2018



.....  
Presidente



.....  
Secretario



.....  
Vocal

### **Dedicatoria**

La presente investigación se la dedico a mi madre y a mi hija Valery Elizabeth por su apoyo incondicional que me han brindado durante el tiempo de mi plan de estudios.

### **Agradecimiento**

A Dios y a todas las personas que han sido participes en mi formación, por su apoyo de manera directa e indirecta.

Al programa de formación para adultos por brindarnos maestros, asesores y metodólogo que hacen posible culminar este trabajo de investigación.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Karin Elizabeth Saravia Garcia con DNI N° 40967929, 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 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, ..... de .....del 2018

---

Karin Elizabeth, Saravia Garcia

DNI N° 40967929

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Competencia laboral y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A. sede principal Lima, 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado de Administración.

---

Karin Elizabeth, Saravia Garcia

DNI N° 40967929

## ÍNDICE

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
I. INTRODUCCIÓN	14
1.1 Realidad problemática	14
1.2 Trabajos previos	18
1.3 Teorías relacionadas al tema	29
1.3.1 Competencia laboral	29
1.3.1.1 Características de competencia laboral	30
1.3.1.2 Dimensiones de la competencia laboral	32
1.3.1 Atención al cliente	34
1.3.2.1 Características de Atención al cliente	34
1.3.2.1 Dimensiones de Atención al cliente	35
1.4 Formulación del problema	37
1.4.1 Problema general	37
1.4.2 Problemas específicos	37
1.5. Justificación	37
1.5.1 Justificación teórica	37
1.5.2 Justificación metodológica	38
1.5.3 Justificación práctica	38
1.6 Hipótesis	39
1.6.1 Hipótesis general	39
1.6.2 Hipótesis Específicas	39

1.7	Objetivos	40
1.7.1	Objetivo general	40
1.7.2	Objetivos específicos	40
II.	MÉTODO	41
2.1	Diseño de la investigación	41
2.1.1	Método de investigación	41
2.1.2	Tipo de investigación	41
2.1.3	Nivel de investigación	42
2.1.4	Diseño de investigación	42
2.2	Variables, operacionalización	43
2.2.1	Variables	44
	Variable 1: Competencia laboral	44
	Variable 2: Atención al cliente	44
2.2.2	Operacionalización	45
2.3	Población y muestra	46
2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	47
2.4.1	Técnicas de recolección de datos	47
2.4.2.	Instrumentos de recolección de datos	47
2.4.3	Validez	49
2.4.4	Confiabilidad	50
2.5	Métodos de análisis de datos	51
2.6	Aspectos éticos	51
III.	RESULTADOS	52
3.1	Análisis Descriptivos	52
3.1.1	Variable 1: Competencia Laboral	52
3.1.1.1	Dimensiones de Competencia laboral	53
3.1.2	Variable 2: Atención al cliente	57
3.1.2.1	Dimensiones de Atención al cliente	58
3.2.	Análisis inferencial	62
3.2.1.	Prueba de la hipótesis general	62
3.2.2	Prueba de la hipótesis específica	63
IV.	DISCUSIÓN	66
V.	CONCLUSIONES	69
VI.	RECOMENDACIONES	71



VII. REFERENCIAS	72
VIII. ANEXOS	78
ANEXO 1: Matriz de Consistencia	79
Anexo 2: Operacionalización de variables	80
Anexo 3: Validación de Instrumento – Carta de Presentación	81
Anexo 4: Certificado de validez del contenido del instrumento	87
Anexo 5: Validación de Expertos	92
Anexo 6: Cuestionario de Competencia laboral y atención al cliente	98
Anexo 7: Base de datos de Competencia Laboral	101
Anexo 8: Base de datos de Atención al cliente	102
Anexo 9: Base de datos en el SPSS	103

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Operacionalización de las variables	45
<b>Tabla 2:</b> Estructura dimensional de las variables en estudios	48
<b>Tabla 3:</b> Puntuación de los ítems en la escala de Likert	48
<b>Tabla 4:</b> Validación de expertos	49
<b>Tabla 5:</b> Promedio de validación	49
<b>Tabla 6:</b> Análisis de confiabilidad del instrumento N°1 Competencia Laboral	50
<b>Tabla 7:</b> Análisis de confiabilidad del instrumento N°2 Atención al cliente	50
<b>Tabla 8:</b> Análisis descriptivo de la variable Competencia Laboral.	52
<b>Tabla 9:</b> Análisis descriptivo de la dimensión Iniciativa.	53
<b>Tabla 10:</b> Análisis descriptivo de la dimensión Orientación a los resultados.	54
<b>Tabla 11:</b> Análisis descriptivo de la dimensión Trabajo en equipo.	55
<b>Tabla 12:</b> Análisis descriptivo de la dimensión presentación de soluciones comerciales.	56
<b>Tabla 13:</b> Análisis descriptivo de la variable Atención al cliente.	57
<b>Tabla 14:</b> Análisis descriptivo de la dimensión Accesibilidad.	58
<b>Tabla 15:</b> Análisis descriptivo de la dimensión Diligencia.	59
<b>Tabla 16:</b> Análisis descriptivo de la dimensión Cortesía.	60
<b>Tabla 17:</b> Análisis descriptivo de la dimensión Ambientación.	61
<b>Tabla 18:</b> Prueba de T de Student hipótesis general	62
<b>Tabla 19:</b> Prueba de T de Student - hipótesis específica 1	63
<b>Tabla 20:</b> Prueba de T de Student - hipótesis específica 2	64
<b>Tabla 21:</b> Prueba de T de Student - hipótesis específica 3	64
<b>Tabla 22:</b> Prueba de T de Student - hipótesis específica 4	65

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Grafica de barras de la variable Competencia Laboral.	52
<b>Figura 2:</b> Grafica de barras de la dimensión Iniciativa.	53
<b>Figura 3:</b> Grafica de barras de la dimensión Orientación a los resultados.	54
<b>Figura 4:</b> Grafica de barras de la dimensión Trabajo en equipo.	55
<b>Figura 5:</b> Grafica de barras de la dimensión presentación de soluciones comerciales.	56
<b>Figura 6:</b> Grafica de barras de la variable Atención al cliente.	57
<b>Figura 7:</b> Grafica de barras de la dimensión Accesibilidad.	58
<b>Figura 8:</b> Grafica de barras de la dimensión Diligencia.	59
<b>Figura 9:</b> Grafica de barras de la dimensión Cortesía.	60
<b>Figura 10:</b> Grafica de barras de la dimensión Ambientación.	61

## RESUMEN

La presente investigación tiene por título “competencias laboral y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance del Perú S.A. sede principal, 2018”, cuyo objetivo es Identificar la relación entre las competencias laborales y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance del Perú S.A. sede principal, 2018.

Para lo cual se utilizó dos autores, Martha Alles para competencia laboral, con los grados: iniciativa, orientación a los resultados, trabajo en equipo, presentación de soluciones comerciales; y Carmen Blanco y Francisco Lobato para atención al cliente, con los elementos: accesibilidad, diligencia, cortesía, ambientación.

La metodología de la investigación que se desarrollo es hipotético deductivo de enfoque cuantitativo, el tipo de investigación es aplicada, el nivel es descriptivo, el diseño es no experimental, correlacional de corte transversal, la población y muestra es de 35 personas, utilizando como técnica de recolección de datos, la encuesta, la cual fue de gran importancia para la medición del problema. La información se procesó en el SPSS para hallar la confiabilidad.

Posteriormente se concluyó que de acuerdo a los objetivos planteados, se estableció la relación significativa entre competencia laboral y atención al cliente. También el poder utilizar los resultados de esta investigación para un posterior estudio relacionados con las variables.

**Palabras clave:** competencia laboral, atención al cliente.

## ABSTRACT

The present investigation has the title "labor competences and customer service in the company Voestalpine High Performance del Perú S.A. headquarters, 2018", whose objective is to identify the relationship between job skills and customer service in the company Voestalpine High Performance of Peru S.A. headquarters, 2018.

For which two authors, Martha Alles, were used for labor competency, with the degrees: initiative, results orientation, team work, presentation of commercial solutions; and Carmen Blanco and Francisco Lobato for customer service, with the elements: accessibility, diligence, courtesy, atmosphere.

The research methodology that is developed is hypothetical deductive quantitative approach, the type of research is applied, the level is descriptive, the design is non-experimental, cross-sectional correlation, the population and sample is 35 people, using as a technique of data collection, the survey, which was of great importance for the measurement of the problem. The information was processed in the SPSS to find the reliability.

Later it was concluded that according to the objectives, the significant relationship between labor competency and customer service was established. Also the power to use the results of this investigation for a later study related to the variables.

**Keywords:** Labor competency, Customer service.

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1 Realidad problemática**

Actualmente lo que permite diferenciar una empresa de otra son las personas que la componen convirtiéndose en una ventaja competitiva ya que participan sus conocimientos, habilidades y competencias. La gestión de organizaciones ha evolucionado apareciendo nuevas técnicas como gestionar las competencias laborales como un modelo integral de gestión que proporciona respuestas a las necesidades de las empresas. El enfoque del talento humano por competencias constituye una verdadera revolución en la manera de gestionar el conocimiento, las habilidades y las actitudes de las personas al interior de las Instituciones, es pilar estratégico de las empresas modernas que a través de los diversos elementos de las competencias. Cada día las personas se constituyen en ventaja competitiva para la organización.

La precesión de los clientes sobre la atención que reciben determina la posición de una empresa en el largo plazo, puesto que; para que los clientes se formen una opinión positiva, la empresa debe satisfacer todas sus necesidades y expectativas, pues la calidad de servicio es vital dentro de una organización. Los trabajadores deben tomar en cuenta que los usuarios son lo más importante de una institución, porque sin ellos no existiría organización.

América Latina y el mundo enfrentan el tema de la formación y desarrollo de los recursos humanos basados en un enfoque de competencia laboral es múltiple y diverso. Las experiencias centradas en la competencia laboral, son relativamente recientes y se ha llegado a ellas por diferentes caminos. Es comprensible que países con distinta historia, herencia cultural, problemas, objetivos y, no menos importante, posición en el escenario mundial, aborden el tema con perspectivas diferentes, con propósitos diversos y con comprensiones conceptuales y metodológicas de distinta naturaleza. De ahí la riqueza del tema que permite a aprender los unos de los otros y ofrecer lecciones en base a la experiencia. Existen por lo menos tres razones por las cuales el tema de

formación basada en competencia laboral es importante para todos. Estos tres elementos se vinculan con todas las experiencias que se han acercado a este enfoque en el escenario mundial: en primer lugar, porque enfatiza y focaliza el esfuerzo del desarrollo económico y social sobre la valorización de los recursos humanos y la capacidad humana para construir el desarrollo. En este sentido, constituye una manera de recuperar la humanización del trabajo, es decir, centrar nuevamente el proceso de crecimiento económico y desarrollo social en el ser humano, como agente y beneficiario del cambio.

Una segunda razón fundamental, es porque este enfoque parece responder mejor que muchos otros a la necesidad de encontrar un punto de convergencia promisorio entre educación y empleo; entre los esfuerzos educativos y de formación de la mano de obra, por una parte, y el funcionamiento del mercado de trabajo, por la otra. Tras el enfoque de competencia laboral subyace la premisa de que, ante el actual panorama de disociación creciente entre crecimiento económico y creación de empleo, con la consiguiente secuela de desigualdad y exclusión, no sólo se trata de crear más puestos de trabajo, sino también mejores puestos de trabajo; y que la calidad y capacidad de cada ser humano es determinante para su empleabilidad y para la calidad del empleo al que aspira. Y finalmente, en tercer lugar, porque el enfoque de competencias se adapta a la necesidad de cambio, omnipresente en la sociedad internacional, bajo una multiplicidad de formas. Hemos hablado tanto del cambio, que pareciera que nos hemos habituado y adaptado a él. Sin embargo, el ritmo y las consecuencias del cambio no dejan de sorprendernos y en ocasiones, confundirnos. La competencia laboral es un concepto dinámico, que imprime énfasis y valor a la capacidad humana para innovar, para enfrentar el cambio y gestionarlo, anticipándose y preparándose para él, en vez de convertirse en víctima pasiva y arrasada por transformaciones sin control. Particularmente los países en desarrollo enfrentan la necesidad de encontrar nuevas y más favorables formas de inserción en el concierto internacional en profunda transformación. Deben recurrir para ello a su más abundante,preciado e inagotable recurso: su gente.

Para los años 90 se toma más importancia a la capacidad de sistemas tecnológicos y al recurso humano, se empieza a tomar en cuenta las opiniones y formas de trabajo del personal.

Mientras tanto, también se va mejorando en cuanto a la atención al cliente, con la creación de las normas ISO, hay un mayor avance en la calidad de los servicios ofrecidos, existe un premio otorgado a la calidad (1975), hay una mayor competitividad de las empresas, quienes se preocupan por ofrecer un mejor servicio y para ello realizan una rigurosa selección de personal pues buscan una mayor preparación intelectual, basándose en competencias diferenciadas y superiores para la obtención de la calidad total en el producto o servicio que brindan.

En el Perú, también se llegaron a adoptar estos cambios, ya que se pone en práctica las normas ISO, la cual es una certificación importante que permite unificar los parámetros de calidad. Las empresas buscan con ello una mejora continua, satisfacer no solo las necesidades del cliente sino también sus exigencias, aumentar los niveles de productividad evitando rechazos en los procesos, una mejora continua, que permita alcanzar mayores niveles de calidad dirigidos hacia el cliente.

Se le da mayor importancia a la productividad, que empieza a abarcar temas como la calidad, la reingeniería en los procesos, la mejora continua y para que todo ello se logre es muy importante el potencial humano, es así que las competencias surgieron debido a las necesidades de las empresas por buscar una diferenciación con las demás. Enfocados en la calidad total es que buscaron en el trabajador habilidades, actitudes y aptitudes que pudieran aprovechar para sus empresas.

La investigación se realiza en una comercializadora de gran trayectoria más de 50 años en el mercado, tiene como visión "Ser el primer referente en aceros especiales en el Perú" y como misión es "Brindar soluciones oportunas en la aplicación de aceros y soldaduras"



Sin embargo, estas soluciones oportunas no se perciben del todo claras para los clientes, puesto que la información muchas veces no llega de forma clara, falta de tareas u objetivos compartidos, quizás omitir toma de decisiones por parte de los colaboradores, se puede apreciar también que en muchos casos se requiere tener accesibilidad, diligencia, la reacción de cada cliente ante diversas situaciones son diversas e inesperadas, se cortesía para poder atender estos casos.

Por otro lado, la presentación de soluciones comerciales, debe ser igual para todos los clientes, teniendo en cuenta que lo que se busca es iniciativa, orientación a resultados, tanto en números como en la satisfacción del servicio, todo ello sería más factible con un adecuado trabajo en equipo, optimizando cada recurso. Esto afecta considerablemente a la imagen de la empresa, ya que, siendo una empresa comercializadora, no se enfoca totalmente en ciertos puntos de atención y satisfacción al cliente; la presente investigación pretende dar a conocer estas insatisfacciones generadas a los clientes, con la finalidad de mejorar en los puntos mencionados.

En el sector comercial hay empresas competitivas, que buscan mediante sus colaboradores y sus competencias, fidelizar y captar más clientes.

Observamos también, que las empresas son muy competitivas, pues saben que el cliente es la razón de ser de toda empresa, por ello se enfocan en él y sus necesidades, buscan su fidelización y su recomendación para captar nuevos clientes, ya que no hay nada mejor que un cliente que se va contento con el servicio, pues este se encarga de difundir la excelencia del servicio que recibió.

Actualmente, la competencia laboral y la atención al cliente, juegan un papel muy importante en una empresa, ya que buscan no solo producir, sino también brindar una calidad y atención optima, busca medir resultados esperados, desempeño, compromisos, habilidades y destrezas.

Las competencias laborales se encuentran ligadas no solo a lo intelectual, sino también a lo innato, a la experiencia de lo aprendido y a las habilidades y destrezas, todo ello cuenta a la hora de una selección de personal, por ejemplo. Se percibe la alta competencia de varias empresas del rubro por abarcar el

mercado, quienes buscan no solo cubrir una necesidad material sino llegar más allá, como hacer al cliente parte de la familia, que se sienta identificado con la empresa y su servicio, que se lleve una experiencia única de atención para garantizar su permanencia como cliente y a la vez seguir captando más clientes también

## **1.2 Trabajos previos**

Los trabajos previos son investigaciones de gran importancia realizadas y demostradas con anterioridad, los cuales guardan relación con la investigación ya que ayudan a comparar o diferenciar. Así tenemos:

Argüello (2016) en la tesis “Desarrollo del perfil de competencias del tutor de las prácticas clínicas de Enfermería”, para obtener el título Doctoral, facultad de Medicina en la Universidad Autónoma de Madrid en España, considero como objetivo general determinar las principales actividades y competencias que ha de tener un tutor o tutora de prácticas clínicas en el grado de enfermería en centros asistenciales de la Comunidad de Madrid. La metodología que empleo es una investigación descriptiva de corte transversal, teniendo una población total de 77 profesores a tiempo completo titulados en enfermería. Obteniendo como resultado que el 50% de los créditos del aprendizaje en la titulación de enfermería se produce, o debería producirse en la práctica en el ámbito clínico. Finalmente, se confirmó que los tutores de los estudiantes se convierten así en una pieza clave en la adquisición de competencias en su formación superior.

Carmona (2016) en la tesis “Competencias laborales para el personal empleado de una empresa manufacturera a través de la evaluación de 360 grados”, para obtener el Título de Licenciada en Psicología, Facultad Ciencia de la Conducta, en la Universidad Autónoma del Estado de México, considero como objetivo general determinar las competencias laborales del personal empleado de una empresa metalmecánica a través de la metodología de 360 grados. La metodología que empleo los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características o los perfiles de grupos, comunidades, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, utilizando el cuestionario como instrumento y una población de 100, muestra de 66 trabajadores, los

resultados determinaron los mayores retos que tiene la empresa manufacturera es el cumplimiento de los requerimientos de sus clientes. En conclusión, se obtuvo que la empresa en general cuenta con un nivel de competencia aceptable, resaltando las competencias con menor porcentaje como liderazgo y desarrollo de los colaboradores donde la empresa mayor atención. Por tanto, la competencia laboral es un factor importante para lograr los objetivos de la empresa manufacturera.

Fernández (2016) en la tesis “Perfil de competencias de la administración de empresa en república dominicana”, para obtener el Título Doctoral de Educación, Facultad de Educación, Universidad de Sevilla, considero como objetivo general identificar las competencias genéricas y específicas que deben ser consideradas en los planes educativos de la Escuela de Administración de Empresas en las universidades dominicanas para favorecer la inserción de los egresados universitarios al mercado laboral. La metodología que utilizó un enfoque metodológico mixto, utilizando la triangulación de datos, fuentes, técnicas e instrumentos que nos arrojaran información de tipo cuantitativa y cualitativa. Será de carácter exploratorio descriptivo, la investigación también es exploratoria-descriptiva, ya que consideramos opiniones en relación al concepto de competencias genéricas, la experiencia en su utilización y la importancia en los programas universitarios; al mismo tiempo estimar el valor a diversos criterios de valoración. Fueron encuestados un total de 32 profesores, de los cuales el 45% se encuentran entre 41-50 años de edad, el 45% pasa de los 50 años y apenas un 10% entre 31-40 a 164 años. Estos datos revelan que un alto porcentaje de la población docente universitaria pertenece a una generación donde existen profundas barreras con la tecnología, lo que impacta en el modo de transferir conocimientos a las nuevas generaciones. Los resultados obtenidos indican que es necesaria una inversión mayor en la formación de los referidos docentes. En conclusión, luego de analizar los resultados e informaciones que nos proporcionan mediante análisis los instrumentos aplicados, a continuación, presentaremos las conclusiones a la que pudimos llegar con las distintas variables investigadas a partir de los diversos objetivos que nos planteamos al inicio, para lo cual presentaremos una síntesis de los resultados obtenidos. La aportación de la

investigación busca un mejor desarrollo en las competencias administrativas desde la base universitaria.

Herrera (2015) en la tesis “Competencias Laborales en los colaboradores del departamento de ventas de Bimbo Centroamérica, agencia Huehuetenango”, para obtener el título de Licenciada en Psicología Industrial/ Organizacional, Facultad de Psicología, Universidad Rafael Landívar en Guatemala, considera como objetivo general determinar las competencias laborales que poseen los colaboradores del departamento de ventas de BIMBO, Huehuetenango como base para la productividad de la empresa. La metodología que utilizo es de tipo descriptiva exploratoria, la cual está caracterizada por brindar una visión general respecto a una determinada realidad, por una población de 25 vendedores de sexo masculino, comprendidos en las edades de 23 a 41 años. Los resultados obtenidos arrojan que las competencias que fueron evaluadas son aplicadas en el departamento de ventas de la agencia en Huehuetenango; tanto los conocimientos (saber), actitudes, (saber ser) y habilidades (saber hacer) que posee una persona en relación a su desenvolvimiento profesional. En conclusión, se estableció que las habilidades y destrezas que poseen los colaboradores del departamento de ventas de grupo Bimbo, Huehuetenango están en el nivel deseado para el puesto además que ello se refleja en el alcance de metas establecidas por la empresa.

Parra (2014) en la tesis “Análisis de las competencias y habilidades desarrolladas en los estudiantes de últimos semestres de la Carrera Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoria para facilidad de la inserción laboral en áreas financieras y contables de las empresas”, para obtener el título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoria, Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales, Universidad Estatal del Milagro en Ecuador, considero como objetivo general analizar y evaluar las competencias y habilidades desarrolladas en los estudiantes de últimos semestres de la Carrera Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoria de la Universidad Estatal de Milagro para facilidad de la inserción laboral y propuesta de fortalecimiento. En su metodología se usó la investigación Hipotético Deductivo y Analítico Sintético, con una población de 223. Con esta investigación se determinó como resultado que el 61% de los estudiantes no cuenta con la colaboración de los docentes y con la preparación

necesaria que exige, y para elevar el desempeño de los estudiantes tienen que llevar a la práctica lo que aprenden. En conclusión, para mejorar el desempeño de los contadores se debe desarrollar con eficiencia las habilidades y competencias adquiridas durante el programa de estudio.

Chang (2014) en la tesis “Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos”, para obtener el título de Administrador de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Rafael Landívar en Guatemala, considera como objetivo general identificar cómo es la atención al cliente y evaluar la satisfacción de los clientes en las oficinas de la municipalidad de Malacatán, San Marcos. La metodología de la investigación es de tipo descriptivo, con una población total de 56114 personas y una muestra de 170, se utilizó como instrumento la encuesta con preguntas cerradas.

Los resultado indica que el usuario de los servicios de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, no se siente del todo satisfecho, ello debido a la variabilidad de los colaboradores al momento de ser atendidos en relación a la orientación, cortesía, amabilidad, el servicio en sí y a la deficiente ambientación de las instalaciones, ya que el usuario, espera que la atención sea la adecuada en aspectos como: información brindada, cortesía, amabilidad y rapidez; además que, las instalaciones sean cómodas, limpias, con la seguridad, y servicios básicos indispensables disponibles. En conclusión la atención al cliente carece de lineamientos estratégicos que orienten la conducta, aptitud y actitud de los colaboradores. Nos muestra una buena atención debe constar de cortesía, amabilidad y orientación adecuada al cliente, con lo cual este se llevara una buena impresión de la empresa. En muchos casos no sucede así, puesto que el colaborador no ha sido adecuadamente capacitado para el control de la inteligencia emocional, con lo que su reacción ante un cliente enojado o apresurado puede no siempre ser la correcta. Es una debilidad también que deja muchos clientes insatisfechos con la atención.

Lee (2016) en la tesis “El Servicio y la atención al cliente en las redes sociales”, Título de administración de empresas, Facultad de Administración en la Universidad de san Andrés, considera como objetivo general investigar el comportamiento de las empresas a la hora de atender a los clientes.

Su metodología usada es una investigación adopto un carácter descriptivo y exploratorio. Estas entrevistas tuvieron un carácter cualitativo que permitieron aportar información para la realización de la sección del análisis, además se recogieron algunas encuestas realizadas por distintas organizaciones que le permitieron dar un carácter en parte cuantitativo. En conclusión en un mundo en donde las actividades y transacciones están comenzando a migrar hacia el ecosistema digital, es importante que las empresas ingresen allí y comiencen a tener presencia. Si bien las empresas se metieron primeramente a este ecosistema para realizar marketing directo.

López (2014) en la tesis “Servicio y Atención al cliente en la comercializadora de textil –UNITEX- de la cabecera departamental de Huehuetenango.”, Título de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales en la Universidad Rafael Landívar, considera como objetivo general determinar de qué forma se presta el servicio y atención al cliente establecer el nivel de satisfacción de los clientes que acuden a la empresa. La metodología usada Para alcanzar los objetivos de la presente investigación los sujetos de estudio fueron los siguientes grupos, Clientes mayoristas y minoristas, mayores de edad, de diferentes géneros, quienes constituyen el mercado real de la empresa objeto de estudio. Empleados de la comercializadora de textiles, en edades comprendidas entre los 15 y 35 años de edad, 12 hombres y 11 mujeres, con un mínimo de 6 meses de laborar para la empresa y en contacto directo con el cliente, Gerente general de la empresa UNITEX., población de 124 y muestra de 80 personas. En conclusión, el servicio y atención al cliente son importantes para la empresa, sin embargo, fue posible determinar que existen límites debido a que no cuentan con un registro periódico de la vista de los clientes y no facilita el equipo necesario a los colaboradores para ofrecer un servicio de excelencia.

Medina y Moyano (2017) en la tesis “Análisis de la atención al cliente de la empresa ConsultaxLegal y propuesta de estrategias de mejoramiento”, Título de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, considera como objetivo general analizar el proceso de la atención al cliente y proponer estrategias de mejoras. La metodología usada, es decir: cualitativo y cuantitativo, la investigación será de Estudio Descriptivo, diseño de la investigación No Experimental y de tipo

transversal. El enfoque será tanto cualitativo como cuantitativo, debido a que es necesario para cumplir con el objetivo planteado en el proyecto obtener información de ambas formas, y de igual manera la empresa proporcionará la información necesaria como datos del número quejas que ha tenido la empresa durante cierto tiempo, una población de 24 personas. En conclusión, con este análisis se conoció que la compañía mantiene buena relación con los clientes externos de manera que el cliente interno hace todo lo posible lo que este a su alcance para complacerlos y mantener las buenas relaciones con los clientes.

Quiñones (2016) en la tesis “Modelo de gestión en la atención al cliente para cambio de medidores en la Corporación nacional de Electricidad E.P Unidad de Negocios Esmeraldas”, Título Magíster Administración de Empresas, Facultad de Administración, Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas, considera como objetivo general diseñar un modelo de gestión para mejorar la calidad de la atención al cliente respecto al servicio de solicitudes para reubicación o cambio de medidores. La metodología usada en una investigación de tipo no experimental, descriptivo, utilizaron instrumentos de investigación para la obtención de información, como encuestas, entrevistas y observación directa. La población para encuestar se compuso de 202 personas, correspondientes a la población de clientes externos de la empresa, muestra que concierne a los abonados del plan cuatro en la ciudad de Esmeraldas, que abarca a las calles Eugenio Espejo manzana dos hasta la avenida Eloy Alfaro – Santas Vainas según el distributivo sectorial. En conclusión se pudo evidenciar la situación actual del proceso para la atención a las solicitudes de reubicación o cambio de medidores que ejecuta de Corporación Nacional de Electricidad E.P. unidad de negocios esmeraldas, mostrándose que existen ineficiencias en varios de los subprocesos.

Gutiérrez (2017) en la tesis “Competencias Laborales para empresas en soldaduras y su relación con la formación profesional en institutos tecnológicos públicos del cono sur de Lima”, Título para el Grado Académico de Maestro en Ciencias de la Educación, Facultad de Educación, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima – Perú, sostiene como objetivo general determinar cómo se relacionan las competencias laborales para empresas en soldaduras con la formación profesional en institutos superiores tecnológicos

públicos del cono sur de Lima. La investigación es de tipo descriptivo de enfoque cuantitativo, diseño no experimental. Para seleccionarla muestra representativa de las empresas del rubro de soldadura se utilizó el muestro aleatorio y estratificado, este consiste en dividir toda la población objeto de estudio (las empresas de soldadura) en subgrupos o estratos disjuntos, de manera que un individuo sólo puede pertenecer a un estrato. En conclusión, no existe una relación significativa entre las competencias laborales requeridas por empresas en soldadura con la formación profesional laborales requeridas por empresas en soldadura con la formación profesional en institutos superiores tecnológicos públicos del cono sur de Lima.

Mendoza (2018) en la tesis “Competencias laborales en los trabajadores administrativos de la empresa Grupo Vital”, para obtener el título de Licenciada en Psicología, Facultad de Psicología y Trabajo Social, Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima-Perú, sostiene como objetivo general determinar los niveles de competencia laborales de los trabajadores administrativos en la empresa Grupo Vital. La metodología que empleo es de tipo no experimental de corte transversal, enfoque descriptivo, diseño no experimental, En esta investigación se cuenta con una población de 80 trabajadores del área administrativa en la empresa Grupo Vital, en el distrito de Magdalena del Mar. En conclusión, los resultados descriptivos muestran que existe un nivel medio (45%), continuamente de un nivel bajo (43%) y un nivel alto (12%) en las competencias laborales en los trabajadores administrativos de la empresa grupo vital, tal cual como es muestra en la tabla 3 y figura1.

Ortega (2015) en la tesis “Las Competencias Laborales y el clima organizacional del personal administrativo en las universidades tecnológicas privadas de Lima”, para obtener el título de Grado Académico De Magister en Administración, Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Nacional Mayor de San Marcos”, Lima-Perú, sostiene como objetivo general determinar de qué manera las competencias laborales influyen en el clima organizacional del personal administrativo en las universidades tecnológicas privadas de Lima a fin de mejorar el nivel del clima organizacional. La metodología que se empleó la presente investigación es un estudio no experimental, transaccional, correlacional, causal, ya que su preocupación radica en describir y correlacionar los elementos



que conforman el modelo que aquí se presenta, al igual que las características presentes en el clima organizacional y las competencias laborales como medios fundamentales del cambio en las universidades tecnológicas privadas de Lima. En conclusión, las competencias laborales se relacionan con el clima organizacional de los trabajadores administrativos de las universidades tecnológicas privadas de Lima, las actividades y las normas de personal según sus competencias laborales tienen efectos importantes sobre el clima de la organización para las empresas.

Ortiz (2018) en la tesis “Competencia laboral y desempeño laboral en el personal del servicio de laboratorio clínico en el Hospital Nacional Hipólito Unanue”, para obtener el título de Maestra en Gestión de los Servicios de la Salud, Escuela de Posgrado, Universidad Cesar Vallejo, Lima-Perú, sostiene como objetivo general determinar la relación que existe entre la competencia laboral y el desempeño laboral del servicio de laboratorio clínico en el Hospital Nacional Hipólito Unanue. La metodología tipo descriptiva investigación es básica diseño experimental, Transversal, correlacionar, la población estuvo conformado por 79 trabajadores del laboratorio clínico del Hospital Hipólito Unanue, en la cual el grupo de trabajadores son de diferente servicio como 3 hematologías, 8 microbiologías, 5 inmunologías, 13 banco de sangre, 10 toma de muestra y 7 cenex, 29 de emergencia y 4 bioquímica. Por lo tanto, se seleccionó como muestra el 100% del servicio del laboratorio clínico teniendo una población de 79 trabajadores, de los diferentes servicios. El personal se encuentra en diferentes áreas de servicios, con horarios y tiempo de trabajo diferentes. En conclusión, demuestra que existe una relación significativa entre el trabajo en equipo, compromiso, calidad de trabajo, comunicación y el desempeño laboral en el personal de laboratorio clínico en el Hospital Nacional Hipólito Unanue.

Ulloa (2017) en la tesis “Relación entre las competencias laborales del personal directivo y las competencias laborales del personal docente de la institución educativa N°129 “Yamaguchi” del distrito de Santa Anita”, para obtener el Grado Académico de Maestro en Ciencias de la Educación, Escuela de Posgrado, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán Y Valle-Lima-Perú, sostiene como objetivo principal determinar competencias laborales del personal directivo y las competencias laborales del personal docente de la institución educativa N°129 “Yamaguchi” del distrito de Santa Anita. La metodología

que empleo fue la enfoque cuantitativo, es descriptivo, es correlacional, tipo aplicada, descriptivo correlacional, hipotético deductivo, la población del presente estudio está conformada por 60 profesores, 05 profesores del nivel primario y 55 profesores del nivel secundario de la institución educativa 129 "Yamaguchi" ubicada en el distrito de Santa Anita. En esta investigación tomamos la totalidad de los docentes de educación secundaria como la muestra es de 55, es decir fue una muestra intencional por estar disponible. La técnica usada para la recolección fue un cuestionario de tipo escala Likert. En conclusión se determinó que hay relación entre competencias laborales del personal directivo y las competencias laborales del personal docente de la institución educativa N°129 "Yamaguchi" del distrito de Santa Anita

Carranza y Gonzales (2016) en la tesis "Propuesta de un plan basado en Lean Manufacturing para mejorar la atención al cliente en el Molino Sol de Oro SAC", para obtener el Título de Ingeniería Industrial, Facultad de Ingeniería, arquitectura y Urbanismo, Universidad Señor de Sipán-Pimentel-Perú, sostiene como objetivo principal proponer un plan basado en Lean Manufacturing para mejorar la atención al cliente en el Molino Sol de Oro SAC. La metodología que empleo fue aplicada, descriptiva, diseño de investigación no experimental propositiva, la población en este estudio estuvo conformado por la lista de clientes registrados entre los años 2013, 2014 y 2015 siendo un total de 186 entre activos y retirados así como por los 18 trabajadores de la empresa. Haciendo las verificaciones respectivas 47 clientes ya se encontraban retirados, nuestra muestra estará conformada por 102 clientes activos y 34 clientes retirados entre agricultores y comerciantes con los que si tuvimos acceso y nos pudimos comunicar mediante vía telefónica. En conclusión, se realizó el diagnóstico, el cual era deficiente y poco satisfactorio para toda la empresa afectando principalmente el área de atención al cliente, teniendo demora en sus tiempos de entrega de los productos.

Casanova y Rodríguez (2017) en la tesis "Propuesta de mejora en la gestión de atención al cliente en una agencia de ventas de Trujillo de un All Inclusive Hotels & Resorts para mejorar la satisfacción al cliente", para obtener el Título de Maestro en Administración de Empresas, Escuela de Posgrado, Universidad Privada del Norte – Trujillo –Perú, sostiene como objetivo principal

establecer una propuesta de mejora en la gestión de atención al cliente que mejore la satisfacción del cliente. La metodología que empleo la investigación de tipo pre-experimental, técnica de recolección de Datos, entrevista encuesta, la población lo constituyen todo el personal de la Entidad Bancaria, proveedores y clientes desde junio al setiembre del 2016, unidad de análisis Procedimientos y actividades relacionadas al sistema de atención del cliente. En conclusión se desarrolló la propuesta de mejora de la gestión del cliente que abordo una capacitación en conocimiento del negocio y productos, atención al cliente, inteligencia emocional, ventas y valores empresariales.

Quiliche (2016) en la tesis “Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio de una entidad bancaria Cajamarca 2016”, para obtener el Título de Ingeniero Industrial, Facultad de Ingeniería, Facultad de Ingeniería, Universidad Privada del Norte-Cajamarca-Perú, sostiene como objetivo principal diseñar la mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio. La metodología que empleo tipo de investigación de diseño es pre-experimental, unidad de estudio entidad bancaria, técnica de recolección de Datos, entrevista encuesta, la población lo constituye todo el personal de la entidad bancaria, proveedores y clientes desde junio al setiembre del 2016, Para poder determinar las causas que originan indicadores bajos de calidad se aplicará una encuesta a 87 clientes. Con base a los resultados alcanzados y atendiendo la discusión de los mismos, existe suficiente evidencia para sostener que mediante la integración de los métodos cuantitativo y cualitativo es posible que la propuesta de diseño de mejora del proceso de atención al cliente incremente la calidad en el servicio de la Entidad Bancaria Cajamarca 2016, en conclusión el proceso de atención al cliente ha mejorado con respecto a las principales causas de los indicadores bajos de calidad tales como respuesta a los requerimientos, la falta de experiencia del personal, la falta de capacitación y la empatía con crecimientos de 43.68%,15.99% y 24.14% respectivamente esto gracias a las herramientas implementadas.

Tuestas (2017) en la tesis “La mejora de atención al cliente en el banco de la Nación agencia Huamachuco”, para obtener el Título de Licenciada en Administración y Finanzas, Facultad de Ingeniería, Ciencias y Administración,

Universidad Autónoma de Ica –Chincha-Perú, sostiene como objetivo principal realizar la propuesta del módulo de atención al cliente y/o usuario, con esto la atención mejorara y las quejas y reclamos disminuirán. La metodología usada Para poder realizar este proyecto tenemos que ver los diferentes conceptos con los que vamos a trabajar según nuestros objetivos estratégicos; que son el tiempo, la distribución y la relación, con el objetivo de ver el nivel que se encuentran los trabajadores administrativos del Banco, la población no la conocen, por ello se utilizara la fórmula de muestreo aleatorio cuando la población se desconoce, la muestra  $N= 384.16$ , se tiene que realizar 385 encuestas. En conclusión, nos ayuda a saber el tiempo que se necesita para poder atender a un usuario, saber si el servicio que se ha efectuado al usuario a satisfecho sus necesidades.

Vergara (2017) en la tesis “Propuesta de mejora en el proceso de atención al cliente en una agencia bancaria”, para obtener el Título de Ingeniero Industrial, Facultad de Ingeniería, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas-Lima-Perú, sostiene como objetivo principal que se busca a través de la implementación de la gestión por procesos mediante el ciclo de mejora continua PHVA para el proceso de Atención al Cliente es incrementar los índices de satisfacción de los clientes a través de la reducción en los tiempos de espera. La metodología usada es dar a conocer las diferentes metodologías que pueden aplicarse a la solución del problema planteado. Para la evaluación se hizo uso de la matriz AHP (Analytic Hierarchy Process) para poder hallar los pesos de cada factor clave, luego se asignarán puntajes para cada metodología y, finalmente, se determina cuál de éstas tuvo el mayor puntaje. En conclusión, el enfoque basado en Gestión por Procesos y la Mejora Continua reflejan la importancia de llevar un plan de control, monitoreo y seguimiento de los procesos en orden de conocer los resultados obtenidos y se verifica que se cumple con el objetivo planteado: el tiempo de espera disminuyó de 6.5 minutos a 3.5 minutos. Se recomienda al banco seguir con la capacitación continua del personal para contar con colaboradores mejor entrenados que puedan trabajar y atender de manera óptima.

### **1.3 Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1 Competencia laboral**

Según Martha Alles (2011) define que:

“El termino competencia hace referencia a características de personalidades, devenidas de comportamientos que genera un desempeño exitoso en un puesto de trabajo. Cada puesto de trabajo puede tener diferentes características en empresas y los mercados distintos.” (p.84)

Señala que las competencias están vinculadas a realizar alguna actividad de forma exitosa, que es una característica propia de cada individuo por su personalidad.

Según Enrique Louffat (2012) define que:

“El enfoque de competencias es quizás uno de los más citados, comentados y empleados por las empresas para valorizar de forma integral los valores de los trabajadores en sus dimensiones de conocimiento, habilidades y actitudes en concordancia con las competencias institucionales.” (p.25)

Señala que las empresas valorizan los valores de sus empleados como el conocimiento, habilidades y actitudes.

Según Martha Garcia (2012) define que:

“Las competencias laborales representan una serie de aspectos integrados: son personales, están presentes en todos los seres humanos, están referidas a un ámbito o a un contexto delimitado donde se materializan” (p.30)

“La competencia es una activada por un decisión personal adecuada a la situación que se enfrenta: es flexible.” (p.34)

Según Lydia Arbaiza (2011) define que:

“En la actualidad, los indicadores para medir la competitividad de una empresa han dejado de evaluarse por signos externos a la organización, para pasar a utilizarse indicadores relacionados con el comportamiento de los seres humanos dentro de ella” (p.5)

Según Enrique Louffat (2013) define que:

“La competencia puede definirse como la sumatoria integrada de conocimiento, habilidades y actitudes de la empresa y de los trabajadores, que generan valor económico y social” (p.92)

Se deduce que la competencia laboral, se basa a las habilidades y actitudes propias de los trabajadores, que hacen de sus actividades labor más óptima.

### **1.3.1.1 Características de competencia laboral**

Según Luis Sagi-Vela (2004) indica las siguientes características de competencia laboral:

“Es un concepto multidimensional. Es importante entender que una competencia no es una actitud, un conocimiento o una habilidad aislada, sino la integración de todos ellos en el contexto de una determinada profesión y su ámbito de actuación. Cada comportamiento observable que se produce en el desempeño de una determinada competencia es el resultado de la combinación de los conocimientos, habilidades y actitudes asociados a la misma. Esta característica tiene importantes derivaciones sobre la manera de describir y evaluar las competencias, como veremos más adelante. Así, cada competencia tendrá asociado un conjunto de indicadores (comportamientos observables) y un listado de conocimientos, habilidades y actitudes asociados que facilitarán la comprensión de la competencia, la evaluación de la misma y el establecimiento de objetivos de desarrollo profesional.

Expresa que las competencias laborales no es una parte, sino el todo, es decir abarca conocimiento, aptitud, habilidad, entre otros. Todos estos, interactuando entre si y poniéndose en práctica, hacen posible que se denomine a este conjunto, competencias.

Refleja la aportación más que la actividad o función en sí. La competencia está escrita en términos de aportación del trabajador a la empresa. No se pretende reflejar cómo hace las cosas, sino qué hace en términos de aportación y del resultado de esa aportación. Así, por ejemplo, lo importante no es que un jefe de producto maneje datos Nielsen, sino que está investigando o analizando el mercado. Hoy lo

realiza a través de la información que aporta Nielsen y mañana las fuentes de datos pueden variar. De igual modo, lo importante no es manejar un panel, sino que se está controlando un proceso productivo.

Expresa que la competencia por parte del colaborador deja un aporte el cual es resultado de sus competencias desarrolladas.

Permanece en el tiempo. Como vemos en el ejemplo anterior, la competencia tiene un carácter de permanencia en el tiempo. Pueden variar los medios utilizados para realizar la aportación, pero es difícil que varíe la aportación en sí. Como vamos a definir las competencias apoyándonos en los procesos, sólo se consideraría que hay una nueva competencia si varía el proceso sobre el que se realiza la aportación, si cambia la aportación realizada o sí. Manteniéndose la misma aportación al mismo proceso, se produjera una «ruptura tecnológica» tal en los medios utilizados para realizar la aportación que cambiaran totalmente los conocimientos. Habilidades y actitudes asociadas.

Expresa que las competencias permanecen en el tiempo, es decir pueden modificar los recursos, pero el aporte seguirá manteniéndose.

Su aplicación supone la consecución de un logro. La competencia aplicada siempre produce un resultado positivo. No se tiene una competencia si, al aplicarla, no se logra lo que se deseaba; en ese caso no se es competente. Por tanto, se podrá decir que alguien es bueno, muy bueno o excelente en esa competencia, pero no sería totalmente correcto decir que se tiene la competencia en grado insuficiente, ya que si se tiene será siempre en grado positivo.

Expresa que las competencias aplicadas traen siempre resultados positivos, ya que de lo contrario no se denominarían competencias.

Es mensurable. La competencia se manifiesta a través de una serie de conductas observables en el trabajo diario. Mediante la observación y análisis de estos comportamientos podemos llegar a medir las competencias de una persona. La descripción de las competencias que realizaremos incluirá indicadores de competencia para facilitar su comprensión e evaluación.”(p.88)

Expresa que las competencias son medibles y se observan diariamente en la labor que se desempeña, mediante conductas observables.

### **Importancia**

La competencia laboral ha llegado a adquirir una gran importancia, ya sea en el sector o cargo en el que se desempeñe, lo que se busca hoy en día con las competencias, no es solo aplicar conocimientos, es abarcar un todo, habilidades, valores y actitudes que al ponerlos en práctica, logren optimizar los resultados de la empresa.

#### **1.3.1.2 Dimensiones de la competencia laboral**

Para Martha Alles son considerados los siguientes grados:

- **Iniciativa:**

Según Martha Alles (2011) define que:

“Es la predisposición a actuar proactivamente y a pensar no solo en lo que hay que hacer en el futuro. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas.” (p.272)

**Indicadores:**

Toma de decisiones.

Atención solicitada.

- **Orientación a los resultados**

Según Martha Alles (2011) define que:

“Es la capacidad para actuar con velocidad y sentido de urgencia cuando son necesarias decisiones importantes para cumplir con los competidores o superarlos, atender las necesidades del cliente o mejorar a la organización. Es capaz de administrar los procesos establecidos para que no interfieran con la consecución de los resultados esperados.” (p.282)

**Indicadores:**

Atención a las urgencias

Satisfacción de necesidades

Motivación organizacional



- **Trabajo en equipo**

Según Martha Alles (2011) define que:

“Implica la intención de colaboración y cooperación con terceros, formar parte de un grupo, trabajar con los demás, como actitud opuesta a la individual o competitiva. Para que esta competencia sea efectiva, la intención debe ser genuina. Es conveniente que el ocupante del puesto sea miembro de un grupo que funcione en equipo. Equipo, en su definición amplia, es un grupo de personas que trabaja en procesos, tareas u objetivos compartidos.” (p.287)

**Indicadores:**

Colaboración

Cooperación

Tareas u objetivos compartidos

- **Presentación de soluciones comerciales**

Según Martha Alles (2011) define que:

“Es la capacidad de comunicar claramente al cliente el valor que la propuesta/solución desarrollada/acordada agrega a su negocio, y sus beneficios. Incluye la aptitud para comunicarse eficazmente tanto de manera oral como escrita, identificando las características de la audiencia y adaptando la presentación a sus interés y formación.” (p.298)

**Indicadores:**

Comunicación clara

Beneficio del cliente

Intereses comerciales

### **1.3.1 Atención al cliente**

Según Carmen Blanco y Francisco Lobato (2010) define que:

“Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa con el fin de que el cliente obtenga los productos necesarios para satisfacer sus necesidades en el momento y lugar adecuado” (p.289)

Señala que el servicio al cliente busca satisfacer las necesidades de los clientes lo más pronto posible y en cualquier momento o lugar, ya que solo así se lograría brindar una satisfacción oportuna.

Según Lee Cockerell (2009), define que:

“La atención al cliente aplica a todo tipo de negocio o empresa grande o pequeña, del sector productivo y del sector de servicios, públicas o privadas, pues sin clientes no existe ninguna de estas.” (p.23)

Según Humberto Serna (2006), define que:

“El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos” (p.19)

Se deduce que, el servicio al cliente es la relación de la empresa con el cliente, viendo la satisfacción del mismo.

#### **1.3.2.1 Características de Atención al cliente**

Según Martha Vargas y Luzángela Aldana (2011), nombran algunas características sobre el servicio o atención al cliente, tales como:

Carácter perecedero: Los servicios no se pueden almacenar. Implica que puede ser difícil sincronizar la oferta con la demanda, los servicios no se pueden devolver, los servicios generalmente no se pueden revender.

Heterogeneidad: significa que es difícil estandarizarlos. Implica que la

producción del servicio depende de cómo interactúen el comprador y proveedor.

Inseparabilidad: quiere decir que muy frecuentemente los servicios no se pueden separar de la persona del vendedor que es quien lo produce. Implica que los clientes participan en la producción del servicio, los servicios principalmente se producen y consumen simultáneamente, la descentralización de funciones de los trabajadores de empresas de servicios es muy importante, la producción masiva puede ser difícil.

Intangibilidad: significa que no se puede apreciar con los sentidos antes de ser adquirido; implica que los servicios no pueden almacenarse, no se pueden patentar, es más fácil fijar precios a los servicios que a los bienes, es más difícil comunicar servicios que bienes. (p.194)

Indican que los servicios son intangibles, que no es algo que se pueda reembolsar, y que va ligado a quien ofrece un producto o un bien, ya que se mide por el trato que recibe, por la percepción que se llevó de la atención.

### **Importancia**

La atención al cliente es una clave importante en todo negocio, por eso hoy en día se usa mucho la palabra fidelizar al cliente esto es logrando tener un cliente satisfecho con la atención, es un cliente que volverá y que incluso recomendará el producto o servicio que ofrece la empresa.

El cliente debe percibir un trato agradable, un adecuado ambiente, la infraestructura y capacitando a su personal para seguir un adecuado proceso de atención.

#### **1.3.2.1 Dimensiones de Atención al cliente**

Para Carmen Blanco y Francisco Lobato son considerados los siguientes elementos:

- **Accesibilidad**

Según Carmen Blanco y Francisco Lobato (2010) define que:

“El sistema de comunicación debe ser accesible para el cliente, por lo que es preciso abrir diferentes vías: telefónica, correo convencional y electrónico, de

atención personal directa. No se trata de generar burocracia sino de posibilitar la comunicación por todos los canales posibles.” (p.291)

**Indicadores:**

Utilidad de herramientas y medios

Responsabilidad dirigida

Accesibilidad de canales

- **Diligencia**

Según Carmen Blanco y Francisco Lobato (2010) define que:

“El cliente tiene que percibir que la atención que se le presta es rápida, oportuna y eficiente.” (p.291)

**Indicadores:**

Atención rápida

Atención oportuna

Atención eficiente

- **Cortesía**

Según Carmen Blanco y Francisco Lobato (2010) define que:

“Se debe mantener, en todo caso, un comportamiento amable que muestre respeto y consideración con el cliente.” (p.291)

**Indicadores:**

Amabilidad

Respeto

Empatía

- **Ambientación**

Según Carmen Blanco y Francisco Lobato (2010) define que:

“Los elementos físicos que soportan la atención al cliente deben estar en perfecto uso y ser agradables, de forma que generen un ambiente de confianza.” (p.291)

**Indicadores:**

Confianza

Infraestructura

## **1.4 Formulación del problema**

### **1.4.1 Problema general**

¿Cuál es la relación entre la competencia laboral y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., sede principal Lima, 2018?

### **1.4.2 Problemas específicos**

- a) ¿Cuál es la relación entre iniciativa y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., sede principal Lima, 2018?
- b) ¿Cuál es la relación entre orientación a los resultados y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., sede principal Lima, 2018?
- c) ¿Cuál es la relación entre trabajo en equipo y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., sede principal Lima, 2018?
- d) ¿Cuál es la relación entre presentación de soluciones comerciales y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., sede principal Lima, 2018?

## **1.5. Justificación**

Méndez (1995) argumenta que la justificación tiene 3 enfoques: justificación teórica, justificación metodológica y justificación práctica. Por esta razón se detalla en cada uno de ellos, a continuación:

### **1.5.1 Justificación teórica**

Según Bernal, C. (2010), “En investigación hay una justificación teórica cuando el propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar resultados o hacer epistemología del conocimiento existente.” (p.106).

La presente investigación tiene la intención de contribuir en la importancia que existe, entre la relación de competencia laboral y atención al cliente, para que la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú pueda fortalecer y desarrollar dentro de sus colaboradores una cultura organizacional que permita elevar el nivel de las relaciones entre colaboradores hacia la atención al cliente; sirviendo a su vez de modelo para la línea de investigación gestión del talento humano.

### **1.5.2 Justificación metodológica**

Según Bernal, C. (2010), “En investigación científica, la justificación metodológica del estudio se da cuando el proyecto que se va a realizar propone un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimiento valido y confiable.” (p.107).

El aporte de la investigación es el cuestionario, dado su carácter universal no se discrimina su uso. Con ello se pretende conocer el nivel de competencia laboral de los colaboradores hacia la atención al cliente en el sector comercial de Lima. A una muestra de 35 colaboradores de la Voestalpine High Performance Metals del Perú SA, se aplicará un cuestionario de 45 preguntas, llevando los datos al programa SPSS con la técnica de Escala de Likert – Prueba de T Student. Así los resultados obtenidos demuestran su validez y confiabilidad

### **1.5.3 Justificación práctica**

Según Bernal, C. (2010), “Se considera que una investigación tiene justificación práctica cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o, por lo menos, propone estrategias que al aplicarse contribuirían a resolverlo.” (p.106)

Esta investigación está orientada a la competencia laboral y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A. Esta investigación se realiza porque la atención al cliente es la fuente que impulsa el progreso y desarrollo empresarial y los aportes vertidos en este trabajo de investigación, servirán para coadyuvar esfuerzos en la solución de los problemas actuales.

## **1.6 Hipótesis**

### **1.6.1 Hipótesis general**

Existe relación entre competencia laboral y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.

### **1.6.2 Hipótesis Específicas**

- a) Existe relación entre iniciativa y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.
- b) Existe relación entre orientación a los resultados y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.
- c) Existe relación entre trabajo en equipo y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.
- d) Existe relación entre presentación de soluciones comerciales y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.

## **1.7 Objetivos**

### **1.7.1 Objetivo general**

Determinar la relación entre relación entre la competencia laboral y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.

### **1.7.2 Objetivos específicos**

- a) Determinar la relación entre iniciativa y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.
- b) Determinar la relación entre orientación a los resultados y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.
- c) Determinar la relación entre trabajo en equipo y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.
- d) Determinar la relación entre presentación de soluciones comerciales y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.



## **II. MÉTODO**

### **2.1 Diseño de la investigación**

#### **2.1.1 Método de investigación**

El método que se utilizará es el hipotético deductivo, debido a que partirá de las observaciones en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal-Lima, ya que se demostrara si la hipótesis son verdaderas o no. Asimismo Bernal, C. (2010), manifiesta que el método hipotético-deductivo “Consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos”. (P.60)

En base a los objetivos de la investigación se realizará una serie de procedimientos, por lo que tendrá un enfoque cuantitativo. Además; Sampieri, Fernández & Baptista (2010) afirman que un enfoque cuantitativo “usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”

#### **2.1.2 Tipo de investigación**

Esta investigación es aplicada, ya que requiere la implementación de nuestros conocimientos académicos, instruida y enriquecida por nuestros profesores para resolver el problema de esta investigación. De esta manera Valderrama, S (2015), sostiene que el tipo de investigación aplicada, “se encuentra íntimamente ligada a la investigación básica, ya que depende de sus descubrimientos y aportes teóricos para llevar a cabo la solución de los problemas, con la finalidad de generar bienestar a la sociedad.”(p.165).

Por ello se busca en esta investigación analizar el problema de la competencia laboral para mejorar la atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal-Lima.

### **2.1.3 Nivel de investigación**

#### **Descriptiva**

Debido a que únicamente se recogerá información de la situación para su posterior análisis, asimismo Hernández, R (2010), manifiesta que “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.” (p.80).

### **2.1.4 Diseño de investigación**

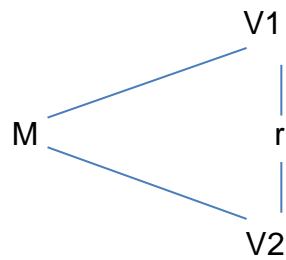
La investigación es de diseño no experimental, correlacional de corte transversal ya que no se manipulo ni se sometió a prueba las variables de estudio.

Es no experimental, de esta manera Hernández, Fernández, Baptista (2010), sostienen que “la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables; es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables” (p. 149).

Es transversal, de esta manera Hernández, Fernández, Baptista (2010) menciona que su propósito es “describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede” (p.151).

Es correlacional, Hernández, Fernández, Baptista (2010) menciona que los estudios correlacionales tienen “como propósito conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (p.150).

El esquema de un diseño correlacional, se presenta a continuación:



Dónde:

M = Muestra de estudio

V1 = Variable Relaciones humanas

V2 = Variable Desempeño laboral

r = Correlación entre variables

## 2.2 Variables, operacionalización

Según Rojas, S. (1981), citado por Bernal, C. (2010), una variable “es una característica, atributo, propiedad o cualidad que puede estar o no presente en los individuos, grupos o sociedades; puede presentarse en matices o modalidades diferentes o en grados, magnitudes o medidas distintas a lo largo de un continuum.” (p.139)

Según Bernal, C. (2010), “Operacionalizar una variable significa traducir la variable a indicadores, es decir, traducirlos conceptos hipotéticos a unidades de medición.” (p.141)

## **2.2.1 Variables**

### **Variable 1: Competencia laboral**

Según Martha Alles (2011) define que, “El termino competencia hace referencia a características de personalidades, devenidas de comportamientos que genera un desempeño exitoso en un puesto de trabajo. Cada puesto de trabajo puede tener diferentes características en empresas y los mercados distintos” (p.84).

#### **Dimensiones**

Iniciativa.

Orientación a los resultados.

Trabajo en equipo.

Presentación de soluciones comerciales

### **Variable 2: Atención al cliente**

Según Carmen Blanco y Francisco Lobato (2010) define que, “Conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a satisfacer las reclamaciones actuales de los clientes para resolverlas de forma eficiente, e identificar sus necesidades futuras con el fin de poder satisfacerlas llegando el momento oportuno” (p.289).

#### **Dimensiones:**

Accesibilidad.

Diligencia.

Cortesía.

Ambientación.

## 2.2.2 Operacionalización

A continuación, se presenta el siguiente cuadro

**Tabla 1: Operacionalización de las variables**

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
COMPETENCIA LABORAL	Alles, M. (2011), define que, "El termino competencia hace referencia a características de personalidades, devenidas de comportamientos que genera un desempeño exitoso en un puesto de trabajo. Cada puesto de trabajo puede tener diferentes características en empresas y los mercados distintos" (p.84).	Las competencias laborales se medirán a través de sus dimensiones; iniciativa, orientación a los resultados, trabajo en equipo y presentación de soluciones comerciales, sin embargo se recurrirá a unidades de menores análisis observables., se utilizara como instrumento el cuestionario de 23 preguntas en la escala de Likert.	Iniciativa	Toma de decisiones	1,2	Cuestionario Escala de Likert – Prueba de T Student  (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
				Atención solicitada	3,4	
			Orientación a los resultados	Atención a las urgencias	5,6	
				Satisfacción de necesidades	7,8	
				Motivación organizacional	9,10	
			Trabajo en equipo	Colaboración	11,12,13	
				Cooperación	14,15	
				Tareas u objetivos compartidos	16,17	
			Presentación de soluciones comerciales	Comunicación clara	18,19	
				Beneficio del cliente	20,21	
Intereses comerciales	22,23					
ATENCIÓN AL CLIENTE	Blanco, C. y Lobato, F. (2010), define que, "Conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a satisfacer las reclamaciones actuales de los clientes para resolverlas de forma eficiente, e identificar sus necesidades futuras con el fin de poder satisfacerlas llegando el momento oportuno" (p.289).	Atención al cliente se medirán a través de sus dimensiones; Accesibilidad, diligencia, cortesía y ambientación, sin embargo se recurrirá a unidades de menores análisis observables., se utilizara como instrumento el cuestionario de 22 preguntas en la escala de Likert.	Accesibilidad	Utilidad de herramientas y medios	24,25	Cuestionario Escala de Likert – Prueba de T Student  (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
				Responsabilidad dirigida	26,27	
				Accesibilidad de canales	28,29	
			Diligencia	Atención rápida	30,31	
				Atención oportuna	32,33	
				Atención eficiente	34,35	
			Cortesía	Amabilidad	36,37	
				Respeto	38,39	
				Empatía	40,41	
			Ambientación	confianza	42,43	
Infraestructura	44,45					

*Fuente: Elaboración propia*

### **2.3 Población y muestra**

Se cuenta con una población ubicada en el distrito del Cercado de Lima, personal de la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., evaluando a 35 trabajadores o colaboradores.

Según Jany (1994), citado por Bernal, C (2010), población es “La totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares sobre las cuales se desea hacer inferencia; o bien, unidad de análisis.” (p.160)

En cuanto a la muestra tomamos en cuenta la población mencionada ya que se evaluará a los 35 trabajadores o colaboradores de la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A, los mismos que colaboraran con la presente investigación.

Según Bernal, C. (2010), muestra es “Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuaran la medición y la observación de las variables objeto de estudio.” (p.161)

Siendo así, nos vemos frente a una muestra censal, ya que se tomará al total de la población, población que es finita, debido a que su tamaño lo podemos conocer y es pequeño.

Según Hernández, R. (2010), censo es “Solo cuando queremos efectuar un censo debemos incluir todos los casos (personas, animales, plantas, objetos) del universo o la población.”(p.172)

## **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.4.1 Técnicas de recolección de datos**

En la presente investigación se dispondrá de la técnica de la encuesta, para obtener información relevante de los colaboradores. Tal como Bernal (2010) expresa en su definición que “La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas. (p.194)

### **2.4.2. Instrumentos de recolección de datos**

Se aplicó un cuestionario donde se identificará la relación entre relación entre “competencia laboral y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018”. En la opinión de Bernal (2010) argumenta que “El cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación” (p.250).

El cuestionario está elaborado bajo una escala tipo Likert. En la opinión de Malhotra (2004) indica que “la escala Likert es una escala de medición ampliamente utilizada que requiere que los encuestados indiquen el grado de acuerdo o desacuerdo con cada una de las series de afirmaciones sobre los objetos de estímulo” (p.258).

El cuestionario está compuesto por 45 preguntas y está dirigida a los colaboradores de empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima. Teniendo 13 ítems para medir la variable competencia laboral y 12 ítems para la variable de atención al cliente, la cual se detalla en el siguiente cuadro.

**Tabla 2:** Estructura dimensional de las variables en estudios

<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Ítems</b>
Competencia laboral	Iniciativa	1-4
	Orientación a los resultados	5-10
	Trabajo en equipo	11-17
	Presentación de soluciones comerciales	18-23
Atención al cliente	Accesibilidad	24-29
	Diligencia	30-35
	Cortesía	36-41
	Ambientación	42-45

**Fuente:** Elaboración propia

La encuesta tuvo una escala de tipo Likert la cual consta de 5 niveles de respuesta estuvo estructurada:

**Tabla 3:** Puntuación de los ítems en la escala de Likert

<b>Ítems</b>	<b>Respuesta</b>
<b>1</b>	Nunca
<b>2</b>	Casi Nunca
<b>3</b>	A Veces
<b>4</b>	Casi Siempre
<b>5</b>	Siempre

**Fuente:** Elaboración propia



### 2.4.3 Validez

Anastasi & Urbina (1988) afirman que “La validez tiene que ver con lo que mide el cuestionario y cuán bien lo hace” (p.113). Por lo que, el instrumento de investigación ha sido sometido a juicio de los siguientes expertos, quienes se encargaron de revisar minuciosamente el contenido del instrumento donde arrojó con el calificativo de aplicable.

**Tabla 4:** Validación de expertos

N°.	Experto	Calificación Instrumento	Especialidad
<b>Experto 1</b>	Mg. Merino Zevallos, Carlos A.	Aplicable	Economista
<b>Experto 2</b>	Dr. Mansilla Garayar, José A.	Aplicable	Administrador
<b>Experto 3</b>	Dra. Zavala Alfaro, Fanny	Aplicable	Economista

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 5:** Promedio de validación

N°.	Experto	Valorización de aplicación
<b>Experto 1</b>	Mg. Merino Zevallos, Carlos A.	80%
<b>Experto 2</b>	Dr. Mansilla Garayar, José A.	92%
<b>Experto 3</b>	Dra. Zavala Alfaro, Fanny	85%
	<b>Promedio</b>	<b>85.67%</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 2.4.4 Confiabilidad

McDaniel y Gates (1992) manifiestan que la confiabilidad es “La capacidad del mismo instrumento para producir resultados congruentes cuando se aplica por segunda vez, en condiciones tan parecidas como sea posible” (p. 302).

Para la medición de nivel de confiabilidad del instrumento, se realizó mediante el Alfa de Cronbach.

**Tabla 6:** *Análisis de confiabilidad del instrumento N°1 Competencia Laboral*

Resumen del procesamiento de los casos		
	N	%
Casos	Válidos	35
	Excluidos <sup>a</sup>	0
	Total	35

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,884	23

**Fuente:** Elaboración propia

**Interpretación:** Según los resultados de la prueba de confiabilidad con el estadígrafo Alpha de Cronbach tiene un valor de 0,884, lo que indica que el instrumento sobre competencia laboral es de fuerte confiabilidad tal como muestra en la tabla 6.

**Tabla 7:** *Análisis de confiabilidad del instrumento N°2 Atención al cliente*

Resumen del procesamiento de los casos		
	N	%
Casos	Válidos	35
	Excluidos <sup>a</sup>	0
	Total	35

---

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

---

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,811	22

---

**Fuente:** Elaboración propia

**Interpretación:** Según los resultados de la prueba de confiabilidad con el estadígrafo Alpha de Cronbach tiene un valor de 0,811, lo que indica que el instrumento sobre competencia laboral es de fuerte confiabilidad tal como muestra en la tabla 7.

## 2.5 Métodos de análisis de datos

La información recopilada en esta investigación se manejó en base a sus objetivos planificados. Del mismo modo Myers (2012) manifiesta “la estadística descriptiva se compone de aquellos métodos que incluyen técnicas para recolectar, presentar, analizar e interpretar datos” (p.3)

Para la presente investigación se utilizará el análisis de datos cuantitativos. Se utilizó el programa estadístico SPSS, con el cual se pudo analizar los datos, se realizó la confiabilidad del instrumento, mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach, también se utilizó el método estadístico de Prueba de T Student.

## 2.6 Aspectos éticos

Para la elaboración de la investigación se respetará la confidencialidad de los datos. Se recogieron datos bibliográficos de autores especializados en los temas tratados, los cuales fueron citados a lo largo de la investigación para un desarrollo con sustento profesional.

### III. RESULTADOS

#### 3.1 Análisis Descriptivos

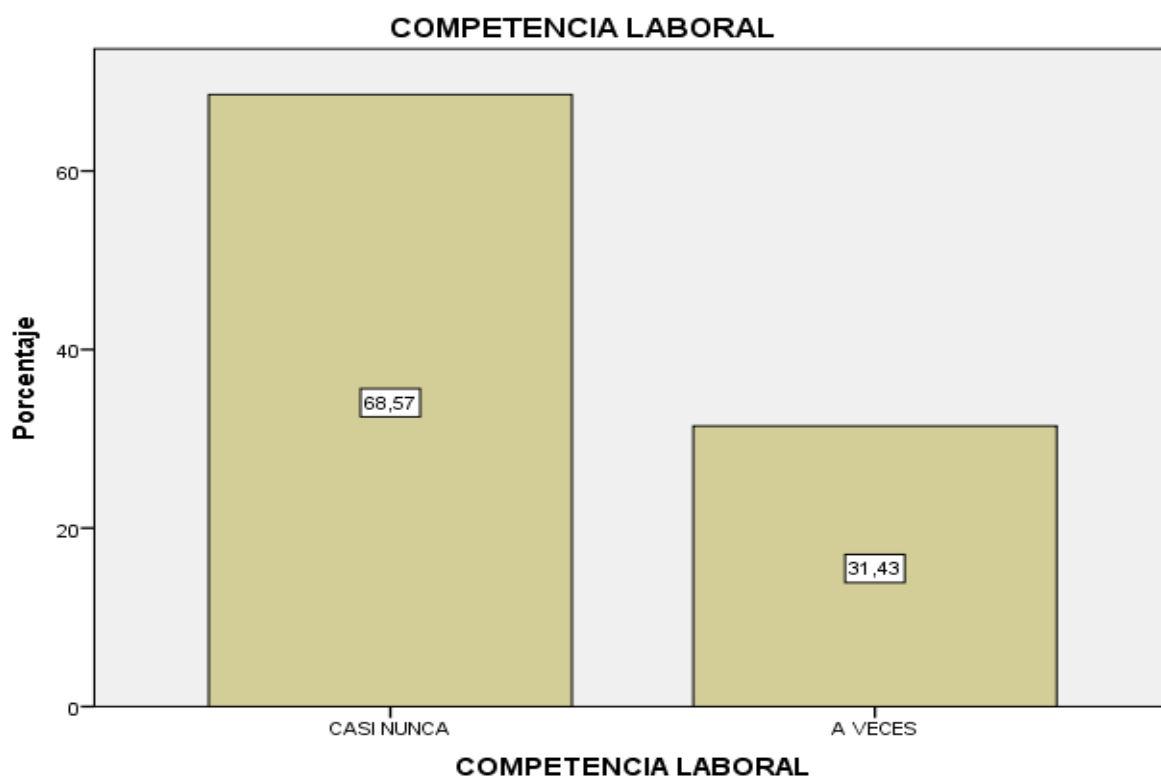
##### 3.1.1 Variable 1: Competencia Laboral

**Tabla 8:** Análisis descriptivo de la variable Competencia Laboral.

COMPETENCIA LABORAL				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CASI NUNCA	24	68,6	68,6
	A VECES	11	31,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

**Figura 1:** Grafica de barras de la variable Competencia Laboral.



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 8 y figura 1 podemos observar que de los encuestados un 68.6% indican que CASI NUNCA hubo competencia laboral, y el 31.4% indico que A VECES se daba la competencia laboral entre los colaboradores de la empresa.

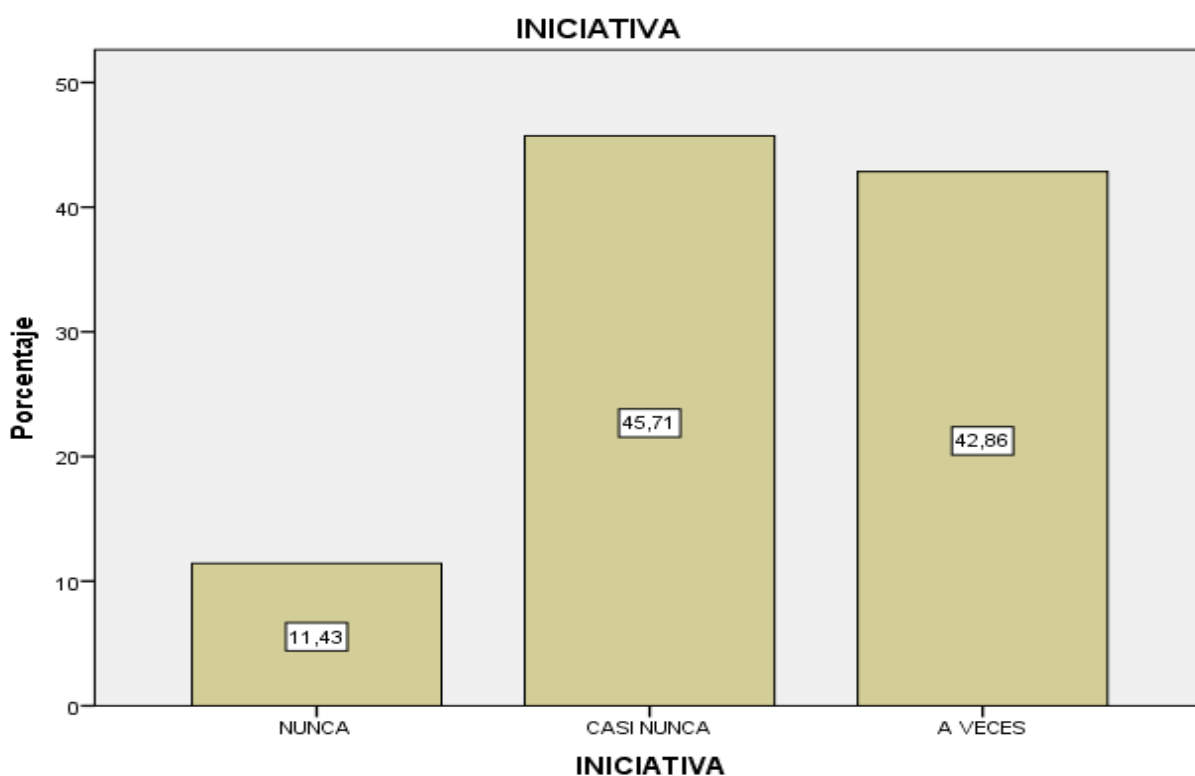
### 3.1.1.1 Dimensiones de Competencia laboral

**Tabla 9:** Análisis descriptivo de la dimensión Iniciativa.

INICIATIVA				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NUNCA	4	11,4	11,4
	CASI NUNCA	16	45,7	57,1
	A VECES	15	42,9	100,0
	Total	35	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 2:** Grafica de barras de la dimensión Iniciativa.



Fuente: Elaboración propia

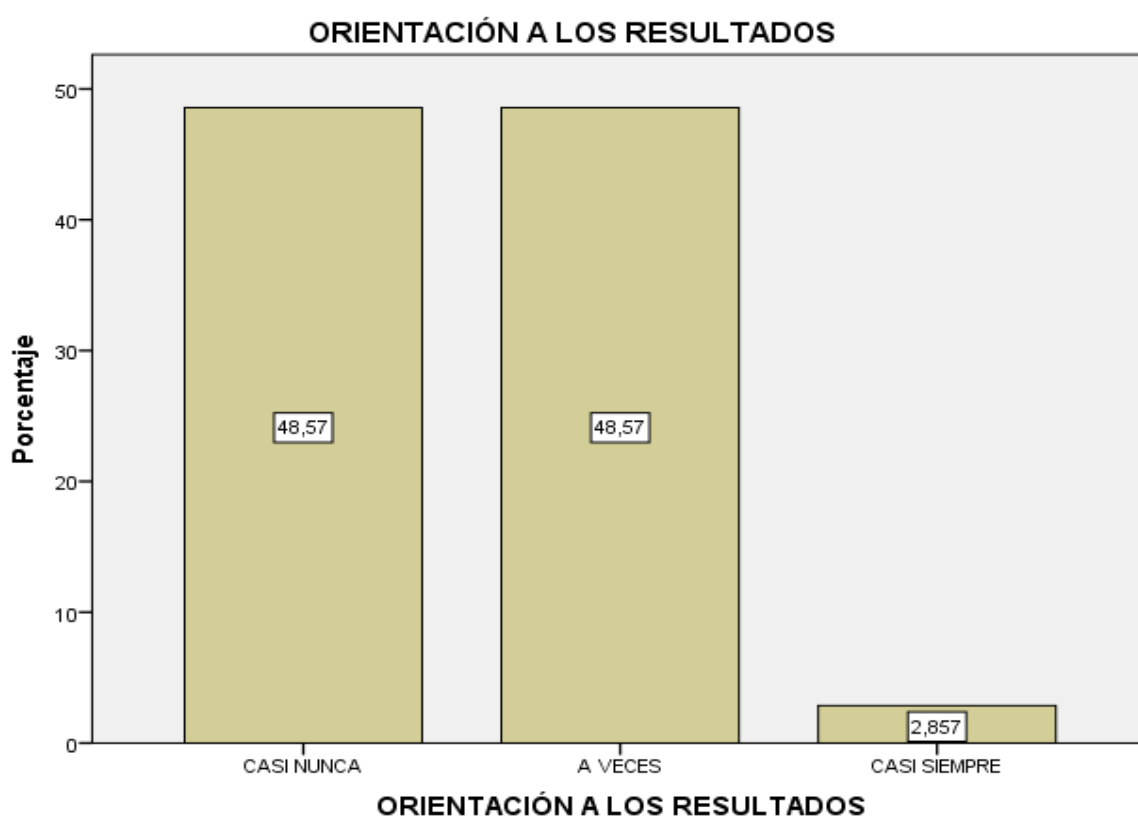
**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 9 y figura 2 podemos observar que de los encuestados un 11.43% indica que NUNCA hay iniciativa, 45.71 % indica que CASI NUNCA hay iniciativa y el 42.86% indica que A VECES hay iniciativa.

**Tabla 10:** Análisis descriptivo de la dimensión Orientación a los resultados.

ORIENTACIÓN A LOS RESULTADOS				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CASI NUNCA	17	48,6	48,6
	A VECES	17	48,6	97,1
	CASI SIEMPRE	1	2,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

**Figura 3:** Grafica de barras de la dimensión Orientación a los resultados.



Fuente: Elaboración propia

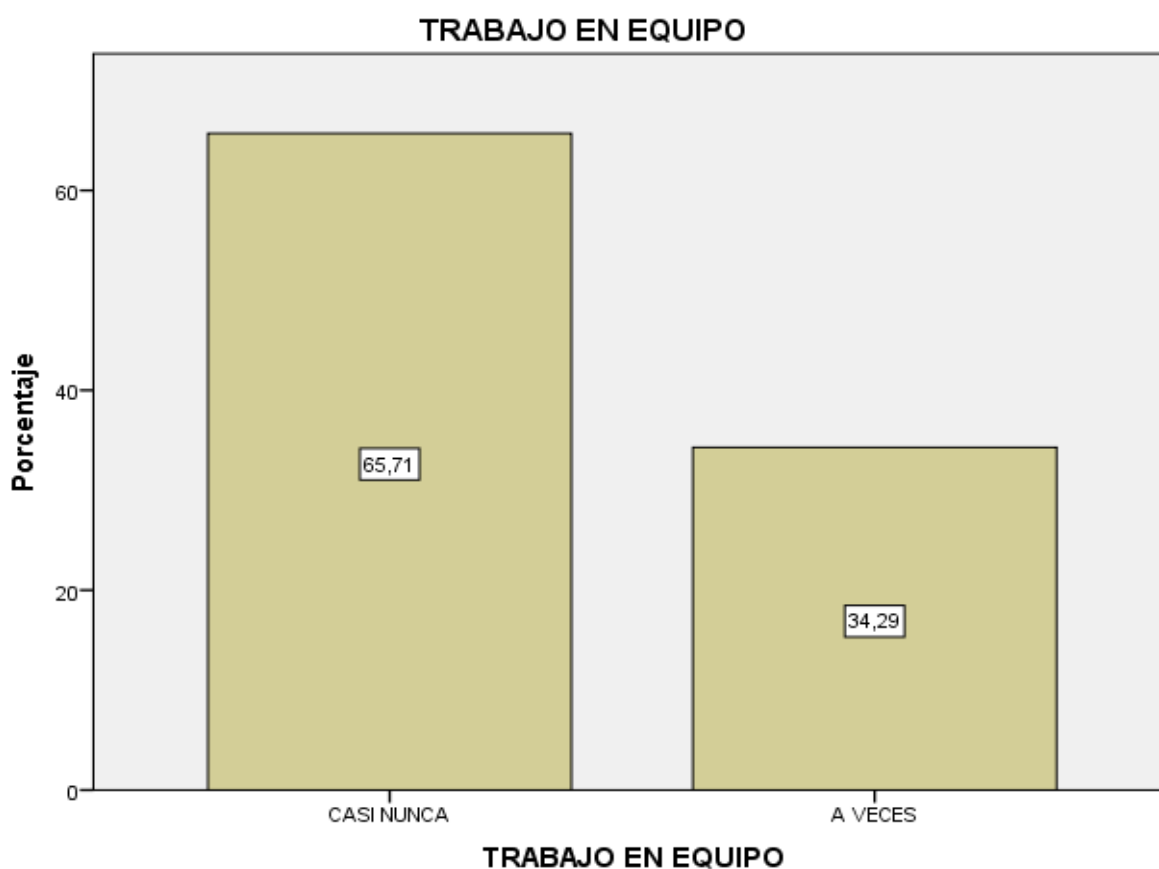
**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 10 y figura 3 podemos observar que de los encuestados un 48.57% indica que CASI NUNCA orientación a los resultados 48.57 % indica que A VECES hay orientación a los resultados y el 2.857% indica que CASI SIEMPRE hay orientación a los resultados.

**Tabla 11:** Análisis descriptivo de la dimensión Trabajo en equipo.

TRABAJO EN EQUIPO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CASI NUNCA	23	65,7	65,7
	A VECES	12	34,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 4:** Grafica de barras de la dimensión Trabajo en equipo.



Fuente: Elaboración propia

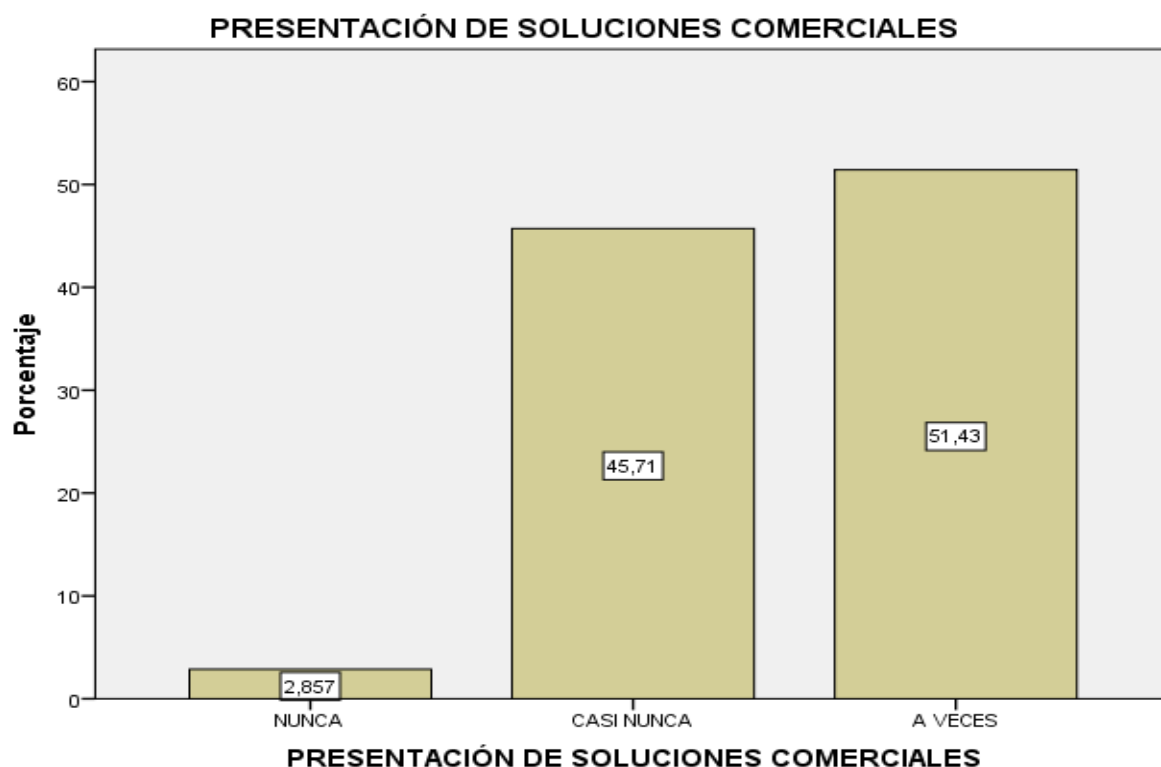
**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 11 y figura 4 podemos observar que de los encuestados un 65.71% indican que CASI NUNCA hubo trabajo en equipo, y el 34.29% indico que A VECES se daba el trabajo en equipo.

**Tabla 12:** Análisis descriptivo de la dimensión presentación de soluciones comerciales.

PRESENTACIÓN DE SOLUCIONES COMERCIALES				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NUNCA	1	2,9	2,9
	CASI NUNCA	16	45,7	48,6
	A VECES	18	51,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

**Figura 5:** Grafica de barras de la dimensión presentación de soluciones comerciales.



Fuente: Elaboración Propia

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 12 y figura 5 podemos observar que de los encuestados un 2.857% indica que NUNCA hay presentación de soluciones comerciales 45.71 % indica que CASI NUNCA hay presentación de soluciones comerciales y el 51.43 % indica que A VECES presentación de soluciones comerciales.



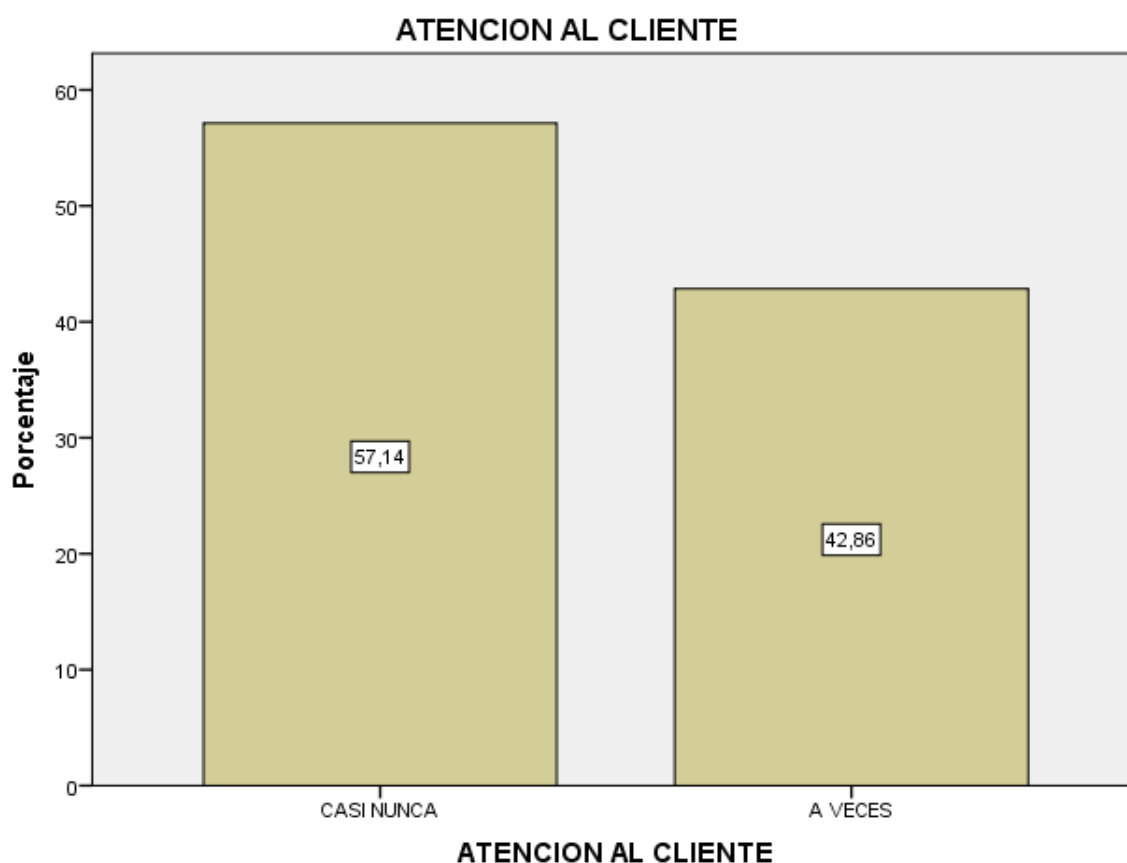
### 3.1.2 Variable 2: Atención al cliente

**Tabla 13:** Análisis descriptivo de la variable Atención al cliente.

ATENCIÓN AL CLIENTE				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CASI NUNCA	20	57,1	57,1
	A VECES	15	42,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

**Figura 6:** Grafica de barras de la variable Atención al cliente.



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 13 y figura 6 podemos observar que de los encuestados un 57.14% indican que CASI NUNCA hubo atención al cliente, y 42.86% indico que A VECES se daba la atención al cliente.

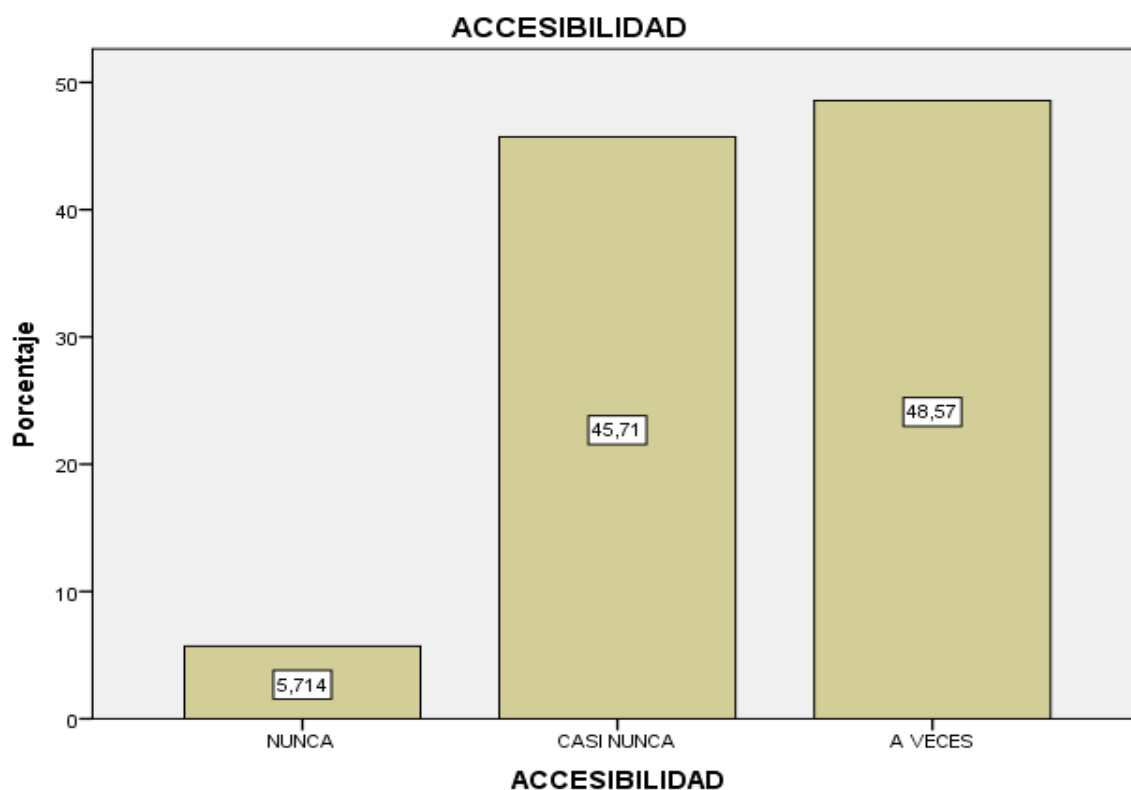
### 3.1.2.1 Dimensiones de Atención al cliente

**Tabla 14:** Análisis descriptivo de la dimensión Accesibilidad.

ACCESIBILIDAD				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NUNCA	2	5,7	5,7
	CASI NUNCA	16	45,7	51,4
	A VECES	17	48,6	100,0
	Total	35	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**Figura 7:** Grafica de barras de la dimensión Accesibilidad.



Fuente: Elaboración propia

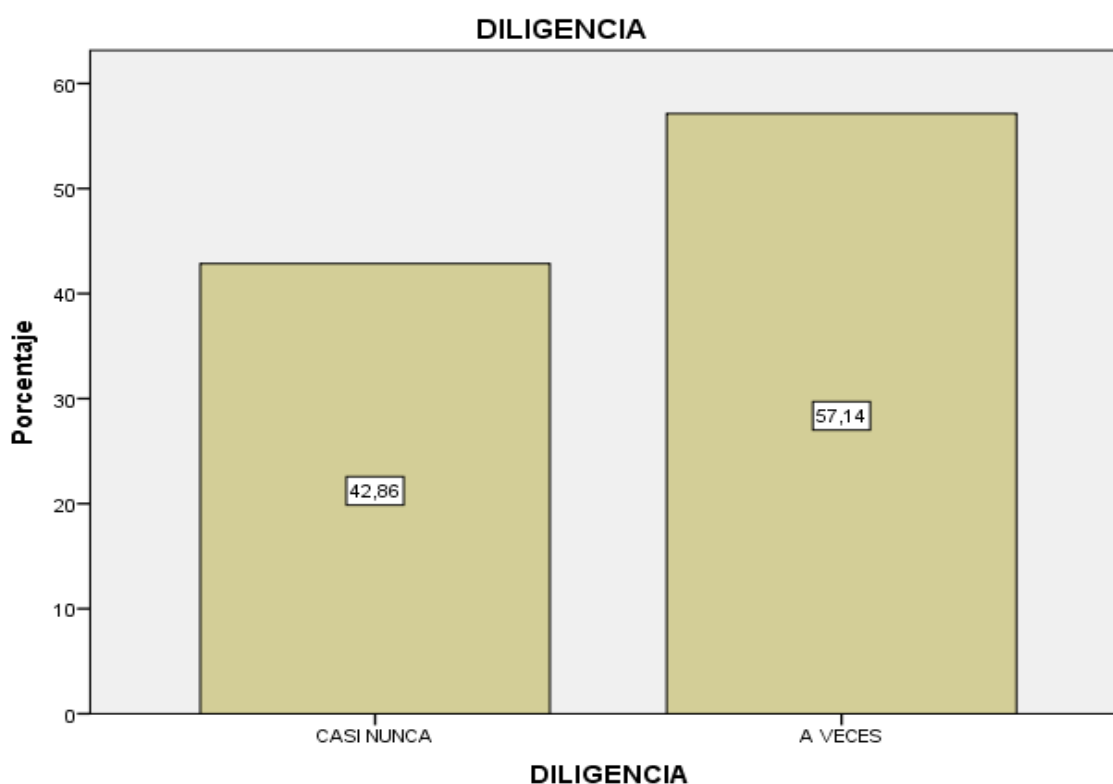
**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 14 y figura 7 podemos observar que de los encuestados un 5,714% indica que NUNCA hay accesibilidad, 45.71 % indica que CASI NUNCA hay accesibilidad y el 48.57% indica que A VECES hay accesibilidad.

**Tabla 15:** Análisis descriptivo de la dimensión Diligencia.

DILIGENCIA				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CASI NUNCA	15	42,9	42,9
	A VECES	20	57,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

**Figura 8:** Grafica de barras de la dimensión Diligencia.



Fuente: Elaboración propia

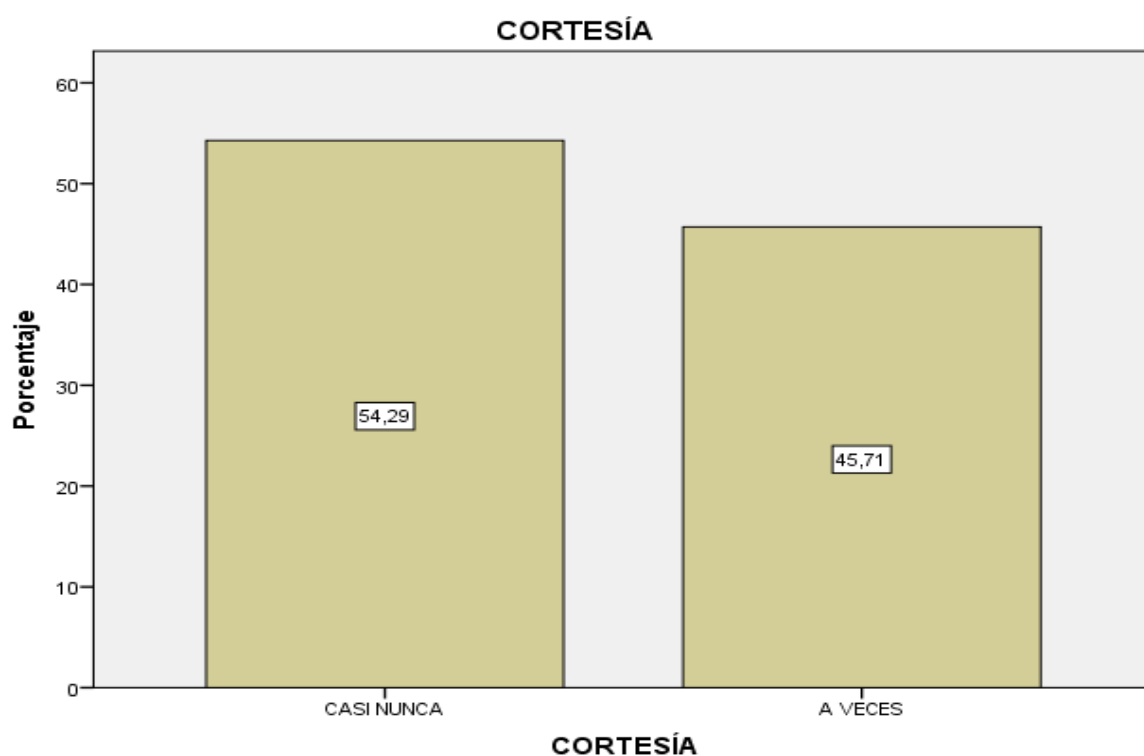
**Interpretación.** De acuerdo a la tabla 15 y figura 8 podemos observar que de los encuestados un 42,86% indican que CASI NUNCA hubo diligencia, y 57,14% indico que A VECES se daba la diligencia.

**Tabla 16:** Análisis descriptivo de la dimensión Cortesía.

CORTESÍA				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CASI NUNCA	19	54,3	54,3
	A VECES	16	45,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

**Figura 9:** Grafica de barras de la dimensión Cortesía.



Fuente: Elaboración propia

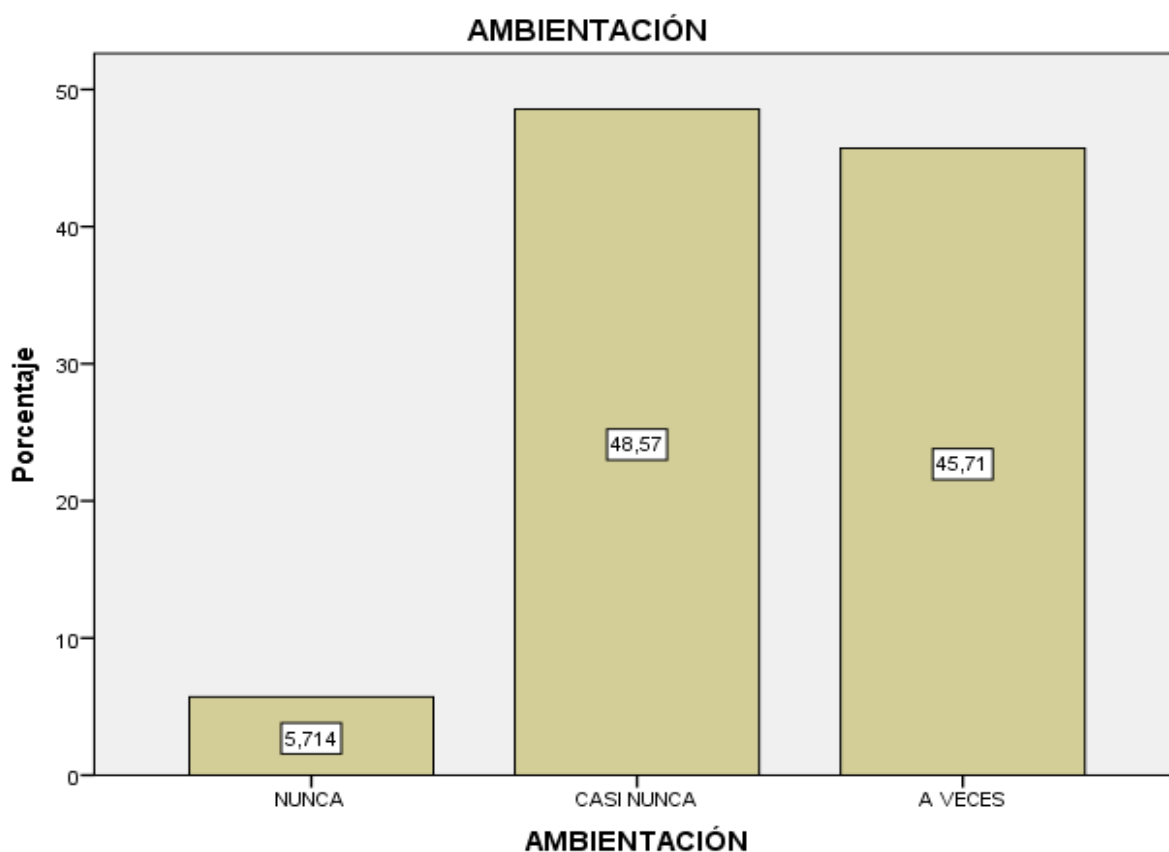
**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 16 y figura 9 podemos observar que de los encuestados un 54.29% indican que CASI NUNCA hubo cortesía, y 45,71% indicó que A VECES se daba la cortesía entre los colaboradores de la empresa.

**Tabla 17:** Análisis descriptivo de la dimensión Ambientación.

AMBIENTACIÓN				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NUNCA	2	5,7	5,7
	CASI NUNCA	17	48,6	54,3
	A VECES	16	45,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

**Figura 10:** Grafica de barras de la dimensión Ambientación.



Fuente: Elaboración propia

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 17 y figura 10 podemos observar que de los encuestados un 5,714% indica que NUNCA hay ambientación, 48,57 % indica que CASI NUNCA hay ambientación y el 45,71% indica que A VECES hay ambientación.

## 3.2. Análisis inferencial

### 3.2.1. Prueba de la hipótesis general

**H0:** No Existe relación entre competencia laboral y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018

**H1:** Existe relación entre competencia laboral y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018

**Tabla 18:** Prueba de T de Student hipótesis general

Prueba para una muestra						
Valor de prueba = 0						
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
COMPETENCIA LABORAL	29,068	34	,000	2,314	2,15	2,48
ATENCIÓN AL CLIENTE	28,615	34	,000	2,429	2,26	2,60

**Fuente:** Elaboración propia

**Interpretación:** Los resultados de la prueba de hipótesis general tienen un valor de prueba  $p=0,000$ , el cual es altamente significativo, por tanto, se acepta como verdadera la hipótesis alternativa, llegándose a demostrar que Existe relación entre competencia laboral y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.

### 3.2.2 Prueba de la hipótesis específica.

#### Prueba de la hipótesis específica 1

Planteamiento de las hipótesis

H0: No existe relación entre iniciativa y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.

H1: Existe relación entre iniciativa y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.

**Tabla 19:** Prueba de T de Student - hipótesis específica 1

Prueba para una muestra						
Valor de prueba = 0						
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
INICIATIVA	20,250	34	,000	2,314	2,08	2,55
ATENCIÓN AL CLIENTE	28,615	34	,000	2,429	2,26	2,60

**Fuente:** Elaboración propia

**Interpretación:** El resultado de la prueba de la primera hipótesis específica tienen un valor de prueba  $p=0,000$ , el cual es altamente significativo, por tanto, se acepta como verdadera la hipótesis específica, llegándose a demostrar que Existe relación entre iniciativa y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.

#### Prueba de la hipótesis específica 2

Planteamiento de las hipótesis

H0: No existe relación entre orientación a los resultados y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.

H1: Existe relación entre orientación a los resultados y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.

**Tabla 20: Prueba de T de Student - hipótesis específica 2**

Prueba para una muestra						
Valor de prueba = 0						
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
ORIENTACIÓN A LOS RESULTADOS	26,835	34	,000	2,543	2,35	2,74
ATENCION AL CLIENTE	28,615	34	,000	2,429	2,26	2,60

Fuente: Elaboración propia

**Interpretación:** El resultado de la prueba de la segunda hipótesis específica tienen un valor de prueba  $p=0,000$ , el cual es altamente significativo, por tanto, se acepta como verdadera la hipótesis específica, llegándose a demostrar que Existe relación entre orientación al cliente y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.

### Prueba de la hipótesis específica 3

Planteamiento de las hipótesis

H0: No existe relación entre trabajo en equipo y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.

H1: Existe relación entre trabajo en equipo y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.

**Tabla 21: Prueba de T de Student - hipótesis específica 3**

Prueba para una muestra						
Valor de prueba = 0						
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
TRABAJO EN EQUIPO	28,781	34	,000	2,343	2,18	2,51
ATENCION AL CLIENTE	28,615	34	,000	2,429	2,26	2,60

Fuente: Elaboración propia



**Interpretación:** El resultado de la prueba de la tercera hipótesis específica tienen un valor de prueba  $p=0,000$ , el cual es altamente significativo, por tanto, se acepta como verdadera la hipótesis específica, llegándose a demostrar que Existe relación entre trabajo en equipo y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018

#### Prueba de la hipótesis específica 4

Planteamiento de las hipótesis

H0: No existe relación entre presentación de soluciones comerciales y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.

H1: Existe relación entre presentación de soluciones comerciales y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.

**Tabla 22:** Prueba de T de Student - hipótesis específica 4

	Prueba para una muestra					
	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
				Inferior	Superior	
PRESENTACIÓN DE SOLUCIONES COMERCIALES	26,162	34	,000	2,486	2,29	2,68
ATENCIÓN AL CLIENTE	28,615	34	,000	2,429	2,26	2,60

**Fuente:** Elaboración propia

**Interpretación:** El resultado de la prueba de la tercera hipótesis específica tienen un valor de prueba  $p=0,000$ , el cual es altamente significativo, por tanto, se acepta como verdadera la hipótesis específica, llegándose a demostrar que Existe relación entre presentación de soluciones comerciales y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018

#### **IV. DISCUSIÓN**

Argüello (2016) en su estudio titulado “Desarrollo del perfil de competencias del tutor de las prácticas clínicas de Enfermería”, Universidad Autónoma de Madrid en España, llegó a la conclusión que la mayoría de las actividades que seleccionadas coinciden con los estándares que describe el Nursing and Midwifery Council del Reino Unido [16]. En cuanto a las competencias, hay coincidencia en la de liderazgo. Sin embargo, otras competencias como evaluar el aprendizaje o facilitar el aprendizaje los expertos de este estudio las consideran actividades, y no competencias. Una de las limitaciones que se han considerado en este estudio, y asimismo una futura línea de investigación, es la idoneidad de completar dicho perfil con la opinión tanto de los estudiantes como de los profesores de la universidad. Según Martha Alles (2011) define iniciativa, “Es la predisposición a actuar proactivamente y a pensar no solo en lo que hay que hacer en el futuro. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas.”

Fernández (2016) en su estudio titulado “Perfil de competencias del administración de empresa en República Dominicana”, Universidad de Sevilla, llegó a la conclusión que los resultados obtenidos indican que es necesaria una inversión mayor en la formación de los referidos docente, luego de analizar los resultados e informaciones que nos proporcionan mediante análisis los instrumentos aplicados, las conclusiones a la que pudimos llegar con las distintas variables investigadas a partir de los diversos objetivos que nos planteamos al inicio, para lo cual presentaremos una síntesis de los resultados obtenidos. busca un mejor desarrollo en las competencias administrativas desde la base universitaria. Según Martha Alles (2011) define orientación a los resultados, “Es la capacidad para actuar con velocidad y sentido de urgencia cuando son necesaria decisiones importantes para cumplir con los competidores o superarlos, atender las necesidades del cliente o mejorar a la organización. Es capaz de administrar los procesos establecidos para que no interfieran con la consecución de los resultados esperados.”

Herrera (2015) en su estudio titulado “Competencias Laborales en los colaboradores del departamento de ventas de Bimbo Centroamérica, agencia

Huehuetenango”, Universidad Rafael Landívar, en conclusión, se estableció que las habilidades y destrezas que poseen los colaboradores del departamento de ventas de grupo Bimbo, Huehuetenango están en el nivel deseado para el puesto además que ello se refleja en el alcance de metas establecidas por la empresa.

Según Martha Alles (2011) define trabajo en equipo, “Implica la intención de colaboración y cooperación con terceros, formar parte de un grupo, trabajar con los demás, como actitud opuesta a la individual o competitiva. Para que esta competencia sea efectiva, la intención debe ser genuina. Es conveniente que el ocupante del puesto sea miembro de un grupo que funcione en equipo. Equipo, en su definición amplia, es un grupo de personas que trabaja en procesos, tareas u objetivos compartidos.”

Ortega (2015) en su estudio titulado “Las Competencias Laborales y el clima organizacional del personal administrativo en las universidades tecnológicas privadas de Lima”, Universidad Nacional Mayor de San Marcos”, Lima-Perú, llego a la conclusión las competencias laborales se relacionan con el clima organizacional de los trabajadores administrativos de las universidades tecnológicas privadas de Lima, las actividades y las normas de personal según sus competencias laborales tienen efectos importantes sobre el clima de la organización para las empresas. Según Martha Alles (2011) define presentación de soluciones comerciales, “Es la capacidad de comunicar claramente al cliente el valor que la propuesta/solución desarrollada/acordada agrega a su negocio, y sus beneficios. Incluye la aptitud para comunicarse eficazmente tanto de manera oral como escrita, identificando las características de la audiencia y adaptando la presentación a sus interés y formación.”

Chang (2014) en su estudio titulado “Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos”, Universidad Rafael Landívar, llego a la conclusión que la atención al cliente carece de lineamientos estratégicos que orienten la conducta, aptitud y actitud de los colaboradores. Nos muestra una buena atención debe constar de cortesía, amabilidad y orientación adecuada al cliente, con lo cual este se llevará una buena impresión de la empresa. En muchos casos no sucede así, puesto que el colaborador no ha sido adecuadamente capacitado para el control de la inteligencia emocional, con lo que su reacción ante un cliente enojado o apresurado puede no siempre ser la

correcta. Es una debilidad también que deja muchos clientes insatisfechos con la atención. Según Carmen Blanco y Francisco Lobato (2010) definen cortesía, “Se debe mantener, en todo caso, un comportamiento amable que muestre respeto y consideración con el cliente.”

Lee (2016) en su estudio titulado “El Servicio y la atención al cliente en las redes sociales”, Universidad de San Andrés, llegó a la conclusión en un mundo en donde las actividades y transacciones están comenzando a migrar hacia el ecosistema digital, es importante que las empresas ingresen allí y comiencen a tener presencia. Si bien las empresas se metieron primeramente a este ecosistema para realizar marketing directo. Según Carmen Blanco y Francisco Lobato (2010) define accesibilidad, “El sistema de comunicación debe ser accesible para el cliente, por lo que es preciso abrir diferentes vías: telefónica, correo convencional y electrónico, de atención personal directa. No se trata de generar burocracia sino de posibilitar la comunicación por todos los canales posibles.”

Medina y Moyano (2017) en su estudio titulado “Análisis de la atención al cliente de la empresa ConsultaxLegal y propuesta de estrategias de mejoramiento”, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, llegó a la conclusión con este análisis se conoció que la compañía mantiene buena relación con los clientes externos de manera que el cliente interno hace todo lo posible lo que este a su alcance para complacerlos y mantener las buenas relaciones con los clientes. Según Carmen Blanco y Francisco Lobato (2010) define que ambientación, “Los elementos físicos que soportan la atención al cliente deben estar en perfecto uso y ser agradables, de forma que generen un ambiente de confianza.”

Carranza y Gonzales (2016) en su estudio titulado “propuesta de un basado en Lean Manufacturing para mejorar la atención al cliente en el Molino Sol de Oros SAC”, Universidad Señor de Sipán-Pimentel-Perú, llegó a la conclusión se realizó el diagnóstico, el cual era deficiente y poco satisfactorio para toda la empresa afectando principalmente el área de atención al cliente, teniendo demora en sus tiempos de entrega de los productos. Según Carmen Blanco y Francisco Lobato (2010) define diligencia, “el cliente tiene que percibir que la atención que se le presta es rápida, oportuna y eficiente.”

## V. CONCLUSIONES

Se concluye

Primera: Se logró cumplir con el objetivo general de esta investigación, el cual es determinar la relación entre la competencia laboral y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018; ya que en los resultados obtenidos se demostró por medio de Prueba de T de Student, demostrando que la hipótesis general tienen un valor de prueba  $p=0,000$ , el cual es altamente significativo, por tanto, se acepta como verdadera la hipótesis alternativa Existe relación entre competencia laboral y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A.(Tabla 18)

Segunda: En base al primer objetivo específico, el cual es determinar la relación entre la iniciativa y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., fue alcanzado por medio de los resultados conseguidos por la prueba T de Student; demostrando que la primera hipótesis específica tienen un valor de prueba  $p=0,000$ ; por esta razón la iniciativa y atención al cliente tienen relación en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A. (Tabla 19)

Tercera: En base al segundo objetivo específico, el cual es determinar la relación entre la orientación a los resultados y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., fue alcanzado por medio de los resultados conseguidos por la prueba T de Student; demostrando que la segunda hipótesis específica tienen un valor de prueba  $p=0,000$ ; por esta razón la orientación a los resultados y atención al cliente tienen relación en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A. (Tabla 20)

Cuarta: En base al tercer objetivo específico, el cual es determinar la relación entre trabajo en equipo y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., fue alcanzado por medio de los resultados conseguidos por la prueba T de Student; demostrando que la tercera hipótesis específica tiene un valor de prueba  $p=0,000$ ; por esta razón el trabajo en equipo y

atención al cliente tienen relación en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A. (Tabla 21)

Quinta: En base al cuarto objetivo específico, el cual es determinar la relación entre presentación de soluciones comerciales y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., fue alcanzado por medio de los resultados conseguidos por la prueba T de Student; demostrando que la cuarta hipótesis específica tienen un valor de prueba  $p=0,000$ ; por esta razón la presentación de soluciones comerciales y atención al cliente tienen relación en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A. (Tabla 22)

## **VI. RECOMENDACIONES**

Se recomienda:

La empresa debe identificar las competencias de sus colaboradores mediante evaluaciones de desempeño, las cuales permitan elaborar procesos o programas de aprendizaje, como la inducción al puesto a desempeñar, capacitaciones para fortalecer la inteligencia emocional, así apoyar al colaborador a lograr un mejor rendimiento de su desempeño y un fortalecimiento de las habilidades requeridas, para mejorar la atención al cliente. (Tabla 8)

Las jefaturas deben valorar la iniciativa de los colaboradores, si bien cuando hay iniciativa se comenten errores, tratando estos errores como oportunidades de mejorar, reforzar el mensaje que el uso de iniciativa propia es valorado en la empresa, la cual va enfocada a la atención del cliente. (Tabla 9)

Las jefaturas deben reconocer y motivar a los colaboradores su esfuerzo e interés en las metas y objetivos (orientación a los resultados), durante la ejecución en el proceso de atención al cliente para conseguir un resultado, satisfactorio a la necesidad del cliente. (Tabla 10)

Las jefaturas dentro del proceso de atención al cliente, deben apoyar a todos los colaboradores nuevos y antiguos al logro de objetivos como equipo sin discriminación, deben afianzar un sentido de pertenencia, que forman parte de un grupo de trabajo, que el reconocimiento no es individual sino de grupo, todo este logro será un beneficio para el cliente. (Tabla 11)

Los colaboradores deben tener en común una comunicación clara, velar por los beneficios del cliente para el interés comercial de la empresa, como también la empresa debe brindar las herramientas e infraestructuras adecuadas para cada proceso en la atención al cliente. (Tabla 12)

## VII. REFERENCIAS

Alles, M. (2011), *Desempeño por Competencias*, Ciudad de Buenos Aires, Argentina, Impreso por Ediciones Granica S.A.

Arbaiza, L. (2011), *Desarrollo de competencias gerenciales: un modelo alternativo*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, impreso en Cromagraf EIRL- Perú.

Argüello, T. (2016) *Desarrollo del perfil de competencias del tutor de las prácticas clínicas de Enfermería*, Universidad Autónoma de Madrid en España. Recuperado de: [https://www.google.com.pe/search?ei=E2U-W\\_-9C8SxggfMrpnIAw&q=tesis+Desarrollo+del+perfil+de+competencias+del+tutor+de+las+pr%C3%A1cticas+cl%C3%ADnicas+de+Enfermer%C3%ADa&oq=tesis+Desarrollo+del+perfil+de+competencias+del+tutor+de+las+pr%C3%A1cticas+cl%C3%ADnicas+de+Enfermer%C3%ADa&gs\\_l=psy-ab.3...31946.34378.0.35186.6.6.0.0.0.0.285.1154.0j5j1.6.0....0...1c.1.64.psy-ab..0.1.181...35i39k1.0.t0ORmO8H4uQ](https://www.google.com.pe/search?ei=E2U-W_-9C8SxggfMrpnIAw&q=tesis+Desarrollo+del+perfil+de+competencias+del+tutor+de+las+pr%C3%A1cticas+cl%C3%ADnicas+de+Enfermer%C3%ADa&oq=tesis+Desarrollo+del+perfil+de+competencias+del+tutor+de+las+pr%C3%A1cticas+cl%C3%ADnicas+de+Enfermer%C3%ADa&gs_l=psy-ab.3...31946.34378.0.35186.6.6.0.0.0.0.285.1154.0j5j1.6.0....0...1c.1.64.psy-ab..0.1.181...35i39k1.0.t0ORmO8H4uQ)

Bernal, C. (2010), *Metodología de la Investigación*. Editorial Pearson. Colombia.

Blanco, C. y Lobato, F. (2010), *Comunicación Empresarial y Atención al Cliente*, impreso por Editorial Macmillan, España.

Carmona, A. (2016). *Competencias Laborales para el personal empleado de una empresa manufacturera a través de la evaluación de 360 grados*, Universidad Autónoma del Estado de México, México. Recuperado de: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/65174/TESIS%20YASMIN%20CARMONA-split-merge.pdf?sequence=3>

Carranza, E. y Gonzales, R. (2016). *Propuesta de un plan basado en Lean Manufacturing para mejorar la atención al cliente en el Molino Sol de Oro SAC*, Universidad Señor de Sipán, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/2298/1/Carranza%20Mu%C3%B1oz%20y%20Gonzales%20Rojas.pdf>



- Casanova, C. y Rodríguez, J. (2017). *Propuesta de mejora en la gestión de atención al cliente en una agencia de ventas de Trujillo de un All Inclusive Hotels & Resorts para mejorar la satisfacción al cliente*, Universidad Privada del Norte, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12648/Alcantara%20Casanova%20Carlos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cockerell, L. (2009). *El cliente pone las reglas*, impreso por editorial Aljibe, España.
- Chang, J. (2014). *Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos*, Universidad Rafael Lanívar, Guatemala. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Chang-Juan.pdf>
- Fernández, S. (2016). *Perfil de Competencias del Administrador de Empresa en República Dominicana*, Universidad de Sevilla, España. Recuperado de: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/52359/PERFIL%20DE%20COMPETENCIAS%20DEL%20ADMINISTRADOR%20DE%20EMPRESA%20EN%20REPUBLICA%20DOMINICANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, M. (2012), *Competencias Laborales. Método para evaluarlas*, ciudad de México, México, impreso en Editorial Trillas S.A de C.V.-México.
- Gutiérrez, R. (2017). *Competencias Laborales para empresas en soldaduras y su relación con la formación profesional en institutos tecnológicos públicos del cono sur de Lima*, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/1460/TM%20CE-Du%203228%20G1%20-%20Gutierrez%20Rendon.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5° ed.). México: McGraw- Hill.
- Herrera, A. (2015). *Competencias Laborales en los colaboradores del departamento de ventas de Bimbo Centroamérica*, agencia

- Huehuetenango*, Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de:  
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/05/43/Herrera-Andrea.pdf>
- Lee, M. (2016). *El Servicio y la atención al cliente en las redes sociales, Universidad de San Andrés, Argentina*. Recuperado de:  
<http://repositorio.udesu.edu.ar/jspui/bitstream/10908/12104/1/%5bP%5d%5bW%5d%20T.%20L.%20Adm.%20Lee%2c%20Melanie%20Cyntia.pdf>
- López, W. (2014). *Servicio y Atención al cliente en la Comercializadora de textiles –Unitex- de la cabecera departamental de Huehuetenango*, Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de:  
<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Lopez-Werlin.pdf>
- Louffat, E. (2012), *Administración del Potencial Humano*, ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, impreso en Cromagraf EIRL- Perú.
- Louffat, E. (2013), *Administración de Equipos Humanos*, ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, impreso en talleres de Data Color Impresores, S.A. de C.V. México.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercados: Un enfoque aplicado. Encuesta de Likert*. Ciudad de Mexico, Mexico impreso en Editorial Pearson Educación.
- Medina, S. y Moyano, S (2017). *Análisis de la atención al cliente de la empresa ConsultaxLegal y propuesta de estrategias de mejoramiento*, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de:  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7973/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-378.pdf>
- Mendoza, R. (2018). *Competencias laborales en los trabajadores administrativos de la empresa Grupo Vital*, Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Perú. Recuperado de:  
<http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2374/TRAB.SU.F.PROF.Rosa%20Luz%20Mendoza%20Oliva.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Ortega, C. (2015). *Las Competencias Laborales y el clima organizacional del personal administrativo en las universidades tecnológicas privadas de Lima*, Universidad Nacional Mayor de San Marcos”, Perú. Recuperado de: [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4308/Ortega\\_mc.pdf?sequence=1&isAllowed=](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4308/Ortega_mc.pdf?sequence=1&isAllowed=)

Ortiz, Ch. (2018). *Competencia laboral y desempeño laboral en el personal del servicio de laboratorio clínico en el Hospital Nacional Hipólito Unanue*, Universidad Cesar Vallejo, Perú. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12572/Ortiz\\_HCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12572/Ortiz_HCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ortiz Granja, Dorys, *El constructivismo como teoría y método de enseñanza*. Sophia, Colección de Filosofía de la Educación [en línea] 2015, [Fecha de consulta: 8 de junio de 2018] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441846096005>> ISSN 1390-3861

Parra, R. (2014). *Análisis de las competencias y habilidades desarrolladas en los estudiantes de últimos semestres de la carrera Ingeniería en Contaduría Pública y auditoria para facilidad de la inserción laboral en áreas financieras y contables de las empresas*, Universidad Estatal de Milagro, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/2599/1/An%C3%A1lisis%20de%20las%20competencias%20y%20habilidades%20desarrolladas%20en%20los%20estudiantes%20de%20%C3%BAltimos%20semestres%20de%20la%20Carrera%20Ingenier%C3%ADa%20en%20C.pdf>

Perilla Toro, Lyria Esperanza, David C. McClelland (1917 -1998). *Revista Latinoamericana de Psicología* [en línea] 1998, 30 [Fecha de consulta: 7 de junio de 2018] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80530309>> ISSN 0120-0534

- Quiliche, M. (2016). *Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio de una entidad bancaria Cajamarca 2016*, Universidad Privada del Norte, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/9901/QUILICHE%20VILANUEVA%2C%20%20MARINA%20%20AYDEE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Quiñones, J. (2016). *Modelo de gestión en la atención al cliente para cambio de medidores en la Corporación Nacional de Electricidad E.P. Unidad de negocios Esmeraldas*, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, Ecuador. Recuperado de: <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/600/1/QUI%C3%91ONEZ%20MONTANO%20JACQUELINE.pdf>
- Sampieri, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación 5ª edición*. México: Interamericana editores S.A.
- Serna, H. (2006). *Conceptos básicos en servicio al cliente*, impreso por Panamericana editorial Ltda., Colombia.
- Tuestas, T. (2017). *La mejora de atención al cliente en el banco de la Nación agencia Huamachuco*, Universidad Autónoma de Ica, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.autonomadeica.edu.pe/bitstream/autonomadeica/196/1/TUESTA%20VASQUEZ%20TANIA-MEJORA%20DE%20ATENCION%20AL%20CLIENTE%20EN%20BANCO.pdf>
- Ulloa, L. (2017). *Relación entre las competencias laborales del personal directivo y las competencias laborales del personal docente de la institución educativa N°129 "Yamaguchi" del distrito de Santa Anita*, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/1329/TM%20CE->

Ev%203093%20U1%20-  
%20Ulloa%20Mu%C3%B1oz.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Valderrama, S. (2014). *Pasos para Elaborar Proyectos de Investigación Científica*.  
Lima, Perú: San Marcos.

Vergara, A. (2017). *Propuesta de mejora en el proceso de Atención al cliente en una agencia bancaria*, Universidad Peruana de ciencias Aplicadas, Perú.  
Recuperado de:  
[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621717/VE  
RGARAL\\_A.pdf;jsessionid=7526D0AB3129872CDD0395E047794170?sequ  
ence=11](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621717/VERGARAL_A.pdf;jsessionid=7526D0AB3129872CDD0395E047794170?sequence=11)

## **VIII. ANEXOS**

Anexo 1: Matriz de Consistencia.

Anexo 2: Operacionalización de variables.

Anexo 3: Validación de Instrumento – Carta de Presentación.

Anexo 4: Certificado de validez del contenido del instrumento.

Anexo 5: Validación de Expertos.

Anexo 6: Cuestionario de Competencia laboral y atención al cliente.

Anexo 7: Base de datos de Competencia Laboral.

Anexo 8: Base de datos de Atención al cliente.

Anexo 9: Base de datos en el SPSS.

## ANEXO 1: Matriz de Consistencia

RELACIÓN ENTRE LA COMPETENCIA LABORAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL LA EMPRESA VOESTALPINE HIGH PERFORMANCE METALS DEL PERU S.A.							
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	MÉTODO	POBLACION Y MUESTRA
<b>GENERAL:</b> ¿Cuál es la relación entre la competencia laboral y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018?	<b>GENERAL:</b> Determinar la relación entre relación entre la competencia laboral y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.	<b>GENERAL:</b> Existe relación entre competencia laboral y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.	Variable 1: Competencia laboral.	Iniciativa.	Toma de decisiones Atención solicitada	La investigación es hipotético - deductivo.	35 colaboradores, de las empresas la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.
				Orientación a los resultados.	Atención a las urgencias Satisfacción de necesidades Motivación organizacional		
				Trabajo en equipo.	Colaboración Cooperación Tareas u objetivos compartidos	Cuantitativo.	
				Presentación de soluciones comerciales.	Comunicación clara Beneficio del cliente Interese comerciales		
<b>ESPECÍFICOS:</b> ¿Cuál es la relación entre iniciativa y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018?  ¿Cuál es la relación entre orientación a los resultados y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018?  ¿Cuál es la relación entre trabajo en equipo y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018?  ¿Cuál es la relación entre presentación de soluciones comerciales y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018?	<b>ESPECÍFICOS</b> Determinar la relación entre iniciativa y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.  Determinar la relación entre orientación a los resultados y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.  Determinar la relación entre trabajo en equipo y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.  Determinar la relación entre presentación de soluciones comerciales y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.	<b>ESPECÍFICOS:</b> Existe relación entre iniciativa y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.  Existe relación entre orientación a los resultados y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.  Existe relación entre trabajo en equipo y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.  Existe relación entre presentación de soluciones comerciales y atención al cliente en la empresa Voestalpine High Performance Metals del Perú S.A., Sede principal Lima, 2018.	Variable 2: Atención al cliente.	Accesibilidad.	Utilidad de herramientas y medios Responsabilidad dirigida Accesibilidad de canales	<b>TIPO</b>	<b>TÉCNICAS</b>
				Diligencia.	Atención rápida Atención oportuna Atención eficiente	Aplicada	
				Cortesía.	Amabilidad Respeto Empatía		<b>NIVEL</b>
				Ambientación.	Confianza Infraestructura	Descriptivo.	
						<b>DISEÑO</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
						No experimental, correlacional de corte transversal.	Cuestionario de 45 ítems

## Anexo 2: Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
COMPETENCIA LABORAL	Alles, M. (2011), define que, "El termino competencia hace referencia a características de personalidades, devenidas de comportamientos que genera un desempeño exitoso en un puesto de trabajo. Cada puesto de trabajo puede tener diferentes características en empresas y los mercados distintos" (p.84).	Las competencias laborales se medirán a través de sus dimensiones; iniciativa, orientación a los resultados, trabajo en equipo y presentación de soluciones comerciales, sin embargo se recurrirá a unidades de menores análisis observables., se utilizara como instrumento el cuestionario de 23 preguntas en la escala de Likert.	Iniciativa	Toma de decisiones	1,2	Cuestionario Escala de Likert – Prueba de T Student  (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
				Atención solicitada	3,4	
			Orientación a los resultados	Atención a las urgencias	5,6	
				Satisfacción de necesidades	7,8	
				Motivación organizacional	9,10	
			Trabajo en equipo	Colaboración	11,12,13	
				Cooperación	14,15	
				Tareas u objetivos compartidos	16,17	
			Presentación de soluciones comerciales	Comunicación clara	18,19	
				Beneficio del cliente	20,21	
Intereses comerciales	22,23					
ATENCIÓN AL CLIENTE	Blanco, C. y Lobato, F. (2010), define que, "Conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a satisfacer las reclamaciones actuales de los clientes para resolverlas de forma eficiente, e identificar sus necesidades futuras con el fin de poder satisfacerlas llegando el momento oportuno" (p.289).	Atención al cliente se medirán a través de sus dimensiones; Accesibilidad, diligencia, cortesía y ambientación, sin embargo se recurrirá a unidades de menores análisis observables., se utilizara como instrumento el cuestionario de 22 preguntas en la escala de Likert.	Accesibilidad	Utilidad de herramientas y medios	24,25	Cuestionario Escala de Likert – Prueba de T Student  (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
				Responsabilidad dirigida	26,27	
				Accesibilidad de canales	28,29	
			Diligencia	Atención rápida	30,31	
				Atención oportuna	32,33	
				Atención eficiente	34,35	
			Cortesía	Amabilidad	36,37	
				Respeto	38,39	
				Empatía	40,41	
			Ambientación	confianza	42,43	
Infraestructura	44,45					



### Anexo 3: Validación de Instrumento – Carta de Presentación



#### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita)Dr.(a)/Mg.: Carlos Antonio Merino Zarallos

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante del programa de la Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, en la sede Lima Norte; requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Bachiller y título profesional de Licenciatura en Administración de Empresas.

El título nombre de mi tesis es: "COMPETENCIA LABORAL Y ATENCIÓN AL CIENTE EN LA EMPRESA VOESTALPINE HIGH PERFORMANCE METALS DEL PERÚ S.A., SEDE PRINCIPAL LIMA, 2018"


y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Karin Elizabeth, Saravia Garcia  
DNI. N° 40967929



5	Siempre								
45	La infraestructura, ¿es la adecuada para un cliente con discapacidad, embarazo u otra característica similar?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Suficiente

Opinión de aplicabilidad: Aplicable  Aplicable después de corregir  No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Merino Zavallos, Carlos Antonio DNI: 07969037

Especialidad del validador: Administración

Los Olivos, 30 de Junio del 2018

Nombre y Firma del Experto Informante.  
Carlos A. Merino Z.

<sup>1</sup> **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup> **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup> **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita)Dr.(a)/Mg.: Jose' Alfredo Manilla Garayzar.....

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante del programa de la Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, en la sede Lima Norte; requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Bachiller y título profesional de Licenciatura en Administración de Empresas.

El título nombre de mi tesis es: "COMPETENCIA LABORAL Y ATENCIÓN AL CIENTE EN LA EMPRESA VOESTALPINE HIGH PERFORMANCE METALS DEL PERÚ S.A., SEDE PRINCIPAL LIMA, 2018"

y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Karin Elizabeth, Saravia Garcia

DNI. N° 40967929



5	Siempre																		
45	La infraestructura, ¿es la adecuada para un cliente con discapacidad, embarazo u otra característica similar?																		
1	Nunca																		
2	Casi Nunca																		
3	Algunas veces																		
4	Casi siempre																		
5	Siempre																		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [  ] Aplicable después de corregir [  ] No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador: Mansilla Garayzar, José Alfredo DNI: 21458050

Especialidad del validador: Administrador

Los Olivos 29 de Junio del 2018

  
.....  
Dr. Jose A. Mansilla Garayar

Nombre y Firma del Experto Informante.

<sup>1</sup> **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup> **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup> **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita) Dr.(a)/Mg.: Fanny Zavala Alfaro.....

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante del programa de la Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, en la sede Lima Norte; requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Bachiller y título profesional de Licenciatura en Administración de Empresas.

El título nombre de mi tesis es: "COMPETENCIA LABORAL Y ATENCIÓN AL CIENTE EN LA EMPRESA VOESTALPINE HIGH PERFORMANCE METALS DEL PERÚ S.A., SEDE PRINCIPAL LIMA, 2018"

y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Karin Elizabeth, Saravia Garcia  
DNI. N° 40967929



## Anexo 4: Certificado de validez del contenido del instrumento



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "COMPETENCIA LABORAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA HIGH PERFORMANCE METALS DEL PERÚ S.A., SEDE PRINCIPAL LIMA, 2018"

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>VARIABLE 1: COMPETENCIA LABORAL</b>								
<b>DIMENSIÓN 1: INICIATIVA</b>								
1	Los colaboradores, ¿poseen autonomía, monitoreadas por las jefaturas, para tomar decisiones?							
1	Nunca							
2	Casi Nunca							
3	Algunas veces							
4	Casi siempre							
5	Siempre							
2	Cuando los jefes toman decisiones, ¿las comparten en el área para fortalecerlas con las iniciativas de sus equipos de trabajo?							
1	Nunca							
2	Casi Nunca							
3	Algunas veces							
4	Casi siempre							
5	Siempre							
3	Si un colaborador requiere fortalecer sus habilidades o desempeño laboral, ¿es atendido oportunamente por el jefe de área?							
1	Nunca							
2	Casi Nunca							
3	Algunas veces							
4	Casi siempre							
5	Siempre							
4	Los colaboradores ante la necesidad de apoyo, para la mejora de sus procedimientos, ¿encuentran el colaboracionismo oportuno de sus equipos?							
1	Nunca							
2	Casi Nunca							
3	Algunas veces							
4	Casi siempre							
5	Siempre							
<b>DIMENSIÓN 2: ORIENTACIÓN A LOS RESULTADOS</b>								
5	En el área, los colaboradores de mayor antigüedad, ¿contribuyen en la mejora de los procesos?							
1	Nunca							
2	Casi Nunca							
3	Algunas veces							
4	Casi siempre							
5	Siempre							
6	Ante una urgencia, ¿los colaboradores poseen las competencias resolutivas para su atención sin recurrir a las jefaturas?							
1	Nunca							
2	Casi Nunca							
3	Algunas veces							
4	Casi siempre							
5	Siempre							
7	Los colaboradores, ¿realizan con efectividad sus labores, generando satisfacción en las jefaturas?							
1	Nunca							
2	Casi Nunca							
3	Algunas veces							
4	Casi siempre							
5	Siempre							
8	Los horarios establecidos en la atención y fuera de horario, ¿se disponen de colaboradores para culminar el proceso de atención?							
1	Nunca							
2	Casi Nunca							
3	Algunas veces							



4	Casi siempre								
5	Siempre								
9	El reconocimiento dado por el logro de las metas cumplidas, ¿es una cultura en la organización?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
10	Cuando un colaborador cumple con las metas propuestas, ¿la empresa lo recompensa y reconoce?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
<b>DIMENSIÓN 3: TRABAJO EN EQUIPO</b>									
11	El trabajo en equipo, ¿es una fortaleza en el área, donde predomina la colaboración sin discriminación?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
12	Si un colaborador es nuevo e integra el trabajo en equipo, ¿es "parte de" sin exclusión?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
13	Los colaboradores, ¿evidencian apoyo de todos los que pertenecen al área, sin discriminación alguna?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
14	Los colaboradores, ¿cooperan con ideas de mejora para cumplir con los procedimientos de la empresa?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
15	El trabajo en equipo, ¿es una fortaleza en el área, y las actividades se desarrollan con cordialidad y buen trato para promover la cooperación?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
16	Las jefaturas, ¿generan tareas que realizar en equipos, tratando que sus miembros tengan habilidades complementarias para fomentar la participación de todos?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
17	Los colaboradores que cumplen sus tareas, ¿ayudan a otros en el logro de sus objetivos?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								







2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
27	Ante una situación de debilidad en el servicio, ¿los jefes comparten con sus equipos de trabajo la responsabilidad de la acción a tomar?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
28	Nuestros canales de información, ¿son adecuados, para la libre elección del cliente?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
29	Existe un buen seguimiento de los colaboradores ante los canales accesibles que posee el cliente?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
	<b>DIMENSIÓN 2: DILIGENCIA</b>								
30	Para una atención rápida, ¿los colaboradores cuentan con información actualizada?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
31	Los horarios establecidos en la atención y fuera de horario, ¿se disponen de colaboradores para culminar el proceso de atención?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
32	Los clientes, ¿son atendidos en tiempo oportuno, aun cuando hay mayor demanda?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
33	Toda consulta o duda del cliente es atendida y resulta oportunamente por personal técnico.								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
34	Los colaboradores, ¿tienen asertividad y tolerancia para garantizar una atención eficiente?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
35	Las jefaturas, ¿se involucran para que la atención sea eficiente?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								

3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
	<b>DIMENSIÓN 3: CORTESÍA</b>	✓		✓			✓		
36	Todos los colaboradores, ¿muestran la misma amabilidad al atender un cliente malhumorado?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
37	Los colaboradores, ¿muestran la misma amabilidad al atender, sin discriminación a los clientes?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
38	Los colaboradores en el proceso, ¿mantienen la predisposición, hacia un cliente que falta el respeto?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
39	Los colaboradores, ¿han sido capacitados en el control de sus emociones para la atención a clientes alterados?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
40	Entre colaboradores y jefaturas, ¿existe empatía, para atender incidencias con clientes alterados?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
41	Los colaboradores, ¿tienen empatía hacia los clientes o solo cumplen con funciones propias de su área?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
	<b>DIMENSIÓN 4: AMBIENTACIÓN</b>	✓		✓			✓		
42	Consideras que, ¿el cliente se siente confiado frente una atención técnica?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
43	El compromiso de un colaborador, ¿brinda suficiente confianza al cliente para una próxima atención?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								
5	Siempre								
44	La infraestructura externa e interna, ¿es la adecuada y segura hacia la atención al cliente?								
1	Nunca								
2	Casi Nunca								
3	Algunas veces								
4	Casi siempre								

## Anexo 5: Validación de Expertos



### UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

#### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

##### I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr/ Mg. Merino Zevallos Carlos Antonio  
 1.2 Cargo e Institución donde labora: DIC - UCV  
 1.3 Especialidad del validador: Administración  
 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: \_\_\_\_\_  
 1.5 Título de la Investigación: \_\_\_\_\_  
 1.6 Autor del Instrumento: \_\_\_\_\_

##### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico				80%	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				80%	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				80%	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				80%	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				80%	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos				80%	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				80%	
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				80%	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación				80%	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					80%	

Pertinencia de los ítems o reactivos del Instrumento:

Primera variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
	Item 1	✓	
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Los Olivos, 30 de Junio de 2018

  
Firma del Experto Informante.

DNI. N° 07969087 Teléfono N° 965726630

**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**
**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO  
 DE INVESTIGACIÓN**
**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr/ Mg. MANILLA GARCIA, JOSE A.  
 1.2 Cargo e Institución donde labora: Docente UCV.  
 1.3 Especialidad del validador: Administrador  
 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: \_\_\_\_\_  
 1.5 Título de la Investigación: \_\_\_\_\_  
 1.6 Autor del Instrumento: \_\_\_\_\_

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico					✓
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					✓
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					✓
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					✓
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					✓
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico					✓
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación					✓
PROMEDIO DE VALIDACION						92

**Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento:**
**Primera variable:**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 92 %. V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(  ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

(  ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Lima 29-06-2018

Firma del Experto Informante.  
DNI. N° 21458050 Teléfono N° 998013090

  
.....  
Dr. Jose A. Mansilla Garayar  
CODER, N° 360

**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**
**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO  
 DE INVESTIGACIÓN**
**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador: Dr. Mg. Fanny Zavala Alfaro  
 1.2 Cargo e Institución donde labora: Docente  
 1.3 Especialidad del validador: Economista  
 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: \_\_\_\_\_  
 1.5 Título de la Investigación: \_\_\_\_\_  
 1.6 Autor del Instrumento: \_\_\_\_\_

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CUIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico					✓
2. ORIENTIDAD	Esta expresado en conductas observables					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					✓
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					✓
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					✓
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y les dimensiones					✓
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico					✓
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación					✓
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						85%

**Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento:**
**Primera variable:**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE		INSUFICIENTE
Item 1	✓			
Item 2	✓			
Item 3	✓			
Item 4	✓			
Item 5	✓			
Item 6	✓			
Item 7	✓			
Item 8	✓			

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable



Segunda variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		
Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:

Firma del Experto Informante.  
DNI. N° 07356295 Teléfono N° 950942945

## Anexo 6: Cuestionario de Competencia laboral y atención al cliente

### CUESTIONARIO DE COMPETENCIA LABORAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

No escriba su nombre: sus respuestas son confidenciales y quedaran en el anonimato

Cargo que desempeña: .....

Edad: ..... fecha: .....

A continuación encontrará una serie de enunciados con relación a su trabajo. Se solicita su opinión sincera al respecto. Después de leer cuidadosamente cada uno de los enunciados y luego marque con una X el número que corresponda a su respuesta. No existen respuestas buenas y malas.

		1	2	3	4	5					
		NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE					
COMPETENCIA LABORAL	N°						1	2	3	4	5
	1	Los colaboradores, ¿poseen autonomía, monitoreadas por las jefaturas, para tomar decisiones?									
	2	Cuando los jefes toman decisiones, ¿las comparten en el área para fortalecerlas con las iniciativas de sus equipos de trabajo?									
	3	Si un colaborador requiere fortalecer sus habilidades o desempeño laboral, ¿es atendido oportunamente por el jefe de área?									
	4	Los colaboradores ante la necesidad de apoyo, para la mejora de sus procedimientos, ¿encuentran el colaboracionismo oportuno de sus equipos?									
	5	En el área, los colaboradores de mayor antigüedad, ¿contribuyen en la mejora de los procesos?									
	6	Ante una urgencia, ¿los colaboradores poseen las competencias resolutivas para su atención sin recurrir a las jefaturas?									
	7	Los colaboradores, ¿realizan con efectividad sus labores, generando satisfacción en las jefaturas?									
	8	Los clientes, ¿se muestran satisfechos por el servicio brindado, el colaborador ejerce competencias que limitan y previenen los reclamos?									
	9	El reconocimiento dado por el logro de las metas cumplidas, ¿es una cultura en la organización?									
	10	Cuando un colaborador cumple con las metas propuestas, ¿la empresa lo recompensa y reconoce?									
	11	El trabajo en equipo, ¿es una fortaleza en el área, donde predomina la colaboración sin discriminación?									

	12	Si un colaborador es nuevo e integra el trabajo en equipo, ¿es “parte de” sin exclusión? proceden oportunamente a instruir a sus equipos.					
	13	Los colaboradores, ¿evidencian apoyo de todos los que pertenecen al área, sin discriminación alguna?					
	14	Los colaboradores, ¿cooperan con ideas de mejora para cumplir con los procedimientos de la empresa?					
	15	El trabajo en equipo, ¿es una fortaleza en el área, y las actividades se desarrollan con cordialidad y buen trato para promover la cooperación?					
	16	Las jefaturas, ¿generan tareas que realizar en equipos, tratando que sus miembros tengan habilidades complementarias para fomentar la participación de todos?					
	17	Los colaboradores que cumplen sus tareas, ¿ayudan a otros en el logro de sus objetivos?					
	18	La comunicación, ¿es clara y oportuna para la celeridad en los procesos?					
	19	Los colaboradores, ¿tienen conocimiento en los procesos para emitir comunicación clara, cuando tienen que trabajar en equipo?					
	20	Las soluciones para la mejora del trabajo en equipo, ¿están direccionadas al beneficio del cliente?					
	21	Los jefes de área, ¿monitorean los resultados de los equipos de trabajo, para garantizar el beneficio de los clientes?					
	22	Los colaboradores realizan trabajos en equipos productivos, y ¿sus resultados satisfacen a los altos mandos?					
	23	Los intereses comerciales de la empresa y los resultados del trabajo en equipo, ¿son controlados por los altos mandos?					
<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>	24	Los colaboradores, ¿tienen acceso al uso de herramientas y medios que permitan satisfacer la atención al cliente?					
	25	Cuando en el área se requiere de medios y materiales para mejorar la atención al cliente, ¿las jefaturas se encargan de su abastecimiento?					
	26	Ante un reclamo, ¿el colaborador posee las competencias y autonomía para resolverlo?.					
	27	Ante una situación de debilidad en el servicio, ¿los jefes comparten con sus equipos de trabajo la responsabilidad de la acción a tomar?					
	28	Nuestros canales de información, ¿son adecuados, para la libre elección del cliente?					
	29	Existe un buen seguimiento de los colaboradores ante los canales accesibles que posee el cliente?					
	30	Para una atención rápida, ¿los colaboradores cuentan con información actualizada?					
	31	Los horarios establecidos en la atención y fuera de horario, ¿se disponen de colaboradores para culminar el proceso de atención?					

	32	Los clientes, ¿son atendidos en tiempo oportuno, aun cuando hay mayor demanda?					
	33	Toda consulta o duda del cliente es atendida y resulta oportunamente por personal técnico.					
	34	Los colaboradores, ¿tienen asertividad y tolerancia para garantizar una atención eficiente?					
	35	Las jefaturas, ¿se involucran para que la atención sea eficiente?					
	36	Todos los colaboradores, ¿muestran la misma amabilidad al atender un cliente malhumorado?					
	37	Los colaboradores, ¿muestran la misma amabilidad al atender, sin discriminación a los clientes?					
	38	Los colaboradores en el proceso, ¿mantienen la predisposición, hacia un cliente que falta el respeto?					
	39	Los colaboradores, ¿han sido capacitados en el control de sus emociones para la atención a clientes alterados?					
	40	Entre colaboradores y jefaturas, ¿existe empatía, para atender incidencias con clientes alterados?					
	41	Los colaboradores, ¿tienen empatía hacia los clientes o solo cumplen con funciones propias de su área?					
	42	Consideras que, ¿el cliente se siente confiado frente una atención técnica?					
	43	El compromiso de un colaborador, ¿brinda suficiente confianza al cliente para una próxima atención?					
	44	La infraestructura externa e interna, ¿es la adecuada y segura hacia la atención al cliente?					
	45	Lo La infraestructura, ¿es la adecuada para un cliente con discapacidad, embarazo u otra característica similar?					

## Anexo 7: Base de datos de Competencia Laboral

RESULTADOS DEL MUESTREO CON EL INSTRUMENTO COMPETENCIA LABORAL																													
		NUNCA		CASI NUNCA		A VECES		CASI SIEMPRE		SIEMPRE																			
		1		2		3		4		5																			
Nº	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	ITEM9	ITEM10	ITEM11	ITEM12	ITEM13	ITEM14	ITEM15	ITEM16	ITEM17	ITEM18	ITEM19	ITEM20	ITEM21	ITEM22	ITEM23	V1	D1	D2	D3	D4	
1	3	4	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	
2	1	1	2	1	3	3	2	3	3	2	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
3	1	1	1	1	1	1	2	2	2	3	1	3	1	2	3	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	
4	2	1	1	1	2	3	1	1	3	2	3	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	2	3	2	1	2	2	3	
5	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	
6	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
7	3	3	3	3	1	3	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	
9	2	1	3	2	1	1	3	1	1	2	3	3	3	3	3	3	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	3	2	
10	3	1	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	1	3	1	2	2	3	2	2	
11	1	1	3	2	3	2	3	3	2	3	1	2	1	1	3	3	3	1	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	
12	3	2	2	1	2	3	1	2	3	2	3	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	
13	2	3	3	2	3	2	1	1	2	1	3	2	3	1	1	1	3	3	3	2	2	3	1	2	3	2	2	2	
14	3	2	2	3	2	1	1	2	1	3	2	1	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	
15	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	
16	3	2	3	1	2	2	1	1	1	2	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3
17	3	1	3	1	1	1	2	1	1	3	3	1	3	1	3	3	1	3	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	
18	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	2	2	3	2	2	
19	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	
20	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	
21	3	2	1	1	2	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	
22	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	
23	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	
24	2	1	2	1	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	1	3	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	
25	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	
26	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	
27	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	2	2	1	1	2	2	2	3	2	2	
28	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	
29	1	1	1	3	2	3	2	3	3	3	3	1	2	3	3	1	1	1	1	1	2	1	3	2	2	3	2	2	
30	1	1	2	2	2	1	3	2	1	1	1	3	3	2	3	3	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	
31	3	1	3	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	
32	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	
33	2	2	2	1	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	
34	2	3	2	2	1	3	1	3	3	2	1	3	2	3	1	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	
35	1	2	1	1	2	3	3	2	1	1	3	2	2	3	2	1	2	2	1	3	2	2	1	2	1	2	2	2	

## Anexo 8: Base de datos de Atención al cliente

RESULTADOS DEL MUESTREO CON EL INSTRUMENTO ATENCIÓN AL CLIENTE																														
Nº	NUNCA					CASI NUNCA					A VECES					CASI SIEMPRE					SIEMPRE					V2	D5	D6	D7	D8
	ITEM24	ITEM25	ITEM26	ITEM27	ITEM28	ITEM29	ITEM30	ITEM31	ITEM32	ITEM33	ITEM34	ITEM35	ITEM36	ITEM37	ITEM38	ITEM39	ITEM40	ITEM41	ITEM42	ITEM43	ITEM44	ITEM45								
1	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3				
2	3	2	3	3	2	1	2	1	3	3	3	1	1	2	1	3	3	2	3	3	2	1	2	2	2	2				
3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3				
4	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	4	4	3	2	3	3	1	3	2	3	3	3	3	2				
5	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3				
6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3				
8	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3				
9	1	3	1	1	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	1	1	3	1	1	1	2	3	2	2	2				
10	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3				
11	2	5	3	2	3	1	2	1	1	3	3	2	3	3	2	3	2	5	3	2	3	1	3	3	2	2				
12	3	1	2	3	2	3	1	3	3	2	2	3	2	2	1	2	3	1	2	3	2	3	2	3	2	3				
13	2	1	1	2	1	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	1	1	2	1	3	2	2	2	2				
14	1	1	2	1	3	2	1	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	1	1	2	1	3	2	2	2	2				
15	1	1	1	1	2	2	3	1	3	1	3	1	3	1	2	3	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2				
16	2	1	1	1	2	1	2	3	2	3	2	3	2	3	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1				
17	1	2	1	1	3	3	1	3	1	3	3	3	1	3	1	1	1	2	1	1	3	3	2	2	2	2				
18	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3				
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3				
20	1	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2	2				
21	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	2	2	3	3	3	1	3	2	3	3	3				
22	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2				
23	1	3	3	4	3	2	3	2	1	3	4	3	2	3	1	3	1	3	3	4	3	2	3	3	3	3				
24	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	4	4	4	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3				
25	3	2	3	3	2	3	1	3	2	3	3	3	3	1	3	4	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3				
26	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2				
27	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3				
28	2	2	3	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	4	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2				
29	3	2	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	4	1	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3				
30	1	3	2	1	1	1	3	3	2	3	3	3	3	2	2	4	1	3	2	1	1	1	1	2	2	1				
31	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				
32	3	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	2	1	1	3	2	2	3	2				
33	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2				
34	3	1	3	3	2	1	3	2	3	1	2	2	3	2	2	1	3	1	3	3	2	1	2	2	2	2				
35	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	4	3	2	1	1	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3				

## Anexo 9: Base de datos en el SPSS

\*Sin título3 [Conjunto\_de\_datos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	D1	N Numérico	8	0	INICIATIVA	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
2	D2	N Numérico	8	0	ORIENTACIÓN A LOS...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
3	D3	N Numérico	8	0	TRABAJO EN EQUIPO	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
4	D4	N Numérico	8	0	PRESENTACIÓN DE ...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
5	V1	N Numérico	8	0	COMPETENCIA LAB...	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
6	D5	N Numérico	8	0	ACCESIBILIDAD	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
7	D6	N Numérico	8	0	DILIGENCIA	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
8	D7	N Numérico	8	0	CORTESÍA	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
9	D8	N Numérico	8	0	AMBIENTACIÓN	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
10	V2	N Numérico	8	0	ATENCION AL CLIENTE	{1, NUNCA}...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											
26											
27											
28											
29											
30											
31											
32											
33											
34											
35											
36											
37											
38											
39											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

6:49 p. m. 1/07/2018



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

TERESA GONZALES MONCADA, COORDINADORA DE INVESTIGACION DEL PFA de la Universidad César Vallejo LIMA NORTE (precisar filial o sede), revisor(a) de la tesis titulada

"COMPETENCIA LABORAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA VOESTALPINE HIGH PERFORMANCE METALS DEL PERÚ S.A., SEDE PRINCIPAL LIMA, 2018."

Del (de la) estudiante SARAVIA GARCIA KARIN ELIZABETH constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17% 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, 07 de diciembre 2018



Firma

TERESA GONZALES MONCADA

DNI: 25728455

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



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Competencia laboral y atención al cliente en la empresa Voestalpine  
High Performance Metals del Perú S.A., sede principal Lima. 2018.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

**AUTORA:**  
SARAVIA GARCIA, KARIN ELIZABETH

**ASESOR:**  
Mac. MERINO ZEVALLOS, CARLOS ANTONIO

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**  
Gestión de Organizaciones

**LIMA PERÚ**

Resumen de coincidencias

17 %

Rank	Source	Percentage
1	repositorioacademico...	2 %
2	repositorio.unam.edu.pe	1 %
3	repositorio.uam.es	1 %
4	Entregado a Universida...	1 %
5	repositorio.autonomad...	1 %
6	cybertesis.unmsm.edu...	1 %
7	es.scribd.com	1 %
8	repositorio.lamolina.ed...	1 %
9	Entregado a Facultad L...	1 %
10	recursosbiblio.url.edu.gt	1 %

**FORMATO DE SOLICITUD**

SOLICITA: VISSO DE BUENO

ESCUELA DE ING. INDUSTRIAL / EMPRESARIAL

KARIN ELIZABETH SARONIA GARCIA con Dni N° 40967929

Domiciliado (a) en Pje L N°183 CARLOS UGTO FERNANDINI LOS OLIVOS

(Calle / lote / Mz / Urb / Distrito / Provincia / Región)

Ante Ud. Con el debido respeto expongo lo siguiente:

Que en mi condición de alumno de la promoción: GRUPO 62 del programa: SUB5

(Periodo)

..... identificado con el código de matrícula N°: 6700261418

(Código del alumno)



de la Escuela de Pre – grado, recorro a su honorable despacho para solicitarle lo

siguiente:

VISSO BUENO DE MI TESIS

Por lo expuesto, agradeceré ordenar a quien corresponde se me atienda mi petición por ser de justicia.

Lima, 27 de NOVIEMBRE de 2018



(Firma del solicitante)

Documento que adjunto:

cualquier consulta por favor comunicarse

al teléfono: 943086093



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Saravia Garcia Karin Elizabeth
D.N.I. : 40967929
Domicilio : Pjs "A" #183 Carlos Cueto Fernandez en 2da etapa los Olivos
Teléfono : Fijo : 622-0665 Móvil : 943-086-093
E-mail : KarinSaraviaGarcia@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

[X] Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales
Escuela : Administración
Carrera : Administración
Título : Licenciada en Administración

[ ] Tesis de Post Grado

[ ] Maestría Grado :
[ ] Doctorado Mención :



DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:
Saravia Garcia Karin Elizabeth

Título de la tesis:
Competencia Laboral y Atención al cliente en la empresa
Diestalpine high performance Metals del Peru S.A. Lima, 2018.

Año de publicación :

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma : [Handwritten Signature]

Fecha : 11.12.18



# 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 de Administración

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Karin Elizabeth, Sarania Garcia

INFORME TÍTULADO:

Competencia Laboral y Atención al cliente en la

Empresa Ucosalpine high performance Metals del Perú S.A. Sede principal 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Administración

SUSTENTADO EN FECHA: 19-07-2018

NOTA O MENCIÓN: 14



[Firma]  
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN