



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

“Capacitación para optimizar la atención en el área de servicio al cliente -  
Tottus S.A. Open Plaza Chiclayo”

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

Licenciada en Administración

**AUTORA:**

Br. Ñañez Pintado Catherine Lissette (ORCID: 0000-0003-0868-2305)

**ASESORA:**

Dr. Mileydi Flores Fernández (ORCID: 0000-0002-6257-1795)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de organizaciones

**CHICLAYO – PERÚ**

2019

## Dedicatoria

A mis padres y hermanas por ser las personas más increíbles de mi vida y que nunca dejaron de confiar en mí para alcanzar esta meta, brindándome su apoyo y comprensión para seguir adelante.

A mis dos hermosos hijos por su amor y apoyo incondicional, que me motivaron a culminar y así poder llegar a la meta.

Ñañez Pintado, Catherine Lissette

## Agradecimiento

A Dios todo poderoso por bendecirme guiarme y protegerme con su manto vendito lleno.

A la Dra. Mileydi Flores Fernández que a través de sus consejos y enseñanzas me brindó importantes aportes.

Al Dr. David Orlando Pérez Alarcón que, gracias a su aporte, apoyó a la culminación de esta investigación.

A la empresa “Tottus S.A.” por su apoyo durante el proceso de toda esta investigación.

Ñañez Pintado, Catherine Lissette



ACTA DE SUSTENTACIÓN

En la ciudad de Chiclayo, siendo las 6:00 pm del día 28 de diciembre del 2019, de acuerdo a lo dispuesto por la Resolución de Dirección de Investigación N° 227, de fecha 23 de diciembre del 2019, se procedió a dar inicio al acto protocolar de sustentación de la tesis titulada: "CAPACITACIÓN PARA OPTIMIZAR LA ATENCIÓN EN EL AREA DE SERVICIO AL CLIENTE – TOTTUS S.A. OPEN PLAZA CHICLAYO", presentado por la Bachiller: ÑAÑEZ PINTADO CATHERINE LISSETTE, con la finalidad de obtener el Título de Licenciada en Administración, ante el jurado evaluador conformado por los profesionales siguientes:

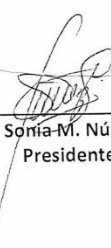
- PRESIDENTE : Mgtr. Sonia Magali Núñez Puse  
SECRETARIO (A) : Dra. Mileydi Flores Fernández  
VOCAL : Mgtr. David Orlando Pérez Alarcón

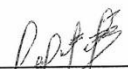
Concluida la sustentación y absueltas las preguntas efectuadas por los miembros del jurado se resuelve:

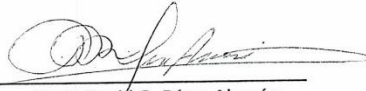
Aprobar por Unanimidad.

Siendo las 6:59 pm del mismo día, se dio por concluido el acto de sustentación, procediendo a la firma de los miembros del jurado evaluador en señal de conformidad.

Pimentel, 28 de diciembre del 2019

  
Mgtr. Sonia-M. Núñez Puse  
Presidente

  
Dra. Mileydi Flores Fernández  
Secretario (a)

  
Mgtr. David O. Pérez Alarcón  
Vocal

CAMPUS CHICLAYO  
Carretera Chiclayo Pimentel Km. 3.5  
Telf.: (074) 481616 / Anexo: 6514

fb/ucv.peru  
@ucv\_peru  
#saliradelante  
ucv.edu.pe

## Declaratoria de autenticidad

### Declaratoria de autenticidad

Yo, Ñañez Pintado Catherine Lissette, estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académica Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI 46548676 con la tesis titulada: "Capacitación para Optimizar la Atención en el Área de Servicio al Cliente - TOTTUS S.A. Open Plaza Chiclayo. 2018"

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis es de mi autoría
2. He respetado las normas internacionales APA de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido autoplagiado, es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Ñañez Pintado, Catherine Lissette

DNI:46548676

Chiclayo, 15 diciembre del 2018

## Índice

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento.....	ii
Página del jurado .....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Índice.....	vi
Índice de tablas.....	viii
Índice de figuras.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Realidad problemática.....	1
1.1.1. A nivel internacional .....	1
1.1.2. A nivel nacional.....	3
1.1.3. A nivel local .....	5
1.2. Trabajos previos .....	6
1.2.1. A nivel internacional .....	6
1.2.2. A nivel nacional.....	8
1.2.3. A Nivel local .....	10
1.3. Teorías relacionadas al tema .....	12
1.3.1. Gestión del Talento Humano en las organizaciones .....	12
1.3.2. Valor del Talento Humano para las organizaciones.....	12
1.3.3. Medición y evaluaciones de capacidades en la organización .....	13
1.3.4. Razones para realizar el análisis de puestos.....	14
1.3.5. La Capacitación de Personal en las Organizaciones.....	14
1.3.6. Etapas relacionadas a la Capacitación organizacional .....	15
1.3.7. Optimización del servicio mediante la capacitación .....	16
1.3.8. Nivel de satisfacción de los clientes .....	17
1.3.9. Dimensiones de la calidad del servicio.....	17
1.3.10. Características de los Servicios.....	18
1.4. Formulación del Problema.....	18
1.5. Justificación del Estudio.....	18
1.6. Hipótesis.....	19

1.7.	Objetivos: .....	20
1.7.1.	Objetivo General.....	20
1.7.2.	Objetivos Específicos .....	20
II.	MÉTODO .....	21
2.1.	Tipo y diseño de investigación.....	21
2.2.	Variables, operacionalización.....	21
2.2.1.	Variables.....	21
2.2.2.	Operacionalización de Variables .....	22
2.3.	Población y muestra.....	24
2.3.1.	Población.....	24
2.3.2.	Muestra.....	24
2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	24
2.4.1.	Técnicas de recolección de datos.....	24
2.4.2.	Instrumentos .....	24
2.4.3.	Validez y confiabilidad .....	24
2.5.	Método de análisis de datos.....	24
2.6.	Aspectos éticos.....	25
III.	RESULTADOS .....	26
3.1.	Análisis de fiabilidad.....	26
3.2.	Resultados Pre Test.....	27
3.3.	Resultados Post Test.....	36
IV.	DISCUSIÓN .....	45
V.	CONCLUSIONES.....	48
VI.	RECOMENDACIONES .....	50
VII.	PROPUESTA.....	51
	REFERENCIAS .....	57
	ANEXOS.....	60
9.1.	Instrumento.....	60
9.2.	Validación del instrumento.....	63
9.3.	Matriz de consistencia .....	74
10.1.	Plan de intervención.....	76
10.2.	Tabla estadística .....	79
10.3.	Fotografías.....	80
	Acta de aprobación de originalidad.....	84
	Reporte de turnitin.....	85

Autorización de publicación de tesis en repositorio institucional UCV.....	86
Autorización de la versión final de trabajo de investigación.....	87

### Índice de tablas

Tabla 1. Variable independiente: Capacitación.....	22
Tabla 2. Variable dependiente: Servicio al cliente.....	23
Tabla 3. Estadísticos de fiabilidad aplicada a las variables capacitación y servicio al cliente.....	26
Tabla 4. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Transmisión de la información.....	27
Tabla 5. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Desarrollo de habilidades.....	28
Tabla 6. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Desarrollo de actitudes.....	29
Tabla 7. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Desarrollo de conceptos.....	30
Tabla 8. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Fiabilidad de Servicio.....	31
Tabla 9. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Capacidad de Respuesta.....	32
Tabla 10. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Empatía.....	33
Tabla 11. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Seguridad.....	34
Tabla 12. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Aspectos Tangibles.....	35
Tabla 13. Valoración porcentual Post Test Dimensión T. de la información.....	36
Tabla 14. Valoración porcentual Post Test Dimensión Desarrollo de Habilidades.....	37
Tabla 15. Valoración porcentual Post Test Dimensión Desarrollo de actitudes.....	38
Tabla 16. Valoración porcentual Post Test Dimensión Desarrollo de Conceptos.....	39
Tabla 17. Valoración porcentual Post Test Dimensión Fiabilidad del Servicio.....	40
Tabla 18. Valoración porcentual Post Test Dimensión Capacidad de Respuesta.....	41
Tabla 19. Valoración porcentual Post Test Dimensión Empatía.....	42
Tabla 20. Valoración porcentual Post Test Dimensión Seguridad.....	43
Tabla 21. Valoración porcentual Post Test Dimensión Aspectos Tangibles.....	44
Tabla 22. Matriz de consistencia.....	74
Tabla 23. Matriz de consistencia.....	75
Tabla 24. Plan de intervención.....	76
Tabla 25. Presupuesto del Plan de intervención.....	78
Tabla 26. Coeficiente alfa de Combrach.....	79



## Índice de figuras

Figura 1. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Transmisión de la información.....	27
Figura 2. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Desarrollo de habilidades.....	28
Figura 3. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Desarrollo de actitudes.....	29
Figura 4. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Desarrollo de conceptos.....	30
Figura 5. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Fiabilidad de Servicio.....	31
Figura 6. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Capacidad de Respuesta.....	32
Figura 7. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Empatía.....	33
Figura 8. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Seguridad.....	34
Figura 9. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Aspectos Tangibles.....	35
Figura 10. Valoración porcentual Post Test Dimensión T. de la información.....	36
Figura 11. Valoración porcentual Post Test Dimensión Desarrollo de Habilidades.....	37
Figura 12. Valoración porcentual Post Test Dimensión Desarrollo de actitudes.....	38
Figura 13. Valoración porcentual Post Test Dimensión Desarrollo de Conceptos.....	39
Figura 14. Valoración porcentual Post Test Dimensión Fiabilidad del Servicio.....	40
Figura 15. Valoración porcentual Post Test Dimensión Capacidad de Respuesta.....	41
Figura 16. Valoración porcentual Post Test Dimensión Empatía.....	42
Figura 17. Valoración porcentual Post Test Dimensión Seguridad.....	43
Tabla 18. Valoración porcentual Post Test Dimensión Aspectos Tangibles.....	44

## RESUMEN

La investigación surge a partir de las necesidades que hoy en día tienen los supermercados por mejorar la atención y servicio que brindan a sus clientes. La tiene como objetivo desarrollar capacitaciones parar optimizar la atención en el área de Servicio al Cliente Tottus S.A. Open Plaza Chiclayo 2018

La investigación es tipo descriptiva – aplicada, El diseño utilizado es cuasi-experimental, de un solo grupo con medición previa (antes) y posterior (después) de la variable dependiente, pero sin grupo control. Las variables utilizadas para la investigación fueron Capacitación y Servicio al cliente basados en las teorías de Chiavenato y Parasuraman. La población y muestra estuvo conformada por 30 colaboradores de la empresa; la técnica utilizadas para la recolección de datos fue la encuesta y el instrumento utilizado el cuestionario.

Se concluye Tottus SA., no ha realizado capacitaciones de manera continua en sus colaboradores, especialmente en el área de atención en servicio al cliente; debido a factores como corto presupuesto de inversión asignado, constante rotación del personal, contratos temporales, etc. Los trabajadores muestran deficiencias en su área, no se sienten debidamente capacitados y motivados para brindar un buen servicio; presentan una baja identificación con las funciones, políticas, reglas de la empresa, manejo de equipos y programas computacionales, así como en técnicas y métodos necesarios para realizar una atención óptima y de calidad frente a distintos tipos de clientes. Se recomienda al área del talento humano se realicen capacitación mediante charlas, talleres y jornadas de sensibilización dirigido a colaboradores continuamente a fin de poder escucharlos y orientarlos, brindándoles así poder desarrollarse tanto en lo laboral como personal para poder cumplir sus funciones de la mejor manera. Se debe potenciar el desarrollo y desempeño laboral a través del fortalecimiento de la cultura organizacional, potencial humano y diseño organizacional con el fin de convertir a la empresa Tottus S.A. en una empresa productiva y eficiente dentro de la cadena de supermercados.

**Palabras claves:** capacitación, servicio al cliente.

## ABSTRACT

The research arises from the needs that today have supermarkets to improve the care and service they provide their customers. The thesis for objective was to develop a training to optimize the customer service area of said in the Tottus S.A. Open Plaza Chiclayo

The research is descriptive - applied, the design used is quasi-experimental, of a single group with previous (before) and subsequent (after) measurement of the dependent variable, but without a control group. The variables used for the research were Training Customer Service based on the theories of Chiavenato and Parasuraman. The population and sample consisted of 30 employees of the company; the technique used for the data collection was the survey and the instrument used in the questionnaire.

Tottus SA is concluded, Has not carried out training continuously in its collaborators, especially in the customer service area; due to factors such as short budget allocation, constant staff turnover, temporary contracts, etc. Workers show deficiencies in their area, do not feel properly trained and motivated to provide a good service; they present a low identification with the functions, policies, rules of the company, management of equipment and computer programs, as well as in techniques and methods necessary to perform an optimal and quality attention to different types of clients. It is recommended to the area of human talent to carry out training programs, talks, workshops and awareness days aimed at collaborators continuously in order to listen and guide them, thus enabling them to develop both in the labor and personal to fulfill their functions of the best way. The development and work performance should be promoted through the strengthening of the organizational culture, human potential and organizational design in order to convert the company Tottus S.A. in a productive and efficient company within the supermarket chain.

**Keywords:** Training program, customer service.

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Realidad problemática**

Las capacitaciones del personal constituyen herramientas de gestión a través de las cuales se proporciona información y habilidades requeridas por los colaboradores de las organizaciones a fin de realizar un trabajo eficiente y eficaz en favor de clientes y usuarios. La capacitación de personal se ha desarrollado desde épocas primitivas en donde las personas mayores instruían a los más jóvenes a fin de que estos sigan actividades practicadas por las comunidades, asegurando así el sustento de las mismas pues el escaso uso de instrumentos en sus inicios impedía producir más de lo necesario.

Toda capacitación en las empresas hoy en día determina acciones a realizar en el corto plazo para desarrollar actividades encaminadas a dotar al personal de nuevos conocimientos, competencias y habilidades para alcanzar metas deseadas por la organización en favor del público en general. Si bien es cierto las capacitaciones se dan en el corto plazo, y se requiere que este sea continuo e integral, a fin de asegurar rendimientos excelentes que garantice la continuidad y el éxito de las empresas en un mercado altamente competitivo y globalizado.

#### **1.1.1. A nivel internacional**

En Japón las empresas exitosas según Arias (2015) “la sana práctica empresarial no ve a los trabajadores como una simple fuerza de trabajo desechable, sino como un factor valioso, un activo importante para la empresa. Esta última invierte en capacitación y adiestramiento de los trabajadores” (p. 117). Asimismo, poseen un sistema de evaluación por competencias que busca desarrollar un conjunto de personas que a un futuro competirán por ascender en las organizaciones. Estas empresas dan gran importancia al trabajo en equipo y asignan responsabilidades en grupo a fin de concentrar los intereses de todos en las metas establecidas dejando de lado beneficios particulares que muchas veces crean conflictos innecesarios y que no contribuyen en nada a los objetivos organizacionales.

Toda organización japonesa además desarrolla programas en las cuales invita a participar a todos los miembros de la familia de los trabajadores, pues estas organizan una serie de actividades que van desde las recreativas, culturales y deportivas hasta las que tienen que ver con el apoyo a la familia, el transporte, becas, vales de ahorro,

préstamos para vivienda y personales y otras acciones encaminadas a generar un mayor bienestar del personal en las empresas. Estas acciones buscan atraer, retener personal calificado además de la identificación de los mismos con la empresa en la que laboran.

En España, de acuerdo a Ayala (2016) para optimizar la labor de los profesionales el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), “subraya la importancia de contar con personal cualificado en destino en los países que así lo requieren” (p. 13). Es así que para perfeccionar las competencias de los profesionales de las multinacionales desde el año de 1975 esta organización cuenta con programas de becas de internalización en el que se prepara un total de 300 personas durante un período de tres años en la que cada uno de los becarios reciben cursos teóricos y prácticos en España y en más de 100 países que conforman la red en donde empresas españolas tienen presencia internacional.

Por otro lado, en Estados Unidos de Norteamérica de acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE, 2017: 311) indica que las empresas están capacitando e invirtiendo mucho dinero en capacitar personal experto en el manejo de riesgos de seguridad digital según esta organización “el 15% y 30% de las empresas ofrecen algún tipo de capacitación o desarrollo de habilidades referentes a los riesgos de seguridad digital”. Esta inversión en este rubro no solo es realizada por grandes empresas pues las pequeñas empresas también desarrollan programas en ese sentido a fin de preparar a sus trabajadores para conservar sus computadoras seguras ante posibles infiltraciones.

En Chile, de acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE, 2015) “el sistema actual de capacitación y aprendizaje continuo ha sido objeto de análisis por su falta de eficacia y por no beneficiar a los trabajadores” (p. 30). Pues en el país existe una ley que beneficia a las empresas que invierten en capacitación de sus trabajadores reduciéndoles créditos tributarios; esto hace que los más beneficiados sean los trabajadores de las grandes empresas con esto se deja de lado a las personas que laboran en pequeñas empresas. Se suma a esto que los programas de capacitación y desarrollo realizado por las empresas son ineficaces por su poca duración y calidad, desvinculados además del mercado laboral. Asimismo, se debe indicar que los gastos del estado para capacitación del mercado laboral solo representan el 0.39% del PIB nacional.

Las empresas latinoamericanas, en el mercado chino según Fernández y Cuñat (2014) se “enfrentan a múltiples retos que van desde la escasez de empleados cualificados, a la baja productividad y alta rotación” (p.79). No es nada fácil operar para estas empresas en este ambiente, se suma a ello la legislación laboral que ha crecido y se ha complicado en los últimos años. Frente a estos problemas las empresas para revertir dicha situación requieren invertir en programas de capacitación continua y desarrollar planes de carrera a fin de asegurar el desarrollo de sus colaboradores fomentando para ello la competitividad sana, unido todo ello al mejoramiento salarial de sus trabajadores a fin de conseguir una mayor eficiencia y efectividad en cada una de las actividades desarrolladas por sus colaboradores.

### **1.1.2. A nivel nacional**

En Perú, según El Centro de Desarrollo Startup América Latina (2016:139) a partir de “la creación del programa innóvate Perú, creado en 2014 por “produce” para implementar el Plan Nacional de Diversificación Productiva” programa que en la actualidad se viene financiando gracias a un préstamo de 15.7 millones de dólares con los cuales se está apoyado el emprendimiento de innovadores de alto contenido tecnológico que busquen tener éxito en los mercados internacionales y así con ello potenciar el desarrollo de empleo sostenido en el país; desde su creación se han evaluado 2054 propuestas de las cuales se han seleccionado 172, de estos 14 están relacionados con el fortalecimiento del ecosistema. Asimismo, el programa busca brindar capacitación al empresariado peruano para competir exitosamente en cualquier mercado.

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2015) el país ha buscado fortalecer la calidad de la educación a través de un programa de transformación curricular por competencias” (p. 187). Es así, que para dar validez a esta política de estado a través del Ministerio de Educación se creó un equipo para capacitar a docentes en innovación y actualización curricular y un equipo nacional de capacitación docente; asimismo, en el año 2012 se promulgó la Ley de Reforma Magisterial con el cual se ha intentado revalorizar la carrera docente a partir de la meritocracia a través procesos evaluativos transparentes y públicos, los cuales buscan recategorizar en escalas superiores a aquellos profesionales mejor capacitados. Sin

embargo, los gastos en materia de educación en el país aún continúan estando dentro de los más bajos de la región.

Según Debeljuh, Idrovo y Bernal (2015) manifiesta que con la finalidad de impulsar y favorecer el empoderamiento y la autonomía económica de la mujer peruana, en el año 2013 en la ciudad de Lima, el gobierno de Perú y funcionarios de Naciones Unidas, convinieron apoyar este proyecto, para lo cual contarán con la asesoría técnica de La Comisión Económica para América Latina (CEPAL), a fin de capacitarlas en el ámbito productivo y laboral como parte de una política impulsada por el Estado que busca promover el empleo entre las mujeres que son las que menos oportunidades de acceso laboral tienen aún en el mercado, y así logren independizarse económicamente siendo un sustento para sus familias, gracias a sus aportes económicos, como producto de su trabajo.

Las empresas en el país por su parte invierten en capacitar a sus colaboradores no solo en con el fin de proporcionarles mayor adiestramiento, conocimientos, destrezas, con el fin de mantenerse, tener éxito o conquistar nuevos mercados; sino que, además les brindan capacitación en materia de cuidado del medio ambiente. Si una empresa quiere competir en el mercado internacional debe apostar por capacitar a su personal en el cuidado de este, a fin de garantizar estándares de calidad requeridos por los mercados. Según Ayala, Bernárdez, de la Fuente y García (2016) manifiestan que “los retos de una marca internacional son los mismos que los de cualquier empresa que busca una ventaja diferencial a nivel nacional” (p. 17). Una capacitación en el cuidado del medio ambiente busca concientizar a los colaboradores en normas de calidad certificadas para el manejo de recursos y uso de técnicas adecuadas a fin de evitar la contaminación ambiental.

Las capacitaciones de colaboradores y decisiones gerenciales basadas en normas de calidad como una herramienta de gestión de suma importancia han logrado que empresas peruanas alcancen internacionalizarse. La primera certificación en gestión de calidad se otorgó en el Perú en 1994” cuando no se había alcanzado aún el involucramiento de la alta dirección y que al año 2010 existían 1117 empresas certificaciones en ISO 9000 además, de tener un grupo de empresas con certificación ISO 14000. Certificación que han permitido que empresas peruanas como AJE Group y Yambal, puedan ganarse el apodo de “multuilatinas”, que en la actualidad tienen

operaciones en diferentes países, lo que les ha permitido figurar en la lista de multimillonarios de Forbes en el año 2014.

### **1.1.3. A nivel local**

La empresa Tottus S.A. fue fundada en el Perú en año 2002, con capital chileno, para luego conquistar los supermercados de ese país, gracias a la compra por parte de Falabella de la cadena de supermercados San Francisco, por lo cual pagó la suma de 62, 5 millones de dólares, teniendo como objetivo captar el 10% de este mercado en el mediano plazo, para ello inauguró en la ciudad de Puente Alto, en el año 2005, el primer Hipermercado Tottus en Chile, después de haber inaugurado el primer Hipermercado Tottus en Mega Plaza en Perú. Actualmente la empresa cuenta con 55 locales a nivel nacional, de estos 02 se encuentran ubicados en la ciudad de Chiclayo, entre ellos uno ubicado en el centro comercial Open Plaza Chiclayo.

La empresa Tottus S.A., en su preocupación constante por brindar un buen servicio al cliente ha implementado cursos a través de los cuales se busca capacitar y desarrollar al personal. Estos cursos buscan consolidar su cultura, el liderazgo, asegurar la calidad, la atención en el servicio, la seguridad en el trabajo, el manejo y especialización en técnicas computacionales. Asimismo, la empresa en su afán de capacitarlos profesionalmente a sus colaboradores viene firmando convenios con universidades e instituciones de educación superior para otorgarle ciertos beneficios a su personal que deseen especializarse y acompañar así su crecimiento individual en beneficio de la empresa.

Pese a las capacitaciones, puestas en marcha por la empresa, estos aún no han logrado el objetivo perseguido; debido a que no se han tomado en cuenta las necesidades y evaluaciones de los colaboradores, es así que en el área del servicio al cliente en el centro comercial Open Plaza Chiclayo, el servicio al cliente, no es el más óptimo dejándose evidenciar ciertos problemas los cuales se ven reflejados en reclamos y quejas frecuentes referidas a precios consignados en carteles en donde se ubica el producto y precio real cobrado en caja, devolución de mercadería por presentar desperfectos o por no cumplir expectativas del cliente, así como productos adquiridos con etiquetas vencidas. Problemas observados que han permitido llevar a cabo la presente investigación, a fin de desarrollar capacitaciones en la empresa Tottus S.A.



ubicada en el Centro Comercial Open Plaza Chiclayo, y optimizar así la atención en el Área de Servicio al Cliente.

## **1.2. Trabajos previos**

### **1.2.1. A nivel internacional**

En su investigación Torres (2017) titulada “Propuesta de Mejoramiento del Servicio al Cliente frente al Procedimiento de Garantías de Electrodomésticos en el Centro Electrónico Colseguros” desarrollada en Chile se tuvo como objetivo principal desarrollar propuestas de mejoramiento en el servicio al cliente frente al procedimiento de garantías para la empresa Centro Electrónico Colseguros, fue una investigación descriptiva en la cual se identificaron las falencias que no permitían se otorgue un buen servicio al cliente. Posteriormente se identificaron los obstáculos que no habían permitido ofrecer una buena atención al cliente, luego se replantearon los procedimientos y directrices estratégicas para poder brindar y garantizar un mejor servicio y crear un valor diferencial en cualquier nivel de la empresa. También se identificaron los factores negativos e incidentes que se hacían evidente a la hora de brindar atención; ante ello se propuso capacitaciones y talleres a fin para poder construir una cultura de progreso por parte de trabajadores. Se mejoraron los procesos de personal a través de la medición de actividades, fue importante establecer un equilibrio organizacional para generar una cultura de servicio. Se recomendó mantener personal capacitado para orientar al personal de acuerdo a las funciones que se realizan en el área con la finalidad de que puedan desempeñar una mejor labor; además es importante aplicar en todo momento políticas de incentivos para tener trabajadores más satisfechos.

En Chile en la investigación de Álvarez, Freire y Gutiérrez (2017), denominada “Capacitación y su Impacto en la Productividad Laboral de las Empresas Chilenas”, realizado en la ciudad de Concepción, en la que se planteó como objetivo determinar el impacto de la capacitación en relación a la productividad de los colaboradores en las empresas de dicho país. La población materia del presente estudio estuvo constituida por empresas formales que desarrollan actividad o productiva, comercial o de servicios la muestra estuvo constituida por empresas que invierten en capacitación de sus colaboradores que constituyeron 1337, empleándose para ello un estudio

descriptivo longitudinal mediante encuestas. Entre una de sus conclusiones se pueden destacar las siguientes: La capacitación tiene un efecto significativo en la productividad laboral; y factores como la no planificación de programas y alta rotación de personal que se observa en las empresas hace que muchos trabajadores no muestren un óptimo rendimiento por lo consiguiente las empresas prosiguen a cesarlos y estos busquen mejores oportunidades de trabajo.

En la investigación de Gaitán (2017) titulada “Proyecto de Mejora de Servicio al Cliente en la Empresa Distribuciones AC SAS”, en Colombia y tuvo como objetivo mejorar el servicio al cliente en dicha empresa, a fin de que la organización crezca económicamente y mejore su posicionamiento estratégico en el mercado e incrementar la clientela externa a nivel nacional; para mejorar el servicio al cliente, se hace uso de las herramientas administrativas, se procede a realizar encuestas a los funcionarios y clientes de la organización con el fin de identificar y diagnosticar el o los posibles problemas que pueden afectar las relaciones con los clientes internos y externos de la empresa. De la encuesta realizada a 20 clientes se seleccionaron solamente 6 preguntas, lo que se pretendía es indicar que en las preguntas 1, 3 y 6 son las que tienen mayor impacto frente al problema interno que tiene la empresa Distribuciones AC SAS y que son la causa de la mala relación con los clientes externos. Analizando el tipo de respuestas estudiadas observaron que todas van ligadas a la falta de herramientas y/o equipo de trabajo que afecta directamente la comunicación, por ende, si no hay una comunicación eficiente internamente se estará vendiendo a los clientes una imagen de empresa desorganizada y con mala planificación en sus procesos operativos, teniendo como una de sus conclusiones lo siguiente: Se hace necesario implementar un programa de capacitación dirigido a funcionarios y demás personal a fin de mejorar el trabajo en equipo con miras a brindar un servicio de calidad al cliente. El plan de acción permitirá ofrecer un servicio ágil y oportuno que aumentará la complacencia del cliente a fin de lograr estabilidad y continuidad a la empresa en el mercado.

En la Investigación de Nowell (2015) denominada “Capacitación y Servicio al Cliente”, la cual tuvo como objetivo establecer la relación entre estas dos variables en el restaurante Salón el Tecun y Pasaje Mediterráneo de la zona 1 de Quetzaltenango en Guatemala, para ello se tomó como muestra al total de meseros que trabajan (20) el referido restaurante y 53 clientes a quienes se les aplicó una encuesta psicométrica,

basada en la escala de Likert. El tipo de investigación realizada fue de tipo descriptiva, llegándose a las siguientes conclusiones: Los clientes en su mayoría mostraron satisfacción por el servicio recibido, dentro de ello se identificó que la limpieza en mesas y sillas fueron calificadas como excelentes; sin embargo, estos manifestaron que debe realizarse una mejor limpieza en los servicios sanitarios. Asimismo, se logró determinar que debería llevarse a cabo una capacitación a todos los colaboradores para mejorar el clima laboral puesto que los trabajadores no han recibido en los últimos años adiestramiento en materia relacionada al servicio al cliente.

En México Hernández y Cruz (2014), en su Tesis denominada “Capacitación al Personal Administrativo de la Clínica N° 23 del IMSS: Propuesta Pedagógica Respecto al Cuidado de sí mismo y cómo mejorar para las Relaciones Interpersonales”, cuyo objetivo fue dotar de elementos indispensables para que cada colaborador adquiriera una integración sólida con el fin de contar con un personal eficiente en la medida de lo posible; y luego desarrollar un diagnóstico de la situación actual y aplicar el programa de capacitación, se llegó a la conclusión siguiente: La capacitación es el punto clave para el crecimiento de las instituciones, pues marca un modelo para que, desde un punto de vista pedagógico, en el cual se beneficien todos los trabajador, empresa y comunidad en general; para ello se requiere trabajar programas de capacitación adecuados, pertinentes a cada uno de los cargos y niveles con los que cuenta la organización los cuales conllevarán también, a una mejora de las relaciones laborales entre colaboradores.

### **1.2.2. A nivel nacional**

En su investigación Flores y Herrera (2016) “Estrategias de Motivación y el Desempeño Laboral de los Colaboradores en el Supermercado Tottus – Chincha” se planteó determinar si las estrategias de motivación influyen en el desempeño laboral de los colaboradores del supermercado Tottus, para lo cual se desarrolló una investigación correlacional no experimental, aplicada a una muestra de 50 colaboradores de dicha empresa concluyendo: las estrategias de motivación tienen una influencia directa sobre el desempeño laboral, el 56% de encuestados señala que muy pocas veces han recibido reconocimientos por sus logros, además el 46% considera que las capacitaciones que se les ofrecen no son constantes para brindar un eficiente desempeño y en su mayoría no están muy relacionadas con las funciones que

desempeñan en el área, lo que hace se genere un clima poco agradable en los colaboradores. Un 76% afirma que el área del talento humano no está premiando los esfuerzos de los colaboradores con algún incentivo lo que genera insatisfacción laboral. Se determinó el desarrollo profesional y las estrategias de motivación tienen una influencia directa en el desempeño laboral; así el 50% de encuestados señala que no se les ha impartido oportunidades de desarrollo profesional, lo que ha generado no se tenga un rendimiento óptimo en el desempeño laboral.

Podestá (2016) en su investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente del supermercado Tottus del distrito de Santa Anita, 2016”, se planteó determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, mediante una investigación correlacional no experimental de corte transversal. Se utilizó un muestreo aleatorio simple aplicado a una población de 240 clientes. La técnica aplicada fue la encuesta y el instrumento un cuestionario de 30 preguntas por variable, que fueron validados por expertos y el análisis de fiabilidad previa aplicación. Se analizaron aspectos importantes entre las dimensiones de la variable Calidad de servicio (Empatía, Capacidad de respuesta, Seguridad, Fiabilidad y Tangibilidad) y la variable Satisfacción del cliente; concluyendo que existe una relación fuerte entre las variables de estudio; sin embargo se evidenció que actualmente la satisfacción de los clientes tiene una regular aceptación puesto que los trabajadores no muestran un desempeño eficiente y óptimo en distintos momentos y situaciones, lo que lleva a no atender a sus necesidades y reclamos.

En el trabajo de investigación de Estela (2015) denominada “Gestión del Talento y su Influencia en el Desempeño Laboral en la Empresa Hipermercados Tottus S.A. de la Provincia de Pacasmayo”, en la que se planteó como objetivo identificar la influencia de gestión de los colaboradores en el desempeño laboral. Para ello, se realizó una investigación de tipo descriptiva transversal, y haciendo uso de las técnicas como la observación y la encuesta a una muestra de 67 colaboradores, se concluyó lo siguiente: El personal signado a la empresa percibe la gestión del desempeño laboral como regular y consideran que su servicio no está siendo valorado en relación a la retribución que reciben. Sin embargo, estos muestran mayor satisfacción respecto a la evaluación de trabajo lo que debe ser aprovechado para fortalecer y mejorar resultados. En lo que concierne al desempeño los trabajadores poseen un nivel medio, debido a

que ellos perciben alguna relación con la entidad con una moderada identificación con la misma.

En la investigación de Hernández (2015) titulada “Calidad de Servicio y Fidelidad del Cliente en el Minimarket Adonay E.I.R.L. de Andahuaylas, 2015” se rechazó mediante la prueba de normalidad  $t - Student$  la hipótesis nula y se aceptó la alternativa, además mediante el análisis de correlación de se obtuvo un coeficiente de 0,804, lo que significa una correlación positiva alta. El 43.8% de encuestados manifiesta que los clientes no se encuentran satisfechos con la atención y la calidad de servicio que se les brinda y un 31.4% afirmó que no se está logrando fidelizar del todo con el cliente, ya que no existe una interacción personal que logre dicha satisfacción; un 32.4% indica que los clientes están medianamente de acuerdo en relación a la interacción que se da entre el personal; así mismo un 38.1% indica que los clientes están medianamente de acuerdo en relación a las evidencias físicas que se muestran dentro del establecimiento y por último el 31.4% afirma que los clientes están medianamente de acuerdo en relación a las políticas establecidas dentro de establecimiento.

### **1.2.3. A Nivel local**

Calderón y Facho (2017) en su tesis “Gestión del talento humano por competencias, un modelo teórico para el desempeño laboral en el hotel “Gloria Plaza” de la ciudad de Chiclayo – región Lambayeque”, en el cual se establece el siguiente objetivo, determinar un modelo teórico sobre la gestión del talento humano por competencias para mejorar el desempeño laboral de dicha empresa, para ello a través de un estudio descriptivo, proyectivo, no experimental transaccional, a través de la técnica de la entrevista a dos directivos y 15 colaboradores se llegó a la conclusión siguiente: La institución estudiada muestra ciertas deficiencias en la gestión del talento humano por competencias, proponiéndose a la institución ejecutar una propuesta con miras a mejorar dicha situación a través de un modelo Maxio Human Talent 2.0 con el propósito de optimizar los procesos de la gestión de los colaboradores y el desempeño laboral conseguidos actualmente.

En su tesis Guerrero y Trujillo (2016) titulada “Propuesta de Mejora de la Gestión de Quejas y Reclamos en la Empresa Cineplanet-Chiclayo”, se realizó un estudio de

tipo descriptivo no experimental. Se utilizó 3 tipos de muestras: 385 clientes que hayan tenido por lo menos 1 manifestación de queja y a la cual se le aplicará un cuestionario. 15 clientes seleccionados al azar del libro de reclamaciones de la empresa, a los que se aplicó una entrevista. Y por último 15 colaboradores de la empresa entre el nivel estratégico y operativo, a los que también se les aplicará entrevistas. El objetivo de la investigación fue desarrollar una propuesta de mejora en la gestión de quejas y reclamos para la empresa Cineplanet de Chiclayo, con la finalidad de mejorar su gestión en cuanto al tratamiento de las quejas y reclamos, su servicio, y por ende lograr mejoras para sus clientes, esto con ayuda de las normas ISO 10002, normas específicas en temas de la Gestión de Quejas y reclamos. Al finalizar se concluye la empresa mantiene un deficiente tratamiento de las quejas y reclamos, lo que se evidencia en la insatisfacción por parte de clientes debido a la mala gestión de quejas y reclamos, y frente a la falta de compromiso que presenta Cineplanet Chiclayo para darle una solución óptima en el menor tiempo posible.

En la investigación de Fernández (2015) titulada “Relación entre el Clima Organizacional y la Satisfacción del Cliente en la Empresa Supermercados Metro del Distrito de la Victoria – Chiclayo 2015” se tuvo como objetivo fue obtener información que relacione las variables clima organizacional y la satisfacción del cliente, para poder implementar mejores prácticas optimizar la gestión administrativa. Se aplicó 2 instrumentos uno a 15 trabajadores de Metro y 217 clientes internos atendidos los días jueves a domingo logrando determinar que existe relación directa fuerte las variables de estudio, lo cual determina que a mejor clima organizacional de los clientes internos, el cliente externo también optará por sentirse satisfecho con la atención recibida. Se evidencio el 80% se siente laborando dentro de un buen clima laboral entre personal (trabajadores y jefes); así mismo un 20% se siente no tan satisfecho con el ambiente donde labora. Por otro lado la investigación ayudo a identificar que en relación a las dimensiones investigadas el supermercado Metro es muy bien visto por los clientes externos.

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

#### **1.3.1. Gestión del Talento Humano en las organizaciones**

La gestión del talento humano en las organizaciones constituye el proceso a través del cual se incorpora y se desarrolla competencias de los colaboradores. A través de este proceso se busca atraer y retener personal calificado para lo organización capaces de desarrollar su trabajo de manera mucho más eficiente y eficaz, para ello se requiere desarrollar estrategias adecuadas programas de capacitación que hagan posible desarrollar la creatividad en los trabajadores, identificándose con la institución que laboran y desarrollando sus acciones teniendo en mente la satisfacción de los usuarios, clientes y público en general.

El talento determina “la capacidad de un profesional o grupo de profesionales comprometidos para obtener resultados superiores en su entono y organización”. (Ramírez, 2015, p. 286). Es decir, hablar de talento humano implica todo el conjunto de capacidades, compromisos y acciones que desarrollan los colaboradores de las instituciones a fin de lograr metas tanto individuales como organizacionales en favor de la sociedad para alcanzar el éxito en el mercado que es cada vez más diversificado y competitivo en cualquier negocio que desarrollemos.

#### **1.3.2. Valor del Talento Humano para las organizaciones**

El creer que una organización hace ciertas cosas en favor de sus colaboradores, en relación a su bienestar como asígnales un sueldo, darles estabilidad laboral entre otras cosas y que estos, en retribución a ello deben esforzarse simplemente para alcanzar las metas previstas, ya no da resultados en la sociedad actual. Las empresas requieren mucho más que eso, para ello las empresas deben gestionar estratégicamente el talento humano a fin de lograr mayor competitividad en el mercado.

Para Ferri (2016) la “especificidad del capital humano es importante la hora de decidir la internalización del empleado, ya que determina los costes de transacción (...) especificidad implica procesos idiosincrásicos y que, por lo tanto, las empresas no van a encontrar en el mercado” (p. 13). Es decir, el grado de competitividad alcanzado por los colaboradores de una empresa requiere de capacitación, no solo en aspectos generales sino en aspectos propios de la organización y que esto va a servir como una ventaja competitiva frente a los demás en el mercado, de allí la gran

importancia de desarrollar al personal al interior de la empresa teniendo en cuenta su idiosincrasia.

### **1.3.3. Medición y evaluaciones de capacidades en la organización**

Las capacidades de los colaboradores en las organizaciones tienen que ver con la posición o cargo que ocupan cada uno de ellos y estas están en función de los conocimientos (producto de estudios formales u otros), competencias y valores y experiencia requerida para el desarrollo de sus funciones, a fin de alcanzar objetivos que permitan generar un valor agregado y mayor competitividad teniendo en cuenta los resultados alcanzados en el proceso productivo o de servicios.

Entre las herramientas utilizadas para medir aspectos relacionados a conocimientos y competencia según Alles (2009) son:

- a) Evaluación del desempeño (evaluación vertical): es una evaluación realizada a un periodo de trabajo en función a objetivos, esta puede combinarse con una evaluación por competencias e incluir en ella tres puntos de vista, la del propio colaborador, el jefe y el jefe del jefe.
- b) Evaluación de 360°, es una evaluación realizada a un colaborador por distintos niveles de la organización y por personas externas a esta (clientes y proveedores).
- c) Evaluación de 180°, herramienta que permite medir colaboradores que no tienen niveles superiores o jefes. Esta evaluación la realizan subordinados y personal externo a la organización.
- d) Fichas de evaluación, instrumento previamente elaborado y que permite medir brechas entre las competencias particulares y el comportamiento observado.

Por otro lado, la medición de conocimientos puede requerir de:

- a) Evaluación por un experto: el cual puede darse a través de exámenes escritos, desarrollo de casos o una entrevista profunda con interrogantes para desarrollar aspectos técnicos.

Otras técnicas solo permiten medir competencias:

- a) Assessment center method (ACM), esta técnica permite una evaluación en diferentes momentos a fin de conocer el grado de competencias ya sea al momento de implementar la gestión o en cualquier otro momento.



- b) Entrevista por incidentes críticos, tipo de entrevista que permite identificar incidentes críticos en relación a un colaborador puede ser estos positivos o negativos.

Por otro lado, la medición de un valor se hace con la finalidad de excluir, es decir, aspirante o colaborador que no posea esta circunstancia inmediatamente queda fuera del proceso.

#### **1.3.4. Razones para realizar el análisis de puestos**

El análisis de puestos de puestos suministra información sobre el fin, contenido y habilidades requeridas para el puesto, así como determina dónde se realizan las actividades. El análisis del puesto facilita las labores de: reclutamiento y selección, compensación, evaluación del desempeño, capacitación y descripción de puestos. La información referida al análisis de puestos puede provenir de entrevistas, comités de expertos, bitácora del empleado, observaciones directas y cuestionarios aplicados a los colaboradores de la organización.

En lo referente a capacitaciones y desarrollo en las organizaciones una especificación de puestos permitirá identificar cuáles son las necesidades reales de los colaboradores. Es así, si “la especificación sugiere que el puesto requiere conocimientos, habilidades o capacidades particulares y la persona que ocupa el puesto no posee todas las competencias requeridas” (Mondy y Noe, 2005, p.88). Un programa de capacitación debe estar orientado ayudar a los colaboradores a desempeñar su función actual o a prepararles para asumir nuevos retos, teniendo en cuenta los planes de carrera establecidos por las instituciones.

#### **1.3.5. La Capacitación de Personal en las Organizaciones**

Las capacitaciones permitirá dotar a los colaboradores de la organización de competencias específicas y genéricas requeridas para el logro eficiente de cada una de sus actividades dentro de la empresa y así afrontar desafíos; puesto que gracias a ello desarrollaremos personal competitivo el cual generará un valor agregado a la hora de desarrollar y entregar productos de alta calidad en el mercado a fin de satisfacer clientes y usuarios cada vez más exigentes.

Chiavenato (2009) la capacitación “un proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos

definidos” (p. 322). La capacitación en si involucra la trasmisión de conocimientos inherentes a una actividad, conductas frente a aspectos de la empresa, actividades y el entorno de la misma, así como perfeccionamiento de habilidades y competencias en la ejecución de actividades sean simples o complejas.

La capacitación, según el autor antes indicado debe tener el siguiente contenido:

- a) Transmisión de información: consiste en dotar a los colaboradores de nuevos conocimientos, estas deben estar relacionadas con la oferta de mercado, normas, políticas y directrices que rigen la empresa.
- b) Desarrollo de habilidades: relacionadas con el perfeccionamiento de habilidades y destrezas (maniobra de actividades, conducción de equipos, máquinas y herramientas).
- c) Desarrollo de Actitudes: aspectos relacionados a mejorar cambios de la conducta negativa, asertividad y empatía en las relaciones con los demás colaboradores y clientes externos.
- d) Desarrollo de conceptos: relacionado con elevar la abstracción de los colaboradores a fin de pensar en términos globales y estratégicamente para el desarrollo de la organización.

Según Alles (2005) se hace indispensable entonces “relacionar las necesidades de capacitación, según la magnitud de los problemas a solucionar con los recursos disponibles”. Esto hará posible desarrollar un presupuesto acorde a las necesidades de desarrollo del personal en las organizaciones ya sea públicas o privadas.

### **1.3.6. Etapas relacionadas a la Capacitación organizacional**

Un proceso de capacitación dirigido al personal en una organización según Chiavenato (2009) consta de cuatro etapas:

- a) Detección de necesidades de capacitación: en el cual se determinará los objetivos de la empresa, requisitos básicos inherentes a los colaboradores, resultados de sus evaluaciones, problemas de producción (antes y después), problemas asociados al personal e informes.
- b) Programa de capacitación para atender las necesidades: para ello se requiere determinar la estrategia a seguir y responder las siguientes interrogantes ¿a quién?, ¿cómo?, ¿en qué?, ¿dónde?, ¿cuándo, ¿cuánto? y ¿quién? va a capacitar.

- c) Implementación y ejecución del programa de capacitación, consiste en la puesta en marcha del programa de capacitación el cual requiere ser ejecutado ya sea por un consultor externo o por personal de la propia organización.
- d) Evaluación de los resultados, estos pueden hacerse durante la realización de todas las etapas anteriores y al finalizar el programa a fin de comparar la situación actual con la etapa anterior a la realización de una capacitación.

### **1.3.7. Optimización del servicio mediante la capacitación**

El talento humano debidamente capacitado y flexible constituye la clave para generar competitividad de las organizaciones y de un país que busca un crecimiento económico saludable. Pues poseer capital humano destacado es puerta abierta para la inversión y el desarrollo de cualquier economía. La capacitación de los colaboradores tiene como fin desarrollar actividades de forma más eficiente y efectiva a fin de garantizar en el mercado ofertas capaces de deleitar al público en general. Existe incluso políticas de Estado que apoyan el perfeccionamiento de las personas en las organizaciones mediante la reducción de impuestos a las empresas que invierten en capacitación.

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD, 2015) el desarrollo del talento humano “es un proceso dirigido a incrementar los conocimientos, competencias y las capacidades de todas las personas que integran una sociedad” (p. 99). En este sentido un correcto diseño en relación a políticas de Estado puede contribuir a que las empresas inviertan en capacitación lo que contribuirá a disminuir la desigualdad impulsando al mismo tiempo el desarrollo de la economía de un país; pues para lograr los resultados esperados se requiere un marco coherente e integral impulsado por este. Asimismo, un personal capacitado asegura una competitividad destacada para brindar un servicio y productos de calidad en el mercado.

Por otro lado, debemos indicar que el reconocimiento a un trabajo bien ejecutado es el mejor estímulo para los colaboradores. Aunque el aspecto económico es importante para los empleados, lo que realmente hace que este se motive para optimizar su desempeño, es el reconocimiento personal el cual genera un impacto mucho más duradero en este. Según Graham (citado en Bob, 2000) indica que “que el

mero acto de hacer que el empleado participe es suficiente motivación” (p.15). Pues, a pesar de ello este tipo de recompensas son menores en las organizaciones en comparación a las que se asigna a todo el personal.

### **1.3.8. Nivel de satisfacción de los clientes**

Los niveles de satisfacción que muestran las personas respecto a un producto o servicio pueden ser variados, dentro de nuestra gama de clientes tendremos clientes mucho más satisfechos que otros en relación a nuestra oferta de mercado, pues este dependerá de la percepción del usuario o consumidor, quien se genera un juicio de valor en relación a la diferencia que encuentra entre el rendimiento percibido del servicio o producto en relación a la expectativa generado en este antes de adquirirlo.

Según Valdivia (2015) indica que, los clientes según el nivel satisfacción se dividen en:

- a) Clientes complacidos: clientes que en su evaluación consideran que la oferta de mercado adquirida supera sus expectativas, lo que conlleva a su fidelización con el producto.
- b) Clientes satisfechos: En este tipo de ofertas el rendimiento del mismo coincide con sus expectativas generadas por este. Si bien es cierto un cliente satisfecho vuelve a comprar; sin embargo, esto no asegura que lo haga siempre.
- c) Clientes insatisfechos: En este tipo de ofertas el rendimiento del mismo no cumple las expectativas generadas por este. Lo que genera una experiencia negativa en el consumidor o usuario que difícilmente hace que repita la compra.

### **1.3.9. Dimensiones de la calidad del servicio**

Parasuraman et al. (Citado por Ruiz y Grande, 2006, p.57) establecieron 5 dimensiones asociadas al servicio al cliente, la misma que se conoce como modelo SRVQUAL del servicio:

- a) Fiabilidad: prestación del servicio solicitado de forma fiable y cuidadosa.
- b) Capacidad de respuesta: está relacionado a la rapidez. disposición y voluntad para proporcionarle al usuario un servicio en el momento que lo requiera.
- c) Empatía: prestar el servicio en forma individualizada teniendo en cuenta el punto de vista del cliente.

- d) Seguridad: grado de conocimiento y atención mostrada por colaboradores, incluyendo sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza en el servicio.
- e) Tangibles: relacionado con la capacidad de las instalaciones, equipos, colaboradores y medios de comunicación adecuados.

### **1.3.10. Características de los Servicios**

Los servicios difieren en algunas características en relación a los productos, según Kotler y Armstrong (2012) indican que los servicios poseen cuatro características:

- a) Intangibilidad: los servicios no se pueden oler, ver, probar, tocar u oír antes de adquirirlo.
- b) Inseparabilidad: el proveedor no se puede separar del servicio que brinda.
- c) Variabilidad: la calidad va de la mano de quién, cómo y cuándo lo presta
- d) Caducidad: no es posible almacenar los servicios para después venderlos.

## **1.4. Formulación del Problema**

¿De qué manera las capacitaciones incidirán en optimizar la atención en el área de Servicio al Cliente en la empresa Tottus S.A. Open Plaza Chiclayo?

## **1.5. Justificación del Estudio**

La investigación está orientada a solucionar los problemas relacionados con la atención en el área de Servicio al Cliente en la empresa Tottus ubicada en el Centro Comercial Open Plaza Chiclayo, por lo cual es necesario se conlleve a realizar la presente investigación.

De acuerdo a lo indicado por Bernal (2010) la justificación de un trabajo de investigación debe hacerse desde el punto de vista teórico, práctico o metodológico.

### **a) Justificación Teórica:**

El presente trabajo de investigación busca generar reflexión acerca de la importancia que tienen los programas de capacitación en las organizaciones, a fin de optimizar el servicio al cliente, para ello se contrastó la teoría dada por Chiavenato, respecto al proceso que sigue la capacitación de una empresa para lograr los resultados esperados. La investigación busca de una u otra manera aumentar conocimientos, y de acuerdo a los resultados obtenidos tomar medidas correctivas, basándose en el modelo

de la calidad total propuesto por Parasuraman (modelo SRVQUAL), el cual establece como dimensiones de la calidad: la fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad y tangibilidad.

**b) Justificación Práctica:**

La investigación servirá como una herramienta de gestión para la capacitación del personal asignado al área de servicio al cliente, a fin de mejorar actividades y procedimientos de trabajo. Asimismo, servirá de modelo para ser replicado en las demás áreas de la empresa.

**c) Justificación Metodológica:**

El trabajo sigue procedimientos metodológicos adecuados en instrumentos de recolección de datos validados por expertos y análisis de los mismos, a fin de servir como insumo para la elaboración de capacitaciones; además, servirá de guía para realización de otros trabajos de investigación relacionados con el presente estudio. Por otro lado, el problema planteado en la investigación es relevante para la organización y colaboradores, a fin de identificar deficiencias en el servicio y establecer correctivos para la optimización del capital humano en dicha empresa.

## **1.6. Hipótesis**

Si, se desarrollan capacitaciones en el área del Servicio al Cliente; entonces, se optimizará de manera positiva la atención en el área de Servicio al Cliente en la empresa Tottus S.A. Open Plaza Chiclayo.

## **1.7. Objetivos:**

### **1.7.1. Objetivo General**

- a) Desarrollar capacitaciones para optimizar la atención en el área de Servicio al Cliente en la empresa Tottus S.A. Open Plaza Chiclayo.

### **1.7.2. Objetivos Específicos**

- a) Identificar el rendimiento laboral actual de los colaboradores en el área del Servicio al Cliente, a fin de establecer acciones de mejora.
- b) Determinar las necesidades de capacitación en el área de Servicio al Cliente a fin de optimizar el proceso de atención.
- c) Desarrollar un plan de intervención teniendo en cuenta el rendimiento y las necesidades requeridas por los colaboradores.
- d) Analizar el impacto de las en el área de Servicio al Cliente.

## II. MÉTODO

### 2.1. Tipo y diseño de investigación.

El presente trabajo de investigación es tipo descriptiva - aplicada; según García (2005) este tipo de investigación “consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (p.30), es decir busca describir los objetos o fenómenos estudiados de una forma objetiva.

Aplicada ya que los datos obtenidos servirán de insumo para diseñar y ejecutar un plan de capacitación el cual buscará optimizar la atención en el área de servicio al cliente.

El diseño utilizado es cuasi-experimental, de un solo grupo con medición previa (antes) y posterior (después) de la variable dependiente, pero sin grupo control.

Esquema:

$$G: O_1 \quad X \quad O_2$$

Donde:

$O_1$  = medición previa (antes del curso) de la variable dependiente

$X$  = variable independiente (capacitación).

$O_2$  = medición posterior (después de tomar el curso) de la variable dependiente.

### 2.2. Variables, operacionalización.

#### 2.2.1. Variables

##### **Variable independiente: capacitación.**

Para Chiavenato (2009:322) es el proceso de desarrollar conocimientos, habilidades y competencias, a fin de alcanzar metas y fines organizacionales.

##### **Variable dependiente: Servicio al cliente.**

Parasuraman et al. (Citado por Ruiz y Grande, 2006, p.57) la optimización del servicio es el proceso de adecuación de este a las necesidades del cliente, teniendo en cuenta 5 aspectos: la fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad y aspectos tangibles (modelo SRVQUAL).



## 2.2.2. Operacionalización de Variables

Tabla 1. Variable independiente: Capacitación

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas E Instrumentos
Capacitación.	Proceso de desarrollar conocimientos, habilidades y competencias, en los colaboradores a fin de alcanzar metas y fines organizacionales. (Chiavenato, p. 322)	Proceso a corto plazo, que incluye la transmisión de información, desarrollo de habilidades, actitudes a fin de optimizar el trabajo de los colaboradores teniendo en cuenta la evaluación del personal y las necesidades del área u organización	Trasmisión de información	Información sobre: . La organización . Productos . Servicios . Políticas . Reglas.	1,2,3 3 4 5 6-7	Encuesta - Cuestionario
			Desarrollo de habilidades	Habilidades relacionadas a: . Operacionalización de actividades. . Manejo de equipos . Programas de Cómputo . Herramientas.	8 9 10 11	
			Desarrollo de actitudes	Desarrollo y modificación de conductas . Cambio de actitudes negativas. . Sensibilización con el cliente (asertividad, empatía).	12-13 14-15 16,17,	
			Desarrollo de Conceptos	Desarrollo personal . Términos globales . Términos estratégicos	18 19, 20	

Fuente: elaboración propia

**Tabla 2. Variable dependiente: Servicio al cliente**

<i>Variable</i>	<i>Definición Conceptual</i>	<i>Definición Operacional</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Ítems</i>	<i>Técnicas E Instrumentos</i>
Servicio al cliente	Proceso de adecuación a las necesidades del cliente, teniendo en cuenta 5 aspectos: la fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad y aspectos tangibles. <i>Parasuraman et al. (citado por Ruiz y Grande, 2006, p.57)</i>	Proceso continuo de adecuación del servicio a las exigencias de los clientes a fin de deleitarlos y asegurar su fidelización del mismo.	Fiabilidad del servicio	Nivel de Cumplimiento	21	Encuesta - Cuestionario
				Interés por resolver problemas	22-23	
				Entrega de servicio a tiempo.	24	
				Eliminación de errores.	25	
				Comunicación adecuada	26	
				Servicio rápido	27	
				Disposición	28	
				Voluntad	29	
				Atención individualizada	30	
				Horario de trabajo en función de los clientes.	31	
				Preocupación por atender al cliente.	32	
				Compromiso con las necesidades del cliente.	33	
				Procedimientos adecuados en el trabajo.	34	
				Conocimiento del servicio.	35	
				Instalaciones atractivas	36	
				Equipos adecuados	37	
				Empleados con apariencia pulcra.	38	
				Material informativo	39	

*Fuente:* elaboración propia

## **2.3. Población y muestra.**

### **2.3.1. Población.**

La población objeto de estudio estuvo conformada por 30 colaboradores de la empresa Tottus S.A. Open Plaza Chiclayo. La población de estudio para Icart, Fentelsazc y Pulpon (2006) “es la población accesible, que se puede estudiar”

### **2.3.2. Muestra.**

Es el subgrupo del universo o de la población a estudiar, la misma que nos permitirá obtener datos que servirán de insumo a la investigación.

Ya que se cuenta con una población reducida, se tomó como muestra a los 30 colaboradores para obtener así una muestra representativa.

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

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

En la recolección de datos se recurrirá a las siguientes técnicas: la observación sistemática, la misma que permitirá determinar ciertos procedimientos mediante la observación directa; análisis documental para verificar información a través documentos de gestión relevantes a la investigación; asimismo, se recurrirá a una encuesta estandarizada a fin de obtener mediciones cuantitativas respecto a los indicadores de cada una de las dimensiones consideradas.

### **2.4.2. Instrumentos**

Se utilizaron los siguientes instrumentos: guía de observación, guía de análisis de documentos, y el cuestionario para recopilar información mediante un interrogatorio la misma que sirvió de insumo a la investigación. Para ello se recurrió a encuesta con escala de Likert.

### **2.4.3. Validez y confiabilidad**

Para dar validez a los instrumentos se acudirá a expertos, y con el fin de dar confiabilidad al instrumento aplicado, se hará uso del alfa de conbrach mediante el software IBM SPSS versión 22

## **2.5. Método de análisis de datos.**

En lo que respecta al análisis de datos se recurrió al método hipotético-deductivo.

Para Bernal (2010, p.60) el método aplicado es el hipotético – deductivo el cual 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.

Después de aplicar las encuestas se filtrarán todos los datos obtenidos para luego validarlos y posteriormente ser analizados. A partir de ello, se obtiene información necesaria según los criterios evaluados para el trabajo en estudio. Los datos fueron procesados de forma computarizada mediante este programa estadístico IBM SPSS versión 22 para su análisis e interpretación de los datos arrojados a base de nuestros instrumentos.

## **2.6. Aspectos éticos.**

### **a) Consentimiento informado.**

Para el recojo de la información se solicitará autorización a los directivos a cargo de la empresa, asimismo todos los colaboradores asignados al área de Atención al Cliente mostraron su interés en el estudio realizado, considerando un valioso aporte para el logro de objetivos.

### **b) Manejo de riesgos.**

La información obtenida servirá única y exclusivamente para validar el problema y contrastar la hipótesis descrita en el trabajo de investigación.

### **c) Originalidad**

La investigación es producto de la aplicación de todos los pasos concernientes al trabajo investigativo por lo tanto se afirma la originalidad del trabajo.

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Análisis de fiabilidad.

*Tabla 3. Estadísticos de fiabilidad aplicada a las variables programa de capacitación y servicio al cliente.*

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Conbrach	Número de elementos
.835	39

*Fuente:* Programa Estadístico SPSS versión 22

Elaboración propia

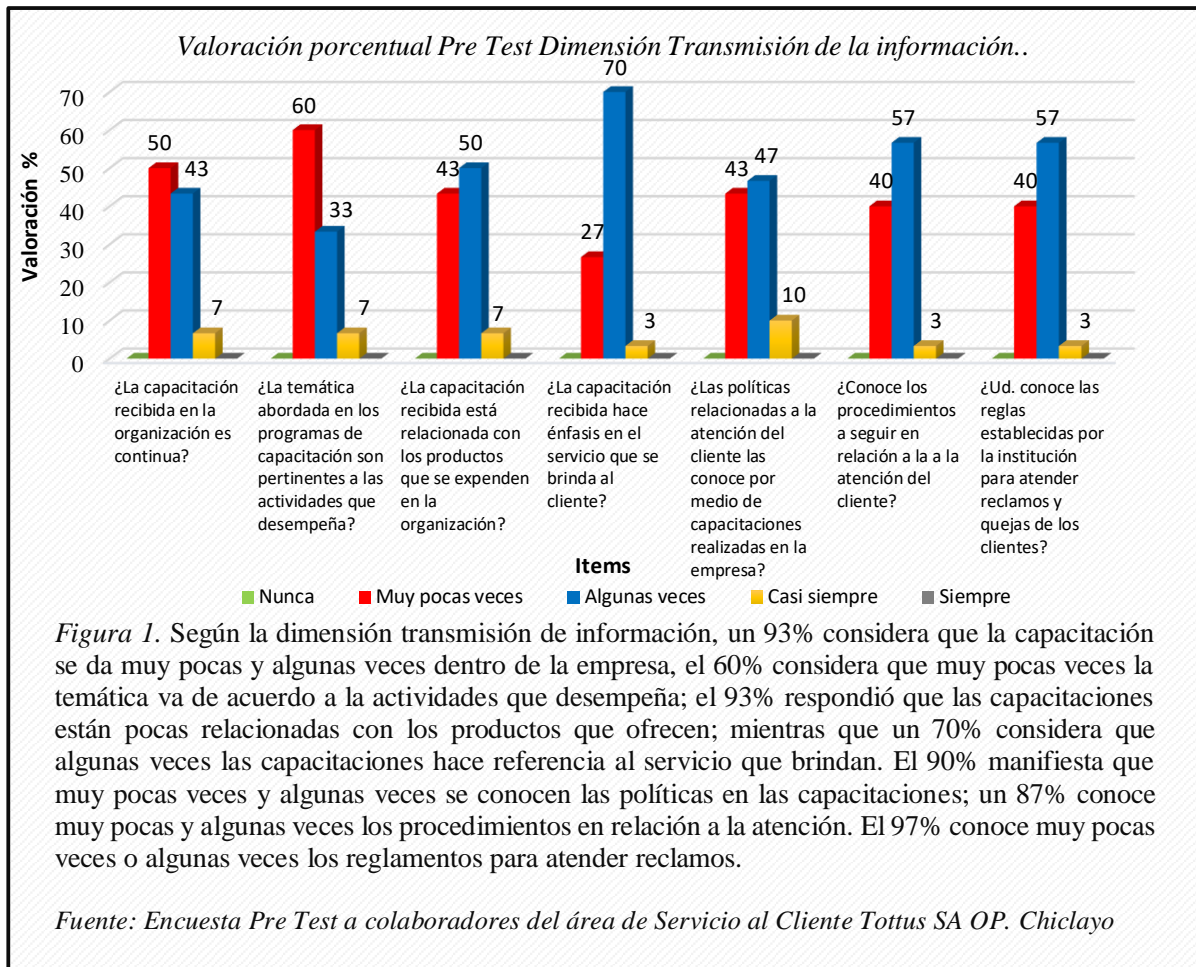
La tabla 3 muestra el análisis de fiabilidad de las variables, mediante el coeficiente del alfa de Conbrach, el cual arroja un resultado de 0.835, lo que es interpretado como un instrumento de calificación buena para su aplicación.

### 3.2. Resultados Pre Test.

**Tabla 4.** Valoración porcentual Pre Test Dimensión Transmisión de la información.

	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
¿La capacitación recibida en la organización es continua?	0	50	43	7	0
¿La temática abordada en los programas de capacitación es pertinente a las actividades que desempeña?	0	60	33	7	0
¿La capacitación recibida está relacionada con los productos que se expenden en la organización?	0	43	50	7	0
¿La capacitación recibida hace énfasis en el servicio que se brinda?	0	27	70	3	0
¿Las políticas relacionadas a la atención del cliente las conoce por medio de capacitaciones realizadas en la empresa?	0	43	47	10	0
¿Conoce los procedimientos a seguir en relación a la atención del cliente?	0	40	57	3	0
¿Ud. conoce las reglas establecidas para atender reclamos y quejas de los clientes?	0	40	57	3	0

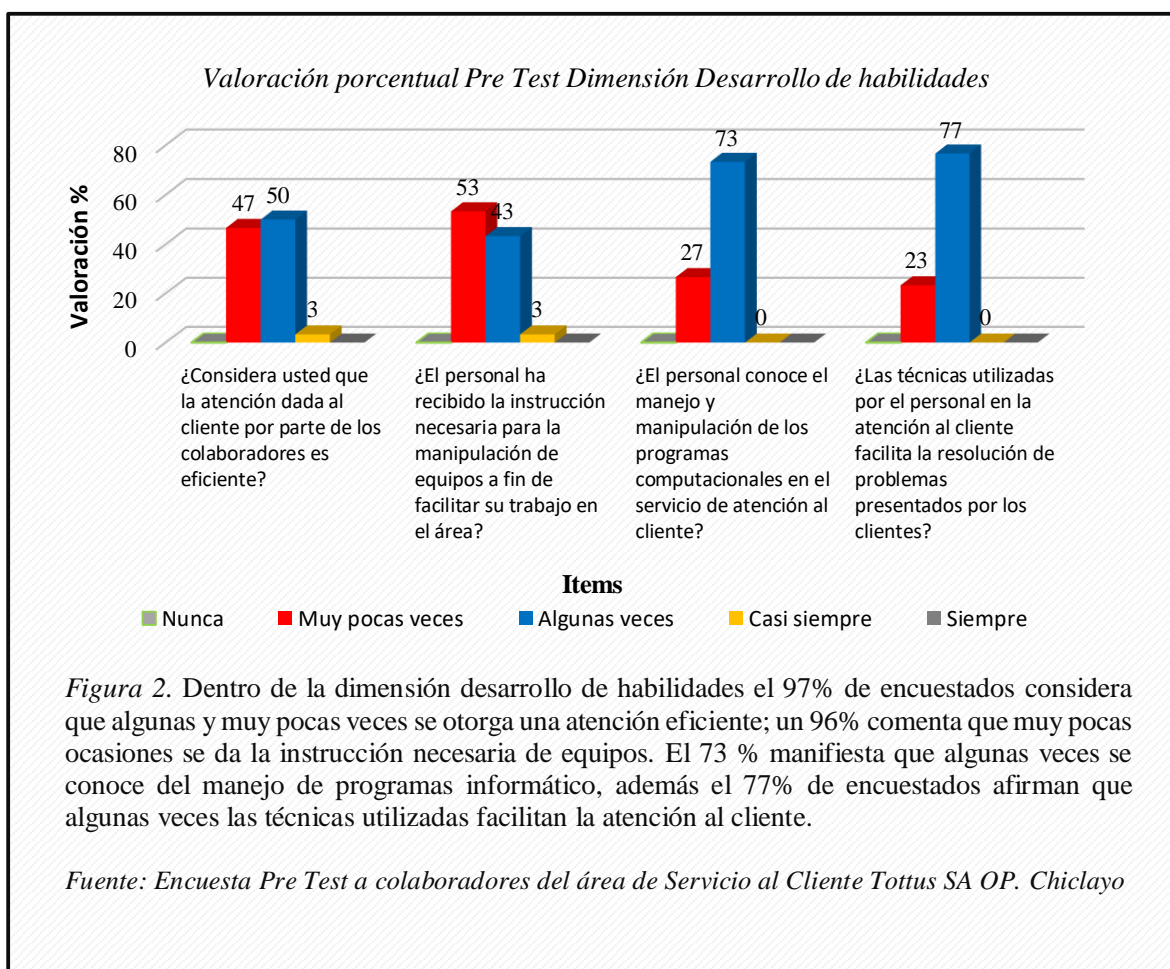
*Fuente:* Encuesta Pre Test a colaboradores del área de Servicio al Cliente Tottus SA OP. Chiclayo. Elaboración propia.



**Tabla 5. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Desarrollo de habilidades.**

	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
¿Considera usted que la atención dada al cliente por parte de los colaboradores es eficiente?	0	47	50	3	0
¿El personal ha recibido la instrucción necesaria para la manipulación de equipos a fin de facilitar su trabajo en el área?	0	53	43	3	0
¿El personal conoce el manejo y manipulación de los programas computacionales en el servicio de atención al cliente?	0	27	73	0	0
¿Las técnicas utilizadas por el personal en la atención al cliente facilita la resolución de problemas presentados por los clientes?	0	23	77	0	0

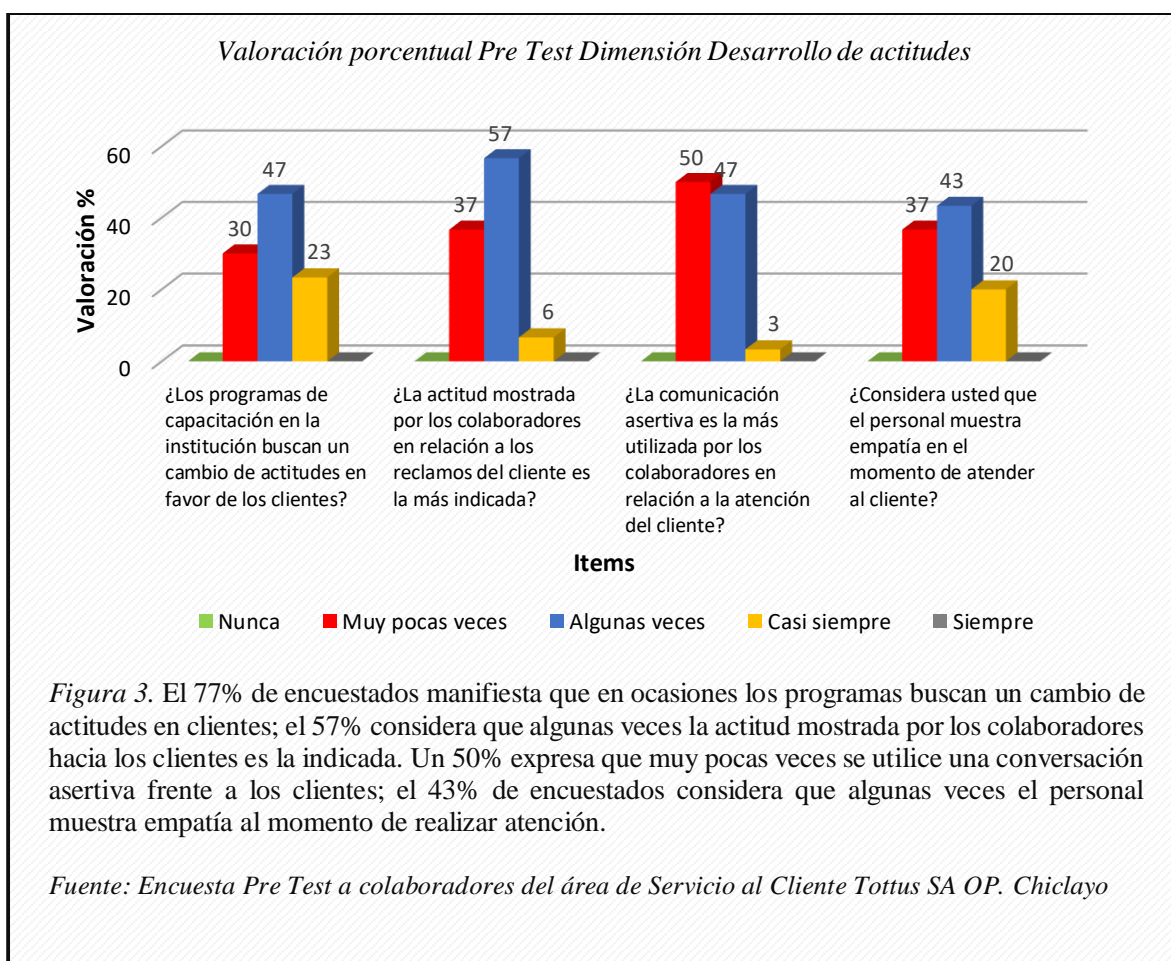
*Fuente:* Encuesta Pre Test a colaboradores del área de Servicio al Cliente Tottus SA OP. Chiclayo. Elaboración propia.



**Tabla 6. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Desarrollo de actitudes**

	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
¿Los programas de capacitación en la institución buscan un cambio de actitudes en favor de los clientes?	0	30	47	23	0
¿La actitud mostrada por los colaboradores en relación a los reclamos del cliente es la más indicada?	0	37	57	6	0
¿La comunicación asertiva es la más utilizada por los colaboradores en relación a la atención del cliente?	0	50	47	3	0
¿Considera usted que el personal muestra empatía en el momento de atender al cliente?	0	37	43	20	0

*Fuente:* Encuesta Pre Test a colaboradores del área de Servicio al Cliente Tottus SA OP. Chiclayo. Elaboración propia.

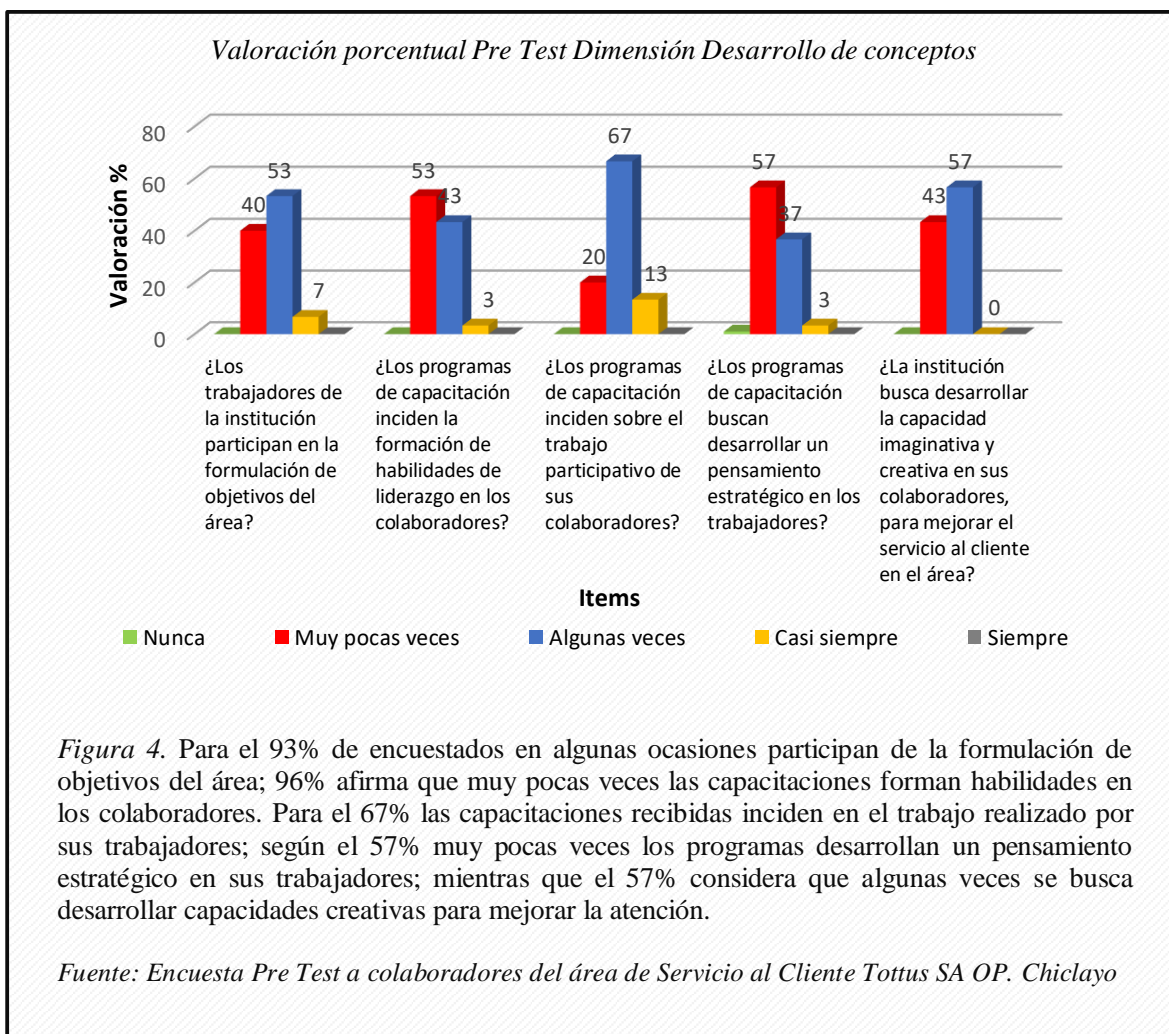




**Tabla 7. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Desarrollo de conceptos**

	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
¿Los trabajadores de la institución participan en la formulación de objetivos del área?	0	40	53	7	0
¿Los programas de capacitación inciden la formación de habilidades de liderazgo en los colaboradores?	0	53	43	3	0
¿Los programas de capacitación inciden sobre el trabajo participativo de sus colaboradores?	0	20	67	13	0
¿Los programas de capacitación buscan desarrollar un pensamiento estratégico en los trabajadores?	1	57	37	3	0
¿La institución busca desarrollar la capacidad imaginativa y creativa en sus colaboradores, para mejorar el servicio al cliente en el área?	0	43	57	0	0

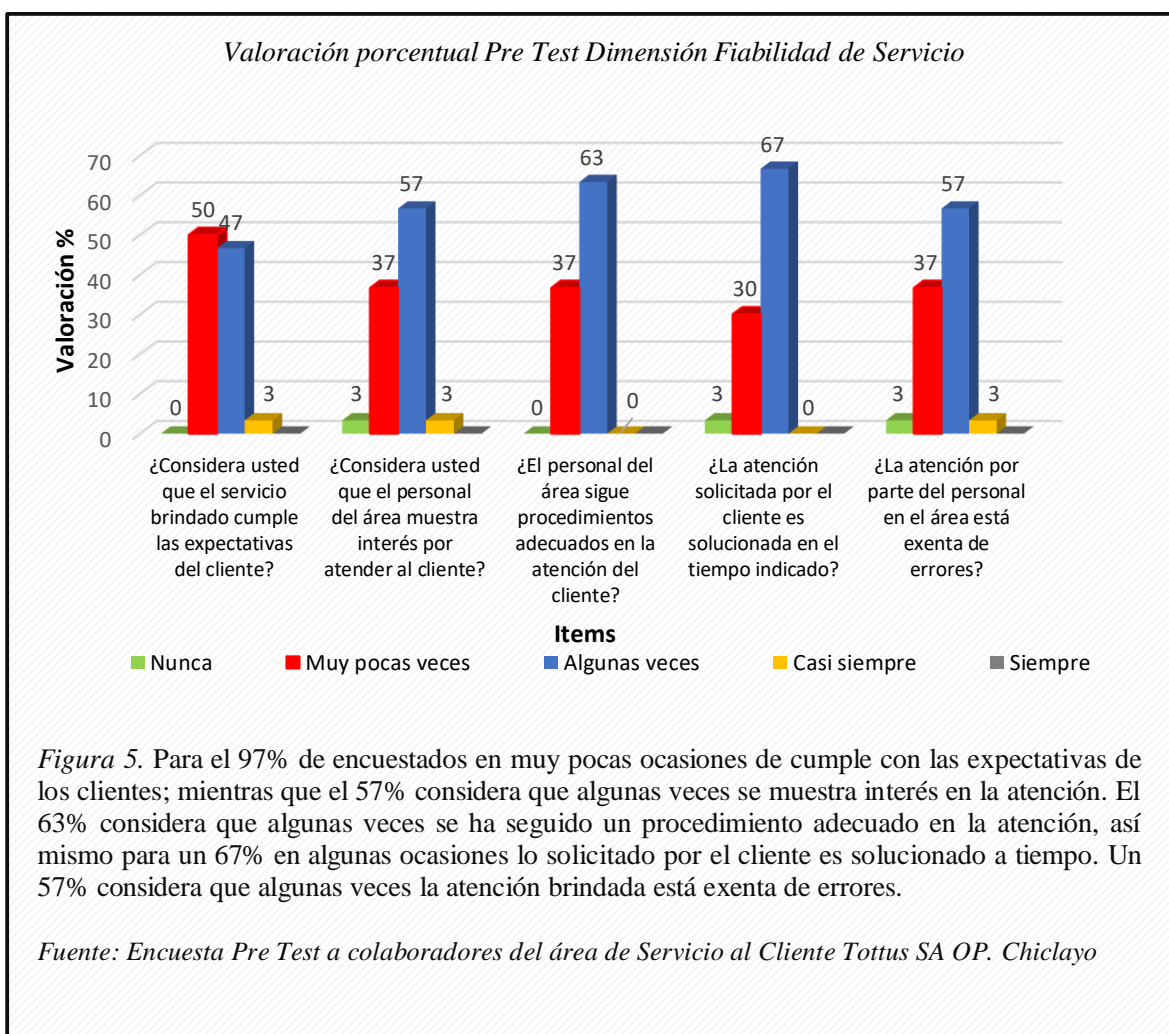
*Fuente:* Encuesta Pre Test a colaboradores del área de Servicio al Cliente Tottus SA OP. Chiclayo.  
Elaboración propia.



**Tabla 8. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Fiabilidad de Servicio**

	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
¿Considera usted que el servicio brindado cumple las expectativas del cliente?	0	50	47	3	0
¿Considera usted que el personal del área muestra interés por atender al cliente?	3	37	57	3	0
¿El personal del área sigue procedimientos adecuados en la atención del cliente?	0	37	63	0	0
¿La atención solicitada por el cliente es solucionada en el tiempo indicado?	3	30	67	0	0
¿La atención por parte del personal en el área está exenta de errores?	3	37	57	3	0

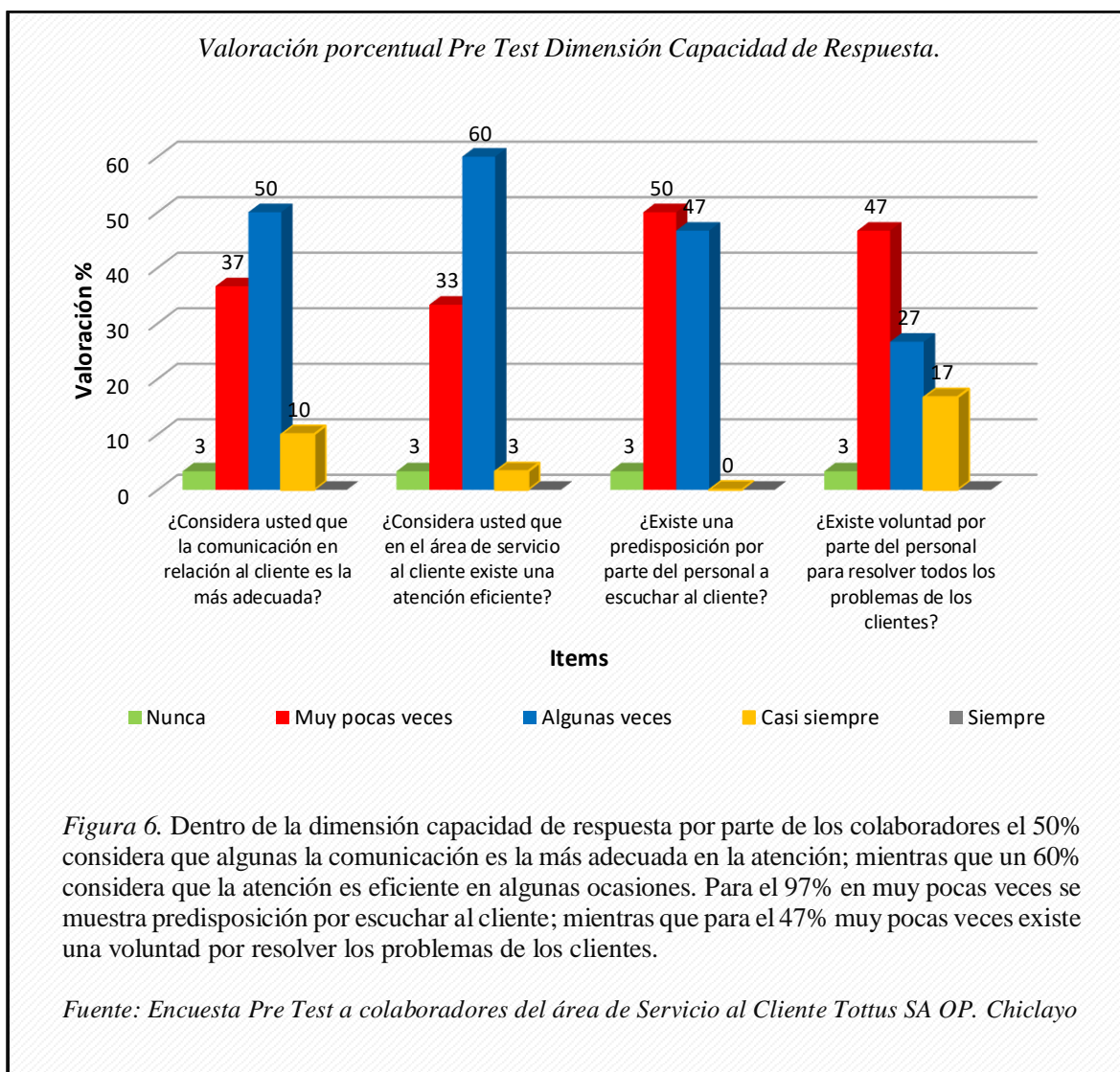
*Fuente:* Encuesta Pre Test a colaboradores del área de Servicio al Cliente Tottus SA OP. Chiclayo. Elaboración propia.



**Tabla 93. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Capacidad de Respuesta**

	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
¿Considera usted que la comunicación en relación al cliente es la más adecuada?	3	37	50	10	0
¿Considera usted que en el área de servicio al cliente existe una atención eficiente?	3	33	60	3	0
¿Existe una predisposición por parte del personal a escuchar al cliente?	3	50	47	0	0
¿Existe voluntad por parte del personal para resolver todos los problemas de los clientes?	3	47	27	17	0

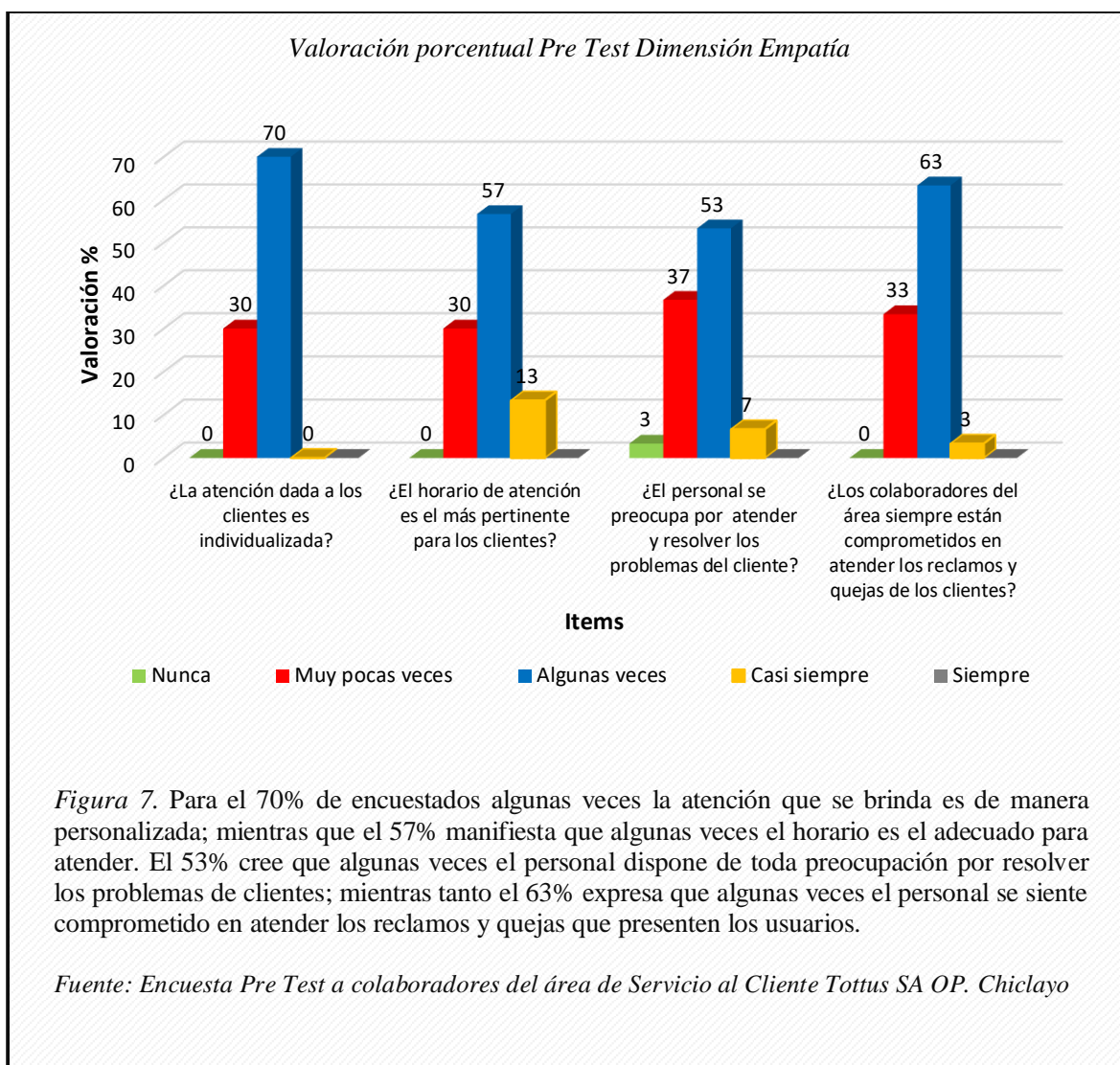
*Fuente:* Encuesta Pre Test a colaboradores del área de Servicio al Cliente Tottus SA OP. Chiclayo. Elaboración propia.



**Tabla 10. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Empatía**

	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
¿La atención dada a los clientes es individualizada?	0	30	70	0	0
¿El horario de atención es el más pertinente para los clientes?	0	30	57	13	0
¿El personal se preocupa por atender y resolver los problemas del cliente?	3	37	53	7	0
¿Los colaboradores del área siempre están comprometidos en atender los reclamos y quejas de los clientes?	0	33	63	3	0

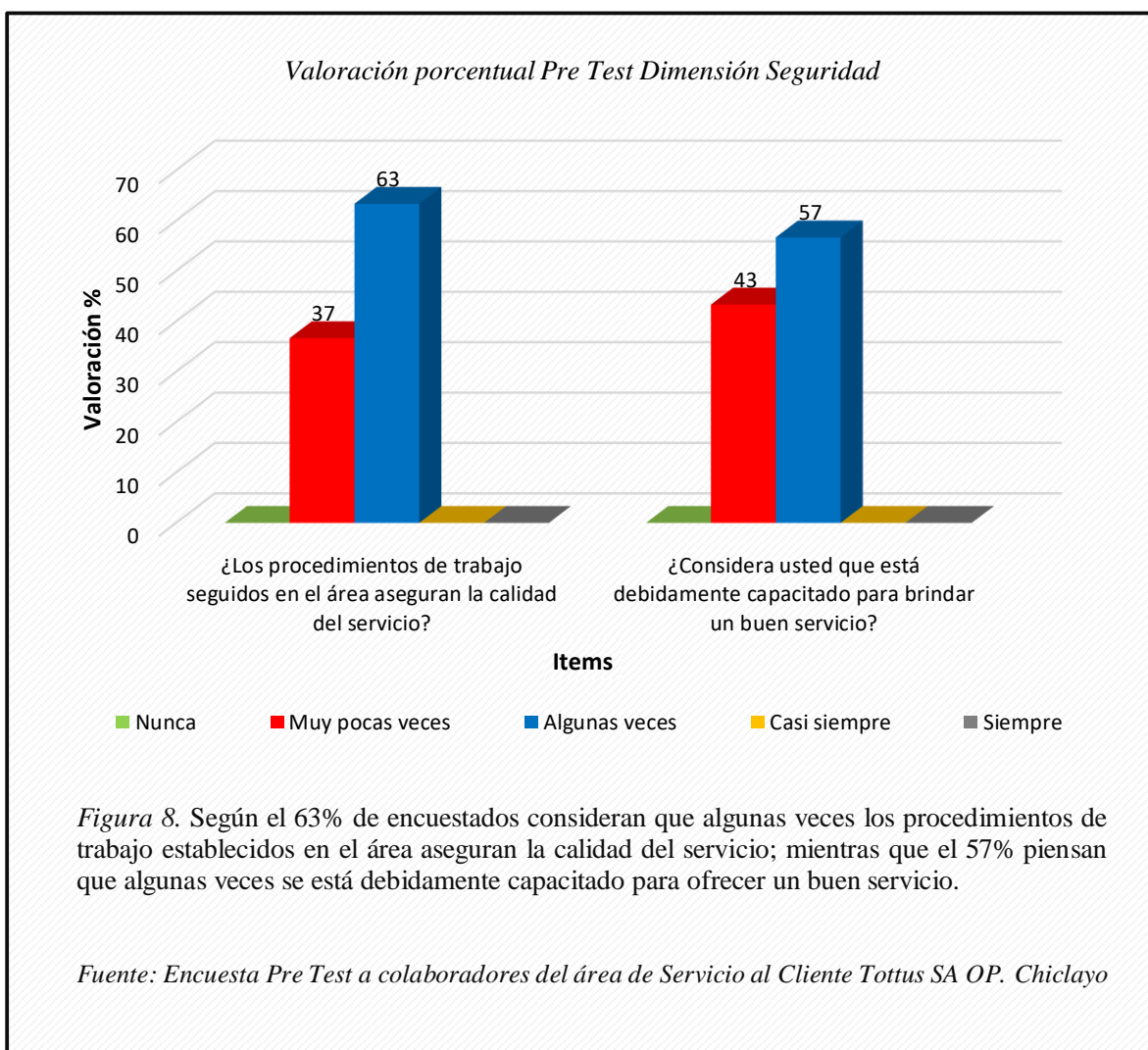
*Fuente:* Encuesta Pre Test a colaboradores del área de Servicio al Cliente Tottus SA OP. Chiclayo. Elaboración propia.



**Tabla 11. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Seguridad**

	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
¿Los procedimientos de trabajo seguidos en el área aseguran la calidad del servicio?	0	37	63	0	0
¿Considera usted que está debidamente capacitado para brindar un buen servicio?	0	43	57	0	0

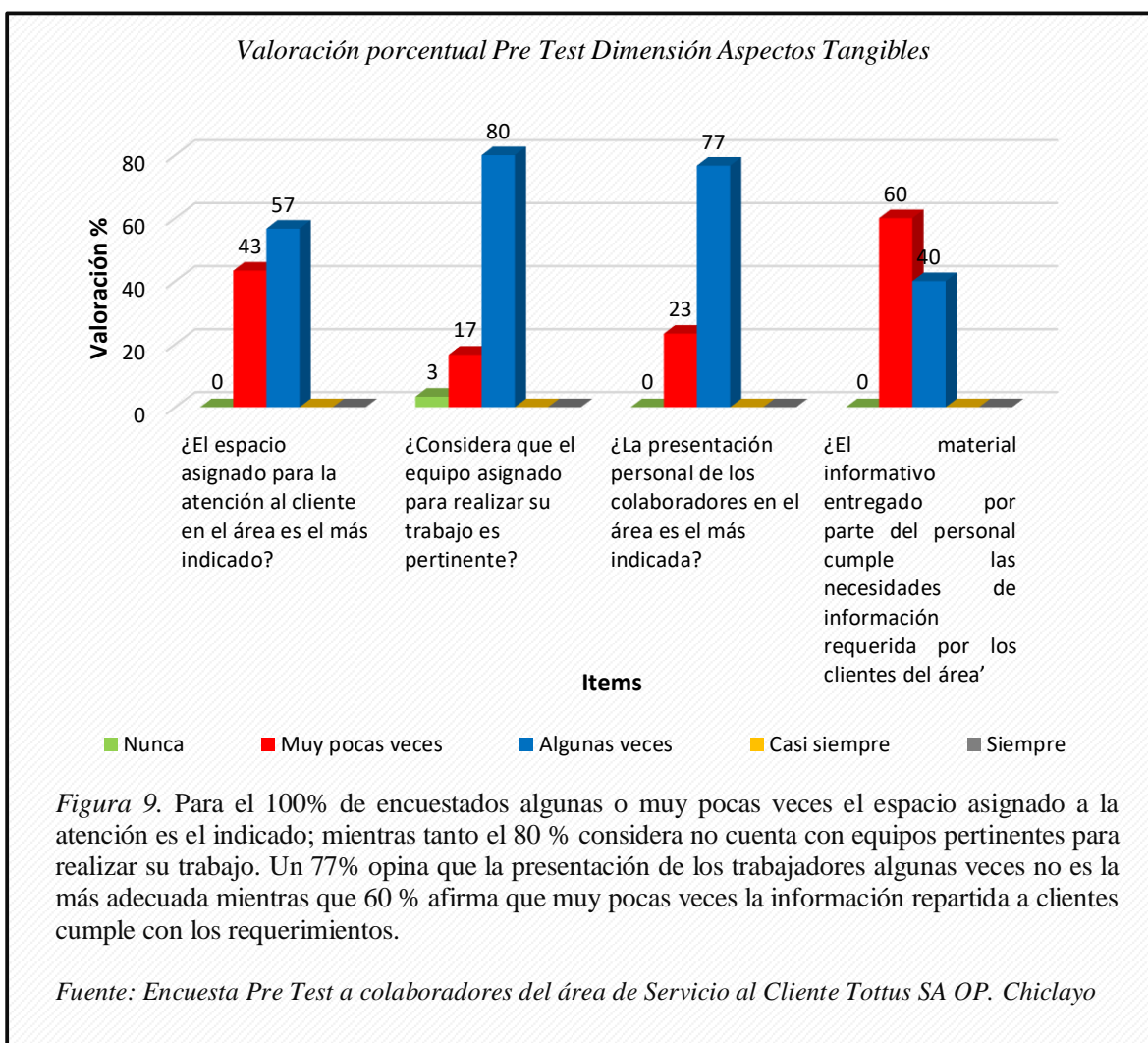
*Fuente:* Encuesta Pre Test a colaboradores del área de Servicio al Cliente Tottus SA OP. Chiclayo.  
Elaboración propia.



**Tabla 12. Valoración porcentual Pre Test Dimensión Aspectos Tangibles**

	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
¿El espacio asignado para la atención al cliente en el área es el más indicado?	0	43	57	0	0
¿Considera que el equipo asignado para realizar su trabajo es pertinente?	3	17	80	0	0
¿La presentación personal de los colaboradores en el área es la más indicada?	0	23	77	0	0
¿El material informativo entregado por parte del personal cumple las necesidades de información requerida por los clientes del área?	0	60	40	0	0

*Fuente:* Encuesta Pre Test a colaboradores del área de Servicio al Cliente Tottus SA OP. Chiclayo. Elaboración propia.



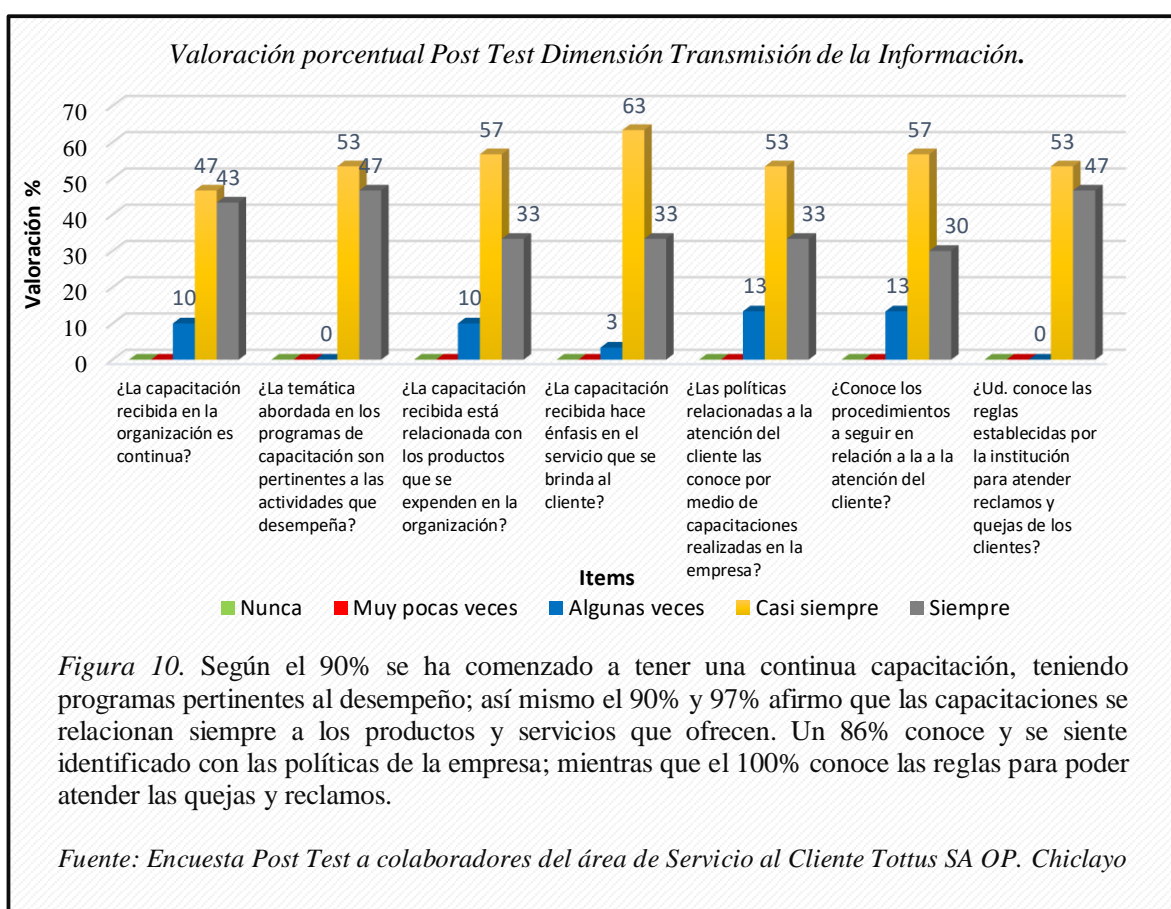
### 3.3. Resultados Post Test.

**Tabla 43.** Valoración porcentual Post Test Dimensión T. de la información.

	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
¿La capacitación recibida en la organización es continua?	0	0	10	47	43
¿La temática abordada en los programas de capacitación es pertinente a las actividades que desempeña?	0	0	0	53	47
¿La capacitación recibida está relacionada con los productos que se expenden en la organización?	0	0	10	57	33
¿La capacitación recibida hace énfasis en el servicio que se brinda?	0	0	3	63	33
¿Las políticas relacionadas a la atención del cliente las conoce por medio de capacitaciones realizadas en la empresa?	0	0	13	53	33
¿Conoce los procedimientos a seguir en relación a la a la atención del cliente?	0	0	13	57	30
¿Ud. conoce las reglas establecidas para atender reclamos y quejas de los clientes?	0	0	0	53	47

*Fuente:* Encuesta Post Test a colaboradores del área de Servicio al Cliente Tottus SA OP Chiclayo.

Elaboración propia.

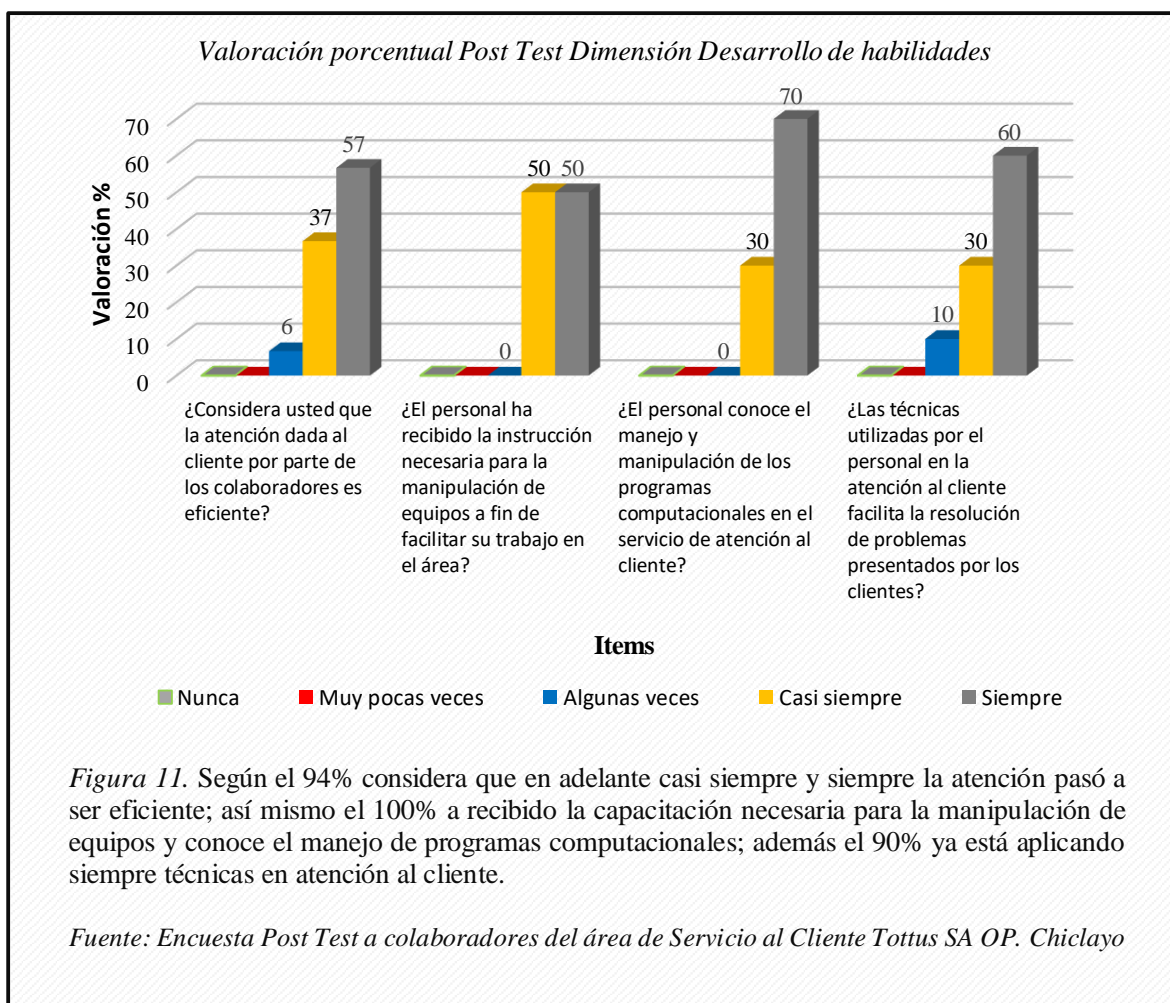


**Tabla 14. Valoración porcentual Post Test Dimensión Desarrollo de Habilidades**

	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
¿Considera usted que la atención dada al cliente por parte de los colaboradores es eficiente?	0	0	6	37	57
¿El personal ha recibido la instrucción necesaria para la manipulación de equipos a fin de facilitar su trabajo en el área?	0	0	0	50	50
¿El personal conoce el manejo y manipulación de los programas computacionales en el servicio de atención al cliente?	0	0	0	30	70
¿Las técnicas utilizadas por el personal en la atención al cliente facilita la resolución de problemas presentados por los clientes?	0	0	10	30	60

*Fuente:* Encuesta Post Test a colaboradores del área de Servicio al Cliente Tottus SA OP Chiclayo

Elaboración propia.

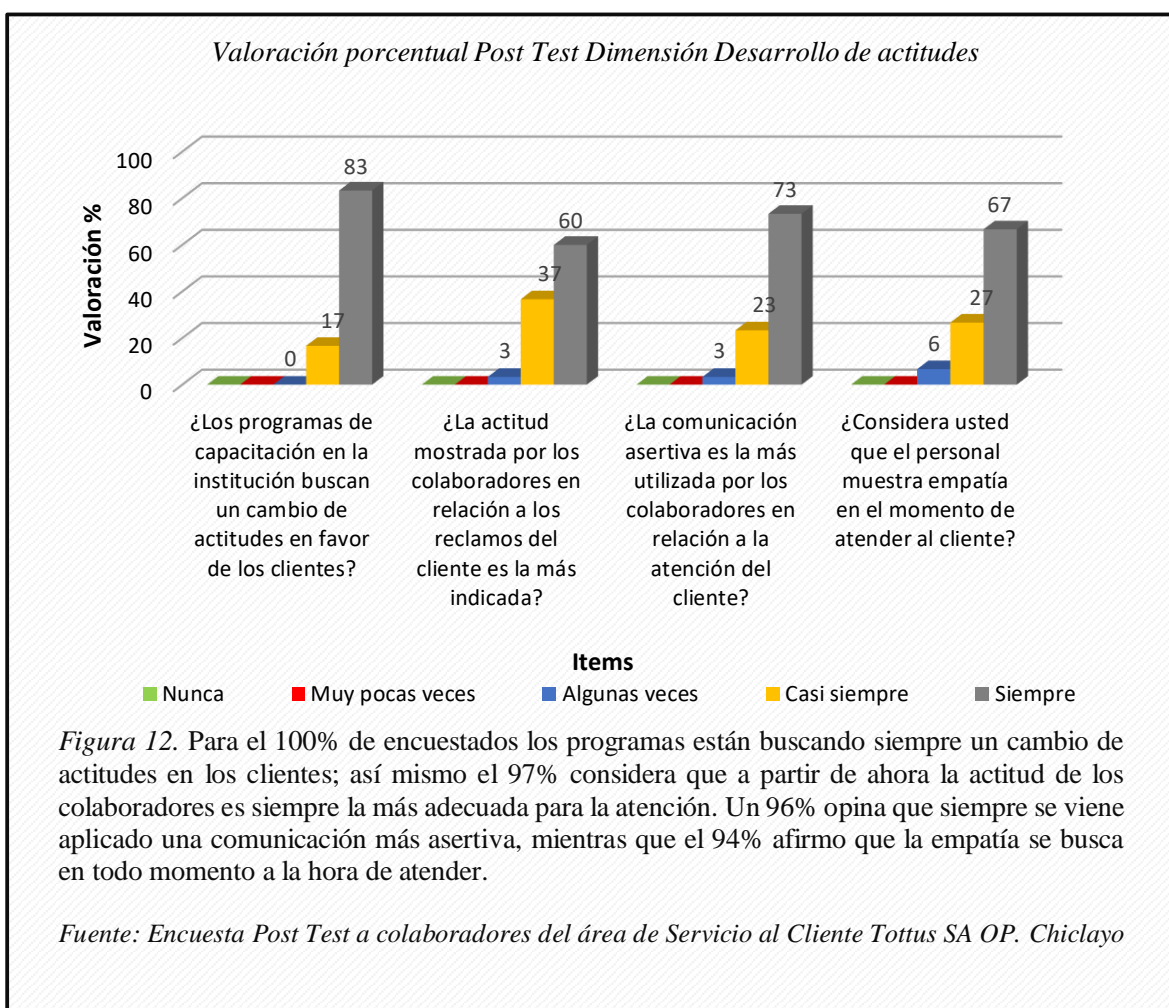




**Tabla 15. Valoración porcentual Post Test Dimensión Desarrollo de actitudes**

	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
¿Los programas de capacitación en la institución buscan un cambio de actitudes en favor de los clientes?	0	0	0	17	83
¿La actitud mostrada por los colaboradores en relación a los reclamos del cliente es la más indicada?	0	0	3	37	60
¿La comunicación asertiva es la más utilizada por los colaboradores en relación a la atención del cliente?	0	0	3	23	73
¿Considera usted que el personal muestra empatía en el momento de atender al cliente?	0	0	6	27	67

*Fuente:* Encuesta Post Test a colaboradores del área de Servicio al Cliente Tottus SA OP Chiclayo  
Elaboración propia.

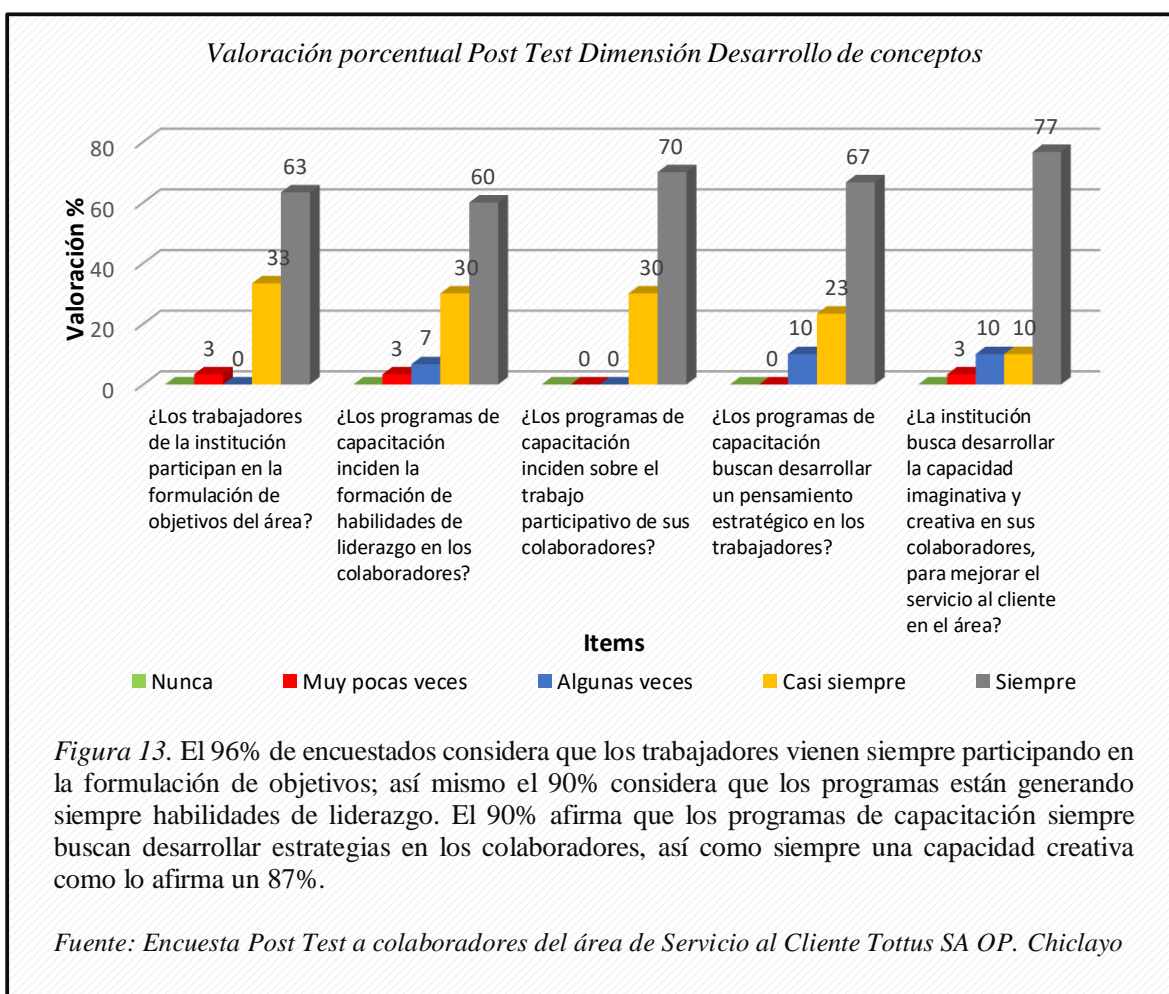


**Tabla 16. Valoración porcentual Post Test Dimensión Desarrollo de Conceptos**

	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
¿Los trabajadores de la institución participan en la formulación de objetivos del área?	0	3	0	33	63
¿Los programas de capacitación inciden la formación de habilidades de liderazgo en los colaboradores?	0	3	7	30	60
¿Los programas de capacitación inciden sobre el trabajo participativo de sus colaboradores?	0	0	0	30	70
¿Los programas de capacitación buscan desarrollar un pensamiento estratégico en los trabajadores?	0	0	10	23	67
¿La institución busca desarrollar la capacidad imaginativa y creativa en sus colaboradores, para mejorar el servicio al cliente en el área?	0	3	10	10	77

*Fuente:* Encuesta Post Test a colaboradores del área de Servicio al Cliente Tottus SA OP Chiclayo

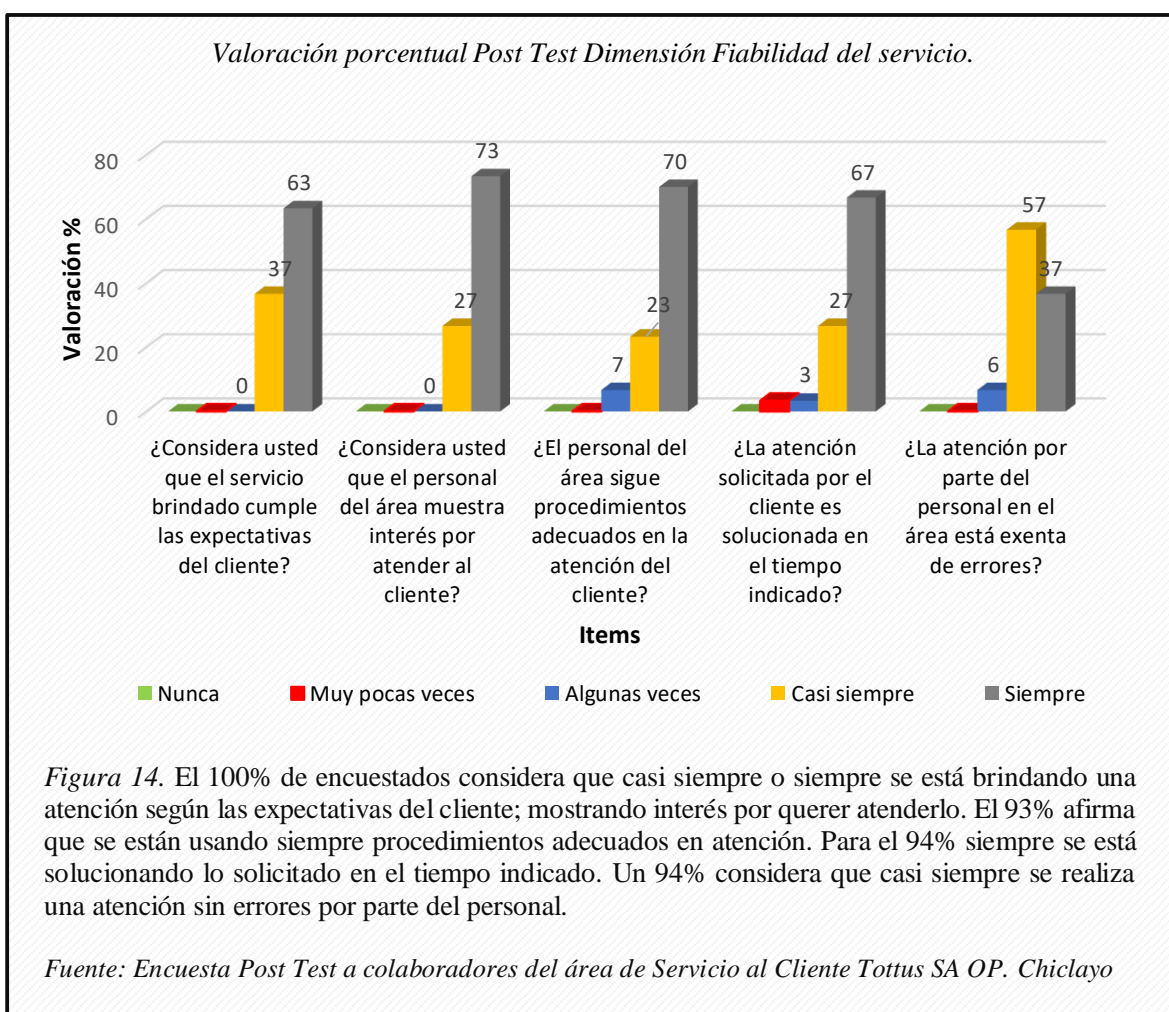
Elaboración propia.



**Tabla 17. Valoración porcentual Post Test Dimensión Fiabilidad del Servicio**

	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
¿Considera usted que el servicio brindado cumple las expectativas del cliente?	0	0	0	37	63
¿Considera usted que el personal del área muestra interés por atender al cliente?	0	0	0	27	73
¿El personal del área sigue procedimientos adecuados en la atención del cliente?	0	0	7	23	70
¿La atención solicitada por el cliente es solucionada en el tiempo indicado?	0	3	3	27	67
¿La atención por parte del personal en el área está exenta de errores?	0	0	6	57	37

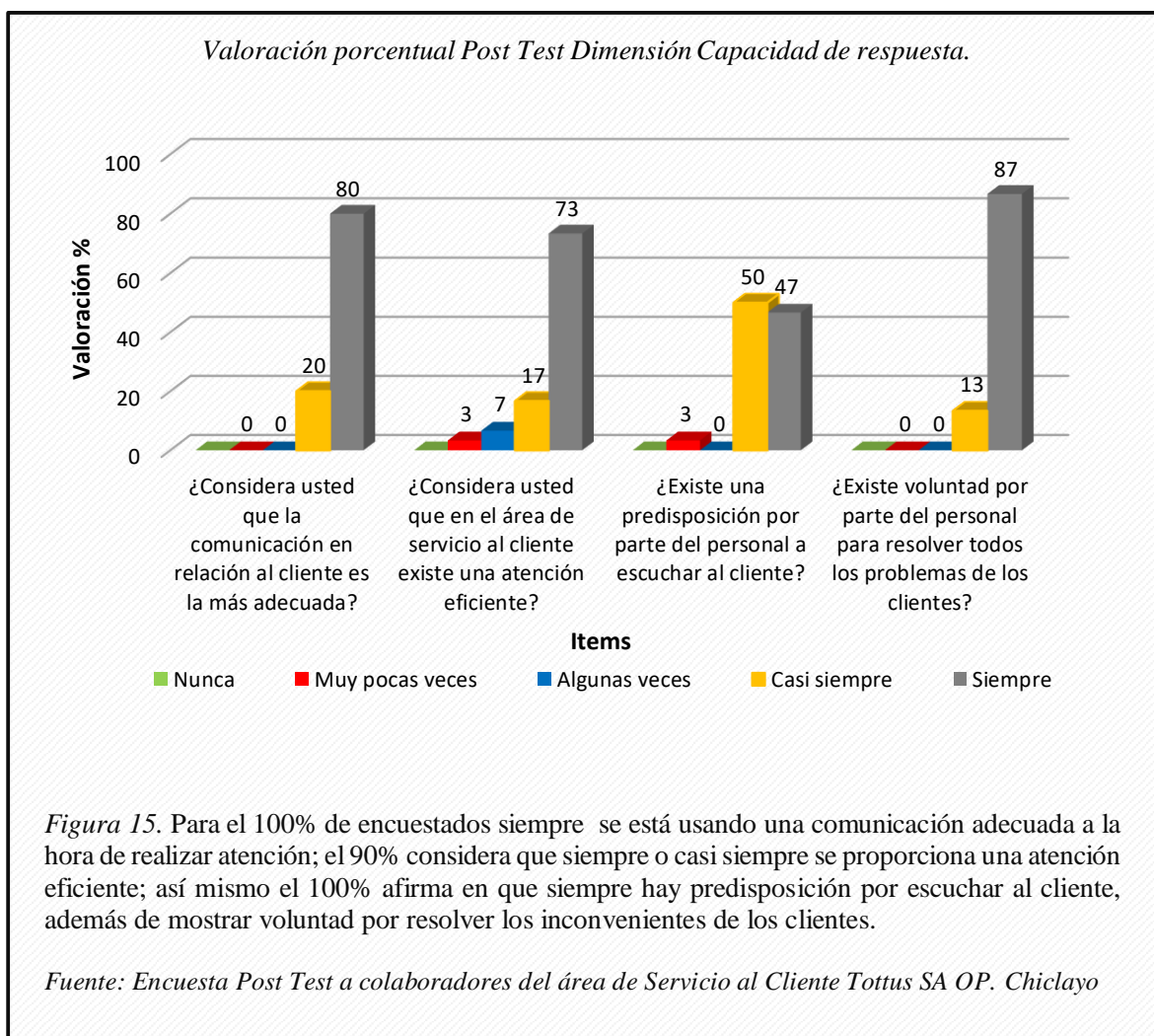
*Fuente:* Encuesta Post Test a colaboradores del área de Servicio al Cliente Tottus SA OP Chiclayo  
Elaboración propia.



**Tabla 18. Valoración porcentual Post Test Dimensión Capacidad de Respuesta**

	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
¿Considera usted que la comunicación en relación al cliente es la más adecuada?	0	0	0	20	80
¿Considera usted que en el área de servicio al cliente existe una atención eficiente?	0	3	7	17	73
¿Existe una predisposición por parte del personal a escuchar al cliente?	0	3	0	50	47
¿Existe voluntad por parte del personal para resolver todos los problemas de los clientes?	0	0	0	13	87

*Fuente:* Encuesta Post Test a colaboradores del área de Servicio al Cliente Tottus SA OP Chiclayo  
Elaboración propia.

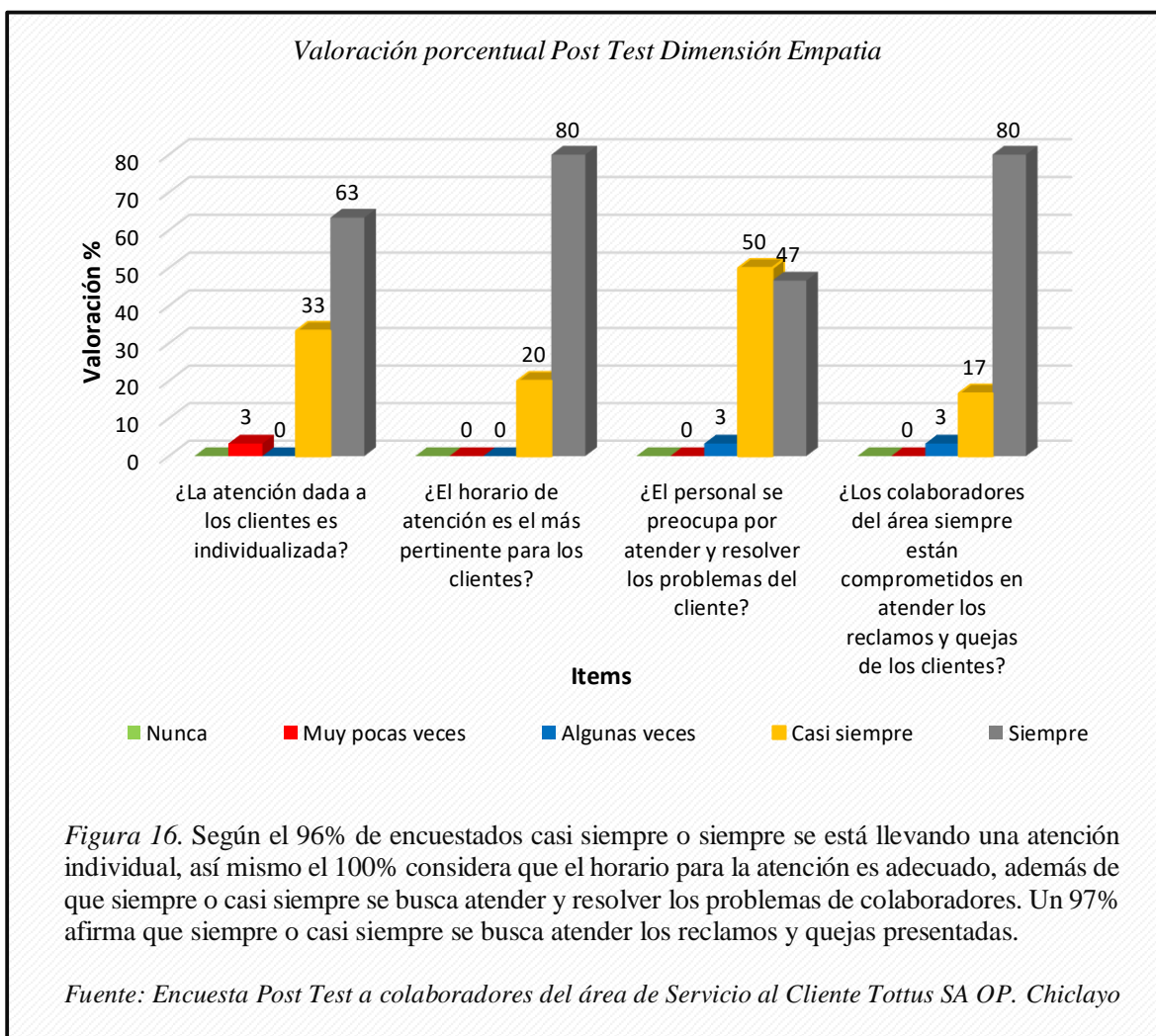


**Tabla 195. Valoración porcentual Post Test Dimensión Empatía**

	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
¿La atención dada a los clientes es individualizada?	0	3	0	33	63
¿El horario de atención es el más pertinente para los clientes?	0	0	0	20	80
¿El personal se preocupa por atender y resolver los problemas del cliente?	0	0	3	50	47
¿Los colaboradores del área siempre están comprometidos en atender los reclamos y quejas de los clientes?	0	0	3	17	80

*Fuente:* Encuesta Post Test a colaboradores del área de Servicio al Cliente Tottus SA OP Chiclayo

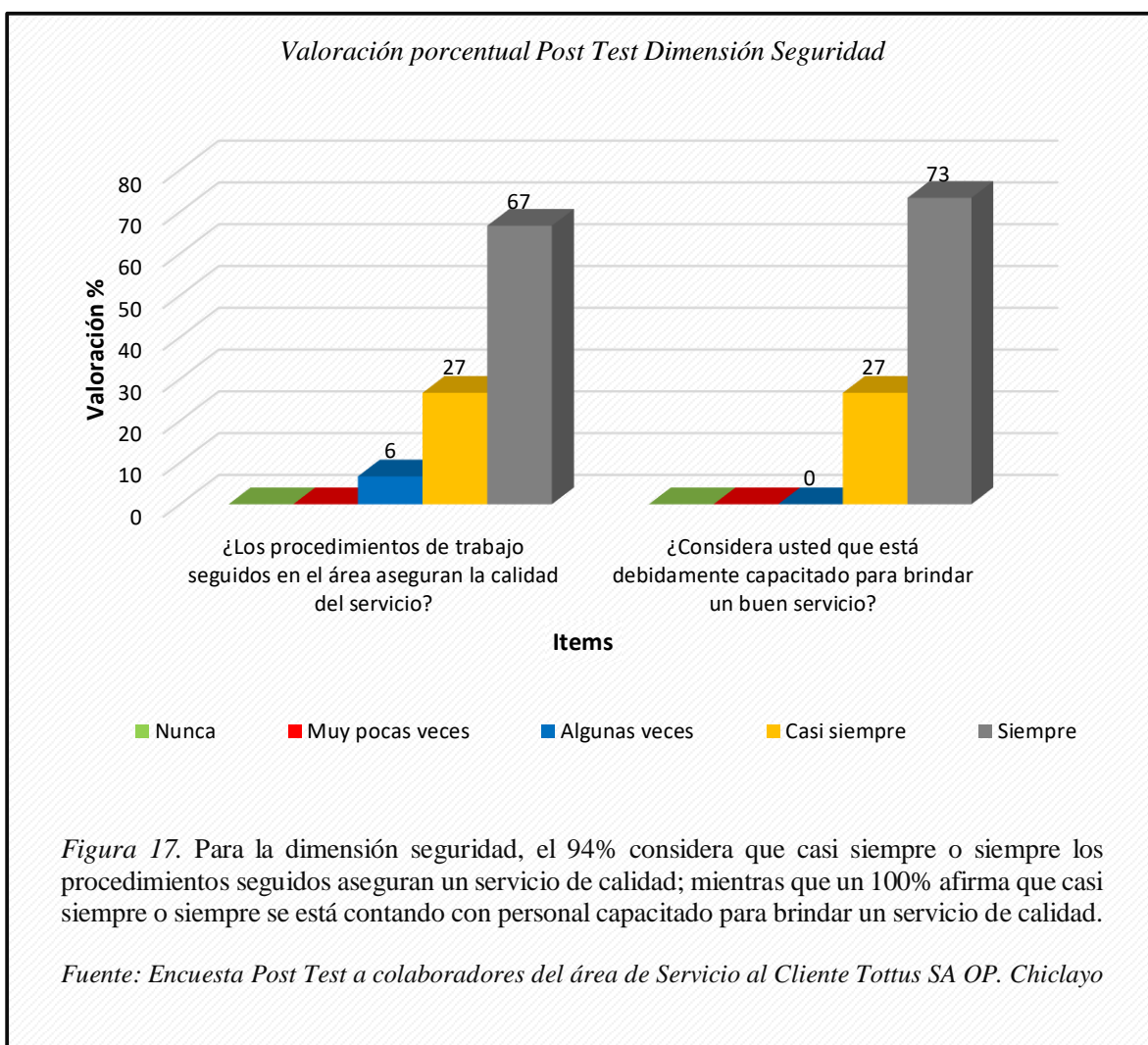
Elaboración propia.



**Tabla 20. Valoración porcentual Post Test Dimensión Seguridad**

	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
¿Los procedimientos de trabajo seguidos en el área aseguran la calidad del servicio?	0	0	6	27	67
¿Considera usted que está debidamente capacitado para brindar un buen servicio?	0	0	0	27	73

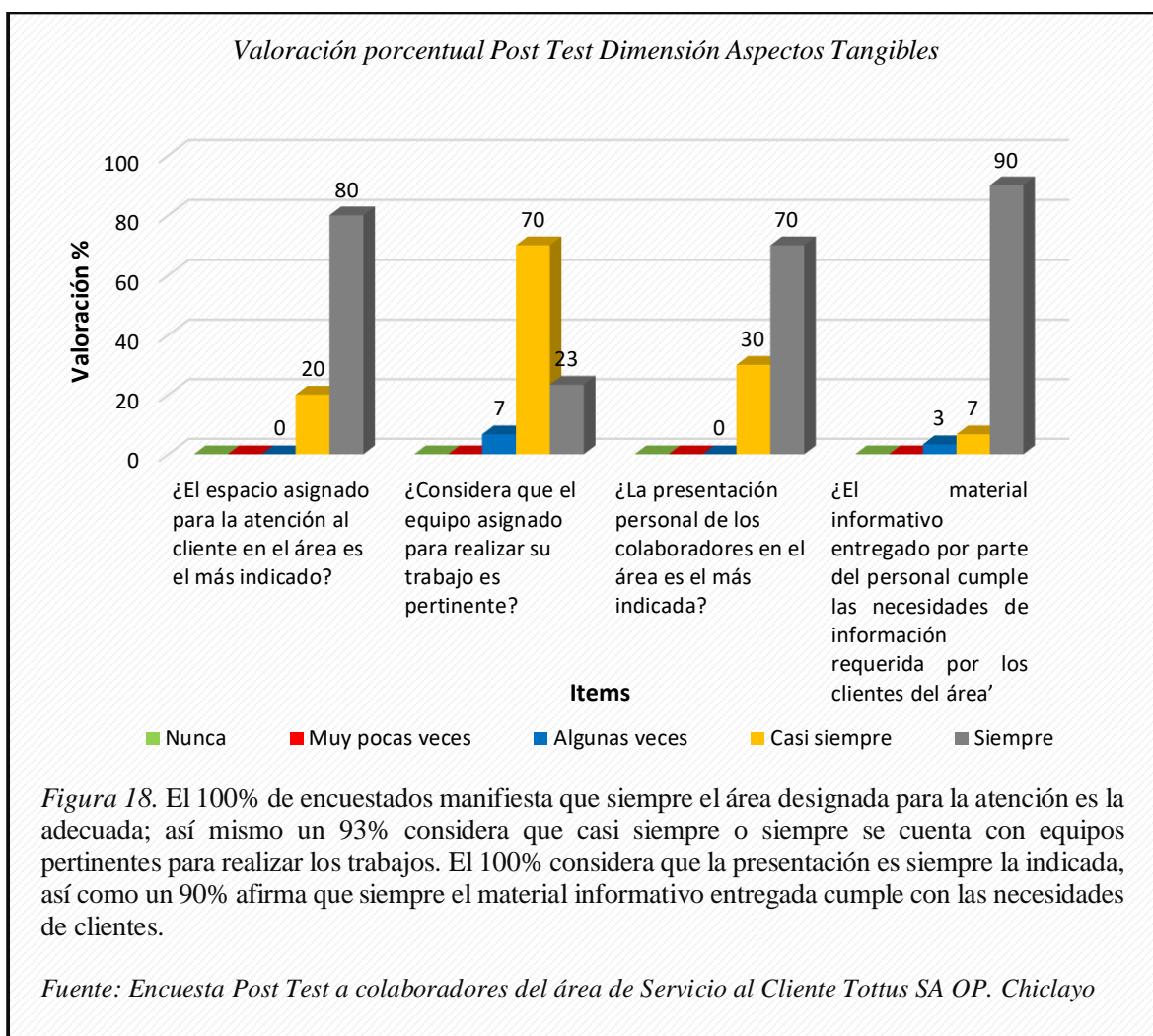
*Fuente:* Encuesta Post Test a colaboradores del área de Servicio al Cliente Tottus SA OP Chiclayo  
Elaboración propia.



**Tabla 21. Valoración porcentual Post Test Dimensión Aspectos Tangibles**

	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
¿El espacio asignado para la atención al cliente en el área es el más indicado?	0	0	0	20	80
¿Considera que el equipo asignado para realizar su trabajo es pertinente?	0	0	7	70	23
¿La presentación personal de los colaboradores en el área es la más indicada?	0	0	0	30	70
¿El material informativo entregado por parte del personal cumple las necesidades de información requerida por los clientes del área?	0	0	3	7	90

*Fuente:* Encuesta Post Test a colaboradores del área de Servicio al Cliente Tottus SA OP Chiclayo  
Elaboración propia.



#### IV. DISCUSIÓN

Según los resultados obtenidos para la variable independiente capacitación, y la dimensión transmisión de la información la investigación permitió demostrar que la aplicación constante de capacitaciones logra optimizar y mejorar los procesos en el área de servicio al cliente; así como evitar deficiencias en los procesos lo cual beneficia a la empresa generando un clima de fidelización por parte de los clientes; al evaluar el pre test se evidencio que dentro de la empresa el 93% consideraba que las capacitaciones se daban muy pocas veces, además el 93% respondió se realizaban en ocasiones capacitaciones poco relacionadas al servicio brindado, además un 87% conocía muy pocas veces los procedimientos en relación a la atención y un 97% no conocía a plenitud los reglamentos para atender reclamos; lo que se relaciona con lo investigado por Flores y Herrera (2016) donde el 46% considera que las capacitaciones que se les ofrecen no son constantes para brindar un eficiente desempeño y en su mayoría no están muy relacionadas con las funciones que desempeñan en el área, lo que hace se genere un clima poco agradable en los colaboradores, Torres (2017) ante ello se propuso rediseñar los distintos procedimientos para poder construir una cultura de progreso en la empresa para establecer un equilibrio organizacional para generar una cultura de servicio. Se recomendó orientar y capacitar al personal de acuerdo a las funciones que se realizan en el área con la finalidad de que puedan desempeñar una mejor labor. Luego capacitar al personal y aplicar un post test el 86% manifestó conocer y sentirse identificado con las políticas de la empresa; mientras que el 100% conoce las reglas para poder atender las quejas y reclamos.

Respecto la dimensión desarrollo de habilidades y actitudes el 97% de encuestados considera que algunas veces se otorga una atención eficiente debido a que en el área existe deficiencia sobre el manejo de equipos, así mismo el 73 % manifiesta que algunas veces se conoce del manejo de programas informático, y un 77% que algunas veces las técnicas utilizadas facilitan la atención al cliente; además un 50% expresó que muy pocas veces se utilice una conversación asertiva frente a los clientes; el 43% de encuestados considera que algunas veces el personal ha mostrado empatía al momento atender; guardando relación con lo investigado por Gaitán (2017) donde expone que la falta de herramientas y uso equipo de trabajo que afecta directamente la comunicación, por ende, si no hay una comunicación eficiente internamente se estará vendiendo a los clientes una imagen de empresa desorganizada y con mala



planificación en sus procesos operativos. Gaitán sostiene que un plan de acción permitirá ofrecer un servicio ágil y oportuno que aumentará la complacencia del cliente a fin de lograr estabilidad y continuidad a la empresa en el mercado. Al desarrollar las capacitaciones se obtuvieron que el 94% considera que en adelante casi siempre y siempre la atención pasó a ser eficiente; así mismo el 100% ha recibido la capacitación necesaria para la manipulación de equipos y conoce el manejo de programas computacionales; además el 90% ya está aplicando siempre técnicas en atención al cliente, para lo cual el 96% afirma se viene aplicado una comunicación más asertiva y un 94% que se busca empatía en todo momento a la hora de atender.

Con respecto a la variable dependiente servicio al cliente y su dimensión fiabilidad del servicio y capacidad de respuesta el 97% de encuestados considera que en muy pocas ocasiones se cumple con la expectativa de los clientes, además el 63% manifiesta que algunas veces se ha seguido un procedimiento adecuado en la atención además que solo en algunas ocasiones lo solicitado por el cliente es solucionado a tiempo. contractando con lo investigado por Podestá (2016) evidenció que actualmente la satisfacción de los clientes tiene una regular aceptación ya que los trabajadores no muestran un desempeño eficiente y óptimo en distintos momentos y situaciones, lo que lleva a no atender a sus necesidades y reclamos en el tiempo requerido. A partir de la aplicación y desarrollo de capacitaciones los resultados obtenidos fueron los siguientes un 100% considera que actualmente la atención brindada está acorde con las expectativas de los clientes, ya que se muestra una gentil predisposición por escuchar al cliente, además de mostrar voluntad por resolver los inconvenientes y atenderlo, además un 94% comenta que siempre se está solucionando lo solicitado en el tiempo indicado sin errores por parte del personal.

Para el 70% de encuestados en relación a la dimensión empatía algunas veces la atención que se brinda es de manera personalizada; mientras que para el 57% algunas veces el horario es el adecuado para atender. El 63% expresa que algunas veces el personal se siente comprometido en atender los reclamos y quejas que presenten los usuarios, así lo afirma Guerrero y Trujillo (2016) donde detalla que la empresa Cineplanet Chiclayo mantiene un deficiente tratamiento de las quejas y reclamos, lo que se evidencia en la insatisfacción por parte de clientes debido a la mala gestión y frente a la falta de compromiso que presenta para darle una solución óptima en el

menor tiempo posible; es por ello que Flores y Herrera (2016) proponen desarrollar estrategias de motivación para mejorar el desempeño laboral, ya que en empresas como Tottus no se les ha impartido oportunidades de desarrollo profesional, lo que ha generado no se tenga un rendimiento óptimo en el desempeño.

Con respecto a la dimensión seguridad el 63% de encuestados consideran que algunas veces los procedimientos de trabajo establecidos en el área aseguran la calidad del servicio; mientras que el 57% consideran no se está debidamente capacitado. Ante ello Álvarez, Freire y Gutiérrez (2017) mencionan la capacitación tiene un efecto significativo en la productividad laboral; es por ello que Nowell (2015) propone llevar a cabo una capacitación a todos los colaboradores para mejorar el clima laboral puesto que los trabajadores no han recibido en los últimos años adiestramiento en materia relacionada al servicio al cliente. La capacitación de personal ha permitido un 100% afirma que casi siempre o siempre se está contando con personal capacitado para brindar un servicio de calidad.

## V. CONCLUSIONES

Los trabajadores muestran un rendimiento laboral regular en el desempeño de sus funciones. Se ha identificado los trabajadores no se sienten debidamente capacitados y motivados para brindar un buen servicio; presentan una baja identificación con las funciones, políticas, reglas de la empresa. Es evidente en el nuevo personal deficiencias en el manejo de equipos y programas computacionales, así como en técnicas y métodos necesarios para realizar una atención óptima y de calidad frente a distintos tipos de clientes.

Las principales necesidades presentada por los colaboradores son impartir un mayor conocimiento e identificación con la empresa ya sea a nivel institucional, de funciones y responsabilidades, también se necesitan realizar instrucción a los colaboradores en la actividades como procedimientos de trabajo, manejo de equipos, sistema de servicio al cliente y técnicas de trabajo. Además se requiere realizar talleres de motivación, talleres de coaching entre diversos talleres que permitan un mejor manejo de situaciones bajo presión y desarrollo de conflictos.

Se desarrolló un plan de intervención el cual estableció y desarrolló acciones, logrando resultados y objetivos esperados. El plan de intervención permitió gestionar mejor el talento humano, se trabajó a partir de las dimensiones de las variables en estudio, para ello se realizaron coordinaciones con los directivos con el fin de poder llevar a cabo un programa de capacitaciones, charlas y talleres dirigido a los colaboradores para que tengan conocimiento sobre la organización, productos y/o servicios, políticas y reglas; además de funciones, procedimientos, técnicas y conductas de trabajo mediante talleres de motivación y coaching.

Las capacitaciones permitieron elevar el desempeño del talento humano en todos los aspectos; así mismo se logró que cada trabajador mantenga un nivel eficiente de desempeño. Se ha logrado mediante las capacitaciones que los colaboradores se mantengan identificados no solo en el plano institucional sino también consigo mismo y la labor que realizan; a fin de así poder atender las distintas quejas y reclamos. Uno los aspectos más importantes es la motivación impartida en el grupo de trabajo mediante talleres de motivación personal y desarrollo de capacidades para generar acciones de mejora. A partir de ahora la actitud de los colaboradores es siempre la más

adecuada ya que se viene aplicado una comunicación más asertiva en todo momento, además de una atención personalizada que cumple con los requerimientos y expectativas del cliente mediante procedimientos adecuados sin errores que conlleven a resolver los reclamos y quejas presentadas en tiempos óptimos.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Se debe potenciar el desarrollo y desempeño laboral a través del fortalecimiento de la cultura organizacional, potencial humano y diseño organizacional con el fin de convertir a la empresa Tottus S.A.C. en una empresa productiva y eficiente dentro de la cadena de supermercados.

El área del talento humano debe realizar encuestas de forma periódica a fin de conocer las necesidades del colaborador con la empresa, además del grado de desempeño como de sus necesidades. Es suma importancia las empresas busquen en todo momento la satisfacción de los trabajadores y el compromiso mostrado en sus puestos, para así poder fomentar un clima confortable de trabajo en equipo donde exista una buena relación empleador – colaborador – cliente; logrando así altos niveles de productividad.

Es importante desarrollar planes de capacitaciones a fin de mejorar los procesos de servicio en atención, teniendo en cuenta que para lograrlo debe contar con talento humano comprometido con su trabajo, para lo cual se debe crear sistemas de líneas de carrera laboral, contratos más estables, sistemas de ascensos, estrategias para el fortalecimiento de oportunidades laborales, cursos de desarrollo profesional, sistemas para promover el desarrollo de las capacidades de los colaboradores ya que el desempeño laboral de los trabajadores influye en la productividad y la fidelización que pueda generar en los clientes, por ello necesario plantear continuamente acciones y metas para lograr resultados y objetivos esperados, en beneficio de la empresa.

Se recomienda tanto a las directivas como al área encargada del talento humano se realicen capacitaciones, charlas, talleres y jornadas de sensibilización dirigido a colaboradores continuamente a fin de poder escucharlos y orientarlos, brindándoles así poder desarrollarse tanto en lo laboral como personal para poder cumplir sus funciones de la mejor manera. Se deben establecer metas para hacerle frente a la competencia y promover a su vez mejores niveles de desempeño laboral, premiando sus logros con reconocimientos que incentiven a seguir creciendo ya que es importante en todo momento fortalecer el desempeño de cada trabajador, buscando su satisfacción.

## **VII. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN**

### **CAPACITACIÓN PARA OPTIMIZAR LA ATENCIÓN EN EL ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE - TOTTUS S.A. OPEN PLAZA CHICLAYO**

#### **GENERALIDADES**

El objetivo primordial es desarrollar capacitaciones para optimizar la atención en el área de Servicio al Cliente en la empresa Tottus S.A. ubicada en el Centro Comercial Open Plaza Chiclayo para fortalecer el desempeño de los colaboradores con la finalidad que se convierta en una herramienta útil no solo para la empresa sino entre las distintas cadenas de supermercados.

Este contexto sujeta todos los elementos que satisfacen a la aplicación del programa de capacitación en el área de Servicio al Cliente ante las necesidades que puede presenciarse en dicha empresa, con el fin de mejorar el desempeño de cada colaborador de forma eficiente.

Así mismo, la importancia de desarrollar capacitaciones se visualiza en los alcances y beneficios de cada actividad planteada dentro del plan de intervención.

#### **OBJETIVO.**

Desarrollar capacitaciones para optimizar la atención en el área de Servicio al Cliente en la empresa Tottus S.A. Open Plaza Chiclayo.

#### **ACTIVIDADES.**

##### **ACTIVIDAD 1. PROGRAMA DE CHARLAS SOBRE ORGANIZACIÓN, PRODUCTOS/SERVICIOS, POLÍTICAS Y REGLAS DE LA EMPRESA.**

##### **FORMULACIÓN DE LA ACTIVIDAD.**

Esta primera actividad pretende que los colaboradores conozcan y se puedan sentir identificados a través de charlas y exposiciones sobre todo lo concerniente a la empresa, sus productos, los servicios que brinda, además de las políticas y reglas que todo colaborador debe tener en cuenta.

## **RESULTADOS ESPERADOS.**

- a) Conocimiento pleno acerca de la organización por parte de los colaboradores
- b) Conocimiento acerca de la variedad de productos que expende la empresa
- c) Conocimiento acerca de la variedad de servicios que brinda la empresa a los clientes.
- d) Mayor conocimiento en los trabajadores acerca de las políticas de trabajo a tenerse en cuenta en el desarrollo de actividades
- e) Optimización del trabajo a través del cumplimiento de reglas aplicadas a cada una las funciones de los colaboradores en el área.

## **DESCRIPCIÓN DEL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.**

Esta actividad tiene por finalidad la integración plena entre la empresa y el personal considerando la importancia que cada colaborador se merece. Así mismo, éste pueda desarrollar sus actividades laborales de forma cómoda sintiéndose identificado con su empresa, los productos y servicios que ofrecen además de las políticas y reglas que ejercen dentro del supermercado. (Fotografía 1)

Las charlas y exposiciones comprenden los siguientes temas:

- a) Organización: Historia, misión, visión, valores institucionales, formato de negocios Tottus: Tottus Express, Tottus supermercados, Tottus Hipermercados, Hiperbodega precio 1.
- b) Variedad de productos: Categoría de productos: Categoría Food, categoría Non Food. Identificación de marcas propias: Casa joven, Recco, precio uno, OfisCool, Wunder, Desing, Allbasicg.
- c) Servicios que se brinda: Calidad y conveniencia, experiencia de compra, adquisiciones responsables, servicios técnicos.
- d) Políticas de trabajo y reglas:
  - Disposiciones generales
  - Del ingreso del personal
  - Derechos y obligaciones de empresa
  - De los derechos de los trabajadores
  - De las obligaciones de los trabajadores

- De las jornadas y horarios de trabajo
- De las asistencias y permisos
- De las vacaciones
- De los descansos obligatorios
- Del pago de remuneraciones
- De la higiene y seguridad en el trabajo
- De las relaciones laborales
- De la atención de asuntos y reclamos laborales
- Fomento y armonía entre los trabajadores de la empresa.

### **APLICACIÓN DE DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.**

Luego de las sesiones de exposiciones y charlas con el equipo de colaboradores, el área de recursos humanos debe de establecer el compromiso institucional con todos los trabajadores. Esta última reunión tendrá que dejar participar a los trabajadores en la toma de decisiones aceptando sus ideas para el mejoramiento de la empresa en la obtención de los objetivos y mejoras para el desempeño. (Fotografía 2)

### **ACTIVIDAD 2. INSTRUCCIÓN SOBRE PROCEDIMIENTOS DE TRABAJO, MANEJO DE EQUIPOS, SISTEMA DE SERVICIO AL CLIENTE Y TÉCNICAS DE TRABAJO.**

#### **FORMULACIÓN DE LA ACTIVIDAD.**

Esta segunda actividad se busca que los colaboradores tengan pleno conocimiento sobre todos los procedimientos dentro del reglamento interno de trabajo; manejo, prevención y seguridad de equipos, normas de seguridad de la información; técnicas y herramientas de trabajo. (Fotografía 3)

#### **RESULTADOS ESPERADOS.**

- a) Adiestrar al personal en los procedimientos de trabajo
- b) Adiestramiento de personal en el manejo y prevención en el uso de equipos.
- c) Adiestramiento de personal en el manejo de sistema de servicio al cliente.
- d) Manejo de uso de técnicas de trabajo.



## **DESCRIPCIÓN DEL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.**

Los talleres tienen como finalidad la capacitación plena sobre los procedimientos de trabajo, el uso y prevención sobre equipos y programas, se generaran simulaciones sobre procedimiento de cómo atender a clientes mediante el uso de técnicas de trabajo. Su finalidad es lograr un conocimiento y desempeño de las funciones que realiza de manera óptimo. (Fotografía 4)

Los talleres comprendieron los siguientes temas:

- a) Conocimiento del Reglamento Interno trabajo:
  - Manual de inducción
  - Procedimientos de trabajo
- b) Reglamento del manejo de equipos y de seguridad y salud en el trabajo
  - Estándares de seguridad y salud en las operaciones
- c) Adiestramiento de personal en el manejo de sistema de servicio al cliente y normas de seguridad de la información
  - Normas de control de acceso a la información
  - Normas de uso de internet y redes
  - Normas de uso de software
  - Clasificación de la información
  - Normas de uso de escritorios y pantallas limpias
  - Normas de uso de medios de comunicación
  - Seguridad del equipamiento
  - Normas de protección de datos
  - Normas de intercambio de información
  - Normas de protección de evidencias
  - Normas de derecho de propiedad intelectual
- d) Manejo de usos de técnicas de trabajo
  - Complementariedad
  - Coordinación
  - Compromiso
  - Comunicación
  - Confianza

## **APLICACIÓN DE DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.**

Luego del taller los colaboradores mostro un desempeño optimo en el uso de herramientas tecnológicas, así como de habilidades para hacer uso de técnicas de trabajo. Así mismo el área de recursos humanos se comprometió en todo momento a capacitar permanentemente a fin de que estos tengan un desempeño óptimo.

## **ACTIVIDAD 3. TALLER DE MOTIVACION PERSONAL PARA ATENDER AL CLIENTE.**

### **FORMULACIÓN DE LA ACTIVIDAD.**

El desarrollo de la actividad tiene como finalidad desarrollar habilidades y actitudes en los colaboradores, mediante talleres de motivación a incentivos. (Figura 5). El personal estará en la capacidad para desarrollar conductas empáticas al momento de atender a distintas clases de clientes en diversas situaciones que se generen.

### **RESULTADOS ESPERADOS.**

- a) Adecuación de conductas teniendo en cuenta el servicio al cliente.
- b) Empatía del colaborador al momento de atender a los clientes

### **DESCRIPCIÓN DEL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.**

El taller comprenden desarrollo de sesiones donde se trataran temas como:

- “Escucha con atención en todo momento”
- “La paciencia un don”
- “Aprende a comunicar”
- “Conoce bien tu Producto/Servicio
- “Palabras positivas en todo momento”
- “Escondiendo emociones”
- “Gestión del tiempo”
- “Siempre en el lugar del cliente”
- “Orientación de objetivos”
- “Capacidad de reacción”
- “Aprendiendo a conversar”
- “Nunca se pierden las ganas de aprender”

Se ha compartido sesiones para generar energía y ánimo en los trabajadores antes de iniciar sus labores. (Fotografía 6)

#### **APLICACIÓN DE DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.**

Realizado el taller los jefes de área tienen la obligación de desarrollar sesiones de motivación antes de iniciar las labores a fin de generar en los colaboradores, actitudes de energía que se verán reflejados en el entusiasmo puesto a la hora de trabajar.

#### **ACTIVIDAD 4. PROGRAMA DE COACHING**

##### **FORMULACIÓN DE LA ACTIVIDAD.**

El taller de coaching permitirá en el talento humano generar líderes, capaces de elevar su productividad, a través de herramientas efectivas, técnicas que puedan generar dentro de la organización servicios de atención óptimos creando así relaciones de largo plazo. (Figura 7)

##### **RESULTADOS ESPERADOS.**

- a) Toma de decisiones acertadas por parte del personal.
- b) Desarrollar el pensamiento proactivo entre los colaboradores

##### **DESCRIPCIÓN DEL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.**

Se impartirán talleres como:

- a) Líderes en atención al cliente
- b) Entrenamiento de competencias para mejorar la atención al cliente.
- c) Creación de asociaciones placenteras y positivas de ideas en clientes
- d) Aplicación de las herramientas neurolingüísticas

##### **APLICACIÓN DE DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.**

El área de recursos humanos está comprometido en desarrollar herramientas de desarrollo líderes y equipos. Los participantes aumentaran su eficacia en el desarrollo y desempeño de actividades pues tendrán las habilidades de tener un mejor autocontrol y a su vez las herramientas para resolver conflictos, tomar decisiones acertadas con el propósito de lograr metas y retos difíciles.

## VIII. REFERENCIAS.

- Álvarez, B., Freire, D. y Gutiérrez, B. (2017). *Capacitación y su Impacto en la Productividad Laboral de las Empresas Chilenas*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Concepción. Chile.
- Alles, M. (2009). *Construyendo Talento: Programa de Desarrollo para el Crecimiento de las Personas y la Continuidad de las Organizaciones*. Buenos Aires, Argentina: Granica.
- Alles, M. (2009). *Construyendo Talento: Desarrollo del Talento Humano Basado en Competencias*. Buenos Aires, Argentina: Granica.
- Arias, R. (2015). *Derecho Corporativo Empresarial*. México: Grupo Editorial Patria.
- Ayala, Bernárdez, de la Fuente y García (2016). *La marca en la internalización de las empresas B2B*. Madrid, España: ISBN.
- Ayala, N., Bernárdez, S., De la Fuente, N. y García, V. (2016). *La Marca en la Internalización de las Empresas B2B*. Madrid España. ISBN.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3ra. Ed) Colombia: Pearson Educación.
- Bob, N. (2000). *1001 Un Formas de Recompensar a sus Empleados*. Barcelona, España: Ediciones 2000.
- Calderón, L. y Facho, X. (2017). *Gestión del talento humano por competencias, un modelo teórico para el desempeño laboral en el hotel "Gloria Plaza" de la ciudad de Chiclayo*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Lambayeque. Chiclayo, Perú.
- Centro de Desarrollo Startup América Latina (2016). *Construyendo un Futuro Innovador*. Prís, Francia.
- Chiavenato, I. (2009). *Administración de Recursos Humanos*. (9° ed.) México: Mc Graw Hill.
- Debeljuh, P., Idrovo, S. y Bernal, M. (2015). *El Lado Femenino del Poder*. Buenos Aires, Argentina: LID, Editorial Empresarial, S.R.L.

- Estela, D. (2015). *Gestión del Talento Humano y su Influencia en el desempeño laboral en la empresa Hipermercados Tottus S.A. de la Provincia de Pacasmayo*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo, Perú.
- Fernández, J. y Cuñat, M. (2014). *América Latina en China*. México: Mexicana.
- Fernández, M. (2015). “*Relación entre el Clima Organizacional y la Satisfacción del Cliente en la Empresa Supermercados Metro del Distrito de la Victoria – Chiclayo 2015*”. Universidad Señor De Sipán. (Tesis de grado). Chiclayo 2015.
- Ferri, L. (2016). *La Gestión del Talento Humano en un Entorno de Crisis*. España: Área de Innovación y Desarrollo S.L.
- Flores, Y., y Herrera, L. (2016). “*Estrategias de Motivación y el Desempeño Laboral de los Colaboradores en el Supermercado Tottus – Chíncha*”. Universidad Inca Garcilaso De La Vega. (Tesis de grado). Lima 2016.
- García, G. (2005). *Investigación Comercial*. (2° ed.). Madrid, España: Universidad Rey Juan Carlos.
- Guerrero, S., y Trujillo, R. (2016). “*Propuesta de Mejora de la Gestión de Quejas y Reclamos en la Empresa Cineplanet-Chiclayo*”. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. (Tesis de grado). Chiclayo 2016.
- Hernández, L. y Cruz, R. (2014). *Capacitación al Personal Administrativo de la Clínica N° 23 del IMSS: Propuesta Pedagógica Respecto al Cuidado de sí Mismo y cómo Mejorar para las Relaciones Interpersonales*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- Hernández, M. (2015). “*Calidad de Servicio y Fidelidad del Cliente en el Minimarket Adonay E.I.R.L. de Andahuaylas, 2015*”. Universidad Nacional José María Arguedas. (Tesis de grado). Andahuaylas, 2015
- Icart, M., Fentelsazc, C. y Pulpon, A. (2006). *Elaboración y Presentación de un Proyecto de Investigación y una Tesina*. España: Graficas Rey S.L.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). *Marketing*. (14° ed.) México: Pearson Educación.

- Mondy, R. y Noe, R. (2005). *Administración de Recursos Humanos*. México: Pearson Educación.
- Nowell, C. (2015). *Capacitación y Servicio al Cliente*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Gaitán, N. (2017). *Proyecto de Mejora de Servicio al Cliente en la Empresa Distribuciones AC SAS*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Santo Tomás. Bogotá, Colombia.
- George, D. y Mallery, P. (2003). *SPSS para Windows paso a paso: una guía simple y referencia*. (4ta ed). Boston: Allyn y Bacon
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE). (2015). *Prioridades de Políticas para un Crecimiento más Fuerte y Equitativo*. Paris, Francia.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE). (2015). *Perspectivas de la OCDE sobre la economía digital 2017*. Paris, Francia.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2015). *Perspectivas Económicas de América Latina 2015: educación, competencia e innovación para el desarrollo*. París, Francia.
- Podestá, C. (2016). “Calidad de servicio y Satisfacción del cliente del supermercado Tottus del distrito de Santa Anita, año 2016”. Universidad Cesar Vallejo. (Tesis de Pregrado). Lima 2016.
- Ramírez, E. (2015). *Apoyo Administrativo a la Gestión de Recursos Humanos*. España: Learning S.L.
- Ruiz, S. y Grande, I. (2006). *Comportamientos de Compra del Consumidor*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Torres, D. (2011). *Propuesta de Mejoramiento del Servicio al Cliente frente al Procedimiento de Garantías de Electrodomésticos en el Centro Electrónico Colseguros*. Universidad Autónoma de Occidente. (Tesis de Licenciatura). Santiago de Cali 2017.
- Valdivia, J. (2015). *Comercialización de Productos y Servicios en Pequeños Negocios o Microempresas*: España: Innovación y Cualificación S.L.

## IX. ANEXOS

### 9.1. Instrumento.

#### ENCUESTA A COLABORADORES DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

La presente encuesta busca obtener información relacionada con la capacitación de personal en el Área de Servicio al Cliente en la Empresa Tottus Chiclayo del Centro Comercial Open Plaza Chiclayo. Por lo que solicita sea objetivo en sus respuestas; dicha información obtenida servirá como insumo, a fin de desarrollar un programa de capacitación en el área antes indicada; por lo que se le solicita lea atentamente cada una de las interrogantes planteadas, revise todas las opciones y elija la alternativa que crea más conveniente.

#### I. Datos Generales:

Género: femenino ( ) Masculino ( )

Grado de Instrucción: \_\_\_\_\_ Título obtenido (si lo tuviera): \_\_\_\_\_

Área en la que elabora: \_\_\_\_\_ Años de experiencia: \_\_\_\_\_

Condición Laboral: Contratado ( ) Nombrado ( )

#### II. Cuestionario:

Califique las preguntas teniendo en cuenta el siguiente esquema:

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nº	Items	Escala de Valoración				
		1	2	3	4	5
<b>VARIABLE 1: PROGRAMA DE CAPACITACIÓN</b>						
<b>DIMENSION 1: Transmisión de Información</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	¿La capacitación recibida en la organización es continua?					
	¿La temática abordada en los programas de capacitación es pertinentes a las actividades que desempeña?					
	¿La capacitación recibida está relacionada con los productos que se expenden en la organización?					
	¿La capacitación recibida hace énfasis en el servicio que se brinda al cliente?					
	¿Las políticas relacionadas a la atención del cliente las conoce por medio de capacitaciones realizadas en la empresa?					
	¿Conoce los procedimientos a seguir en relación a la atención del cliente?					
	¿Ud. conoce las reglas establecidas por la institución para atender reclamos y quejas de los clientes?					
<b>DIMENSION 2: Desarrollo de habilidades</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	¿Considera usted que la atención dada al cliente por parte de los colaboradores es eficiente?					
	¿El personal ha recibido la instrucción necesaria para la manipulación de equipos a fin de facilitar su trabajo en el área?					

¿El personal conoce el manejo y manipulación de los programas computacionales en el servicio de atención al cliente?					
¿Las técnicas utilizadas por el personal en la atención al cliente facilita la resolución de problemas presentados por los clientes?					
<b>DIMENSION 3: Desarrollo de Actitudes</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
¿Los programas de capacitación en la institución buscan un cambio de actitudes en favor de los clientes?					
¿La actitud mostrada por los colaboradores en relación a los reclamos del cliente es la más indicada?					
¿La comunicación asertiva es la más utilizada por los colaboradores en relación a la atención del cliente?					
¿Considera usted que el personal muestra empatía en el momento de atender al cliente?					
<b>DIMENSION 4: Desarrollo de Conceptos</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
¿Los trabajadores de la institución participan en la formulación de objetivos del área?					
¿Los programas de capacitación inciden la formación de habilidades de liderazgo en los colaboradores?					
¿Los programas de capacitación inciden sobre el trabajo participativo de sus colaboradores?					
¿Los programas de capacitación buscan desarrollar un pensamiento estratégico en los trabajadores?					
¿La institución busca desarrollar la capacidad imaginativa y creativa en sus colaboradores, para mejorar el servicio al cliente en el área?					

Items	Escala de Valoración				
<b>VARIABLE 2: OPTIMIZACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE</b>					
<b>DIMENSION 1: Fiabilidad del Servicio</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
¿Considera usted que el servicio brindado cumple las expectativas del cliente?					
¿Considera usted que el personal del área muestra interés por atender al cliente?					
¿El personal del área sigue procedimientos adecuados en la atención del cliente?					
¿La atención solicitada por el cliente es solucionada en el tiempo indicado?					
¿La atención por parte del personal en el área está exenta de errores?					
<b>DIMENSION 2: Capacitaded de Respuesta</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
¿Considera usted que la comunicación en relación al cliente es la más adecuada?					
¿Considera usted que en el área de servicio al cliente existe una atención eficiente?					
¿Existe una predisposición por parte del personal a escuchar al cliente?					
¿Existe voluntad por parte del personal para resolver todos los problemas de los clientes?					
<b>DIMENSION 3: Empatía</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
¿La atención dada a los clientes es individualizada?					
¿El horario de atención es el más pertinente para los clientes?					



¿El personal se preocupa por atender y resolver los problemas del cliente?					
¿Los colaboradores del área siempre están comprometidos en atender los reclamos y quejas de los clientes?					
<b>DIMENSION 4: Seguridad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
¿Los procedimientos de trabajo seguidos en el área aseguran la calidad del servicio?					
¿Considera usted que está debidamente capacitado para brindar un buen servicio?					
<b>DIMENSION 5: Aspectos Tangibles</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
¿El espacio asignado para la atención al cliente en el área es el más indicado?					
¿Considera que el equipo asignado para realizar su trabajo es pertinente?					
¿La presentación personal de los colaboradores en el área es el más indicada?					
¿El material informativo entregado por parte del personal cumple las necesidades de información requerida por los clientes del área?					

## 9.2. Validación del instrumento.



### VALIDACION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

#### TEMA DE INVESTIGACION

“PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA OPTIMIZAR LA ATENCIÓN EN EL ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE - TOTTUS S.A. OPEN PLAZA CHICLAYO “

Autoras: Ñañez Pintado Catherine Lisette

#### TITULO DE INSTRUMENTO

ENCUESTA SOBRE EL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA OPTIMIZAR LA ATENCIÓN EN EL ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE - TOTTUS S.A. OPEN PLAZA CHICLAYO

CRITERIOS: variable dependiente Optimización del Servicio

(C) Correcto- (I) Incorrecto- (D) Dejar- (M) Modificar- (E) Eliminar

N° de Ítems	Presentación		Ortografía medición clara y precisa con los ítems		Congruencia de las variables con los Objetivos		Relevancia		Factibilidad		Observaciones D-M-E
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	✓		✓		✓		✓		✓		
2	✓		✓		✓		✓		✓		
3	✓		✓		✓		✓		✓		
4	✓		✓		✓		✓		✓		
5	✓		✓		✓		✓		✓		
6	✓		✓		✓		✓		✓		
7	✓		✓		✓		✓		✓		
8	✓		✓		✓		✓		✓		
9	✓		✓		✓		✓		✓		
10	✓		✓		✓		✓		✓		
11	✓		✓		✓		✓		✓		
12	✓		✓		✓		✓		✓		
13	✓		✓		✓		✓		✓		
14	✓		✓		✓		✓		✓		
15	✓		✓		✓		✓		✓		
16	✓		✓		✓		✓		✓		
17	✓		✓		✓		✓		✓		
18	✓		✓		✓		✓		✓		
19	✓		✓		✓		✓		✓		

16	✓		✓		✓		✓		✓	
17	✓		✓		✓		✓		✓	
18	✓		✓		✓		✓		✓	
19	✓		✓		✓		✓		✓	
20	✓		✓		✓		✓		✓	

FECHA: 20-08-18  
 EVALUADOR: Kelly Paola Armas Zavaleta  
 PROFESION: MBA =  
 CENTRO LABORAL: UCV - Chimbote  
 ESPECIALISTA EN EL AREA: Jefe de Finanzas  
 OBSERVACIONES: Ninguna  
 SUGERENCIAS: Ninguna

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO  
 MBA. Kelly Paola Armas Zavaleta  
 JEFE DE FINANZAS  
 FIRMA DEL EVALUADOR  
 47041277

**VALIDACION DE  
INSTRUMENTO DE**
**INVESTIGACION**
**TEMA DE INVESTIGACION**

“PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA OPTIMIZAR LA ATENCIÓN EN EL ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE - TOTTUS S.A. OPEN PLAZA CHICLAYO “

Autora: Ñañez Pintado Catherine Lisstte

**TITULO DE INSTRUMENTO**

**ENCUESTA SOBRE EL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA OPTIMIZAR LA ATENCIÓN EN EL ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE - TOTTUS S.A. OPEN PLAZA CHICLAYO**

**CRITERIOS: variable independiente Programa de Capacitación**

(C) Correcto- (I) Incorrecto- (D) Dejar- (M) Modificar- (E) Eliminar

N° de ítems	Presentación		Ortografía medición clara y precisa con los ítems		Congruencia de las variables con los Objetivos		Relevancia		Factibilidad		Observaciones D-M-E
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	✓		✓		✓		✓		✓		
2	✓		✓		✓		✓		✓		
3	✓		✓		✓		✓		✓		
4	✓		✓		✓		✓		✓		
5	✓		✓		✓		✓		✓		
6	✓		✓		✓		✓		✓		
7	✓		✓		✓		✓		✓		
8	✓		✓		✓		✓		✓		
9	✓		✓		✓		✓		✓		
10	✓		✓		✓		✓		✓		
11	✓		✓		✓		✓		✓		
12	✓		✓		✓		✓		✓		
13	✓		✓		✓		✓		✓		
14	✓		✓		✓		✓		✓		
15	✓		✓		✓		✓		✓		

FECHA: 20-08-18  
EVALUADOR: Kelly Paola Armas Zavaleta  
PROFESION: MBA  
CENTRO LABORAL: UCV - Chibote  
ESPECIALISTA EN EL AREA: Jefe de Finanzas  
OBSERVACIONES: Ninguna  
SUGERENCIAS: Ninguna

UNIVERSIDAD CARLOS VALLEJO  
MBA. Kelly Paola Armas Zavaleta  
JEFE DE FINANZAS DEL ALUMNO  
FILIAL CHIBOTE  
FIRMA DEL EVALUADOR

7. Existe coherencia interna entre los diversos elementos y componentes del modelo y de todos ellos con los objetivos.						✓
8. Existe coherencia entre el cuestionario y el objetivo de la investigación.						✓
9. El cuestionario responde a la mejora de la variable dependiente.						✓
<b>Viabilidad</b>						
10. El cuestionario puede ser aplicada por cualquier profesor y especialista en el área a tratar.						✓
11. Las actividades son fáciles de realizar y de manera sencilla.						✓
12. La secuencia de las actividades programadas resulta coherente.						✓
<b>Metodología</b>						
13. La metodología tiene una base didáctica.						✓
14. La metodología utilizada es apropiada a la característica de los investigadores.						✓
<b>Evaluación</b>						
15. El modelo describe su forma de evaluación.						✓

**Escala de valoración:**

Categorías	Puntaje	Descripción
Muy malo	15 - 27	El cuestionario no es aplicable.
Malo	28 - 39	El cuestionario tiene deficiencias
Regular	40 - 51	Deben levantarse las correcciones
Bueno	52 - 63	El cuestionario es aplicable, tener en cuenta sugerencias.
Muy bueno	64 - 75	El cuestionario es aplicable.

RESULTADOS DE LA VALIDACION: .....

PUNTAJE OBTENIDO: 64-75

NOMBRE DEL EXPERTO: Kelly Raquel Armas Zavaleta

UNIVERSIDAD CAYMA  
 MEA: Kelly Armas Zavaleta  
 JEFE DE FINANZAS DEL ALUMNO  
 FILIAL CAYMA

47041277

ANEXO 04

VALIDACION DEL CUESTIONARIO

NOMBRE: *Kelly Paola Armar Zanabeta*

EXPERTO: *F. Armar Zanabeta*

CENTRO LABORAL: *U.C.V. - Chimbo*

CARGO: .....

INDICADORES DE CALIDAD DEL INSTRUMENTO	VALORACION					OBSERVACIONES
	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	
<b>Base Teórica</b>						
1. El cuestionario responde a las bases teóricas de la investigación					✓	
<b>Objetivos</b>						
2. El cuestionario responde al objetivo formulado					✓	
<b>Contenido</b>						
3. Contiene actividades para mejora la variable dependiente					✓	
4. Los contenidos son suficientes para el logro de las dimensiones de variable dependiente					✓	
5. Los contenidos se desarrollan mediante estrategias didácticas					✓	
<b>Calidad técnica</b>						
6. El cuestionario incluye información detallada y suficiente sobre los siguientes elementos: objetivos (generales y específicos), descripción, duración, forma de aplicación y contenidos de la propuesta.					✓	



VALIDACION DE INSTRUMENTO DE

INVESTIGACION

TEMA DE INVESTIGACION

“PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA OPTIMIZAR LA ATENCIÓN EN EL ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE - TOTTUS S.A. OPEN PLAZA CHICLAYO “

Autora: Ñañez Pintado Catherine Lisstte

TITULO DE INSTRUMENTO

ENCUESTA SOBRE EL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA OPTIMIZAR LA ATENCIÓN EN EL ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE - TOTTUS S.A. OPEN PLAZA CHICLAYO

CRITERIOS: variable independiente Programa de Capacitación

(C) Correcto- (I) Incorrecto- (D) Dejar- (M) Modificar- (E) Eliminar

N° de Ítems	Presentación		Ortografía medición clara y precisa con los ítems		Congruencia de las variables con los Objetivos		Relevancia		Factibilidad		Observaciones D-M-E
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	✓		✓		✓		✓		✓		
2	✓		✓		✓		✓		✓		
3	✓		✓		✓		✓		✓		
4	✓		✓		✓		✓		✓		
5	✓		✓		✓		✓		✓		
6	✓		✓		✓		✓		✓		
7	✓		✓		✓		✓		✓		
8	✓		✓		✓		✓		✓		
9	✓		✓		✓		✓		✓		
10	✓		✓		✓		✓		✓		
11	✓		✓		✓		✓		✓		
12	✓		✓		✓		✓		✓		
13	✓		✓		✓		✓		✓		
14	✓		✓		✓		✓		✓		
15	✓		✓		✓		✓		✓		



16	✓		✓		✓		✓		✓	
17	✓		✓		✓		✓		✓	
18	✓		✓		✓		✓		✓	
19	✓		✓		✓		✓		✓	
20	✓		✓		✓		✓		✓	

FECHA: ..... 19-08-18 .....

EVALUADOR: ..... Frankly Antonio Saldara Fuentes .....


PROFESION: ..... Administrador de Empresa .....

CENTRO LABORAL: ..... Municipalidad de Pajamaico .....

ESPECIALISTA EN EL AREA: ..... Patrimonio .....

OBSERVACIONES: ..... Ninguna .....

SUGERENCIAS: ..... Ninguna .....

  
 FIRMA DEL EVALUADOR  
 C.I.A.D.: 15117  
 Lic. Frankly A. Saldara Fuentes.



VALIDACION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

TEMA DE INVESTIGACION

“PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA OPTIMIZAR LA ATENCIÓN EN EL ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE - TOTTUS S.A. OPEN PLAZA CHICLAYO “

Autoras: Ñañez Pintado Catherine Lissette

TITULO DE INSTRUMENTO

ENCUESTA SOBRE EL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA OPTIMIZAR LA ATENCIÓN EN EL ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE - TOTTUS S.A. OPEN PLAZA CHICLAYO

CRITERIOS: variable dependiente Optimización del Servicio

(C) Correcto- (I) Incorrecto- (D) Dejar- (M) Modificar- (E) Eliminar

N° de Ítems	Presentación		Ortografía medición clara y precisa con los ítems		Congruencia de las variables con los Objetivos		Relevancia		Factibilidad		Observaciones D-M-E
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	✓		✓		✓		✓		✓		
2	✓		✓		✓		✓		✓		
3	✓		✓		✓		✓		✓		
4	✓		✓		✓		✓		✓		
5	✓		✓		✓		✓		✓		
6	✓		✓		✓		✓		✓		
7	✓		✓		✓		✓		✓		
8	✓		✓		✓		✓		✓		
9	✓		✓		✓		✓		✓		
10	✓		✓		✓		✓		✓		
11	✓		✓		✓		✓		✓		
12	✓		✓		✓		✓		✓		
13	✓		✓		✓		✓		✓		
14	✓		✓		✓		✓		✓		
15	✓		✓		✓		✓		✓		
16	✓		✓		✓		✓		✓		
17	✓		✓		✓		✓		✓		
18	✓		✓		✓		✓		✓		
19	✓		✓		✓		✓		✓		

FECHA: 19-08-18  
EVALUADOR: Frankly Antonio Saldaña Fuentes  
PROFESION: Administrador de Empresas  
CENTRO LABORAL: Municipalidad de Papamayo  
ESPECIALISTA EN EL AREA: Patrimonios  
OBSERVACIONES: Ninguna  
SUGERENCIAS: Ninguna

  
FIRMA DEL EVALUADOR

CLAD: 15117

Lic. Frankly A. Saldaña Fuentes

ANEXO 04

VALIDACION DEL CUESTIONARIO

NOMBRE: *Frankley A. Salbaró Fuentes*

EXPERTO: *Frankley A. Salbaró Fuentes*

CENTRO LABORAL: *Municipalidad de Papamayo*

CARGO: *Especialista en Instrumentos*

INDICADORES DE CALIDAD DEL INSTRUMENTO	VALORACION					OBSERVACIONES
	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	
<b>Base Teórica</b>						
1. El cuestionario responde a las bases teóricas de la investigación					✓	
<b>Objetivos</b>						
2. El cuestionario responde al objetivo formulado					✓	
<b>Contenido</b>						
3. Contiene actividades para mejora la variable dependiente					✓	
4. Los contenidos son suficientes para el logro de las dimensiones de variable dependiente					✓	
5. Los contenidos se desarrollan mediante estrategias didácticas					✓	
<b>Calidad técnica</b>						
6. El cuestionario incluye información detallada y suficiente sobre los siguientes elementos: objetivos (generales y específicos), descripción, duración, forma de aplicación y contenidos de la propuesta.					✓	

### 9.3. Matriz de consistencia

Tabla 22. Matriz de consistencia

X. Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Población y muestra
<p>¿De qué manera las capacitaciones incidirán en optimizar la atención en el área de Servicio al Cliente en la empresa Tottus S.A. Open Plaza Chiclayo?</p>	<p><b>General</b> Desarrollar capacitaciones para optimizar la atención en el área de Servicio al Cliente en la empresa Tottus S.A. Open Plaza Chiclayo.</p>	<p>Si, se desarrollan capacitaciones en el área del Servicio al Cliente; entonces, se optimizará de manera positiva la atención en el área de Servicio al Cliente en la empresa Tottus S.A. Open Plaza Chiclayo.</p>	<p><b>Capacitación</b> Trasmisión de información Desarrollo de habilidades Desarrollo de actitudes Desarrollo de Conceptos</p>	<p>La población objeto de estudio estuvo conformada por 30 colaboradores de la empresa Tottus S.A. Open Plaza Chiclayo. La población de estudio para Icart, Fentelsazc y Pulpon (2006) “es la población accesible, que se puede estudiar”</p>
	<p><b>Específicos</b> Identificar el rendimiento laboral actual de los colaboradores en el área del Servicio al Cliente, a fin de establecer acciones de mejora.  Determinar las necesidades de capacitación en el área de Servicio al Cliente a fin de optimizar el proceso de atención.  Desarrollar un plan de intervención teniendo en cuenta el rendimiento y las necesidades requeridas por los colaboradores.  Analizar el impacto de las en el área de Servicio al Cliente.</p>		<p><b>Servicio al cliente</b> Fiabilidad del servicio Capacidad de Respuesta Empatía Seguridad Aspectos tangibles</p>	<p>Ya que se cuenta con una población reducida, se tomó como muestra a los 30 colaboradores para obtener así una muestra representativa.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 23. Matriz de consistencia

Tipo y diseño de investigación	Instrumentos	Prueba estadística	Principales referencias
<p><b>Tipo de investigación</b></p> <p>El presente trabajo de investigación es tipo descriptiva - aplicada; según García (2005) este tipo de investigación “consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (p.30),</p>	<p>Se utilizaron los siguientes instrumentos: guía de observación, guía de análisis de documentos, y el cuestionario para recopilar información mediante un interrogatorio la misma que sirvió de insumo a la investigación. Para ello se recurrió a encuesta con escala de Likert.</p>	<p>Para ello se recurrió a encuesta con escala de Likert.</p> <p>(1) Nunca (2) Muy pocas veces (3) Algunas veces (4) Casi siempre (5) Siempre</p>	<p>Antecedentes</p> <p>Torres (2017) “Propuesta de Mejoramiento del Servicio al Cliente frente al Procedimiento de Garantías de Electrodomésticos en el Centro Electrónico Colseguros” Chile</p> <p>Flores y Herrera (2016) “Estrategias de Motivación y el Desempeño Laboral de los Colaboradores en el Supermercado Tottus – Chíncha”</p> <p>Fernández (2015) “Relación entre el Clima Organizacional y la Satisfacción del Cliente en la Empresa Supermercados Metro del Distrito de la Victoria – Chiclayo 2015”</p>
<p><b>Diseño de investigación</b></p> <p>El diseño utilizado es cuasi-experimental, de un solo grupo con medición previa (antes) y posterior (después) de la variable dependiente, pero sin grupo control.</p>			<p>Marco Teórico</p> <p>Chiavenato, I. (2009). <i>Administración de Recursos Humanos</i>. (9º ed.) México: Mc Graw Hill.</p>

Fuente: Elaboración propia.

### 10.1. Plan de intervención

**Tabla 24.** Plan de intervención

**Objetivo:** Mejorar la calidad de atención en el área de servicio al cliente - Tottus S.A.C. Open Plaza Chiclayo.

Variable	Indicadores (priorizados)	Ítem OV	Resultados esperados	Acciones	Fecha	Responsable
Capacitación.	Trasmisión de información:					
	1. Organización.	1.-	Mayor conocimiento acerca de la organización por parte de los colaboradores	Coordinación con directivos e implementación de charlas dirigidas a colaboradores en relación con: Organización, los productos, servicios, políticas y reglas.	De _01 a 15 octubre.	Catherine Lissette Ñañez Pintado.
	2. Productos.	2.-	Mayor conocimiento acerca de la variedad de productos que expende la empresa			
	3. Servicios	3.-	Mayor conocimiento acerca de la variedad de servicios que brinda la empresa a los clientes.			
	4. Políticas	4.-	Mayor conocimiento en los trabajadores acerca de las políticas de trabajo a tenerse en cuenta en el desarrollo de actividades			
	5. Reglas.	5.-	Optimización del trabajo a través del cumplimiento de reglas aplicados a cada una las funciones de los colaboradores en el área.			

---

Desarrollo de  
habilidades

6. Operacionalización de actividades	6. Adiestrar al personal en los procedimientos de trabajo	Instrucción de los colaboradores en sus actividades que realizan:	16 a 26 de Octubre.	Lissette Ñañez Pintado
7. Manejo de Equipos	7.- Adiestramiento de personal en el manejo de equipos.	(Procedimientos de trabajo, manejo de equipos, sistema de servicio al cliente y técnicas de trabajo.		
8. Manejo de Programas de cómputo	8.- Adiestramiento de personal en el manejo de sistema de servicio al cliente.			
9. Manejo de herramientas de trabajo	9.- Manejo de uso de técnicas de trabajo.			

Desarrollo y  
modificación de  
Conductas

10. Cambio de actitudes	10.- Adecuación de conductas teniendo en cuenta el servicio al cliente.	Taller de motivación del personal para la atención al cliente.	27 de Octubre a 2 de Noviembre	Catherine Lissette Ñañez Pintado
11. Sensibilización con el cliente	11.- Empatía del colaborador al momento de atender a los clientes			

Desarrollo de personal

12. A términos globales	12.- Toma de decisiones acertadas por parte del personal.	Desarrollar un programa de coaching con los colaboradores.	3 a 29 de Noviembre.	Catherine Lissette Ñañez Pintado
13. A términos estratégicos	13.- Desarrollar el pensamiento proactivo entre los colaboradores			

---



**Tabla 256. Presupuesto del Programa de Capacitación**

<i>Indicador</i>	<i>Actividad/Acción</i>	<i>Gasto</i>	<i>Cant.</i>	<i>Unid</i>	<i>Costo unitario</i>	<i>Costo T/U</i>	<i>Total S/.</i>
1. Organización.	Coordinación con directivos e implementación de un programa de charlas dirigido a los colaboradores relación con: Organización, los productos, servicios, políticas y reglas.	Impresiones	100	Servicio	50.00	50.00	S/ 50.00
2. Productos.		Proyector	2	Servicio	50.00	100.00	S/ 100.00
3. Servicios		Coffe Break	2	Servicio	100.00	200.00	s/ 200.00
4. Políticas		Bolígrafo	20	Unidad	1.00	20.00	s/ 20.00
5. Reglas							
1. Operacionalización de actividades	Instrucción de los colaboradores en sus actividades que realizan: (Procedimientos de trabajo, manejo de equipos, sistema de servicio al cliente y técnicas de trabajo.	Proyector	1	Servicio	50.00	100.00	s/ 100.00
2. Manejo de Equipos		Impresiones	60	Servicio	0.50	30.00	s/ 30.00
3. Manejo de Programas de cómputo		Coffe Break	1	Servicio	100.00	100.00	s/ 100.00
4. Manejo de herramientas de trabajo							
1. Cambio de actitudes	Taller de motivación del personal para la atención al cliente.	Proyector	2	Servicio	50.00	100.00	s/ 100.00
2. Sensibilización con el cliente		Coffe Break	2	Servicio	100.00	200.00	s/ 200.00
1. A términos globales o generales	Desarrollar un programa de coaching con los colaboradores.	Impresiones	100	Servicio	0.50	50.00	s/ 50.00
		Proyector	1	Servicio	50.00	50.00	s/ 50.00
		Coffe Break	2	Servicio	100.00	100.00	s/ 200.00
2. A términos estratégicos		Bolígrafo	20	Unidad	1.00	20.00	s/ 20.00
<b>TOTAL</b>							<b>S/ 1220.00</b>

Elaboración propia

## 10.2. Tabla estadística

*Tabla 26. Coeficiente de alfa de Combrach.*

	<b>Parámetros</b>	<b>Calificación</b>
Coeficiente alfa	>0.9-1	“Es Excelente”
	>0.8	“Es bueno”
	>0.7	“Es aceptable”
	>0.6	“Es cuestionable”
	>0.5	“Es pobre”
	<0.5	“Es inaceptable”

*Fuente:* George y Mallery (2003)

### 10.3. Fotografías





Fotografía 3. Instrucción sobre procedimientos y técnicas de trabajo  
 Fuente: Charlas a colaboradores – Tottus SA – Tomada el 16 octubre 2018



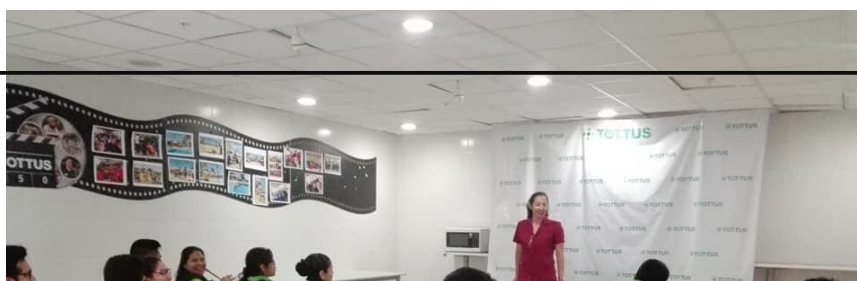
Fotografía 4. Instrucción sobre procedimientos y técnicas de trabajo  
 Fuente: Charlas a colaboradores – Tottus SA – Tomada el 08 octubre 2018



*Fotografía 5. Realización de taller de motivación personal  
Fuente: Charlas a colaboradores – Tottus SA – Tomada el 27 octubre 2018*



*Fotografía 6. Realización de taller de motivación personal  
Fuente: Charlas a colaboradores – Tomus SA – Tomada el 1 noviembre 2018*



Acta de aprobación de originalidad de tesis



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD  
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02  
Versión : 10  
Fecha : 30-05-2020  
Página : 1 de 1

Yo, Dra. Mileydi Flores Fernández, docente de la Facultad Ciencias empresariales Escuela Profesional Administración de la Universidad César Vallejo Chiclayo, revisor (a) de la tesis titulada

"Capacitación para optimizar la atención en el área de servicio al cliente –TOTUS S.A. OPEN Plaza Chiclayo 2018", del (de la) estudiante Bach. Ñañez Pintado Catherine Lissette , constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15% 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.

Lugar y fecha..... 30 / 01 / 2020 .....

  
.....  
Dra. Mileydi Flores Fernández  
EDUCADORA - ADMINISTRADORA

.....  
Firma

Nombres y apellidos del (de la) docente

DNI: ....16.777.9.89

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	-----------------------	--------	---------------------------------

Reporte de turnitin

“CAPACITACIÓN PARA OPTIMIZAR LA ATENCIÓN EN EL  
ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE - TOTTUS S.A. OPEN  
PLAZA CHICLAYO 2018”

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	7%
2	<a href="http://repository.usta.edu.co">repository.usta.edu.co</a> Fuente de Internet	1%
3	<a href="http://creativecommons.org">creativecommons.org</a> Fuente de Internet	<1%
4	<a href="http://repositorio.cecar.edu.co">repositorio.cecar.edu.co</a> Fuente de Internet	<1%
5	<a href="http://bdigital.uao.edu.co">bdigital.uao.edu.co</a> Fuente de Internet	<1%
6	<a href="http://dspace.unitru.edu.pe">dspace.unitru.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
7	<a href="http://tesis.usat.edu.pe">tesis.usat.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="http://www.irving.net">www.irving.net</a> Fuente de Internet	<1%



Autorización de publicación de tesis en repositorio institucional UCV

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE                  TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL                  UCV</b>	Código : F08-PP-PR-02.02
		Versión : 10
		Fecha : 10-06-2019
		Página : 1 de 1

Yo CATHERINE NÁNEZ PINTADO identificado con DNI N° 46548676  
 egresado de la Escuela Profesional de ADMINISTRACION de la  
 Universidad César Vallejo, autorizo (  ) , No autorizo (  ) la divulgación y  
 comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado  
"CAPACITACION PARA OPTIMIZAR LA ATENCION  
 EN EL AREA DE SERVICIO AL CUENTE - TOTUS S.A  
 OPEN PLAZA CHICLAYO?"  
 "; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo  
 estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art.  
 33

Fundamentación en caso de no autorización:

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

  
 \_\_\_\_\_  
 FIRMA

DNI: 46548676

FECHA: ..... 18 de... 02... del 2020

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	-----------------------------------	--------	---------------------------------

Autorización de la versión final de trabajo de investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

E. P. DE ADMINISTRACIÓN

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

CATHERINE LISSETTE NÁNEZ PINTADO

INFORME TITULADO:

“CAPACITACIÓN PARA OPTIMIZAR LA ATENCIÓN EN EL AREA DE SERVICIO AL CLIENTE- TOTTUS S.A. OPEN PLAZA CHICLAYO”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 28/12/2019

NOTA O MENCIÓN: APROBAR POR UNANIMIDAD



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC.

Dr. Marco Antonio Carrasco Chávez  
COORDINADOR ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN