



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Adiestramiento de personal y la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts,
Cercado de Lima, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:

Br. Manco Salsavilca, Xuxa Alejandra (ORCID: 0000-0002-8168-4074)

ASESOR:

Dr. Alva Arce, Rosel Cesar (ORCID 0000-0002-4210-3046)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2019

DEDICATORIA

Para mi familia, principalmente mi mamá Araceli, mis hermanos Karina, Fran y Rogger y a mi abuelita Rosa que desde el cielo me acompaña.

AGRADECIMIENTO

Principalmente a Dios que siempre está a mi lado y a mi hermosa familia, mi principal apoyo, quienes fomentan mis principios y valores y el deseo de superación.

A mi asesor Dr. Alva Arce, Rosel y por último a mi alma mater la Universidad César Vallejo que me dio la oportunidad de encaminar mi crecimiento académico.

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 25-02-2019 Página : 1 de 25
--	---------------------------------------	--

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por doña

MANCO SALSAVILCA XUXA ALEJANDRA

cuyo título es: **"ADiestRAMIENTO DE PERSONAL Y LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE DUNKIN DONUTS, CERCADO DE LIMA, 2019."**

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: *1.6* (número) *Dieciséis* (letras).

Los Olivos, 13 de diciembre de 2019


.....
Dr. ABRAHAM CARDENAS SAAVEDRA
PRESIDENTE


.....
Mgtr. ALAN GABRIEL CHAVEZ CORREA
SECRETARIO


.....
Dr. ROSEL CÉSAR ALVA ARCE
VOCAL

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

Declaratoria de Autenticidad

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo MANCO SALSAVILCA, XUXA ALEJANDRA con DNI N. ° 47368113, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de ciencias empresariales escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Lima, 13 de diciembre del 2019



MANCO SALSAVILCA, Xuxa Alejandra.

Índice

Dedicatoria	ii
AGRADECIMIENTO	iii
PÁGINA DEL JURADO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
ÍNDICE.....	vi
RESUMEN	7
ABSTRACT.....	8
I. INTRODUCCIÓN	9
II.MÉTODO.....	19
2.1 Diseño de Investigación	19
2.2 Variables y Operacionalización	20
2.3 Población y Muestra.....	24
2.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	24
2.5 Métodos de análisis de datos	26
2.6 Aspectos éticos.....	26
III. RESULTADOS	27
IV. DISCUSIÓN	35
V. CONCLUSIONES.....	38
VI. RECOMENDACIONES	39
REFERENCIAS.....	40
ANEXOS.....	44

RESUMEN

La actual investigación tiene como título el Adiestramiento de personal y la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019, cuyo objetivo general fue determinar la relación que existe entre el adiestramiento de personal y la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019.

La población de la investigación consta de 50 colaboradores entre cajeros, área de servicio y producción de Dunkin Donuts Cercado de Lima, con una muestra es censal ya que es el total de trabajadores de ambos turnos. La investigación es correlacional descriptivo-no experimental de corte transversal, tipo aplicada ya que la intención es resolver problemas, así mismo es de enfoque cuantitativo. Se utilizó como instrumento de medida, el cuestionario tipo Likert, que estuvo conformada por 42 preguntas, el instrumento está dividido en 20 ítem para los trabajadores de la variable adiestramiento y 22 ítem para los clientes de la variable calidad de servicio, siendo aprobada por tres expertos de la Universidad Cesar Vallejo, que resuelven la autenticidad del contenido, además se utilizó Alfa de Cronbach que evaluó la veracidad del cuestionario, obteniendo un nivel de confiabilidad de 0,790. Para el procesamiento de datos se utilizó el programa SPSS, que propino resultados permitiendo concluir que el adiestramiento de personal si tiene relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019.

Palabras clave: Adiestramiento, calidad de servicio, programas y técnica

ABSTRACT

The current research has as its title the Training of personnel and the quality of customer service of Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019, whose general objective was to determine the relationship between the training of personnel and the quality of Dunkin's customer service Donuts, Cercado de Lima, 2019.

The research process consists of 50 collaborators among cashiers, service and production area of Dunkin Donuts Cercado de Lima, with a sample is census since it is the total number of workers of both shifts. The research is descriptive-non-experimental cross-sectional correlational, type applied since the intention is to solve problems, also is quantitative approach. The Liker questionnaire was used as a measuring instrument, which was made up of 42 questions, the instrument is divided into 20 items for the workers of the training variable and 22 items for the clients of the service quality variable, being approved by three experts from the Cesar Vallejo University, who solve the authenticity of the content, also used Cronbach's Alpha that evaluated the veracity of the questionnaire, obtaining a level of reliability of 0.790. For the data processing, the SPSS program was used, which resulted in the results allowing to conclude that personnel training is related to the quality of Dunkin Donuts customer service, Cercado de Lima, 2019.

Keywords: Training, quality of service, programs and technique.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad en el ámbito empresarial si se quiere destacar y lograr apogeo en el universo empresarial y no solo ser conocido como una empresa que expende productos aceptables al paladar, las empresas tienen que mejorar sus procesos; dentro de ellas podemos mencionar gestión administrativo, ventas, logística y como principal eje la gestión de procesos, donde se encuentra la capacitación al capital humano lo cual es una herramienta primordial para que la empresa pueda desarrollarse; es decir darse a conocer, ya que tener a un personal preparado va repercutir en el buen servicio que perciba el cliente, se pueda facilitar herramientas que puedan ayudar a desarrollar habilidades y conocimientos, el objetivo es lograr una mejora continua en procesos, tener a nuestros clientes satisfechos es el mejor indicador que permite medir la salud de la empresa.

La importancia de invertir en capacitación no debe ser un tema que se considere, por el contrario, debe ser imprescindible en las organizaciones ya que generamos valor empresarial, valor personal ya que se motiva al trabajador, en consecuencia se mejora la calidad de servicio al cliente.

A nivel internacional, la editorial Global Network Contint Service, de Noticias Financieras de México, “Detectan que el 62% de empresas cierran por falta de capacitación”. Menciona que por falta de capacitación de miembros de dirección y obrero las empresas nacen y al segundo año cierran. Ángel Mora especialista en adiestramiento empresarial afirma que las empresas no disciernen de la importancia de la capacitación, por tanto, solo al año de inicio de un negocio el 17.5% muere.

Michelle Wohluth, directo de Expo Capacitate Empresarial, nos dice que solo el 3% de las pequeñas y medianas empresas está invirtiendo en tener un personal capacitado.

Según la editorial El Economista, “Las Tres empresas con mejor servicio de atención al cliente de EE.UU.” En una investigación que se realizó con colaboración Zogby Analytics a 2500 ciudadanos en referencia a las 15 empresas más conocidas en EE.UU. obteniendo como resultado a Amazon.com con un 57.5% liderando el ranking como la empresa con mejor servicio que ayuda al consumidor consolidándose con un perfil que se preocupa por el consumidor brindándole información y sugerencias acorde a sus necesidades; como segundo puesto en el ranking se encuentra Hilton Worldwide con un 41.4% siendo una empresa hotelera lidera a la par con Amazon enfocándose en el servicio al cliente y por

último se encuentra Marriot International con un 39.9% siendo conocido como un excelente servicio además un estupendo clima laboral ello hace reflejar el trabajo constante, la identidad el profesionalismo y el gusto por un buen servicio.

A nivel nacional, el diario el Comercio, “Perú, país innovador” Según estudios realizados por El Global Innovation Index 2016, el Perú se encuentra en el puesto 71 de 128 países a pesar de ser considerado un país emprendedor y competitivo el crecimiento va más allá, se necesitan de seis variables, demanda, infraestructura, talento, financiamiento, legislación además de cultura y las capacitaciones, un mejor servicio. De esta manera vamos a crear un ecosistema de emprendimiento fomentado con bases hacia el crecimiento.

Según Universia Perú que es una red universitaria constituida por 1341 universidades menciona “Solo 2 de cada 10 empresas peruanas invierten en capacitar a sus líderes”. Para el año 2014 el Perú tuvo un crecimiento económico; sin embargo se evidenció que no existía una sinergia entre el crecimiento económico y la inversión que las empresas deberían invertir en los trabajadores dado que solo el 20% de las empresas nacionales invierten en capacitación como resultado en este sentido el panorama de la empresa no termina de ser el ideal desde la motivación, el clima organizacional y también la imagen que se quiere proyectar de un líder a sus colaboradores el líder como imagen de la empresa en pro del crecimiento empresarial.

A nivel local, de acuerdo a lo ya mencionado el presente trabajo está enfocado en la empresa Dunkin Donuts de Cercado de Lima (Estación Central, Real Plaza Centro Cívico y Jirón de la Unión) que brinda servicio de comercialización de café y donuts mediante procesos de preparación de productos con el fin de llevar el producto final hacia sus clientes, la empresa evidencia un déficit en la capacitación en cuanto servicio es por eso que se quiere dar a conocer a la empresa la trascendencia de capacitar a todo al personal no solo al jefe de área para poder lograr un servicio de Calidad.

Según Najul, J. (2019) tuvo como principal objetivo general, recapacitar sobre tres aspectos de importancia para que toda empresa obtenga elevado estándar de competitividad en el mercado, los cuales se darían analizando la gestión de servicio al cliente y cómo impacta en el cumplimiento de los objetivos de la empresa; por ultimo analizando el recurso humano como agente clave para tener trabajadores motivados.

Se puede concluir que, es prescindible conocer a los clientes, lo que esperan del negocio, conocer sus necesidades, así como mantener a un personal motivado y capacitado de manera adecuada para mantener una calidad de servicio exitoso.

Según Martínez, M. Palaos, G. (2017) cuyo principal objetivo es resolver si existe relación entre las variables ya mencionadas y el acrecentamiento de las empresas. La investigación fue correlacional, para determinar la relación entre las variables independientes. Se concluye que existe un patrón en el actuar de las organizaciones que constituye el rubro de las pequeñas empresas industriales.

Por otro lado Pérez, D. (2006) menciona que, las organizaciones utilizan programas de capacitación enfocándose en la necesidad de la empresa, colocando en segundo plano a los trabajadores, por lo tanto se plantea gestionar programas que los programas de capacitación beneficie y desarrolle la competitividad en los dos aspectos; la investigación es no experimental, descriptivo y de campo, cuya muestra es de 34 gerentes de la PYME. Como conclusión se plantea la posibilidad de ejecutar programas de capacitación que puedan beneficiar y cubrir las necesidades como empresa y las de los trabajadores.

Al respecto Sánchez, A. (2007) cuyo objetivo de investigación es dar a conocer si se capacita a los trabajadores al igual que, los tipos de programas que existen en la ciudad. Luego de analizar desafíos que afronta el país a nivel de formación de capacitación; se señala la importancia de tener trabajadores capacitados a lo largo de su proceso laboral, resaltando también que al adiestrar al personal son importantes, además de tener evaluaciones contantes para mejorar la formación profesional.

Además Duque, E. (2005) en la verificación del significado de calidad de servicio y los arquetipos de medida para INNOVAR, tuvo como objetivo es estudiar la evolución historia de la gestión de servicio y como ha ido evolucionando hacia la calidad. Se concluye que el establecimiento de distintos programas de evaluación es bastante importante en términos de mejorar la disciplina de servicio en diferentes estados de la nación.

Al respecto Pérez, D. Marcano Y. (2004) tuvo como objetivo es identificar si los proyectos o cursos de adiestramiento aplicados en las empresas cubren sus necesidades, así mismo definir cuáles son las áreas de enfoque para ejecutar proyectos de capacitación. La investigación usada fue explorativa-descriptiva no experimental; donde participaron 46 pymes que se encuentran en los municipios de Carirubana. Dentro de los resultados se concluye que el gran porcentaje de micro pequeñas empresas si responde a las exigencias del programa de adiestramiento, sin embargo también se observa que las Pymes y micro

empresas no tiene gestión de recurso humano que administre que administre de manera adecuada este recurso el cual lleva parte de la dirección y desarrollo.

En tanto Pérez, G. Pineda, U. (2011) cuyo objetivo principal es analizar el concepto del adiestramiento desde algunas teorías de aprendizaje y cómo impacta en los conocimientos y desenvolvimiento de los operarios dentro de la organización. Por tanto se establece que si es necesario un cambio en la organización para que las empresas propongan condiciones a favor de la autonomía y el constante aprendizaje. Se concluye que se debe orientar a los trabajadores desde los prototipos de gestión enfocados en el capital humano con el propósito de acrecentar el desempeño en sus puestos.

Así mismo Salazar, Y. Wilfrido, C. (2016) buscando resultados de la calidad de servicio hacia los clientes de la Universidad de Nacional de Chimborazo-Ecuador. El objeto de la investigación dar a conocer la calidad de servicio que se brinda en el proceso de matrícula que reciben los universitarios. Para la investigación se utilizó el modelo SERVQUAL; como conclusión podemos decir que los estudiantes no están conformes con el servicio recibido por lo tanto se puede afirmar que el servicio es regular.

Por consiguiente Rubio, G. (2014) the quality of costumer service in large supermarkets, in Ibaguè: an analysis from the multidimensional scale (SERVQUAL). Menciona que La globalización está influenciando en la economía de todas las organizaciones puesto que la meta principal es incrementar la rentabilidad a través de un buen servicio logrando así, clientes satisfechos; por lo cual el objetivo es conocer la magnitud de interés que la empresa presenta con respecto a la calidad de servicio del supermercado hacia sus clientes. Utilizando la escala multi-ítem SERVQUAL que componen 5 dimensiones. Se concluye que existe insatisfacción en los clientes en relación a la amabilidad, la rapidez, la seguridad y el comportamiento que tiene el personal.

Al respecto Lochan, R. (2014) Quality of service and training of emplyees main role of business. Cuyo objetivo fue examinar las actitudes de los trabajadores que laboran en hoteles Indios y tienen contacto directo con turistas, así pues analizar el impacto que tiene para ellos recibir capacitación. Se utilizó una muestra de 494 y el modelo fue ecuaciones estructurales. Se concluye que si existe una relación entre el adiestramiento y los trabajadores por lo cual si se necesita aplicar programas prácticos de servicio.

También Wantara, P. (2015) cuyo objetivo principal es aumentar el valor de la educación y así se podrá alcanzar las expectativas de los estudiantes, es decir utilizando el

instrumento SERQUAL. Podremos descubrir la interrelación entre calidad y satisfacción del cliente. Se concluye que, efectivamente en la biblioteca la calidad de servicio y la satisfacción están relacionados.

En consecuencia, McClaran, S. (2003) the effectiveness of personal training in changing attitudes towards physical activity tuvo como principal objetivo conocer la importancia que implica tener programas de actividad física para salud pero más aún es saber el valor de preparación del personal de entrenamiento. Se concluye que muchos de los entrenadores y los programas que utilizaban para realizar las actividades no eran las adecuadas para la efectividad del entrenamiento.

Según artículo; Parra, C. Rodríguez, F. (2015) training and react in the administration of quality in companies, cuyo principal objetivo es realizar una inspección del adiestramiento y cómo impacta la calidad de servicio de manera interna en las empresas. En primera instancia se esbozan precedentes con la calidad y la capacitación, posterior a ello se enfoca todos los antecedentes en la capacitación de la organización. Se concluye que en efecto el adiestramiento tiene un impacto directo en la calidad, el desarrollo de habilidades, conocimientos y facultades de manera que se pueda colaborar con la empresa.

Así mismo Restrepo, C. Restrepo, L. (2006). Strategic approach to Costumer Service, cuyo objetivo es mostrar el enfoque estratégico de una empresa y como se proyecta en función al servicio utilizando elementos como: el momento de la verdad, ciclo y triangulo de servicio al cliente. Concluyendo de denota que efectivamente las empresas a pesar de la importancia de desarrollar, manejar estrategias y capacitación de personal, las empresas no logran implementar en su totalidad un servicio donde el corazón sea el cliente, para con ello puedan deben afianzar la identidad y la cultura del servicio al cliente en sus miembros de equipo.

Al respecto Sarmentero, B. (2010). The impact of capacitation, some considerations freom an experience of it evaluation in an all inclusive hotel cuyo principal objetivo fue evaluar cuan efectiva fue la capacitación que se impartió a los miembros de equipo que están involucrados en el proceso de restauración ya que es una instalación turística. Utilizaron técnicas de trabajo grupal, estadísticos para lograr el consenso. Se concluye que no existe un sistema de control de clientes que fueron atendidos, excesivos tiempos de espera de los clientes, por tanto se necesita establecer métodos más efectivos de control de desempeño.

Por otro lado Botia, L. Orozco, L. (2012). Customer service competencies and Problem solving effectiveness pretendio evaluar las competencias de la calidad del servicio en 5 áreas

de la cadena de turismo que se realizaron en 3 ciudades de Colombia para identificar la productividad y su relación con las competencias del servicio de esta manera concluyó que solo el 17.65 de los colaboradores ha recibido algún tipo de capacitación, en consecuencia se puede afirmar que el nivel de preparación de los colaboradores es aceptable sin embargo se debe reforzar la comunicación, manejo de emociones dado que los turistas que son los clientes potenciales no se encuentran satisfechos en un 100%.

Por otro lado, Nowel (2015) quien quiso conocer sobre el adiestramiento y servicio al cliente de Salón y Tecún y Pasaje Mediterraneo, que fueron dos restaurantes de la zona 1 de Quetzalteango cuyo objetivo fue conocer si existe relación entre el adiestramiento de personal y la calidad de servicio al cliente. La muestra la conformaron 53 clientes y 20 azafates. El estudio fue correlacional-descriptivo. Se concluye que si se relacionan ambas variables, sin embargo se denota un gran porcentaje de trabajadores que no ha recibido capacitación, por lo cual se evidencian condiciones en las que se debe trabajar.

También Chang (2014) cuyo objetivo fue conocer como es el servicio brindado por el Municipio. La población está constituida por 561 14 personas, para el estudio se utilizó como herramienta el Censo poblacional del año 2010, la muestra consta de 170 usuarios municipales. Se concluye que el Municipio carece de un buen servicio a falta de gestión estratégica que aporte al comportamiento, aptitud y actitudes de los miembros que la conforman; la principal dificultad es que la Municipalidad no reúne las condiciones necesarias que motiven a la ciudadanía.

Al respecto Moreira (2013) en su estudio basado en las exigencias del adiestramiento de los expertos en el área de gestión administrativas de la universidad Cristiana Latinoamericana extensión por Guayaquil con la finalidad de afinar la calidad de servicio, tuvo como objetivo ahondar en los requerimientos que se necesitan los trabajadores del área de gestión administrativa, la muestra la componen 131 personas dentro de ellos personal de alta dirección jerárquica hasta estudiantes. Se observa que no cuentan con un patrón de educación en servicio por lo que, es necesario plantear proyectos en pro de mejorar el rendimiento de los trabajadores.

Mientras que Pérez y Sabia (2013) profundizaron su estudio cuyo objetivo fue conocer cuáles son las realidades de los hoteles, si estas brindan capacitación y realizan evaluaciones de servicio y como ha repercutido en el clima laboral. Se estudió al área de RR.HH. y también se obtuvo información vía internet de los Hoteles. La investigación fue cualitativa y cuantitativa utilizando como muestra 4 hoteles de Mar del Plata. Se concluye que la

empresa cuenta con características internas de manejo de manera que los ha llevado a mantener un buen clima organizacional.

Así mismo Alonso y Matta (2010) cuyo estudio basado en, repercusión del adiestramiento de personal en el rendimiento individual dentro de sus área laborales del Centro de Agricultura CIAT siendo su investigación de enfoque cuantitativo, explicativo descriptivo-correlacional; población conformada por 198 trabajadores del centro de investigación de los cuales se tomó como muestra 56 colaboradores. Se concluye que existe una necesidad de capacitación en los colaboradores puesto que es factor clave para ser competitivos, logrando la mejora continua para el rendimiento personal y grupal de los miembros de equipo.

También Pérez (2014) pretendía canalizar el trabajo de servicio que se da en el restaurante a fin de tener mejor rentabilidad .concluimos que el servicio que brinda el restaurante es bueno moderado sin embargo se necesita mejorar el sentido de urgente, para fidelizar a los clientes para obtener respuestas favorables y superar sus expectativas.

Para Dávila y Torres (2017) cuyo principal yo objetivo fue analizar la calidad de servicio que brindan a los clientes. Estudio descriptiva observacional, no probabilístico; la población conformado por 200 clientes de los cuales se tomó de muestra 80 comensales. Se concluye que el servicio y los productos que se sirve son aceptables.

Además Sánchez (2014) tuvo como objetivo revelar la diferencia que presentan los trabajadores después de haber recibido capacitación. Investigación experimental de sucesión o línea escala Likert a 175 clientes. En conclusión se puede afirmar que mediante la implementación de la capacitación, los miembros de equipo han mejorado sus habilidades y competencias, esto a su vez se hizo notar por los clientes ya que se encuentran satisfechos con el servicio.

Por otro lado Martell y Sánchez (2013) tuvo como objetivo afirmar que el rendimiento de los instructores va mejora a través el proceso instructivo. La muestra fue censal y fueron 100 clientes; se entrevistó al gerente de la empresa para saber los requisitos que solicita para contratar a su personal, se concluye que hay deficiencias en la rapidez, capacidad de respuesta, mejorar infraestructura de local y mantenimiento de equipos; se evidencias mejoras a raíz de haber levantado las observaciones, comenzando con el entrenamiento.

Al respecto Clemente (20089 en su estudio cuyo objetivo fue disminuir el tiempo de espera de los usuarios además de reducir las enormes colas, la información se extrajo de la base de datos interna de la empresa y se implementó un módulo de simulación. Se concluye

que mediante un programa de capacitación la respuesta tanto de clientes y trabajadores puede ser positiva a raíz de los cambios en el cronograma organizacional.

Por lo cual la teoría científica, tuvo sus inicios durante la Revolución Industrial en el siglo XX por el Ingeniero Frederick Taylor. La teoría Científica o Taylorismo se centra en la gestión del trabajo y los obreros, con el objetivo de acrecentar la productividad, una manera muy acertada es mediante métodos y técnicas. Para Taylor la administración debe estudiarse, conocerse de manera científica y no empírica, él aplico una metodología sistemática en el análisis y solución de problema en la empresa. Se analizó todo el proceso de trabajo incluyendo el tiempo y los movimientos por lo cual se estableció patrones, se capacito a los trabajadores además del equipo de dirección.

Así mismo en la teoría Conductista, John Watson fundador de la teoría conductista que es una ciencia que engloba todas las conductas humanas y Skinner quien fue el motor que se inicia desde la educación del lenguaje que se le enseña a los niños a su vez que va aprendiendo a los largo de su vida. Skinner divide la conducta en dos clases: La conducta de la Reacción (son respuestas a acciones involuntarias) y la conducta de Operante (acciones que hacemos y tiene reacción en el entorno).

Por otro lado en la teoría Neoclásica que inicio a mediados del siglo XX, fue promulgado por varios protagonistas de la administración a fines de la segunda guerra mundial. Fue enfocada en la administración de organizaciones para anexionar la automatización de procesos y así mejorar la mano de obra. Pretendía con ello controlar, guiar, dirigir a un grupo de personas para lograr objetivos o propósitos utilizando menos recursos, dentro de sus principios está en ser una organización formal, organizar la mano de obra, especificar funciones y la jerarquía en los puestos.

Un claro ejemplo fue Chiavenato (2006) que definió el adiestramiento como una sucesión educativa que se implementación secuencialmente de manera organizada para enriquecer las habilidades, destrezas, actitudes y conocimientos de las personas para lograr determinaros objetivos.

Por otro lado con respecto a la calidad de servicio al cliente, la teoría Dual de los Dos Factores, Swan y Combs (1976), en Seto, D. (2004) menciona que la teoría fue enfocada a la satisfacción del cliente por lo cual propusieron dos factores. El resultado instrumental que estaba relacionado con el aspecto físico, y el resultado expresivo, que tiene que ver con el aspecto sensitivo o psicológico del cliente. Decían también que el único que provoca satisfacción es el factor expresivo y la insatisfacción como resultado lo producía el factor

instrumental. Sin embargo se dieron cuenta que, a pesar de que la dimensión instrumental es importante no es un 100% de la satisfacción ya que son condiciones necesarias pero no las únicas, por el contrario la dimensión expresiva pueden elevar la satisfacción.

En cuanto a la teoría de la Calidad Total, Kaoru Ishikawa en Vargas (2007) menciona que, Ishikawa nació en Japón, creador de la Teoría de la Calidad Total, es considerado un precursor ya que con la implementación de esta teoría llegó a sonar e implementarse no solo en Japón, también en el resto del mundo. Kaoru logró un gran cambio en la mente de las organizaciones para alcanzar el éxito de la calidad total, también mencionó los siguientes principios como, en toda organización debemos hacer lo que compete a las funciones; en las cuales se destaca que en toda organización se deben cumplir las funciones y resultados; a calidad se construye en procesos y diseños; se debe iniciar siempre orientado a conocer las necesidades y factores que estimulan el deseo del consumidor; la calidad total debe ser racional y puede ser aplicada a nivel mundial.

Así mismo en la teoría de Joseph Muran, Joseph Muran que fue ingeniero y abogado, publicó varios libros sobre Calidad. Él refiere que para lograr la calidad de productos o servicios es primordial trabajar en cinco puntos como identificar las oportunidades de mejora en un producto de baja calidad y así poder esforzarnos y la calidad aumente, también que se deben identificar y ofrecer productos que sean necesarios y útiles para los clientes; nunca perder la comunicación con los clientes, de esta manera nos permita saber si cumplimos sus expectativas; conocer los productos que ofrecemos y en caso tenga fallas poder identificarlas y mejorarlas y por último tener como principal objetivo la calidad en la excelencia para llegar al éxito.

Por lo cual Pérez (1994) como un concepto principal de lo que es la calidad de servicio al cliente definió que es el resultado de las necesidades y lo que esperan recibir los clientes y producto o servicio final que es lo que realmente recibieron a su percepción.

Problema general. ¿De qué manera el adiestramiento del personal tiene relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019? Problema Específico ¿De qué manera los métodos de capacitación tienen relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019?, ¿De qué manera las técnicas de capacitación tiene relación con la calidad del servicio al cliente en Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019?, ¿De qué manera la evaluación de la capacitación tiene relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019?

Justificación del estudio, el presente trabajo de investigación permite identificar datos que reflejan como el adiestramiento del personal se relaciona con el servicio al cliente dentro de una organización; se sabe que en el campo empresarial y laboral nos relacionamos con infinidad de personas, la necesidad de un buen servicio o producto es primordial para el crecimiento de una organización además, para lograr un buen servicio se necesita tener un personal necesariamente capacitado, por tanto va depender de la empresa que la formación impacte de manera positiva o negativa al capital humano; entonces a partir de esta investigación se logrará indagar como es la recepción de la formación brindada por la empresa hacia los trabajadores sobre las distintas funciones que deben desarrollar dentro de su campo laboral, así mismo cuales son los procesos que sigue la empresa para poder lograr el impacto y la recepción de los trabajadores de toda la cultura de servicio. Por esta razón, la presente investigación tiene la finalidad de informar a la empresa y los trabajadores la importancia de tener un personal capacitado, lo importante que son las herramientas que se le brindan para poder lograr que se desarrollen dentro del campo laboral con un servicio de calidad logrando así resultados que van a repercutir de manera positiva a la organización y al propio beneficio.

Por medio de este estudio se busca reducir costos ya que si bien es cierto capacitar al personal involucra una inversión no debemos olvidar que es una inversión que tendrá ganancias a largo plazo dado que tener un personal altamente capacitado da la confianza que podrán desarrollarse en el campo operacional, vale decir en el área de servicio, esto va ayudar a generar mayor venta, atraer y fidelizar a nuevos clientes que para la empresa son más utilidades, sin embargo si no se tiene conciencia de la importancia del servicio y el adiestramiento adecuado del personal existe un riesgo de caer en pérdidas financieras.

El estudio de la relación que existe entre el adiestramiento del personal y el servicio al cliente resulta pertinente ya que son elementos esenciales para el desarrollo de toda empresa; cabe contrastar si es que existe una relación significativa entre las variables que permiten el desarrollo sostenible dentro de la empresa a la vez que va ser reflejado en los indicadores financieros a causa de un buen servicio por un personal bien capacitado.

Hipótesis General. El adiestramiento de personal tiene relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019. Hipótesis Específica Los métodos de capacitación tienen relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019. Las técnicas de capacitación tienen relación significativa

con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019. La evaluación de la capacitación tiene relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019.

Objetivo General. Determinar la relación que existe entre el adiestramiento de personal y calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado, Lima, 2019. Objetivos Específico. Determinar la relación que existe entre los métodos de capacitación y la calidad de servicio al cliente en Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019. Determinar la relación que existe entre las técnicas de capacitación y la calidad de servicio al cliente en Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019. Determinar la relación que existe entre la evaluación de la capacitación y la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de Investigación

El presente estudio es de diseño correlacional descriptivo - no experimental de corte transversal, ya que se realizará sin manipular las variables, es decir solo se observa fenómenos, situaciones tal y como se dan en la realidad tal es el caso de que las variables ocurren con naturalidad y no es posible influir en el proceso.

Según Hernández, Fernández & Baptista (2010) refieren que: “El diseño no experimental es un estudio enfocado en la investigación sin alterar los factores de formación, podemos decir que solo se debe observar lo que sucede en el entorno y como es que las acciones tienen efecto en las otras” (p. 149)

2.1.1 Tipo de Investigación

El presente trabajo es de tipo aplicada por que está alineada a resolver ciertos problemas específicos en vez de generar nuevas teorías. La investigación aplicada está enfocada a la solución de problemas y no necesariamente a la producción de teorías y conocimientos (Hernández, Fernández & Baptista, 2010, p.27).

Así mismo conserva un enfoque cuantitativo por la aplicación de fórmulas, aplica el método deductivo que es de lo general a los específicos y seguir un orden riguroso.

Según Hernández, Fernández & Baptista (2010) explica que: “La investigación aplicada se define como una idea que parte de lo general a lo específico es decir se va estudiando cada parte del programa en cuestión para construir el marco teórico” (p. 4)

El estudio descriptivo, describe y especifica las características de los problemas en cuanto a procesos, personas, problemas, ya que intenta profundizar la información de la variable sin tomar en consideración otras variables.

Según Hernández, Fernández & Baptista (2010) “Únicamente se pretende recopilar información de forma independiente, el objetivo principal no es conocer cómo se relacionan, por el contrario es descifrar los conceptos puntualmente descritos” (p.80).

2.2 Variables y Operacionalización

2.2.1. Variables

Variable Adiestramiento de personal

Para Chiavenato (2006) adiestrar significa seguir procesos educativos y aplicarlos de manera sistemática y aplicada siguiendo patrones para mantener un orden organizacional en el cual las personas puedan adquirir los conocimientos, habilidades, actitudes en función a los objetivos que están definidos por la organización o empresa.

Dimensión 1: Método de capacitación. según Mendoza (2011). Define método de capacitación como el orden cronológico con el que se deben desarrollar las organizaciones o proyectos u actos para primero obtener un orden y lograr los objetivos definidos, así mismo el método establece una relación entre el aprendiz y la institución o agencia a través de la cual se logra la tarea aprendida y desarrollada. (p.163, 164).

Indicador 1: Programas de inducción según Mendoza (2011) los programas de inducción son aquellos que permiten al trabajador la adquisición de conocimientos de carácter general relativos a la organización, así mismo brinda información de los productos que fabrica la empresa, reconocimiento de las áreas, horarios, derechos y obligaciones y las tareas de sus puestos (p.40, 41).

Indicador 2: Adiestramiento en el puesto, para Mendoza (2011) es el método que las empresas utilizan con más frecuencia ya que se da en el día a día, consiste en capacitar en el campo de trabajo es decir la puesta en marcha; el entrenador realiza 4 pasos que facilitan

el entrenamiento: explica las funciones a realizar, demuestra la manera en que se ejecutan las funciones, el entrenado demuestra si entendió lo enseñado y por último el instructor o supervisor verifica si el mensaje llegó de manera correcta.

Dimensión 2: Técnicas de capacitación, según Mendoza (2011): es el conjunto de variedades de métodos con los cuales vamos a respaldar con bases firmes nuestros proyectos (p.164).

Indicador 1: Técnicas de capacitación según Mendoza (2011) para llevar una buena evaluación de las capacitaciones y tiene que considerar el tiempo, tener un instructor y realizar actividades (p. 31)

Dimensión 3: Evaluación de la capacitación. Para García (en Reza 2007) es la acción valorativa que se emplea a manera de hacer seguimiento a las actividades que aspira para conocer el valor, mejoras y resultados que esperamos y se obtienen después de haber aplicado una actividad o para medir el potencial de una persona, grupo o actividad determinada (p.14).

Indicador 1: Evaluación de la Reacción. Reza (2007) afirma que aquí se mide la aceptación que tuvo el curso, programa o seminario de capacitación; es una medida de cómo se desarrolló el evento, si fue provechosos o no, en un ámbito general

Indicador 2: Seguimiento de la Aplicación. Reza (2007) dice que se realiza una evaluación continua de la puesta en práctica es decir todos los conocimientos impartidos en la capacitación deben ser puestas en práctica, la forma de evaluarlo es cuando los trabajadores van añadiendo o mejorando dicha información o comportamientos a sus labores diarias. [...].

Indicador 3: Evaluación del esfuerzo. Reza (2007) en términos de evaluar los programas del área encargada o al personal que imparte la capacitación ya que ellos deben estar enfocados en el logro del alcance del mismo; es allí donde se puede dar una información certera de cuán provechoso fue la capacitación y si estas fueron realmente pertinentes de aplicar (p. 18,19).

Variable Calidad de Servicio al Cliente. Según Pérez (1994). es el resultado de las necesidades y lo que esperan recibir los clientes y producto o servicio final que es lo que

realmente recibieron a su percepción (p. 94).

Dimensión 1: Fiabilidad para Zeithaml (2002) la fiabilidad es el acto de prestar un servicio responsable y veraz (p.320)

Indicador 1: Mantener la promesa de servicio, según Zeithaml (2002) se refiere a realizar lo prometido con formalidad, exactitud y sin fallos (p. 335).

Dimensión 2: Capacidad de respuesta, para Zeithaml (2002) es la predisposición e intención de servir o ayudar (p. 320).

Indicador 2: Disponibilidad. Según Zeithaml (2002) se refiere a estar listos para servir, con una actitud amable (p. 335).

Dimensión 3: Empatía, para Zeithaml (2002) es la atención organizada que prestan las organizaciones a los consumidores (p. 320).

Indicador 3: Compromiso con el cliente, según Zeithaml (2002) menciona que es la intención de ayudar, comprender y tener las respuestas acertadas hacia nuestros clientes (p. 335).

Dimensión 4: Seguridad. Según Zeithaml (2002) menciona que se refiere a la imagen que proyectas hacia los colaboradores y cliente (p. 320).

Indicador 4: Profesionalidad. Según Zeithaml (2002) nos dice que está referido principalmente al atributo amabilidad, educación y cortesía hacia el cliente (p.335).

Dimensión 5: Tangibles. Según Zeithaml (2002) está relacionado con el entorno físico, como equipos, infraestructura, y material de comunicación (p. 320).

Indicador 5: Elementos físicos. Según Zeithaml (2002) menciona que son la parte visible del servicio, instalaciones, equipo, imagen del personal, producto; a su vez son los que influyen en la calidad de Servicio ya que va directamente a la percepción del cliente (p. 335).

2.2.2 Tabla 1: Operacionalización de las Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	UNIDAD DE MEDIDA	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEM	ESCALA
ADiestramiento	Chiavenato (2006). Es una sucesión educativa que se implementación secuencialmente de manera organizada para enriquecer las habilidades, destrezas, actitudes y conocimientos de las personas para lograr determinamos objetivos”. (p.15).	El adiestramiento involucra procesos formales que las empresas necesitan con el fin de tener un personal altamente calificado y preparado para facilitar los objetivos operativos de la organización.	Siempre=5 Casi siempre=4 A veces=3 Casi nunca=2 Nunca=1	MÉTODOS DE CAPACITACIÓN	PROGRAMAS DE INDUCCIÓN	2	LIKERT
					ADiestramiento EN EL PUESTO	2	
				TÉCNICAS DE CAPACITACIÓN	TIEMPO	2	
					INSTRUCTOR	2	
					ACTIVIDADES	5	
				EVALUACIÓN DE LA CAPACITACIÓN	EVALUACIÓN DE LA REACCIÓN	1	
					SEGUIMIENTO DE LA APLICACIÓN	3	
					EVALUACIÓN DEL ESFUERZO	3	
				CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE	Pérez (1994). Es el resultado de las necesidades y lo que esperan recibir los clientes y producto o servicio final que es lo que realmente recibieron a su percepción” (p. 94).	La calidad del servicio al cliente en el ámbito empresarial son los procesos que realiza la empresa con el fin de garantizar y fidelizar a los clientes proporcionando, un servicio de calidad.	
CAPACIDAD DE RESPUESTA	DISPONIBILIDAD	4					
EMPATÍA	COMPROMISO CON EL CLIENTE	5					
SEGURIDAD	PROFESIONALIDAD	4					
TANGIBILIDAD	ELEMENTOS FÍSICOS	4					

Esquema personalizado.

2.3 Población y Muestra

Población

Según Tomas (2010). Sostiene que es la agrupación de personas, que cuentan con ciertos atributos que se necesita para realizar determinado estudio”. Podemos entender que una población abarca todo el conjunto de elementos de los cuales podemos obtener información, entiendo que todos ellos han de poder ser identificados. (p. 21).

La siguiente investigación basará su estudio enfocándose en una población conformada por 50 trabajadores en el intervalo de los 18-28 años de edad de Dunkin Donuts de Lima. La muestra es censal ya que es el total de trabajadores de los dos turnos del Área de producción y atención, cuya finalidad es obtener resultados con relación al nivel de capacitación.

Por otro lado se realizará una encuesta a 50 clientes que visitan la tienda de Dunkin Donuts de Cercado de Lima para determinar la relación que tiene el adiestramiento con la calidad de servicio brindado.

Muestra

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) señalan que es cualquier subconjunto de la población. Aquella parte o porción de dicha población que se pretende estudiar con la finalidad de obtener resultados para determinar la situación (p.170).

La presente investigación tomará como base de estudio a los 50 trabajadores del área de producción y servicio, se optará por analizar ambos turnos, tanto el de la mañana como el de la tarde, para así poder abarcar la parte operativa y poder analizar correctamente los datos, obteniendo resultados confiables de los trabajadores de Dunkin Donuts ubicado en Cercado de Lima en el año 2018; así mismo se encuestará a 50 clientes que visitan las tiendas.

2.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

2.4.1 Técnica: Encuesta

Para García. C (2004). La encuesta es un método muy utilizado a manera de pregunta, es por bien una técnica que sirve para conocer y obtener información de los grupos en el cual se pretende conocer aspectos relativos de los mismos (p. 19).

Para medir la calidad de servicio de los clientes utilizará el Modelo SERVQUAL que mide la calidad de servicio esperado.

2.4.2 Instrumento: Cuestionario

Para García. (2004), El cuestionario es un instrumento estructurado enfocado en la estructuración de las preguntas en la que el encuestador no tiene una alta participación, es muy utilizado a la hora de recoger información a la vez que su objetivos es obtener respuestas o información equiparable para obtener las opiniones del grupo de estudio (p. 24).

El estudio está enfocado en utilizar la técnica de la encuesta, que consta del planteamiento de algunos Ítems 20 preguntas para trabajadores y 22 preguntas para clientes del estilo Likert por medio del cuestionario, basado en el tema de adiestramiento y servicio al cliente. Una vez establecida las siguientes preguntas se dará el siguiente paso para poder proceder a evaluarlos mediante el formulario de la presente encuesta.

2.4.3 Validez:

Para Hernández (2010) es la medida en que un instrumento prueba que realmente puede medir o pretende medir una variable (p. 201).

Fiabilidad

Tabla 2

Estadísticos de fiabilidad

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,790	20

Esquema personalizado.

El nivel de confiabilidad fue de 0.790 lo cual indica que es fiable para la investigación.

A su vez, el instrumento fue validado a juicio por expertos docentes

Tabla 3:

Opinión de Expertos

<i>EXPERTOS</i>	<i>EVALUACIÓN</i>
<i>Dr. Alva Arce, Rosel César</i>	<i>Aceptable</i>
<i>Dr. Costilla Castillo, Pedro</i>	<i>Aceptable</i>
<i>Dr. Martinez Zavala, María</i>	<i>Aceptable</i>

Esquema personalizado.

2.4.4 Confiabilidad

Para Hernández (2010), Busca demostrar que es un instrumento de medida confiable para realizar estudios, ya que al aplicarlo de manera continua muestra resultados iguales (p. 200).

Para el grado de confiabilidad aplicaremos el Alfa de Cronbach; coeficiente utilizado para medir el nivel de confiabilidad de la herramienta de medida. Si el resultado es 0 se interpreta como nula y 1 significa que es perfecto o aceptable. (Hernández. R, 2010, p. 439).

2.5 Métodos de análisis de datos

Para el estudio se procesará y utilizará el SPSS versión 2.2 para el análisis y procesamiento de los datos de cada una de las variables la cual nos presentará análisis y resultados por gráficas y tablas.

2.6 Aspectos éticos

El investigador se compromete a respetar la sinceridad de los resultados, así como respetar la sinceridad de los resultados, a la vez que cuidar y respetar la identidad de las personas que colaboren con el proyecto de investigación y la confiabilidad de los datos otorgados por la empresa.

III. RESULTADOS

3.1 Análisis descriptivo de resultados

3.1.1 Adiestramiento de Personal

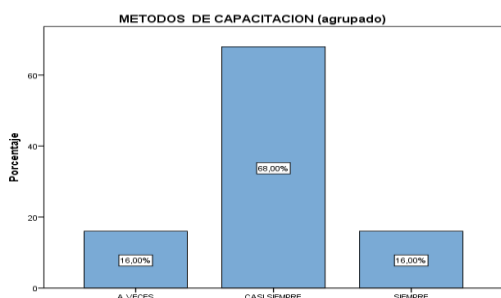
Tabla 4

Métodos de capacitación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	8	16,0	16,0	16,0
	CASI SIEMPRE	34	68,0	68,0	84,0
	SIEMPRE	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Esquema personalizado.

Figura 1: *Métodos de capacitación*



En la tabla 4, respecto a los métodos de capacitación que el valor total de los 50 encuestados, el 16% manifiesta que siempre, mientras que el 68% manifiesta que casi siempre y el 16% a veces.

Esquema personalizado.

Tabla 5

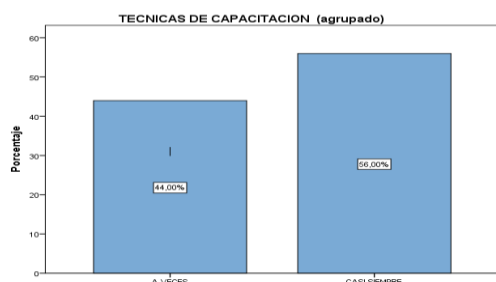
Técnicas de capacitación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	22	44,0	44,0	44,0
	CASI SIEMPRE	28	56,0	56,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Esquema personalizado

Figura 2

Técnicas de capacitación



En la tabla 5, respecto a las técnicas de capacitación que el valor total de los 50 encuestados, el 46% manifiesta que casi siempre, mientras que el 44% manifiesta que a veces.

Esquema personalizado

Tabla 6

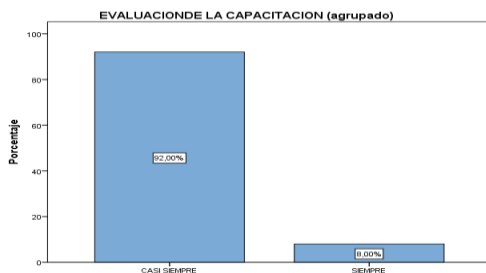
Evaluación de la capacitación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI SIEMPRE	46	92,0	92,0	92,0
	SIEMPRE	4	8,0	8,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Esquema personalizado.

Figura 3

Evaluación de la capacitación



En la tabla 6, respecto a la evaluación de la capacitación que el valor total de los 50 encuestados, el 92% manifiesta que casi siempre, mientras que el 8% manifiesta a veces.

Esquema personalizado.

3.1.2 Calidad de servicio

Tabla 7

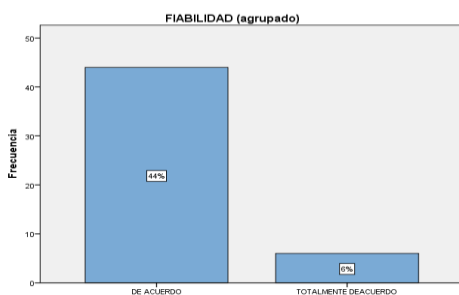
Fiabilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DE ACUERDO	44	88,0	88,0	88,0
	TOTALMENTE DEACUERDO	6	12,0	12,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Esquema personalizado

Figura 4

Fiabilidad



En la tabla 7, respecto a la fiabilidad que el valor total de los 50 encuestados, el 88% manifiesta que está de acuerdo, mientras que el 12% manifiesta que está totalmente de acuerdo.

Esquema personalizado.

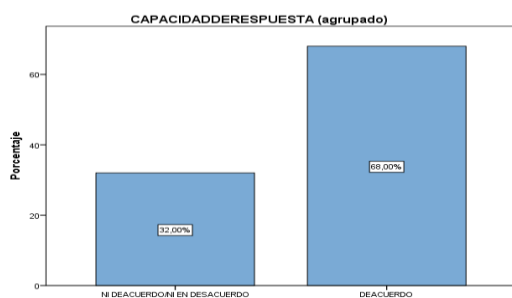
Tabla 8:

Capacidad de respuesta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NI DEACUERDO/NI EN DESACUERDO	16	32,0	32,0	32,0
	DEACUERDO	34	68,0	68,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Esquema personalizado.

Figura 5: *Capacidad de Respuesta*



En la tabla 8, respecto a los métodos de capacitación que el valor total de los 50 encuestados, el 68% manifiesta que está de acuerdo, mientras que el 32% manifiesta que no está ni de acuerdo/ni en desacuerdo

Esquema personalizado.

Tabla 9:

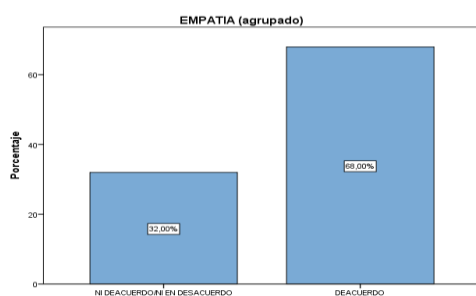
Dimensión Empatía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NI DEACUERDO/NI EN DESACUERDO	16	32,0	32,0	32,0
	DEACUERDO	34	68,0	68,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Esquema personalizado.

Figura 6:

Empatía



En la tabla 9, respecto a la empatía que el valor total de los 50 encuestados, el 68% manifiesta que está de acuerdo, mientras que el 32%, manifiesta que no está ni de acuerdo/ni en desacuerdo.

Esquema personalizado.

Tabla 10

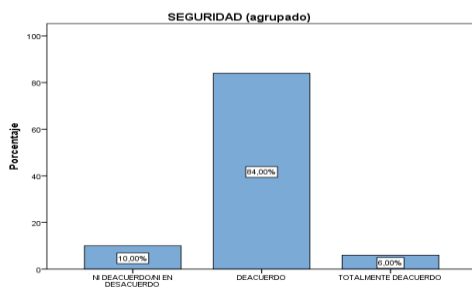
Seguridad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NI DEACUERDO/NI EN DEACUERDO	5	10,0	10,0	10,0
	DEACUERDO	42	84,0	84,0	94,0
	TOTALMENTE DEACUERDO	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Esquema personalizado.

Figura 7

Seguridad



En la tabla 10, respecto a la seguridad que el valor total de los 50 encuestados, el 84% manifiesta que está de acuerdo, también se observa que el 10% no está ni acuerdo/ni en desacuerdo y 6% manifiesta que está totalmente de acuerdo.

Esquema personalizado.

Tabla 11

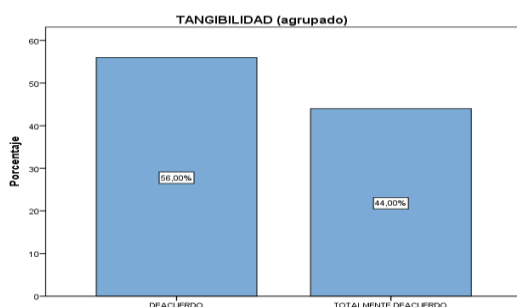
Tangibilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DEACUERDO	28	56,0	56,0	56,0
	TOTALMENTE DEACUERDO	22	44,0	44,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Esquema personalizado

Figura 8

Tangibilidad



En la tabla 4, respecto a los métodos de capacitación que el valor total de los 50 encuestados, el 56% manifiesta que esta, de acuerdo, mientras que el 44% manifiesta que está totalmente de acuerdo.

Esquema personalizado.

3.2 Análisis inferencial

3.2.1 Hipótesis General

HG: El adiestramiento de personal tiene relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2019.

HO: El adiestramiento de personal no tiene relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2019.

H1: El adiestramiento de personal se relaciona con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2019.

Nivel de significancia: 5% N nivel de aceptación: 95% Z=1.96

Regla de decisión:

Si $\alpha < 0,05$ se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alternativa (H1).

a) Si $\alpha > 0,05$ se acepta la hipótesis nula (Ho) y se rechaza la hipótesis alterna (H1)

Tabla 12

Prueba de hipótesis General

CORRELACIONES				
			ADIESTRAMIENTO	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de	ADIESTRAMIENTO	Coefficiente de correlación	1,000	,771
Spearman		Sig. (bilateral)	.	,014
		N	50	50
	CALIDAD DE SERVICIO	Coefficiente de correlación	,771	1,000
		Sig. (bilateral)	,014	.
		N	50	50

Esquema personalizado.

En resultado del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es igual a 0.771; como se muestra la tabla 12, así mismo el nivel de significancia bilateral (Sig=014) es menor que la significancia (0,05), se analiza que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. En efecto y de acorde con la tabla 12 de correlación se afirma que el adiestramiento de personal tiene relación positiva con la calidad de servicio de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019

3.2.2. Prueba de Hipótesis específica 1

HE1: Los métodos de capacitación tienen relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2019

H0: Los métodos de capacitación no tienen relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2019

H1: Los métodos de capacitación si se relaciona con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2019

Tabla 13

Prueba de hipótesis específica 1

CORRELACIONES				
		MÉTODOS DE LA CAPACITACIÓN		CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	MÉTODOS DE LA CAPACITACIÓN	Coefficiente de correlación	1,000	,848
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	50	50
	CALIDAD DE SERVICIO	Coefficiente de correlación	,848	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	50	50

Esquema personalizado.

Se tiene como resultado que existe relación positiva entre los métodos de capacitación y la calidad de servicio de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019. La significancia hallada es de ,002 siendo inferior a 0,05 lo cual significa que se refuta la hipótesis H0 y se acepta la hipótesis alterna y se demuestra que la hipótesis general HG es verdadera, es decir los métodos de capacitación si tienen relación con la calidad de servicio de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019.

3.2.2 Prueba de hipótesis específica 2

HE1: Las técnicas de capacitación tiene relación significativa con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2019

H0: Las técnicas de capacitación no tienen relación significativa con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2019

H1: Las técnicas de capacitación se relacionan significativamente con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2019

Tabla 13

Prueba de hipótesis específica 2

CORRELACIONES			TÉCNICAS DE LA CAPACITACIÓN	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	TÉCNICAS DE LA CAPACITACIÓN	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 50	,853 ,003 50
	CALIDAD DE SERVICIO	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,853 ,003 50	1,000 . 50

Esquema personalizado.

Se tiene como resultado que, existe una relación positiva entre las técnicas de capacitación y la calidad de servicio de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019. La significancia hallada es de ,003 siendo inferior a 0,05 lo cual significa que se exhorta la hipótesis H0, es decir que se acepta la hipótesis alterna y se demuestra que la hipótesis general HG es verdadera, es decir las técnicas de capacitación si tienen relación con la calidad de servicio de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019.

3.2.3 Prueba de hipótesis específica 3

HE1 La evaluación de la capacitación tienen relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2019.

H0: La evaluación de la capacitación no tiene relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2019.

H1: La evaluación de la capacitación se relaciona con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2019.

Tabla 14

Prueba de hipótesis específica 3

CORRELACIONES			EVALUACIÓN DE LA CAPACITACIÓN	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de	EVALUACIÓN DE LA	Coeficiente de correlación	1,000	,764
Spearman	CAPACITACIÓN	Sig. (bilateral)	.	,004
		N	50	50
	CALIDAD DE SERVICIO	Coeficiente de correlación	,764	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	50	50

Esquema personalizado.

Se tiene como resultado que existe relación positiva entre la evaluación de la capacitación y la calidad de servicio de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019. La significancia hallada es de ,004 siendo inferior a 0,05 lo cual significa que se exhorta la hipótesis H0, es decir que se acepta la hipótesis alterna y se demuestra que la hipótesis general HG es verdadera, es decir la evaluación de la capacitación si tienen relación con la calidad de servicio de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019.

IV. DISCUSIÓN

4.1 Ante los resultados obtenidos, teniendo como objetivo determinar la relación que existe entre Adiestramiento de personal y calidad de servicio, se determinó mediante la apreciación de los encuestados que, si existe relación positiva alta de un 77.1% entre las variables adiestramiento de personal y calidad de servicio, por consiguiente se aceptó la hipótesis general de la investigación donde efectivamente se demuestra que el adiestramiento de personal si tiene relación en la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019.

Basándonos en la Teoría Conductista, John Watson que fue el fundador de esta teoría, según por Skinner nos mencionan que la capacitación se inició con la educación desde que uno va creciendo y aprendiendo, es decir las personas necesitamos de un modelo o guía que pueda conducir nuestra educación, en este caso nuestros padres; por otro lado la Teoría Dual de los dos factores de Swan y Combs fue enfocada al satisfacción del cliente donde propone dos factores que estaba relacionados con el aspecto instrumental que estaba relacionado con el aspecto físico y el resultado expresivo que tiene que ser con las sensaciones y ambos cumple roles importantes ya que vas ayudar a que nosotros podamos satisfacer las necesidades del cliente.

De acuerdo a Botia, L. (2012). En su investigación “Customer service competencies and problema solving effectiveness” cuyo objetivo fue analizar las competencias de los trabajadores que brindan servicio de turismo en 5 lugares de la ciudad de Colombia, se evaluó la productividad y efectividad a 337 trabajadores. Por lo cual se concluyó que 17.6% han recibido algún tipo de capacitación de servicio por lo que su nivel de preparación es aceptable, sin embargo, considerando la ciudad donde se encuentran y las expectativas de visitantes es necesario recibir una mayor capacitación, principalmente en el manejo de situaciones emocionales y comunicación con el cliente.

Asimismo, Nowel (2015). En su estudio adiestramiento y servicio al cliente de Salón y Tecún y Pasaje Mediterráneo, restaurantes, siendo su objetivo establecer la relación que existe entre la capacitación con la calidad de servicio en los restaurantes de Salón y Tecún. El estudio fue realizado a 20 azafates y 53 comensales; tipo de investigación correlacional se concluye que, existe relación entre el servicio al cliente y la capacitación, además se

evidencio que hay una respuesta positiva por los clientes, sin embargo los meseros evidencian que no han recibido capacitación.

La realidad que se suscita en la Dunkin Donuts de Cercado de Lima es bastante parecida a la investigación de estos autores puesto que los principales factores a tener en cuenta para dar un servicio de calidad es la preparación, la enseñanza contante, el impartir y dar seguridad y soporte con bases a los trabajadores es decir tenerlo bien capacitados y de esta manera generar confianza en nuestros clientes para poder cumplir las expectativas de nuestros clientes internos y externos.

Entonces teniendo en cuenta los aportes de Botia y Nowel, Swan y John Walson mencionados en comparación con los resultados del estudio, se infiere que si guardan relación.

4.2 Se planteó como primer objetivo específico determinar la relación que existe entre los métodos de capacitación y la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019; se determinó que existe una relación positiva de 84.8% entre los métodos de capacitación y la calidad de servicio al cliente. Es así que se rechaza la H_0 , por tanto, se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe relación entre los métodos de capacitación y la calidad de servicio de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019.

Según Mendoza (2011). Menciona que los métodos de capacitación son ordenamientos lógicos y secuenciales para realizar actividades que conforman cualquier proceso, que se realizan por medio de programas de inducción y en el puesto.

Por consiguiente, podemos decir que, los miembros de equipo de Dunkin Donuts de Cercado de Lima consideran que es importante enfocarnos en primera instancia en preparar y enseñar a los miembros de equipo desde su ingreso a la empresa para que puedan conocer el tipo de negocio que es y como busca relacionarse con los clientes.

Teniendo en cuenta los aportes de Mendoza (2011). Podemos decir que, de acuerdo a los resultados obtenidos, estos si guardan relación entre sí.

4.3 Se planteó como segundo objetivo específico determinar la relación que existe entre las técnicas de capacitación y la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019; se determinó que existe una relación positiva de 85.3% entre las técnicas de

capacitación y la calidad de servicio al cliente. Es así que se rechaza la H_0 , por tanto, se aceptó la hipótesis de investigación indicando q existe relación entre las técnicas de capacitación y la calidad de servicio de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019.

Según Kaoru (2007) en su teoría de la Calidad Total menciona que a pesar de que el mundo es una mezcla de diferentes culturas, él logró perennizar el éxito de la calidad total donde menciona varios principios dentro de las cuales podemos destacar, un servicio de calidad tiene que tener resultados, la calidad total inicia y termina con un buen proceso de capacitación, una buena técnica de control de calidad total expone lo mejor de cada trabajador y finalmente la calidad total se construye con disciplina que combina la razón y el actuar.

Por consiguiente, es preciso decir que para lograr una calidad total es preciso tener una disciplina en todas las áreas no solo al inicio de cada trabajo sino que además elaborar técnicas y estrategias que logren que el personal pueda desarrollarse y lograr un todo entre calidad y preparación. Por lo cual conjuntamente con los resultados obtenidos en la prueba de constatación de la segunda hipótesis de investigación, se deduce que estas guardan relación.

4.4 Como tercer objetivo específico determinar la relación que existe entre la evaluación de capacitación y la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019; se determinó que existe una relación positiva de 76.4% entre la evaluación de capacitación y la calidad de servicio al cliente. Es así que se rechaza la H_0 , por tanto, se aceptó la hipótesis de investigación indicando q existe relación entre la evaluación de capacitación y la calidad de servicio de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019.

Según Duque (2005) en su artículo de investigación sobre el concepto de calidad de servicio y sus modelos de medición, ya que su objetivo era estudiar la evolución de la gestión de servicio y como con el pasar del tiempo ha evolucionado hacia la calidad total, nos menciona que una manera de mejorar la disciplina de servicio es la actualización y evaluación de programas para poder contrastar la mejora en el servicio en los diferentes estados.

Entonces teniendo en cuenta los aportes de Duque (2005) mencionado en el párrafo anterior, conjuntamente con los resultados obtenidos en la prueba de contrastación de la tercera hipótesis de investigación, se deduce que estas guardan relación.

V. CONCLUSIONES

- 5.1 Se demostró que de acuerdo a la investigación realizada en Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019 el 77.1% se considera que el adiestramiento de personal tiene relación con la calidad de servicio, por lo cual se concluye que es necesario la implementación y reforzamiento de capacitaciones a los colaboradores a fin de reforzar su aprendizaje ya que esto ayudara a desarrollarse en el trabajo y en su vida personal esto a su vez se va ver reflejado en el servicio que brinden al cliente ya que muchos de los clientes no están teniendo una buena experiencia.
- 5.2 Se demostró que de acuerdo a la investigación realizada en Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019; el 84.8% si existe relación entre los métodos de capacitación y la calidad de servicio, por lo cual se concluye que se debe mantener la constancia en el proceso de inducción y seguimiento de procesos operativos para que los miembros de equipo puedan estar preparados con bases firmes.
- 5.3 Se demostró que de acuerdo a la investigación realizada en Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019; el 85.3% si existe relación entre las técnicas de capacitación y la calidad de servicio, por lo cual se concluye que es importante hacer seguimiento al proceso de entrenamiento de cada miembro de equipo además que se necesita llevar cursos actualizados para no pierdan el enfoque en la operación y el servicio.
- 5.4 Se demostró que de acuerdo a la investigación realizada en Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019; el 76.4% si existe relación entre la evaluación de la capacitación y la calidad de servicio, por lo cual se concluye que se debe evaluar los programas impartidos para analizar si son apropiados y aportan al desarrollo de habilidad y destrezas de los colaboradores van a ayudar a elevar su confianza por lo tanto eso se va ver reflejado en su desempeño hacia los clientes.

VI. RECOMENDACIONES

Primera: Realizar un programa de capacitación para reforzar los conocimientos y habilidades de los miembros de equipo en temas netamente operativos y de servicio, este programa será teórico y práctico. Se debe realizar una vez al mes a modo de actualización y reforzamiento de las competencias.

Segunda: Reevaluar si los métodos utilizados se están realizando de manera continua, el supervisor de zona será encargado de verificar que se desarrollen bien las practicas desde la inducción de los nuevos ingresos, de esta manera se podrá validar que la información brindada es la pertinente para los puestos.

Tercera: Capacitar a miembros de equipo como entrenadores de tienda, tendrán otro tipo de contrato y la misión de entrenar además de capacitar a los nuevos y antiguos colaboradores. Serán soporte para los gerentes de tienda y los miembros de equipo.

Cuarta. Realizar evaluaciones a inicios de mes y evaluaciones trimestrales con el fin de mantener las mentes frescas y activas, además se debe hacer encuestas de satisfacción a los clientes con el objetivo de identificar cuáles son las debilidades a reforzar.

REFERENCIAS

- Alonso R. y Matta P. (2010). *Impacto de la capacitación en los niveles de satisfacción laboral, aprendizaje, desempeño y desarrollo de carrera individual en el personal nacional (NRS) de las áreas de investigación de centro Internacional de Agricultura Tropical CIAT-año 2010*. (Tesis de Licenciatura, Universidad de Valle de México). (Acceso 10 de mayo de 2018).
- Botia, L. Orozco, L. (2012) Customer service competencies and Problem solving effectiveness. *Revista. "Estudios y perspectivas de Turismo"*, 21(3).
- Castillo, A. (2006). *Administración de Personal, un enfoque hacia la calidad*. (2ª ed.). Bogotá, Colombia: ECO EDICIONES.
- Chang F. (2014). *Atención al Cliente en los Servicios de la Municipalidad de Malacatán de San Marcos*. (Tesis de Licenciatura, Universidad de Rafael Landívar-Guatemala). (Acceso 10 de mayo de 2018).
- Clemente M. (2008). *Mejor en el nivel de atención a los clientes de una entidad Bancaria Usando Simulación*". (Tesis de Licenciatura, Universidad Católica del Perú). (Acceso 15 de Abril).
- Cardona, A. (2000). *Formación de valores: teorías, reflexiones y respuestas*. (1ª Ed.). México: Editorial Grijalbo.S.A.
- Dávila P. y Flores D. (2017). *Evaluación de la Calidad del servicio en el restaurante Turístico el Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo- Perú). (Acceso 20 abril).
- Díaz de Santos (1998). *Diseño del Servicio Paso a Paso*. (1ª ed.). Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Duque, E. (2005) Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición INNOVAR. *Revista de "Ciencias Administrativas y Sociales"* 15(25).
- García, F. (2004). *El cuestionario, recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionarios*. (1ª ed.). México: Limusa Noriega Editores.

- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ª.ed.). México DF: INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Lochan, R. (2014). Quality of service and training of employees the mediating role of organizational commitment. *Revista "Elsevier"* 46.
- McClaran, S. (2003). The effectiveness of personal training in changing attitudes towards physical activity. *Revista "Sports Science & Medicine"* 2(1).
- Martell R. y Sánchez A. (2013). *Plan de capacitación para mejorar el desempeño de los trabajadores operativo del Gimnasio Sport Club de la ciudad de Trujillo*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego – Perú). (Acceso 20 de junio).
- Martínez, M. Palaos, G. (Junio, 2017). Entrenamiento, capacitación y financiamiento con crecimiento sostenido en las pequeñas empresas del sector industrial en San Luis Potosí. *Revista. "EAN"*. 82
- Mendoza, A. (2007). *Capacitación para la Calidad y la Productividad*. (4ª ed.). México: Editorial Trillas S.A.
- Moreira R. (2013). *Necesidades de Capacitación Profesional del Personal Administrativo de la Universidad Cristiana Latinoamericana Extensión Guayaquil para mejorar la calidad de servicio. Propuesta de un módulo practico*. (Tesis de Maestría, Universidad de Guayaquil- Colombia). (Acceso 22 de mayo).
- Najul, J. (Julio/diciembre, 2011). *El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio*. *Revista Venezolana "Observatorio Laboral"*, 4(8)
- Oviedo, A. (2018). *Como iniciar y administrar un restaurante: Inicia tu propio negocio*. (1ª ed.). E-duca.
- Parra, C. Rodríguez, F. (Marzo, 2015). Training and its effect in quality management in organizations *Revista. "Desarrollo e Innovación"*, 6(2).
- Pérez, A. (1994). *Gestión de la calidad empresarial: Calidad de los servicios y atención al cliente*. (1ª ed.). Madrid, España: ESIC EDITORIAL.
- Pérez, C. (2006). *Calidad Total en Atención al Cliente*. (1ª ed.). España. Ideas Propias

Editorial.

Pérez, D. Marcano Y. (diciembre, 2004). *El adiestramiento del recurso humano en la pequeña y mediana empresa (PYME) de la península de Paraguaná: Alternativa para mejorar su rendimiento. Revista Científica "Multiciencias", 4(2).*

Pérez, D. (Mayo, 2006). El adiestramiento del Recurso Humano, herramienta de competitividad en la PYME. *Revista. "Multiciencias". 6(2).*

Pérez R. (2014). *La Calidad del Servicio al Cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre SAC-Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 y 2012.* (Tesis de Maestría, Universidad la Católica Santo Toribio de Mogrovejo-Perú). (Acceso 16 de Mayo).

Pérez, T. (2006). *Calidad total en Atención al Cliente, Pautas para Garantizar la Excelencia en el Servicio.* (1ª ed.). España: Ideas propias Editorial.

Porret, M. (2014). *Gestión de Personas, Manual para la Gestión del Capital Humano en las Organizaciones.* (6ª ed.). Madrid, España: ESIC EDITORIAL.

Wantara, P. (enero, 2015.). The Relationship among Service Quality, Customer Satisfaction, customer Loyalty in Library Services. *Revista Indonesia "Ej Econjournals", 5.*

Publicaciones Vértice (2010). *Atención al Cliente.* (1ª ed.). Málaga, España: Publicaciones Vértice S.L.

Restrepo, C. Restrepo, L. (diciembre, 2006). Strategic approach to Costumer Service. *Revista Colombiana "Scientia Et Technica", XII (32)*

Reza, T. (2007). *Evaluación de la Capacitación en las Organizaciones.* (1ª ed.). México: Panorama Editorial.

Rubio, G. (Junio, 2014). The quatily of costumer service in large supermarkets, in Ibague: an analysis from the multidimensional scale (SERVQUAL). *Revista. "Colciencias".30 (52).*

Salazar, Y. Wilfredo, C. (Diciembre, 2016). Diagnóstico de calidad de servicio, en la

atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo-Ecuador. *Revista de Investigación "Industrial Data"*, 19(2).

Sánchez, A. (Diciembre, 2007). La capacitación y adiestramiento en México: Regulación, realidades y retos. *Revista. "Latinoamericana de Derecho Social"*, 5.

Sánchez, M. (2014). *La Capacitación en Habilidades de Atención al Cliente para mejorar la calidad de servicio brindado en el Restaurant Mar Picante de la Ciudad de Trujillo*. (Tesis de licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego – Perú). (Acceso 16 de abril).

Sarmentero, B. (Noviembre, 2010). The impact of capacitation, some considerations freom an experience of it evaluation in an all inclusive hotel.. *Revista. "Avanzada Científica"*, 13(3).

Silíceo, A. (2004). *Capacitación y Desarrollo Personal*. (4ª.ed.). México. Editorial Limusa.S.A. Grupo de Noriega Editores.

Tschohl J. (2007). *Como conservar clientes con un buen Servicio*. (2ª ed.). México: Editorial Pax México.

ANEXO

"EL ADIESTRAMIENTO DE PERSONAL Y LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE DUNKIN DONUTS, CERCADO DE LIMA, 2018"

El objetivo: real de esta encuesta es obtener información de los clientes de Dunkin Donuts cuya finalidad es definir la relación que existe entre el adiestramiento de personal y la calidad de servicio al cliente que se desarrolla en su centro laboral en el horario de las 5pm hasta las 10pm.

Instrucciones

Edad:

Marca con una (X) solo una de las alternativas:

- Siempre = 5
 Casi siempre = 4
 A veces = 3
 Nunca = 2
 Casi nunca = 1

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
1	Cuando se le contrato, tuvo una inducción sobre la empresa					
2	Recibió capacitación sobre el área donde se iba desempeñar como en la preparación de productos y servicio.					
3	El área de entrenamiento cuenta con los equipos necesarios					
4	Recibe diferentes programas de capacitación, seminarios, conferencias, entre otros					
5	Por lo general el tiempo empleado para realizar las capacitaciones es el adecuado					
6	Recibe capacitaciones son continuas					
7	Tiene un coaching que supervise y le ayude en la ejecución de lo enseñado					
8	Es caso de no haber comprendido, recibe retroalimentación de la capacitación					
9	Se realizan actividades de integración para mejorar las actitudes hacia su grupo de trabajo y los clientes					
10	Utilizan herramientas que facilitan la comprensión de la capacitación					
11	En las capacitaciones, participan todos los trabajadores sin considerar el puesto laboral.					
12	Hay un manual de tienda, que especifique el cuidado y el comportamiento adecuado durante un turno laboral					
13	Los procesos de servicio lo practican todos los trabajadores					
14	Las capitaciones tienen coherencia con las funciones que realiza					
15	Pone en práctica todo lo aprendido en el ámbito general					
16	Está preparado para resolver dificultades que se susoden en el momento					
17	Los programas de capacitación son provechosos para su crecimiento					
18	Las personas que imparten la capacitación, son personas preparadas					
19	Se realizan exámenes mensuales para medir su rendimiento					
20	Considera que, para dar un buen servicio, es necesario estar capacitado.					

Gracias por su colaboración

"EL ADIESTRAMIENTO DE PERSONAL Y LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE DUNKIN DONUTS, CERCADO DE LIMA, 2018"

El objetivo: real de esta encuesta es obtener información de los clientes de Dunkin Donuts cuya finalidad es definir la relación que existe entre el adiestramiento de personal y la calidad de servicio al cliente que se desarrolla en su centro laboral en el horario de las 5pm hasta las 10pm.

Instrucciones

Edad:

Marca con una (X) solo una de las alternativas:

- Totalmente de acuerdo = 5
- De acuerdo = 4
- Ni de acuerdo/ni en desacuerdo = 3
- Desacuerdo = 2
- Totalmente en desacuerdo = 1

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
1	Cuando la empresa promete hacer algo, a cierto tiempo lo hace					
2	Cuando usted tiene un problema, muestran los colaboradores un sincero interés en solucionarlo.					
3	Cuando lo atendieron, realizaron un buen servicio.					
4	Los colaboradores cumplieron el servicio en un tiempo prudente					
5	Los colaboradores presentaron inconvenientes en sus procesos.					
6	Los colaboradores terminaron con un servicio apropiado, al término de su transacción.					
7	Los colaboradores le ofrecieron un servicio rápido.					
8	Los colaboradores estuvieron a ayudarlo.					
9	Los colaboradores nunca están ocupados para resolver sus dudas.					
10	Los colaboradores le brindaron un servicio individual.					
11	Los colaboradores le atendieron dentro del horario establecido.					
12	Los colaboradores le brindaron un servicio personalizado.					
13	Los colaboradores se esfuerzan por que su estadía sea la más agradable.					
14	Los colaboradores cumplieron todas sus necesidades.					
15	El comportamiento de los colaboradores le brindó confianza.					
16	Se sintieron seguros a la hora de realizar su compra.					
17	Los colaboradores fueron amables en todo momento.					
18	Los colaboradores resolvieron todas sus preguntas.					
19	Los productos que solicito estuvieron correctamente presentados.					
20	Las instalaciones son visuales y atractivas.					
21	Los empleados están correctamente uniformados.					
22	Encontró la tienda limpia y ordenada.					

Gracias por su colaboración

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "EL ADIESTRAMIENTO DEL PERSONAL CON RELACIÓN AL SERVICIO AL CLIENTE EN DUNKIN DONUTS, CERCAO DE LIMA, 2018"

Apellidos y nombres del investigador: Xuxa Alejandra, Marco Salsavilca

Apellidos y nombres del experto:

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
			ITEM (PREGUNTA)	ITEM (PREGUNTA)		SI CUMPLE	NO CUMPLE	
ADIESTRAMIENTO	PROCESO DE CAPACITACIÓN	ESTAPAS DE CAPACITACIÓN	¿Considera que la capacitación ayuda en el desarrollo de los objetivos de la empresa?			X		
		ESTAPAS DE CAPACITACIÓN	¿Recibe constantes capacitaciones?			X		
			¿Considera que ser capacitado fortalece tus capacidades y habilidades?			X		
			¿Recibe diferentes programas de capacitación, seminarios, conferencias entre otros?			X		
	EVALUACIÓN DE LA CAPACITACIÓN	COACHING	¿Tiene en su área un coaching que supervise y le ayude en la ejecución de lo enseñado?			X		
		TIPOS DE CAPACITACIÓN	¿Recibió algún tipo de capacitación cuando ingreso a la empresa?			X		
			¿Recibe algún tipo de examen para evaluar el nivel de comprensión de lo expuesto en las capacitaciones?			X		
		DIMENSIONES DE CAPACITACIÓN	En caso no comprendió a un 100%, ¿Recibe algún tipo de retroalimentación de la capacitación?			X		
			¿Recibe información o inducción sobre los procesos de servicio?			X		
		ETAPAS DE ATENCIÓN	¿Los procesos de servicio lo practican todos los trabajadores sin importar el puesto laboral?			X		
PROCESO DE SERVICIO	ASPECTOS DE PROCESO DE SERVICIO	¿Hay un manual de tienda, que especifique el cuidado y el comportamiento adecuado durante su turno laboral?			X			
		¿Es evaluado en cuanto a rapidez y presentación en el servicio?			X			
	CARACTERÍSTICAS DE SERVICIO	¿Considera que la mejor manera de captar clientes es con brindar un buen servicio?			X			
		¿Tiene conocimiento sobre los productos que ofrece?			X			
Firma del experto:	¿Está capacitado para resolver algún tipo de problema que se presente en el momento? ¿Pone en práctica la empatía durante el tiempo de servicio? ¿Tiene claro que debe estar siempre alerta ante una necesidad o interacción del cliente? Fecha 07.06.2018							

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "EL ADIESTRAMIENTO DEL PERSONAL CON RELACIÓN AL SERVICIO AL CLIENTE EN DUNKIN DONUTS, CERCADO DE LIMA, 2018"					
Apellidos y nombres del investigador: Xuxa Alejandra, Manco Salsavica					
Apellidos y nombres del experto: <u>DA. COSYVA CASILLO PEDRO</u>					
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	OPINIÓN DEL EXPERTO		
			SI CUMPLE	NO CUMPLE	
SERVICIO AL CLIENTE	PROCESO DE SERVICIO	EVALUACION DE LA CAPACITACIÓN	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
			¿Considera que la capacitación ayuda en el desarrollo de los objetivos de la empresa?		
			¿Cuenta con un área del proceso de capacitación?		
			¿Recibe constantes capacitaciones?		
			¿Considera que ser capacitado fortalece tus capacidades y habilidades?		
			¿Recibe diferentes programas de capacitación, seminarios, conferencias entre otros?		
			¿Tiene en su área un coaching que supervise y le ayude en la ejecución de lo enseñado?		
			¿Recibió algún tipo de capacitación cuando ingreso a la empresa?		
			¿Recibe algún tipo de examen para evaluar el nivel de comprensión de lo expuesto en las capacitaciones?		
			¿Le resulta fácil comprender los programas de capacitación?		
En caso no comprendió a un 100%, ¿Recibe algún tipo de retroalimentación de la capacitación?					
¿Recibe información o inducción sobre los procesos de servicio?					
¿Los procesos de servicio lo practican todos los trabajadores sin importar el puesto laboral?					
¿Reciben algún tipo de reconocimiento por practicar un buen servicio?					
¿Hay un manual de tienda, que especifique el cuidado y el comportamiento adecuado durante su turno laboral?					
¿Es evaluado en cuanto a rapidez y presentación en el servicio?					
¿Considera que la mejor manera de captar clientes es con brindar un buen servicio?					
¿Tiene conocimiento sobre los productos que ofrece?					
¿Está capacitado para resolver algún tipo de problema que se presente en el momento?					
¿Pone en práctica la empatía durante el tiempo de servicio?					
¿Tiene claro que debe estar siempre alerta ante una necesidad o interacción del cliente?					
Fecha del experto:					


Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "EL ADIESTRAMIENTO DEL PERSONAL CON RELACIÓN AL SERVICIO AL CLIENTE EN DUNKIN DONUTS, CERCADO DE LIMA, 2018"

Apellidos y nombres del investigador: Xuxa Alejandra, Manco Salsavilca

Apellidos y nombres del experto: *Dr. ALVA ARCE, Rosa/ César*

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
			ITEM /PREGUNTA			SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
ADIESTRAMIENTO	PROCESO DE CAPACITACIÓN	ESTAPAS DE CAPACITACIÓN	¿Considera que la capacitación ayuda en el desarrollo de los objetivos de la empresa?					
		ESTAPAS DE CAPACITACIÓN	¿Cuenta con un área del proceso de capacitación?					
			¿Recibe constantes capacitaciones?					
		COACHING	¿Considera que ser capacitado fortalece tus capacidades y habilidades?					
	¿Recibe diferentes programas de capacitación, seminarios, conferencias entre otros?							
	EVALUACION DE LA CAPACITACIÓN	TIPOS DE CAPACITACIÓN	¿Tiene en su área un coaching que supervise y le ayude en la ejecución de lo enseñado?					
			¿Recibió algún tipo de capacitación cuando ingreso a la empresa?					
		DIMENSIONES DE CAPACITACIÓN	¿Recibe algún tipo de examen para evaluar el nivel de comprensión de lo expuesto en las capacitaciones?					
			¿Le resulta fácil comprender los programas de capacitación?					
			En caso de no haber comprendido, ¿Recibe algún tipo de retroalimentación de la capacitación?					Siempre = 1
¿Recibe información o inducción sobre los procesos de servicio?							Casi siempre = 2	
ETAPAS DE ATENCIÓN	¿Los procesos de servicio lo practican todos los trabajadores sin importar el puesto laboral?					A veces = 3		
	¿Reciben algún tipo de reconocimiento por practicar un buen servicio?					Casi nunca = 4		
SERVICIO AL CLIENTE	PROCESO DE SERVICIO	ASPECTOS DE PROCESO DE SERVICIO	¿Hay un manual de tienda, que especifique el cuidado y el comportamiento adecuado durante su turno laboral?				Nunca = 5	
			¿Es evaluado en cuanto a rapidez y presentación en el servicio?					
		CARACTERÍSTICAS DE SERVICIO	¿Considera que la mejor manera de captar clientes es con brindar un buen servicio?					
			¿Tiene conocimiento sobre los productos que ofrece?					
	Firma del experto:		¿Está capacitado para resolver algún tipo de problema que se presente en el momento?					
			¿Pone en práctica la empatía durante el tiempo de servicio?					
			¿Tiene claro que debe estar siempre alerta ante una necesidad o interacción del cliente?					
			Fecha _____					

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	OBJETIVO GENERAL	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES			MÉTODOLÓGIA
			VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	
¿De qué manera el adiestramiento del personal tiene relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima-2018?	El adiestramiento de personal tiene relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima-2018.	Determinar la relación que existe entre el adiestramiento de personal y calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima-2018	VI. ADIESTRAMIENTO	MÉTODOS DE CAPACITACIÓN	PROGRAMAS DE INDUCCIÓN ADIESTRAMIENTO EN EL PUESTO TIEMPO	Enfoque: Cuantitativo Nivel.: Descriptivo-Correlacional. Tipo: Aplicada Diseño: No Experimental-Transversal. Método: Hipotético Deductivo. Población 650 Muestra: 60
PROBLEMA ESPECÍFICO	HIPÓTESIS ESPECÍFICA	OBJETIVOS ESPECÍFICO		TÉCNICAS DE CAPACACIÓN	INSTRUCTOR ACTIVIDADES	
¿De qué manera los métodos de capacitación tienen relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima-2018?	Los métodos de capacitación tienen relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2018.	Determinar la relación que existe entre los métodos de capacitación y la calidad de servicio al cliente en Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2018		EVALUACIÓN DE LA CAPACITACIÓN	EVALUACION DE LA REACCIÓN SEGUIMIENTO DE LA APLICACIÓN EVALUACIÓN DEL ESFUERZO	
¿De qué manera las técnicas de capacitación tiene relación con la calidad del servicio al cliente en Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2018?	Las técnicas de capacitación tiene relación significativa con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2018.	Determinar la relación que existe entre las técnicas de capacitación y la calidad de servicio al cliente en Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2018		FIABILIDAD	MANTENER LA PROMESA DE SERVICIO	
¿De qué manera la evaluación de la capacitación tiene relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2018?	La evaluación de la capacitación tienen relación con la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2018.	Determinar la relación que existe entre la evaluación de la capacitación y la calidad de servicio al cliente de Dunkin Donuts de Cercado de Lima, 2018.		CAPACIDAD DE RESPUESTA	DISPONIBILIDAD	
				EMPATÍA	COMPROMISO CON EL CLIENTE	
			SEGURIDAD	PROFESIONALIDAD		
			TANGIBILIDAD	ELEMENTOS FÍSICOS		
			V2 CALIDAD DE SERVICIO			

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
--	---	---

Yo, **ROSEL CÉSAR ALVA ARCE** docente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Escuela Profesional de Administración de la **Universidad César Vallejo Filial LIMA NORTE**, revisor de la tesis titulada **"ADiestramiento de Personal con Relación al Servicio al Cliente de Dunkin Donuts, Cercado de Lima, 2019"**, de la estudiante **MANCO SALSAVILCA, XUXA ALEJANDRA**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **17%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito 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.



Los Olivos, 12 de Diciembre del 2019

.....
 Dr. Rosel César Alva Arce
 DNI: 10487368

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

**CONTROL DE ASESORÍAS**

Código : F01-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 20-06-2019
Página : 1 de 1

1. DATOS GENERALES


Filial / sede:	LIMA NORTE	Período académico:	2019-II
Programa académico:	ADMINISTRACIÓN	Ciclo:	X
Docente:	DR. ROSEL CÉSAR ALVA ARCE	E-mail:	ralvaa@ucv.edu.pe

Nº	Autor	Fecha	Hora	Breve descripción de la asesoría
1	MANCO SALSAVILCA, XUXA ALEJANDRA	04/09/2019	6: 20 p.m. a 10:30p.m.	ANALIZA LOS LINEAMIENTOS Y PROCEDIMIENTOS QUE FUNDAMENTAN LA ELABORACIÓN DEL DPI
2	MANCO SALSAVILCA, XUXA ALEJANDRA	11/09/2019	6: 20 p.m. a 10:30 p.m	APLICA LAS PROPIEDADES MÉTRICAS DE VALIDEZ, CONFIABILIDAD
3	MANCO SALSAVILCA, XUXA ALEJANDRA	18/09/2019	6: 20 p.m. a 10:30 p.m	APLICA EL PROCEDIMIENTO PLANIFICADO DE RECOJO DE DATOS PARA LA EJECUCIÓN DE SU TESIS
4	MANCO SALSAVILCA, XUXA ALEJANDRA	25/09/2019	6: 20 p.m. a 10:30 p.m	APLICA EL PROCEDIMIENTO PLANIFICADO DE RECOJO DE DATOS PARA LA EJECUCIÓN DE SU TESIS
5	MANCO SALSAVILCA, XUXA ALEJANDRA	02/10/2019	6: 20 p.m. a 10:30 p.m	PLICA EL PROCEDIMIENTO PLANIFICADO DE RECOJO DE DATOS PARA LA EJECUCIÓN DE SU TESIS
6	MANCO SALSAVILCA, XUXA ALEJANDRA	09/10/2019	6: 20 p.m. a 10:30 p.m	APLICA EL PROCESAMIENTO Y TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE SUS DATOS
7	MANCO SALSAVILCA, XUXA ALEJANDRA	16/10/2019	6: 20 p.m. a 10:30 p.m	1ª JORNADA DE SUSTENTACIÓN
8	MANCO SALSAVILCA, XUXA ALEJANDRA	23/10/2019	6: 20 p.m. a 10:30 p.m	ORGANIZA LOS RESULTADOS Y LOS DESCRIBE
9	MANCO SALSAVILCA, XUXA ALEJANDRA	30/10/2019	6: 20 p.m. a 10:30 p.m	ANALIZA LOS RESULTADOS Y LOS DISCUTE CON LOS ANTECEDENTES DE SU INVESTIGACIÓN
10	MANCO SALSAVILCA, XUXA ALEJANDRA	06/11/2019	6: 20 p.m. a 10:30 p.m	ELABORA LAS CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES
11	MANCO SALSAVILCA, XUXA ALEJANDRA	13/11/2019	6: 20 p.m. a 10:30 p.m	REVISIÓN DEL INFORME DE TESIS
12	MANCO SALSAVILCA, XUXA ALEJANDRA	20/11/2019	6: 20 p.m. a 10:30 p.m	REVISIÓN DEL INFORME DE TESIS
13	MANCO SALSAVILCA, XUXA ALEJANDRA	27/11/2019	6: 20 p.m. a 10:30 p.m	REVISIÓN DEL INFORME DE TESIS

47368113

Firma del Docente

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

	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo **MANCO SALSAVILCA, XUXA ALEJANDRA**, identificado con Documento Nacional de Identidad N° **47368113** egresado de la Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN de la Universidad César Vallejo, SI autorizo, la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado **"ADIESTRAMIENTO DE PERSONAL CON RELACION AL SERVICIO AL CLIENTE DE DUNKIN DONUTS, CERCADO DE LIMA, 2019"**; 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:



.....
MANCO SALSAVILCA, XUXA ALEJANDRA
DNI: 47368113

Fecha: Los Olivos, 13 de Diciembre de 2019

