



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO PARA
MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA
POLLERÍA D' LUCHOS, NUEVO CHIMBOTE, 2023.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

VILLANUEVA GUERRERO, LEYDI ROCIO

ORCID: 0000-0001-7925-8167

ASESOR

DR. CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS

ORCID 0000-0002-6399-5928

Chimbote – Perú

2023



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0071-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **16:00** horas del día **15** de **Enero** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL Presidente
ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA Miembro
LLENQUE TUME SANTOS FELIPE Miembro
Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA POLLERÍA D' LUCHOS, NUEVO CHIMBOTE, 2023**

Presentada Por :
(0111151075) **VILLANUEVA GUERRERO LEYDI ROCIO**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **13**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciada en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL
Presidente

ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA
Miembro

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE
Miembro

Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA POLLERÍA D' LUCHOS, NUEVO CHIMBOTE, 2023 Del (de la) estudiante VILLANUEVA GUERRERO LEYDI ROCIO, asesorado por CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 14% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 17 de Febrero del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

Dedicatoria

A mi familia, el pilar de mi vida. Por el cual lucho día a día, que son el motor que impulsa para seguir adelante y no rendirme.

A mis padres quienes son el motivo por el cual me esfuerzo tanto en la vida para darles lo mejor

Agradecimiento

En primer lugar, a Dios, por la salud, la vida y el poder estudiar, y culminar satisfactoriamente el trabajo de investigación.

A mi madre, por el esfuerzo, colaboración, aliento y apoyo constante durante mi carrera y desarrollo de la investigación.

Índice General

Carátula.....	I
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento	V
Índice general	VI
Lista de tablas	VIII
Lista de figuras	IX
Resumen	X
Abstract.....	XI
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
II. MARCO TEÓRICO	6
2.1 Antecedentes	6
2.2 Bases teóricas	13
2.3 Hipótesis	20
III. METODOLOGÍA.....	21
3.1 Nivel, Tipo y diseño de Investigación.....	21
3.2. Población y Muestra	22
3.3 Variables. Definición y Operacionalización.....	23
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información	24
3.5. Método de análisis de datos.....	24
3.6. Aspectos éticos	25
IV. RESULTADOS	27
V. DISCUSIÓN	39
VI. CONCLUSIONES	64
VII. RECOMENDACIONES	66
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	67
ANEXOS	71

Anexo 01. Matriz de Consistencia	71
Anexo 02. Instrumento de recolección de información	72
Anexo 03. Validez del instrumento	74
Anexo 04. Confiabilidad del instrumento	86
Anexo 05. Formato de Consentimiento Informado	87
Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información.....	88
Anexo 07. Evidencias de ejecución (base de datos, declaración jurada)	89

Lista de tablas

Tabla 1. Características de la planificación de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.....	27
Tabla 2. Características de la planificación de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.....	29
Tabla 3. Características de la planificación de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.....	31
Tabla 4. Características de la planificación de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.....	33
Tabla 5. Propuesta de mejora de la capacitación del recurso humano para mejorar la calidad de servicio en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.	35

Lista de figuras

Figura 1. Características de la planificación de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.....	28
Figura 2. Características de la planificación de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.....	30
Figura 3. Características de la planificación de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.....	32
Figura 4. Características de la planificación de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.....	34

Resumen

La investigación planteó como objetivo general; determinar las características de la capacitación del recurso humano para mejorar la calidad de servicio en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023; el tipo de investigación fue cuantitativo, nivel descriptivo, de diseño No experimental de corte transversal, se tomó una población muestral de 12 trabajadores; para recopilar la información se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 20 preguntas en escala de Likert, los resultados fueron: El 58.33% se muestran neutrales que sus habilidades y destrezas son tomadas en cuenta en las decisiones de la organización, el 50.00% se muestran neutrales que para lograr sus metas profesionales requieren una capacitación especializada, el 58.33% se muestran neutrales respecto a si es necesario capacitarse en el manejo de quejas y situaciones difíciles, el 58.33% se muestran neutrales con respecto a que la atención es de manera rápida por los pedidos del cliente, el 58.33% se muestran neutrales respecto a la solución inmediata a cualquier consulta por parte del cliente. Se concluye que: La mayoría de los trabajadores indicaron que sus habilidades y destrezas no son tomadas en cuenta para la mejora de la productividad, llama la atención que el personal considera que la capacitación no ayudaría a cumplir su meta su profesionales esto se debe a que a pesar que ellos cuentan con estudios técnicos y tienen buena experiencia en el rubro esto no ha permitido desarrollarse profesionalmente en la empresa.

Palabras clave: Capacitación, Calidad de servicio, propuesta de mejora.

Abstract

The research proposed as a general objective; determine the characteristics of human resource training to improve the quality of service in the D' Luchos chicken shop, Nuevo Chimbote, 2023; The type of research was quantitative, descriptive level, non-experimental cross-sectional design, a sample population of 12 workers was taken; To collect the information, the survey technique was applied and as an instrument a questionnaire of 20 questions on a Likert scale, the results were: 58.33% are neutral that their abilities and skills are taken into account in the organization's decisions. 50.00% are neutral that to achieve their professional goals they require specialized training, 58.33% are neutral regarding whether it is necessary to train in the handling of complaints and difficult situations, 58.33% are neutral regarding whether the attention is quickly for the client's orders, 58.33% are neutral regarding the immediate solution to any query from the client. It is concluded that: The majority of workers indicated that their abilities and skills are not taken into account for improving productivity. It is striking that the staff considers that training would not help them meet their professional goal. This is because Although they have technical studies and have good experience in the field, this has not allowed them to develop professionally in the company.

Keywords: Training, Service quality, improvement proposal.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (MIPYME) representan el 90% de las empresas, entre el 60 y el 70% del empleo y el 50% del PIB mundial. Como columna vertebral de las sociedades de todo el mundo, contribuyen a las economías locales y nacionales y a mantener los medios de subsistencia, en particular entre los trabajadores más pobres, las mujeres, los jóvenes y otros grupos en situación de vulnerabilidad. Las MIPYME tienen el potencial de transformar las economías, fomentar la creación de empleo y promover un crecimiento económico equitativo si reciben el apoyo necesario (Organización de las Naciones Unidas, 2023).

Sin embargo, a pesar de la importancia de las micro y pequeñas empresas el problema es que los líderes no capacitan a su personal para buscar que logren mejores habilidades en el servicio al cliente; en este sentido podemos decir que las capacitaciones en el entorno laboral pueden resultar inefectivas debido a diversos factores por parte de las empresas. Entre los principales se encuentran la falta de inversión, el diseño inadecuado de los planes de entrenamiento para cada tipo de trabajador, la falta de motivación y participación activa de los empleados, entre otros; cabe decir que este problema se da en todas partes del mundo:

En España las pymes suponen el 99,8% de las empresas, representan poco más del 62% del Valor Añadido Bruto (VAB) y el 66% del empleo empresarial total. Concretamente, las pymes con asalariados suponen el 46% de las empresas, y emplean a más de ocho millones de trabajadores, lo que representa el 53,30% del empleo empresarial total. Su relevancia implica que cualquier política orientada a la mejora del posicionamiento de nuestro país en el entorno económico global, tome en consideración de forma prioritaria a las pymes; pero estas empresas no logran su desarrollo debido a que no le dan importancia al mejoramiento de la calidad del servicio; en este sentido las empresas prometen algo que no cumplen; por ende, es necesario entender que no se deben hacer promesas que no se cumplirán, muchas veces los empleados, o incluso los mismos empresarios, para salir del paso, dan soluciones pese a que saben que no las concretarán. Con esto lo único que se logrará es molestar aún más al cliente (Ministerio de Industria Comercio y Turismo, 2019).

Las PYME representan más del 99.5% de las empresas en la región de América Latina y el Caribe, generan el 60% del empleo productivo formal, son motores críticos para el crecimiento y la inclusión social a nivel regional, así como una prioridad clave para los

responsables de políticas de la región; sin embargo el problema frecuente en las micro y pequeñas empresas es dejar que el cliente se retire con una experiencia desagradable; se puede decir que, aunque en ocasiones puede haber casos en que no sea posible ayudar al cliente, es esencial que, durante todo el tiempo de soporte o atención, éste sienta que la empresa está intentando todo por resolver su situación. No se debe permitir que el cliente se vaya con un mal concepto de la marca y la empresa. Este nivel de servicio es indispensable para lograr una relación a largo plazo con el cliente y esperar una re-compra, así que se debe asegurar de que los clientes sepan y perciban que la empresa, por medio de su representante, está dispuesta a hacer todo lo posible por lograr satisfacer su necesidad o requerimiento (CEPAL, 2020).

En México los gerentes de las PYMES no cuentan con estrategias para mejorar la calidad de servicio; podemos decir que contar con una estrategia de calidad de servicio nunca es una casualidad, debido a que es el resultado de un minucioso planeamiento, una rigurosa estrategia y una cultura de servicio construida con cariño y perseverancia a lo largo del tiempo; una de las estrategias para mejorar la calidad del servicio al cliente es dar un seguimiento a la postventa, captar nuevos clientes es una tarea importante dentro del negocio, pero la postventa también debe ser valorada en la estrategia. En este sentido, los canales de atención al cliente son herramientas fundamentales, pues él no valorar la postventa, no capacitar al equipo para atender casos como defectos, cambios, dudas o recomendar nuevas compras, alejara al cliente y de las posibilidades de realizar nuevas ventas a clientes antiguos (Arroyo, 2023).

En Colombia el error es que los gerentes creen que la capacitación de personal es un gasto innecesario. Esta es la idea más común que pasa por la mente de los líderes, y es que el dinero es algo que preocupa a cualquiera. Pero es necesario recordar que lo barato sale caro y es mejor apostar por la capacitación de personal que tener siempre la duda de si las cosas saldrán o no como lo esperas. Al actualizarlos se asegura de contar con personas valiosas y efectivas para la empresa (Guillen, 2023).

En Argentina el error común es que los gerentes asumen que cualquiera puede impartir una capacitación. Dependiendo de las necesidades de la empresa, hay ocasiones en las que el personaje indicado para brindar capacitación es un elemento de la misma compañía que, gracias a su experiencia en el tema es capaz de transmitir sus conocimientos. Sin embargo, hay ocasiones en las que se requiere de apoyo externo y especializado en ciertas

áreas para que se encarguen de actualizar al capital humano. La clave está en definir el tipo de capacitación que se desea impartir y hacer un análisis detallado de quién es el profesional indicado para llevar a cabo la tarea (Costa, 2019).

En el Perú, una encuesta realizada por ManpowerGroup a través de su reveló que el 43% de las microempresas dedican una cantidad muy pequeña o simplemente no se preocupan por capacitar y fomentar el desarrollo de sus equipos; ante ello es necesario Planificar capacitaciones genéricas. Los colaboradores administrativos y operativos tienen formas distintas de trabajar y aprender, y no siempre tienen los mismos objetivos. Es clave comprender sus comportamientos de trabajo y aprendizaje. Además, se debe identificar las habilidades blandas que necesitan desarrollar antes de diseñar un plan de capacitación y desarrollo de talento (Van, 2023).

Otro gran error en las micro y pequeñas empresas del Perú es que no aplican mejoras en la calidad de servicio; en este sentido no toman en cuenta la paciencia y empatía al cliente, se puede decir que estas dos habilidades son claves en el servicio. Cuando un representante de servicio al cliente muestra paciencia y empatía, puede crear una experiencia positiva para el cliente y resolver su problema de manera efectiva. Sin embargo, la falta de estas habilidades puede tener graves consecuencias en la relación con el cliente (Herrera, 2019).

A nivel local el gerente de la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, supone que cualquier curso o capacitación es bueno, decimos que un buen programa de capacitación tiene una estructura lógica con sentido para la organización, por ende, es nefario crear y gestionar un programa de esta índole implica planificación, la cual incluye quiénes serán capacitados, en qué modalidad y qué temas se van a tratar. En este último punto, se recomienda que se haga una lista de los conocimientos especializados que deberían ser parte del currículum del personal, las necesidades de capacitación que cada área de la organización requiere y qué curso es el óptimo para cada uno de ellos; otro gran problema es que el gerente no busca mejorar la calidad de servicio, en este sentido las instalaciones de la empresa no se encuentran bien equipadas, el personal no cuenta con el uniforme correcto para el servicio, no se brinda una atención personalizada; podemos decir que no capacitar al personal en la mype conduce a que el personal no sepa cómo actuar antes un problema que tenga el cliente. Por lo expresado se planteó el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son las características de la capacitación del recurso humano para mejorar la calidad de servicio en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023?; y para dar respuesta y solución se plantearon

los siguientes problemas específicos: ¿Cuáles son las características de la planificación de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023?; ¿Cuáles son las características de la ejecución de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023?; ¿Cuáles son las características de la capacidad de respuesta en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023?; ¿Cuáles son las características de la fiabilidad en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023?; ¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora de la capacitación del recurso humano para mejorar la calidad de servicio en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023?.

La investigación se justifica de forma teoría debido a que aportó conocimiento sobre la importancia de contar con un adecuado proceso de capacitación de personal que permita asegurar el éxito en la mejora de la calidad de servicio de las organizaciones, podemos acotar que la capacitación de personal es un proceso fundamental que toda organización debe considerar dentro de sus estrategias porque sirve también como un factor motivacional para el personal, que incide en el logro de los objetivos trazados por la empresa. De igual forma tiene una justificación práctica, pues buscó dar solución a los problemas u errores en el proceso de capacitación y servicio al cliente en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, de esta manera se pudo crear una plan de mejora que ayude a proponer estrategias u acciones que mejoren el proceso de capacitación el cual debidamente estructurado e implementado donde se definan las actividades y funciones de los responsables de la formación del personal, permite alcanzar el éxito en la gestión de la capacitación orientado al logro de los objetivos de la mype en estudio. Y finalmente presenta una importancia metodológica, debido a que para cumplir con los objetivos se aplicó el método descriptivo, no experimental, transversal, para recopilar la información se utilizó como técnica la encuesta y se aplicó un instrumento validado por juicio de tres expertos y se analizaron las características de la capacitación y servicio al cliente.

Para resolver el problema se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la capacitación del recurso humano para mejorar la calidad de servicio en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023; así mismo para conseguir el objetivo general se plantearon ciertos objetivos específicos: Determinar las características de la planificación de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023. Describir las características de la ejecución de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023. Describir las características de la capacidad de respuesta en la pollería D' Luchos,

Nuevo Chimbote, 2023. Describir las características de la fiabilidad en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023. Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la capacitación del recurso humano para mejorar la calidad de servicio en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Internacionales

Borbor (2019) en su tesis de licenciatura para la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador. Titulado: Capacitación laboral y competitividad de las microempresas del sector manufacturero del cantón guayaquil, período 2019-2021. El objetivo de la presente investigación es identificar la percepción de los trabajadores sobre la capacitación y el desempeño laboral de Industrias Ales C.A. de la ciudad de Manta, que cuyo eje central es la fabricación de aceites y grasas de calidad. El presente estudio se aplicó el enfoque cuantitativo, dado que se tiene como procedimiento general y unitario al método científico y cualitativo, el mismo que desarrolla la presentación de conceptos y fundamentos utilizando el nivel bibliográfico y documental de tipo descriptivo. El diseño es no experimental, transversal. La población estuvo constituida por 354 trabajadores y la muestra empírica de 185 trabajadores. El 76% considera que sus habilidades y destrezas son tomadas en cuenta en las decisiones de la Institución. El 87% considera que su jefe coordina con usted sus requerimientos de capacitación. El 65% considera que los directivos conocen las habilidades y destrezas de los trabajadores. El 89% considera que para lograr sus metas profesionales requiere capacitación especializada. El 77% considera que la necesidad de capacitación identificadas por usted mejoraría su desempeño. El 88% considera que los trabajadores deben participar en la planificación de las capacitaciones. El 91% considera que un trabajador capacitado realizará mejor sus tareas asignadas. El 56% considera que los colaboradores requieran de solicitar capacitaciones. Se concluye que: La percepción de los trabajadores de Industrias Ales C.A. de Manta respecto a la capacitación y el desempeño laboral tiene tendencia negativa porque no satisfacen todas sus exigencias laborales, por lo que la industria debe aplicar mayor esfuerzo en potencializar las capacitaciones para mejorar el desempeño laboral.

Montoya (2020) en su tesis de licenciatura para la Universidad ICESI, Colombia. Titulado: Percepción de la calidad del servicio en los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Cali. El objetivo principal de la investigación consistió en conocer la percepción sobre la calidad de servicio en los restaurantes de comida rápida de estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Cali en el año 2020. La metodológica aplicada fue cuantitativa, nivel descriptivo,

diseño no experimental. La recopilación de información se efectuó mediante una encuesta estructurada y entrevista; la población de estudio fueron 150 consumidores; los resultados fueron que: El 67% elige o compran comida rápida debido al sabor que esta tiene. Por otro lado, los encuestados al momento de comprar limitan su motivo de compra al tamaño, donde 46% consideran importante este aspecto como su razón de compra y finalmente, una de las razones que mayormente resaltan los encuestados es la relación entre el precio y cantidad de la comida rápida (67%); el 37% de los encuestados manifiesta que comprar hamburguesa; los consumidores asisten mayormente a restaurantes de este tipo de comida los fines de semana (72%), lo cual deja en manifiesto que estos establecimientos presentan una mayor demanda de productos en los días sábados y domingos donde la población es más activa. El 68.00% de los clientes considera que la empresa conoce los intereses y necesidades como usuario. El 53.00% de los clientes considera que el servicio brindado se adapta a las necesidades como usuario. El 56.00% de los clientes menciona que la empresa cuenta con el personal capacitado para prestar un buen servicio. El 71.00% de los clientes considera que el tiempo de realización del servicio es el adecuado. El 74.00% de los clientes consideran que los procesos para que se me brinde el servicio son eficientes. El 65.00% de los clientes mencionan que la comunicación del personal es eficiente. El 69.00% de los clientes menciona que la disposición del personal que brinda el servicio es adecuada. Se concluye que: Se encontró que los consumidores perciben que la calidad de servicio en restaurantes de comida rápida es buena y que existe una relación equilibrada entre precio y calidad de productos alimenticios; además, los establecimientos de comida se destacaron por adoptar diferentes medidas para afrontar la emergencia sanitaria decretada por el COVID-19, que restringió la apertura de dichos establecimientos, conllevando a que estos ofrecieran sus servicios a través de Delivery. Finalmente, cabe destacar que la percepción del servicio que las personas se forman sobre un establecimiento influye en gran medida en su posicionamiento y permanecía en el mercado, pues esta, genera una fidelidad de los consumidores hacia el establecimiento.

Alvares (2022) en su tesis de licenciatura para la Universidad Autónoma de Occidente, Colombia. Titulado: Propuesta de mejora en la calidad del servicio de atención al cliente de la sucursal de Cali-Colombia de la empresa DSV AIR & SEA S.A.S, cuyo objetivo fue determinar la propuesta de mejora en la calidad del servicio de atención al cliente de la sucursal de Cali-Colombia de la empresa DSV AIR & SEA S.A.S; La

metodológica aplicada fue cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental. La recopilación de información se efectuó mediante una encuesta estructurada y entrevista; la población de estudio fueron 100 consumidores; los resultados fueron que: El 79% consideran que los empleados informan con precisión a los clientes cuándo concluirá cada servicio. El 79% consideran que los empleados le sirven con rapidez. El 79% consideran que los empleados de la siempre se muestran dispuestos a ayudarlo. El 79% consideran que los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas. El 79% consideran que los empleados le dan una atención personalizada. El 79% consideran que los empleados comprenden sus necesidades específicas. El 79% consideran se preocupan por sus mejores intereses. El 79% consideran que tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes. Se concluye que, con las estrategias establecidas, se determinan los indicadores para la medición de las mismas en un periodo determinado de tiempo para así poder tener control sobre si estas estrategias son útiles y logran el propósito el cual es mejorar el servicio al cliente.

Nacionales

Suarez (2021) en su tesis de licenciatura para la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Titulado: Capacitación laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante cevichería: Caso restaurante Matrucha, distrito Castilla, Piura, 2021; tuvo como objetivo general: describir las necesidades de capacitación laboral para mejorar la formación de los colaboradores en la MYPE rubro Restaurante, Cevichería Matrucha, Distrito Castilla, Piura, 2021. La metodología que se utilizó fue descriptiva, nivel cuantitativo con diseño no experimental y de corte transversal. Para el recojo de la información se utilizó la técnica encuesta para la variable capacitación laboral. La población de estudio estuvo conformada por 6 colaboradores de la MYPE rubro Restaurante, Cevichería Matrucha, Distrito Castilla, Piura, a quienes se les aplicó un cuestionario de 10 preguntas, donde se obtuvo como principales resultados: El 53.00% de los trabajadores considera que hay necesidad de capacitación para un mejor rendimiento laboral. El 61.00% del personal considera que las capacitaciones que se realizan son en lugares adecuados. El 65.00% de los trabajadores considera que se ha logrado brindar una buena capacitación. El 62.00% del personal menciona que practicaron los conocimientos recibidos en los programas de capacitación. El 69.00% de los trabajadores menciona que el gerente promueve el buen uso de las técnicas

de capacitación. El 72.00% del personal mencionan que están de acuerdo con los temas de capacitación otorgados por la empresa. El 66.00% de los trabajadores menciona que tienen dominio de habilidades de comunicación. El 83.00% del personal considera que la metodología fue desafiante, manteniéndolos activos e involucrados en las actividades. El 56.00% de los trabajadores considera que se jerarquiza y prioriza los temas a capacitar en función de la urgencia o importancia. El 67.00% del personal considera que se imparten capacitaciones específicas de acuerdo al cargo y área de trabajo del personal. En conclusión, los colaboradores están de acuerdo con las descripciones de la capacitación por ello reflejan en los resultados de la encuesta que las capacitaciones que adquieren son de mucha importancia ya que los ayuda a desarrollar habilidades y adquirir conocimientos técnicos, además se refleja en los resultados que las capacitaciones que realiza el empresario de la MYPE Matrucha no lo realiza frecuentemente y esto puede ser una desventaja para la competitividad y menos rentabilidad.

Alvarado (2020) en su tesis de licenciatura para la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Titulado: Gestión de calidad y capacitación de las MYPE, rubro restaurantes del centro de Piura, 2020; se planteó como objetivo general describir las características de la gestión de calidad y capacitación en las Mype rubro restaurantes del centro de Piura, 2020. Se empleó la metodología de investigación tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal. Las unidades económicas en estudio son 07 Mype rubro restaurantes, con una población de 35 trabajadores y 121 clientes, se diseñó un instrumento de recojo de información que contiene 31 preguntas cerradas. Para la gestión de calidad se obtuvo los siguientes resultados: el 88.87 % de las Mype toman las decisiones orientadas al logro de las metas y objetivos establecidos y el 85.71 % de las Mype cuentan con un organigrama establecido y actualizado. En cuanto a la capacitación, el 100.00 % de las Mype preparan a los trabajadores mediante la capacitación para la realización inmediata de diversas tareas del puesto y el 100.00 % de los trabajadores reciben la capacitación en el mismo lugar donde iba a laborar. Llegando a la conclusión de que las Mype rubro restaurantes del centro de Piura, se identificó que, en la gestión de calidad, si están cumpliendo con la gran parte de los principios y se conoció que si están aplicando la mayoría de elementos del sistema de gestión de calidad. Y en la capacitación, se describe que no están cumpliendo con los objetivos de la capacitación y se reconoció que la mayoría de Mype están aplicando las técnicas de capacitación.

Galindo (2022) en su tesis de licenciatura de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Perú. Titulado Calidad del servicio y satisfacción de los clientes en el restaurante El Uruguayo en la ciudad de Chiclayo, 2022; esta investigación, tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante El Uruguayo, Chiclayo, 2022. Se utilizó el tipo de investigación cuantitativa, descriptiva correlacional con un diseño transversal. Se empleo como técnica la encuesta y como instrumento de medición 2 cuestionarios dirigidos a 346 comensales, los resultados fueron que: El 74% de los clientes indicaron que la empresa cuenta con el personal capacitado para prestar el servicio que se me brinda. El 67% de los clientes indicaron que el tiempo de realización del servicio es el adecuado. El 67% de los clientes indicaron que los procesos para que se me brinde el servicio son eficientes. El 56% de los clientes indicaron que la comunicación del personal que me brinda el servicio es eficiente. El 89% de los clientes indicaron que la disposición del personal que brinda el servicio es adecuada. El 80% de los clientes menciona que la disposición del personal que brinda el servicio es adecuada. Se concluye, existe una relación positiva entre la calidad de servicio y satisfacción en los clientes del restaurante El Uruguayo en la ciudad de Chiclayo, 2022; con un grado de correlación media de 0.326.

Regionales y/o locales

Arroyo y Miñano (2022) en su tesis de licenciatura para la Universidad cesar Vallejo. Titulado: Capacitación y Competitividad de Servicio. Argenper S.A. Chimbote.2022; la investigación tuvo como objetivo general determinar la relación de la capacitación y competitividad de servicio en Argenper S.A. Se utilizó el tipo de investigación básica, enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal, se usó la técnica de recolección de datos la encuesta e instrumento el cuestionario, además fue validada por tres expertos para su aplicación, y fue aplicada a 100 clientes. Los resultados fueron que: El 57% indican que se encuentran en un nivel alto de habilidades de atención en relación a la competencia. El 62% indican que se encuentran en un nivel alto de capacitación considerando los errores operativos en relación a la competencia. El 50% indican que se encuentran en un nivel alto de capacitación considerando los conocimientos en relación a la competencia. El 85% indican que se encuentran en un nivel alto de capacitación considerando la demora en los procesos en relación a la competencia. El 52% indican que se encuentran en un nivel alto de capacitación considerando la motivación de los empleados en

relación a la competencia. El 72% indican que se encuentran en un nivel alto de capacitación considerando la supervisión en relación a la competencia. El 72% indican que se encuentran en un nivel alto de capacitación considerando la mejora del desempeño en relación a la competencia. El 68% indican que se encuentran en un nivel alto de capacitación considerando la mejora de los conocimientos en relación a la competencia. Se concluye que: Se logró estimar el nivel Capacitación en Argenper S.A., Chimbote.2022, el cual resulto tener un nivel alto con un 43% de aceptación. Rechazando la hipótesis: El nivel Capacitación en Argenper S.A., Chimbote.2022, es bajo.

Saucedo (2019) en su tesis de licenciatura para la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Titulado: La capacitación en atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de productos agropecuarios, ciudad de Chimbote, 2019; tuvo como objetivo general: determinar las principales características de la capacitación en atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de productos agropecuarios, Chimbote, 2019. Cuyo diseño de investigación fue no experimental, teniendo como población 32 micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de productos agropecuarios, de la cual se utilizó una muestra por conveniencia compuesta por 17 micro y pequeñas empresas, a quienes se le aplico 19 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: respecto a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, el 58.8% tiene una edad promedio de 41 a más años, el 82.4% son de sexo masculino, el 41% tienen secundaria completa y el 88% son dueños, el 82.4% tienen más de 5 años en el rubro, el 100% están formalizadas, el 67% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 76.8% han recibido capacitaciones entre 1 y 2 veces, el 88% de sus trabajadores si han recibido capacitaciones, el 88.2% piensan que la capacitación es un inversión, el 88.2% dicen que es relevante para sus negocios y el 52.9% prefieren capacitar a los trabajadores en atención al cliente. Se concluye que los representantes necesitan capacitar a su personal en atención al cliente para brindar un mejor servicio, considerando que la capacitación es el mejor camino para tener una excelente gestión de calidad y así incrementar las ventas y expandirse.

Cribillero y Villanueva (2022) en su tesis de licenciatura para la Universidad Cesar Vallejo. Titulado: Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en el Restaurante Chifa Oriental de Chimbote, 2022; tuvo como determinar la relación entre la

calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el restaurante Chifa Oriental de Chimbote, 2022. El diseño del estudio fue no experimental, de tipo descriptivo – correlacional; se consideró para las bases teóricas de las variables de estudio, a Cardozo, y Pérez y Gardey. La población estuvo conformada por 96 clientes del restaurante Chifa Oriental. El instrumento que se utilizó fue la encuesta, con 10 preguntas que fueron aplicadas en un momento determinado. Los resultados fueron que: El 45% de los clientes se siente satisfecho con la calidad brindada actualmente, el 56% indican que el tiempo de espera fue razonable para recibir su pedido, el 76% considera que el tiempo del servicio de delivery es rápido, el 56% se sienten satisfechos con las soluciones de los mozos ante un problema, el 56% indican que se siente satisfecho con el trato de los mozos, el 72% consideran que se sienten seguros al realizar tus pagos, el 52% indican que se siente satisfecho con la atención personalizada, el 50% indican que se siente satisfecho con la comprensión de tus necesidades en el restaurante, el 65% indican que se siente satisfecho con las instalaciones físicas del restaurante. Se concluye que la relación entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción del Cliente, es directa y significativa, cuyo Rho de Spearman es de 0.775 con un pvalor $0,000 < 0,01$. Por lo que se puede afirmar, que, a mejor Calidad de Servicio brindado, mejor satisfechos se sentirán los clientes, es decir, que mientras sea mejor la calidad del servicio, mejor estarán satisfechos los clientes.

Corales (2022) en su tesis de licenciatura para la Universidad Cesar Vallejo. Titulado: Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la Pollería Momos Chimbote, 2022; tiene como objetivo principal determinar la relación entre la Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Pollería Momo's, Chimbote 2022. Se desarrolló mediante el tipo de investigación aplicada, se utilizó un diseño descriptivo-correlacional, con un enfoque cuantitativo y no experimental, ya que las variables no serán manipuladas. La población fueron los clientes de la pollería Momo's de Chimbote, la muestra fue no probabilística por conveniencia aplicada a 60 clientes, así mismo para la recolección de datos se utilizó las encuestas y como instrumento el cuestionario, conformado por 10 preguntas en medición a la escala de Likert. Los resultados fueron que: El 56,4% indica que está conforme con la puntualidad del servicio brindado. El 73,2% indica que los colaboradores están adecuadamente uniformados. El 56,4% indica que los empleados cuentan con el conocimiento para realizar su trabajo. El 50,0% indica que los trabajadores demuestran actitud positiva hacia sus consumidores. El 50,0% indica que piensa que los trabajadores

cumplen con las normas. El 56,4% indica que los clientes se sienten seguros al momento de realizar sus pagos del servicio. El 66,3% indica que el empleado de atención dispone de conocimientos sobre la materia de seguridad. El 85,4% indica que los trabajadores son amables con los clientes. El 56,4% indica que el comportamiento del personal transmite confianza. El 56,4% indica que el servicio que se les brinda es adecuado y correcto. Se concluye que existe correlación entre la calidad de servicio y satisfacción percibida por el cliente, por lo cual se obtuvo un coeficiente de Spearman de 0.565 siendo estadísticamente significativa ya que 0.000 es menor al error máximo esperado de 0.05.

2.2. Bases teóricas

Variable 1: Capacitación

La capacitación laboral, o capacitación empresarial, por tanto, es una actividad llevada a cabo por la empresa. En esta, la firma se encarga de preparar y formar a sus empleados para el desempeño de una determinada actividad laboral. En otras palabras, es una técnica de formación que consiste en el desarrollo de las habilidades de estos, sus conocimientos, así como sus competencias. Esta preparación se realiza de forma planificada, sistemática y permanente. Dados los continuos cambios dentro de la estrategia de una compañía, a la vez que se implementan innovaciones y nuevas herramientas, así como técnicas para producir, esta formación debe ser permanente e impartirse a lo largo de toda nuestra vida laboral. Su objetivo es que el empleado no caiga en la obsolescencia (Morales, 2021).

Dimensión 1: Planificación de la capacitación

En el proceso de crecimiento empresarial es importante tener en cuenta varios aspectos dentro de la organización. Uno de los puntos más relevantes a desarrollar es tener una adecuada capacitación de los colaboradores, especialmente en áreas como servicio al cliente, comunicación, ventas, líderes y cargos operativos. Un plan de capacitación es un documento oficial donde se detallan los datos más importantes de un programa de capacitación. Es la guía en papel o en formato digital que contiene las indicaciones y lineamientos para que un training corporativo sea desarrollado y obtenga los resultados deseados. A veces se confunde la diferencia entre un plan de capacitación y un programa de capacitación. En realidad, son 2 etapas diferenciadas de un mismo proceso. Mientras que el primero representa el documento guía que todos los involucrados deben conocer, el segundo es el contenido y las acciones del training laboral. En uno se describen las actividades a

implementar en base a ciertos criterios y en el otro se ejecutan y monitorean las actividades que se incluyeron en el plan (Núñez, 2021).

Indicador 1: Necesidades de capacitación

Reconocer las necesidades de capacitación es fundamental para el éxito o el fracaso de cualquier compañía, ya que esta información permite a los líderes de recursos humanos saber si un equipo tiene todos los conocimientos y recursos necesarios para el cumplimiento de sus tareas, o si debe reforzar algunas habilidades. El diagnóstico de necesidades de capacitación es un proceso de evaluación que los líderes de recursos humanos utilizan para monitorear los niveles de desempeño y revisar los conocimientos, habilidades y destrezas que los empleados necesitan para lograr sus tareas diarias en el trabajo. (López, 2021).

Indicador 2: Fines de la capacitación

Cuando en una empresa se organiza un plan de capacitación, se hace porque se ha detectado un vacío de conocimientos, habilidades o destrezas para cumplir una función. Es decir, se identifica una necesidad de cambio que requiere ser satisfecha. Por ello, antes de crear cualquier curso de capacitación, es necesario escribir el motivo del training en el plan de capacitación. AL respecto López (2021) menciona algunos objetivos que pueden formar parte del documento:

- Conocimiento de la empresa, las funciones y los equipos de los nuevos empleados

- Adquisición de nuevas habilidades de ventas

- Prácticas mejoradas en el uso de la tecnología necesaria para una tarea

- Información sobre las políticas de trabajo dentro de la empresa

Dimensión 2: Ejecución de la capacitación

Tras diseñar y elaborar el programa de capacitación debemos llevar a la práctica la ejecución, es decir, ha llegado el momento en el que el instructor o formador, utilizando cierta metodología y apoyándose en auxiliares didácticos, imparte los contenidos a los destinatarios en el lugar, horario y fechas programadas, a un cierto costo. De acuerdo con Hidalgo (2019) da a conocer lo que se debe realizar en esta etapa:

- Organizar en una secuencia lógica y didáctica los contenidos.

- Organizar las sesiones de aprendizaje y los materiales que se emplearán.

- Sensibilizar a los participantes con respecto a los objetivos, contenidos, etcétera.

- Motivar e involucrar a los participantes.

Establecer una buena comunicación con los participantes.

Entender y mantener el control del grupo.

Vigilar el desarrollo del programa para hacer los ajustes necesarios.

Indicador 1: Temas de capacitación

Claro que este y todo tipo de conocimientos suman al desarrollo profesional, sin embargo, es fundamental también empoderarlos para que asuman nuevos retos y aprendan habilidades que quizás no estén relacionadas directamente con sus funciones actuales, pero que los llevarán a ser mejores vendedores o bien, a ocupar otros cargos en caso que la empresa así lo requiera. Al respecto Reina (2020) indica los temas más relevantes para la capacitación:

Importancia del servicio al cliente. Este tema es fundamental para cimentar las bases. Se centra en destacar la importancia de brindar un excelente servicio al cliente y cómo esto afecta la imagen de la empresa, la satisfacción del cliente y los resultados comerciales. Utiliza los reportes de atención al cliente para tener un panorama de lo que sucede en tu organización.

Habilidades de comunicación. La comunicación efectiva es fundamental en el servicio al cliente. Por ello, es esencial enfocarse en desarrollar habilidades de comunicación verbal y no verbal, escucha activa, empatía, claridad y cortesía en la interacción con los clientes. Fomenta el conocimiento de herramientas de comunicación eficaces como una de las bases para atender las peticiones del cliente.

Estrategias de venta y soporte. La relación con el cliente no termina con la venta de algún producto, sino que perdura a lo largo de su vida útil. Es necesario contemplar, dentro de la estrategia de capacitación, tanto al equipo de venta y soporte, pues ello generará una sintonía en la atención a sus consumidores. Abarca temas generales de ventas y de soporte a nivel técnico y emocional.

Conocimiento del producto o servicio. La capacitación orientada a los productos o servicios es de vital importancia para cualquier negocio. Si conoces lo que vendes, podrás destacar mejor sus características, ventajas y debilidades. Con ello, te ganarás la confianza del cliente, quien se sentirá atendido por un experto. Proporciona información detallada sobre los productos o servicios para que los empleados puedan responder preguntas, ofrecer asesoramiento y dar información precisa a los clientes.

Identificación del cliente objetivo. Antes de implementar cualquier programa de capacitación en servicio al cliente, es importante que identifiques y presentes tu audiencia y público objetivo. Esto le permitirá a tu fuerza de venta y soporte contar con herramientas que enriquezcan sus conocimientos, pues al basarse en ellos, podrán adaptar su contenido.

Análisis de mercado. Otorga información concreta sobre el posicionamiento que tienen tus productos o servicios en el mercado porque esto les permitirá a tus equipos generar recursos que contengan una propuesta de valor que distinga tu producto del resto y aborden con eficacia los puntos fuertes y débiles de su marca.

Resolución de problemas y toma de decisiones. Los empleados deben estar preparados para manejar situaciones difíciles y resolver problemas de los clientes de manera eficiente. Céntrate en técnicas y estrategias para identificar problemas, tomar decisiones rápidas y encontrar soluciones adecuadas que satisfagan las necesidades del cliente.

Manejo de quejas y situaciones difíciles. Enfócate en cómo lidiar con quejas y situaciones complicadas de manera profesional y tranquila. Los empleados aprenderán a manejar los reclamos de los clientes, mantener la calma, escuchar activamente y buscar soluciones para resolver los problemas.

Trabajo en equipo y colaboración. El servicio al cliente no es solo responsabilidad de un departamento específico, sino que involucra a toda la organización. Fomenta el trabajo en equipo y la colaboración entre los diferentes departamentos para garantizar un servicio al cliente consistente y de calidad.

Indicador 2: Técnicas de capacitación

Existen diversas técnicas de capacitación y desarrollo de personas aplicables en la empresa. Cada uno trabaja mejor con un objetivo específico. Por eso, es importante conocer las opciones antes de implementarlas. De acuerdo con Delgado (2019):

Conferencia. Es un tipo de exposición oral, impartida por especialistas, centrada en la presentación de un tema específico y de interés para el público al cual está destinada, sirve como una herramienta para transmitir conocimiento o para exponer asuntos de interés general por parte de algún especialista.

Entrenamiento. Proceso de enseñanza-aprendizaje que permite al individuo adquirir y/o desarrollar conocimientos, habilidades y destrezas y mejorar las actitudes hacia el trabajo, a fin de que logre un eficiente desempeño en su puesto de trabajo.

Foro. Es un tipo de reunión donde distintas personas conversan en torno a un tema de interés común. Es esencialmente una técnica de comunicación oral o virtual, realizada en grupos, con base a un contenido de interés general que origine una discusión.

Seminario. Es una reunión especializada que tiene naturaleza técnica y académica cuyo objetivo es realizar un estudio profundo de determinadas materias con un tratamiento que requiere una interactividad entre los especialistas.

Taller. Metodología de trabajo en la que se integran la teoría y la práctica. Se caracteriza por la investigación, el descubrimiento científico y el trabajo en equipo que, en su aspecto externo, se distingue por el acopio (en forma sistematizada) de material especializado acorde con el tema tratado teniendo como fin la elaboración de un producto tangible. Un taller es también una sesión de entrenamiento o guía de varios días de duración. Se enfatiza en la solución de problemas, capacitación, y requiere la participación de los asistentes.

Variable 2: Calidad de servicio

Desde el punto de vista del producto y desde la óptica de los clientes, se entiende la Calidad del Servicio como el juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio, lo cual emerge de la comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que ellos creen que las empresas de servicios deben ofrecer) y sus percepciones sobre los resultados del servicio ofrecido. Por ende, cuando se enuncia la Calidad del Servicio, implica dos aspectos esenciales que permiten su constatación: el resultado y el estándar, entonces, si una organización se piensa desde la calidad del servicio, es imprescindible que logre comparar el resultado obtenido en un proceso, frente a determinados requerimientos o estándares planteados previamente.

Dimensión 1: Capacidad de respuesta

Mantener contentos a los clientes es la clave para asegurar que los clientes actuales no se conviertan en clientes pasados. El no poder cumplir con los plazos o hacer caso omiso a las preguntas puede aumentar la insatisfacción del cliente con tu empresa y estimularlos a investigar los servicios de tus competidores. Cuando la capacidad de respuesta al cliente es

una prioridad, encontrarás que las oportunidades de servir a tus clientes aumentarán, mientras que los problemas y las cuestiones de servicio disminuirán. Proporcionar la capacitación suficiente a los miembros de tu personal puede ayudar a mejorar la capacidad de respuesta al cliente. Pide la opinión de los empleados acerca de cómo las formas de respuesta pueden ser mejoradas. Evalúa las cosas como los procedimientos para las solicitudes de los clientes o pedidos, los sistemas de suministro y sistemas telefónicos e informáticos. El laboratorio de investigación de negocios sugiere que los programas de formación deben incluir una descripción de la importancia de la satisfacción del cliente con la empresa, los factores que mantienen a los clientes satisfechos, las expectativas de rendimiento de los empleados y una descripción de los programas de medición de la satisfacción de clientes, programas de reconocimiento y programas de incentivos.

Indicador 1: Rapidez en la atención

La velocidad de respuesta está directamente relacionada con la percepción que tiene el consumidor de tu negocio. Si un cliente es atendido rápidamente tiene más posibilidades de recomendar tu servicio a un conocido. Esto vale no solo cuando hablamos de redes sociales, sino también en herramientas de chat en línea. En los últimos años, el crecimiento en el uso del chat en línea ha sido exponencial. Es decir, la necesidad de instalar una plataforma de chat en tu web seguirá aumentando, principalmente, cuando tienes en cuenta tu competencia. Parte de este aumento también se debe a las integraciones que promueven las herramientas de chat en línea, que engloban todas las áreas del servicio de internet en un solo lugar (Vásquez, 2023).

Indicador 2: Disposición de ayuda

En todas las empresas, sin importar su tamaño, el equipo de atención al cliente ha tenido la experiencia de ser contactado por un comprador desesperado o con un problema urgente. No es extraño que esto ocurra, pues con frecuencia se hace necesario tener que ayudar a clientes que se comunican por una emergencia o al menos con un problema que consideran como tal. Una urgencia puede ser, por ejemplo, la solicitud de un producto o servicio con un tiempo de respuesta menor al estándar pactado con el cliente. También la resolución inmediata de un problema que pudiera estar afectando la operatividad de la compañía. Cualquiera que sea el caso, el servicio al cliente debe contemplar este tipo de situaciones. Los compradores comerciales de ahora son más exigentes y sus expectativas son

diferentes. Demandan una atención que implique empatía con respecto a sus solicitudes y necesidades, sobre todo las que consideran urgentes (Quijano, 2022).

Indicador 3: Solución de reclamos del cliente

La gestión de quejas y reclamaciones es el proceso para atender y resolver los problemas que los consumidores pudieran llegar a tener con una empresa. Su objetivo es mantener la satisfacción y la retención del cliente. Aprender a valorar un reclamo en servicio al cliente es un paso importante para llevar a tu empresa al siguiente nivel. Cuando se sabe cómo gestionarlos, cada reclamo puede convertirse en una oportunidad para que tu equipo y tu empresa crezcan. Algunas de las principales ventajas de los reclamos del cliente son: Los reclamos de los clientes abren oportunidades para que tu equipo mantenga conversaciones sinceras con los clientes y estos se sientan valorados. Cada queja, reclamo o sugerencia te ayuda a detectar aquellas áreas de tu negocio que necesitan mejoras. Los reclamos proporcionan información valiosa sobre el nivel de formación de tu servicio de atención al cliente y sobre cómo mejorarlo. La información recopilada sirve de guía para capacitar a tu personal (Quijano, 2022).

Dimensión 2: Fiabilidad

Es la capacidad para desempeñar el servicio prometido con formalidad y exactitud. Significa brindar el servicio en forma correcta desde el primer momento. Aquí se incluyen todos los elementos para permitirle al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de la organización (Badajoz, 2023).

Indicador 1: Confianza

La confianza de un cliente es el convencimiento que el cliente tiene de que tu empresa hará lo que se ha comprometido a hacer. Esto significa que tu compañía brindará la calidad de servicio o producto prometida a cambio del monto estipulado, cuidará a sus consumidores y les ayudará en caso de ser necesario. Cuando la confianza de un cliente se rompe, no solo se pierde un cliente, sino también el boca a boca positivo que generan los clientes satisfechos. La confianza del cliente se gana al respetar la promesa que tu empresa le ha hecho. Esto implica: Ofrecer un producto o servicio de alta calidad. Ser transparente al presentar promociones y ofertas. Contar con un servicio de atención al cliente de excelencia. Pedir perdón frente a las equivocaciones. Enmendar errores o problemas relacionados con un producto o servicio. Ayudar al cliente a resolver sus dudas o conflictos. Crear relaciones

sólidas y a largo plazo. Mantener una buena reputación empresarial. Compartir reseñas y testimonios reales (Budon, 2022).

Indicador 2: Seguridad

En esta dimensión, el cliente coloca en manos de la empresa sus problemas y, siente la certeza de que serán resueltos de la mejor manera posible. La seguridad implica credibilidad, integridad y honestidad. Es probable que esta dimensión adquiera mayor importancia para aquellos servicios donde los clientes perciben involucrarse en un gran riesgo o en los cuales se sienten inseguros acerca de su capacidad para evaluar los resultados, como servicios financieros, seguros, corretaje, médicos y legales. Existen organizaciones, que, debido a la naturaleza de sus operaciones, deben procurar construir confianza y lealtad entre las personas de contacto más importantes y los clientes individuales., Esta idea se refleja en el concepto del banquero personal, el cual significa que coordinará todos sus servicios financieros. Uno de los riesgos inherentes que corre la compañía cuando construye este tipo de relaciones personales consiste en que el cliente seguirá al empleado del servicio si éste abandona la compañía. (Badajoz, 2023).

2.3. Hipótesis

En el estudio titulado: Capacitación del recurso humano para mejorar la calidad de servicio en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023: no se planteó una hipótesis por ser de nivel descriptivo. Concordando con Romero, Ordoñez y Saldarriaga (2022), quien afirma en que en un trabajo descriptivo no se considera hipótesis, debido a que en un estudio descriptivo es aquél en que la información es recolectada sin cambiar el entorno (es decir, no hay manipulación). Los estudios descriptivos pueden implicar una interacción en una sola ocasión con grupos de personas (estudio transversal) o puede seguir a algunos individuos a lo largo del tiempo (estudio longitudinal). Los estudios descriptivos en que el investigador interacciona con el participante pueden involucrar encuestas o entrevistas para recolectar la información necesaria.

III. METODOLOGÍA

3.1. Nivel, tipo y diseño de investigación

Nivel de investigación

El nivel de investigación fue descriptivo, según Romero, Ordoñez y Saldarriaga (2022) indica que la investigación descriptiva es también conocida como la investigación estadística, se describen los datos y características de la población o fenómeno en estudio. En este sentido fue de nivel descriptivo, porque se describieron las características de la capacitación del recurso humano para mejorar la calidad de servicio en la pollería D' Luchos.

Tipo de investigación

La investigación fue de tipo cuantitativo. De acuerdo con Romero, Ordoñez y Saldarriaga (2022) la investigación cuantitativa es una estrategia de investigación que se centra en cuantificar la recopilación y el análisis de datos. Se forma a partir de un enfoque deductivo en el que se hace hincapié en la comprobación de la teoría, moldeada por filosofías empiristas y positivistas. Es decir, el estudio fue cuantitativo, porque tuvo una estructura con la cual se pudo medir, ya que se utilizaron instrumentos de evaluación y medición.

De propuesta

Fue de propuesta, de acuerdo con Romero, Ordoñez y Saldarriaga (2022) las investigaciones de propuesta pretenden especificar las características, las propiedades, y los perfiles de personas, comunidades, grupos, procesos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, con la finalidad de establecer su comportamiento o estructura. La investigación fue de propuesta debido a que se realizó un plan de mejora a los resultados que se obtuvieron de la investigación.

Diseño de investigación

Fue de diseño de investigación no experimental - transversal

Fue no experimental, de acuerdo con Romero, Ordoñez y Saldarriaga (2022) indica que, en la investigación no experimental, se observan los fenómenos o acontecimientos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos, en un estudio no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes. Es decir, fue no experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente a la capacitación del recurso humano y la calidad, es decir se observaron los acontecimientos tal y como se presentaron en su contexto natural.

Fue transversal, de acuerdo con Romero, Ordoñez y Saldarriaga (2022) este tipo de estudio de investigación en el que se observa a un grupo de personas o se recopila cierta información, en un momento determinado o en el transcurso de un periodo corto. Es decir, el estudio se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin (2023)

3.2. Población y muestra

Población

De acuerdo con Romero, Ordoñez y Saldarriaga (2022) indica que la población estadística, también conocida como universo, es el conjunto o la totalidad de elementos que se van a estudiar. Los elementos de una población lo conforman cada uno de los individuos asociados, debido a que comparten alguna característica en común. La población estadística puede ser un conjunto de personas, lugares o cosas reales.

Población: La población estuvo constituida por 12 trabajadores de la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.

Muestra

Del mismo modo Romero, Ordoñez y Saldarriaga (2022) manifiesta que la que la muestra es una parte representativa de una población donde sus elementos comparten características comunes o similares. Se utiliza para estudiar a la población de una forma más factible, debido a que se puede contabilizar fácilmente. Cuando se va a realizar algún estudio sobre el comportamiento, propiedades o gustos del total de una población específica, se suelen extraer muestras.

Muestra: La muestra estuvo conformada por 12 trabajadores de la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023. Es decir, se tomará el 100% de la población.

Muestreo: Censal

En este sentido Romero, Ordoñez y Saldarriaga (2022) establece que el muestreo censal está constituido por toda la población, este tipo de método se utiliza cuando es necesario saber las opiniones de todos los participantes o cuando se cuenta con una base de datos de fácil acceso.

3.3. Variables. Definición y operacionalización

Variables	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Categorías o valorización
Variable 1 Capacitación	La capacitación laboral, o capacitación empresarial, por tanto, es una actividad llevada a cabo por la empresa. En esta, la firma se encarga de preparar y formar a sus empleados para el desempeño de una determinada actividad laboral. En otras palabras, es una técnica de formación que consiste en el desarrollo de las habilidades de estos, sus conocimientos, así como sus competencias (Morales, 2021).	Planificación de la capacitación	• Necesidades de capacitación	Likert	Totalmente de acuerdo: 5 De acuerdo: 4 Neutral: 3 En desacuerdo: 2 Totalmente en desacuerdo: 1
			• Fines de la capacitación		
		Ejecución de la capacitación	• Temas de capacitación		
			• Técnicas de capacitación		
Variable 2 Calidad de servicio	Desde el punto de vista del producto y desde la óptica de los clientes, se entiende la Calidad del Servicio como el juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio, lo cual emerge de la comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que ellos creen que las empresas de servicios deben ofrecer) y sus percepciones sobre los resultados del servicio ofrecido (Calderón, 2022).	Capacidad de respuesta	• Rapidez en la atención	Likert	Totalmente de acuerdo: 5 De acuerdo: 4 Neutral: 3 En desacuerdo: 2 Totalmente en desacuerdo: 1
			• Disposición de ayuda		
			• Solución de reclamos del cliente		
		Fiabilidad	• Confianza		
			• Seguridad		

3.4 Técnica e instrumentos de recolección de información

Técnica

Según Romero, Ordoñez y Saldarriaga (2022) indica que la encuesta es un método utilizado para recabar información entre la población. Íntimamente relacionado con el enfoque cuantitativo, se utiliza para obtener datos en gran escala de una población determinada. Antes de meternos de lleno al tema, les presentaremos algunas definiciones que son importantes para partir de bases sólidas. La técnica que se utilizó, para recolectar información fue encuesta, porque es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador.

Instrumento

Según Romero, Ordoñez y Saldarriaga (2022) indica que el cuestionario es un instrumento de recolección de datos a través de una serie de preguntas que tienen el fin de recopilar información de los participantes en el estudio. Se utiliza principalmente como instrumento en las encuestas. En esta investigación, el instrumento que se empleó fue el cuestionario el cual consta de 20 ítems, 10 ítems para la variable: Capacitación y 10 ítems, para la variable: Calidad de servicio (Anexo 2). A su vez la confiabilidad de los cuestionarios se estimó por medio del coeficiente de Alfa de Cronbach en donde el resultado para la variable capacitación fue de un valor de 0.888; y para la variable atención al cliente se obtuvo una confiabilidad del 0.934; lo que indica que los instrumentos tienen una excelente confiabilidad (Anexo 6) y se realizó la validación a través de juicio de expertos en la que 3 profesionales de administración con grado de maestría o doctorado analizaron y aprobaron el cuestionario para su aplicación (Anexo 3).

3.5. Método de análisis de datos

De acuerdo con Romero, Ordoñez y Saldarriaga (2022) el plan de análisis de datos consiste en someter los datos a la ejecución de operaciones, esto se realiza con el propósito de obtener conclusiones exactas que contribuirán a alcanzar nuestros objetivos, después del recojo de los datos mediante la técnica de la encuesta, se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo con cada variable y sus dimensiones. En la investigación para el análisis de los datos

recolectados se hizo uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas.

Así mismo se utilizaron los siguientes programas informáticos: Microsoft Word: con este software se hizo posible la redacción digital y posteriores modificaciones; del mismo modo se utilizó el Acrobat Reader XI, el cual es un software gratuito que permitió leer archivos digitales de extensión PDF, como es el caso de los antecedentes que se descargaron desde la biblioteca virtual; a su vez el Microsoft Excel, el cual fue utilizada para llevar a cabo la tabulación y la elaboración y diseño de las figuras correspondientes a los resultados obtenidos en las encuestas; así también se utilizó el programa Turnitin para hacer la verificación que no existe plagio, así como el uso del Mendeley para la generación de las referencias bibliográficas en norma APA 7ma edición; por último, el PPT para la presentación.

3.5 Aspectos éticos

La presente investigación se realizó bajo los principios éticos del Reglamento de integridad científica de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (2023):

Respeto y protección de los derechos de los intervinientes. Se protegió a las personas partícipes de la investigación respetando su privacidad, no se colocaron datos personales como números telefónicos y dirección del domicilio en el consentimiento informado y cuestionario. Asimismo, no se tomó fotografías de su imagen sin la autorización respectiva; y se comunicó a cada representante que los datos proporcionados solo tendrían fines investigativos.

Cuidado del medio ambiente. Como forma de contribución al medio ambiente, preservación de la naturaleza y evitar la tala excesiva de árboles, se aplicó el cuestionario utilizando papeles reciclados, los cuales contenían las preguntas a realizar. Además, se utilizó la energía eléctrica moderadamente, se evitó que la laptop de uso para el trabajo de investigación quede cargando por largas horas.

Libre participación por propia voluntad. El cuestionario se aplicó después de dar a conocer el propósito de la investigación, contemplado en el consentimiento informado. Además de la petición de participación hacia el representante, lectura del documento, su aceptación y firma en dicho consentimiento. También se aclararon las dudas de los encargados de la microempresa relacionadas a la información brindada con el fin de otorgarles mayor seguridad en su intervención

Beneficencia, no maleficencia. Se aclaró a los trabajadores y clientes de la microempresa en estudio, que su participación a través de la información brindada no les ocasionaría daño alguno y se respetó sus peticiones como la anonimidad de sus respuestas en el cuestionario. Además, no se interrumpió en horas de labor, se esperó a que estuvieran libres y no estén atendiendo a algún cliente, así se evitó causarles algún tipo de malestar. También se dio a conocer la importancia que tenía su participación en el trabajo de investigación, resaltando los beneficios del conocimiento de aspectos en torno a la capacitación y atención al cliente y su relevancia para una administración de calidad.

Integridad y honestidad. Se trabajó con integridad y rectitud en todas las actividades y procesos de la investigación, recabando información real y veraz mediante la técnica de la encuesta y a través de la búsqueda de libros, tesis, artículos, revistas, diarios y paginas confiables que fueron empleados con mucha transparencia, honestidad y responsabilidad en la elaboración de este estudio.

Justicia. Se otorgó un trato cordial a todos los participantes de la investigación, indicándoles la causa e importancia de la encuesta y su colaboración; además, se entregó un modelo de consentimiento igual para todos y se les aplicó las mismas preguntas. También se les dio a conocer los resultados de la investigación, haciéndoles llegar una copia de la información.

IV. RESULTADOS

Tabla 1

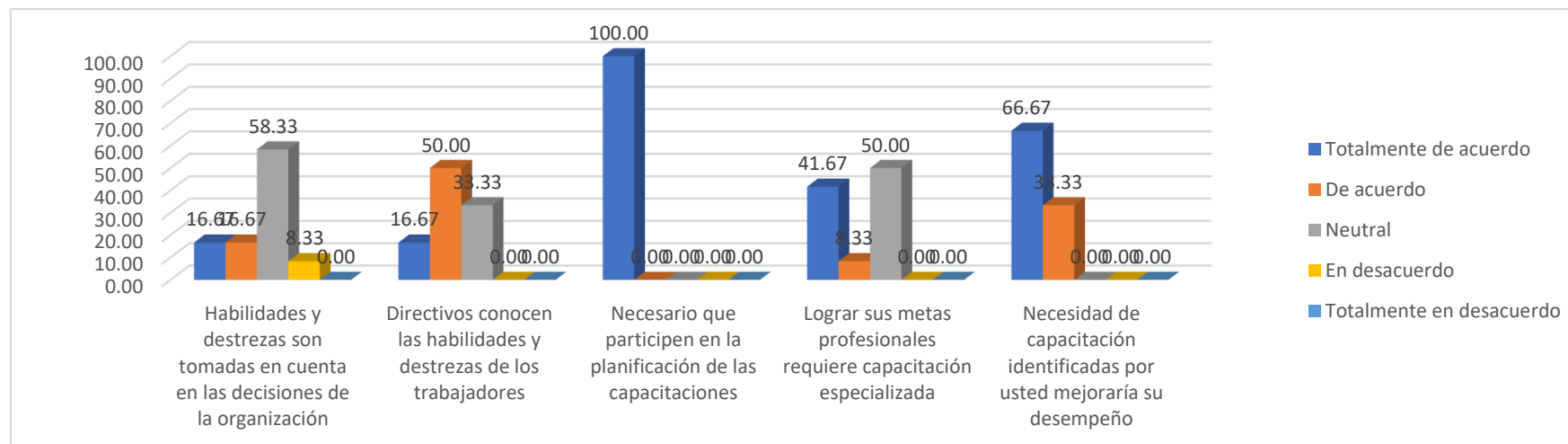
Características de la planificación de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.

Características de la planificación de la capacitación	N	%
Habilidades y destrezas en las decisiones de la organización		
Totalmente de acuerdo	2	16.67
De acuerdo	2	16.67
Neutral	7	58.33
En desacuerdo	1	8.33
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00
Conocimiento de las habilidades y destrezas de los trabajadores		
Totalmente de acuerdo	2	16.67
De acuerdo	6	50.00
Neutral	4	33.33
En desacuerdo	0	0.00
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00
Participación en la planificación de las capacitaciones		
Totalmente de acuerdo	12	100.00
De acuerdo	0	0.00
Neutral	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00
Capacitación para el logro de las metas profesionales		
Totalmente de acuerdo	5	41.67
De acuerdo	1	8.33
Neutral	6	50.00
En desacuerdo	0	0.00
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00
Capacitación para la mejora del desempeño		
Totalmente de acuerdo	8	66.67
De acuerdo	4	33.33
Neutral	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores de la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.

Figura 1

Características de la planificación de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.



Fuente: Tabla 1

Interpretación:

El 58.33% de los trabajadores se muestran neutrales que sus habilidades y destrezas son tomadas en cuenta en las decisiones de la organización, el 50.00% de los trabajadores están de acuerdo que los directivos conocen sus habilidades y destrezas, el 100.00% del personal están totalmente de acuerdo que es necesario que se debe participar en la planificación de las capacitaciones, el 50.00% de los trabajadores se muestran neutrales que para lograr sus metas profesionales requieren una capacitación especializada y el 66.67% de los trabajadores están totalmente de acuerdo que las necesidades de capacitación identificadas mejoraría su desempeño.

Tabla 2

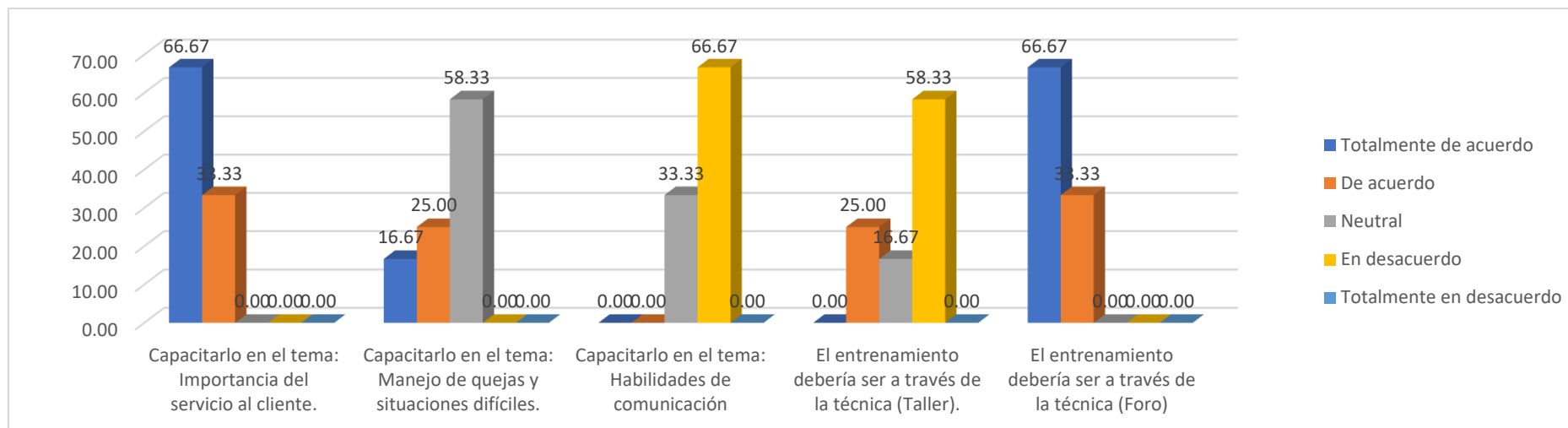
Características de la planificación de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.

Características de la Ejecución de la capacitación	N	%
Capacitación en la importancia del servicio al cliente.		
Totalmente de acuerdo	8	66.67
De acuerdo	4	33.33
Neutral	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00
Capacitación en el manejo de quejas y situaciones difíciles.		
Totalmente de acuerdo	2	16.67
De acuerdo	3	25.00
Neutral	7	58.33
En desacuerdo	0	0.00
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00
Capacitación en habilidades de comunicación		
Totalmente de acuerdo	0	0.00
De acuerdo	0	0.00
Neutral	4	33.33
En desacuerdo	8	66.67
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00
Entrenamiento a través de la técnica (Taller).		
Totalmente de acuerdo	0	0.00
De acuerdo	3	25.00
Neutral	2	16.67
En desacuerdo	7	58.33
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00
Entrenamiento A través de la técnica (Foro)		
Totalmente de acuerdo	8	66.67
De acuerdo	4	33.33
Neutral	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores de la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.

Figura 2

Características de la planificación de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.



Fuente: Tabla 2

Interpretación:

El 66.67% de los trabajadores están totalmente de acuerdo que es necesario una capacitación en el tema: Importancia del servicio al cliente, el 58.33% del personal se muestran neutrales respecto a si es necesario capacitarse en el manejo de quejas y situaciones difíciles, el 66.67% de los trabajadores están en desacuerdo en que es importante la capacitación en las habilidades de comunicación, el 58.33% del personal están en desacuerdo que el entrenamiento debería ser a través de la técnica (Taller) y el 66.67% de los trabajadores están totalmente de acuerdo que el entrenamiento debería ser a través de la técnica (Foro).

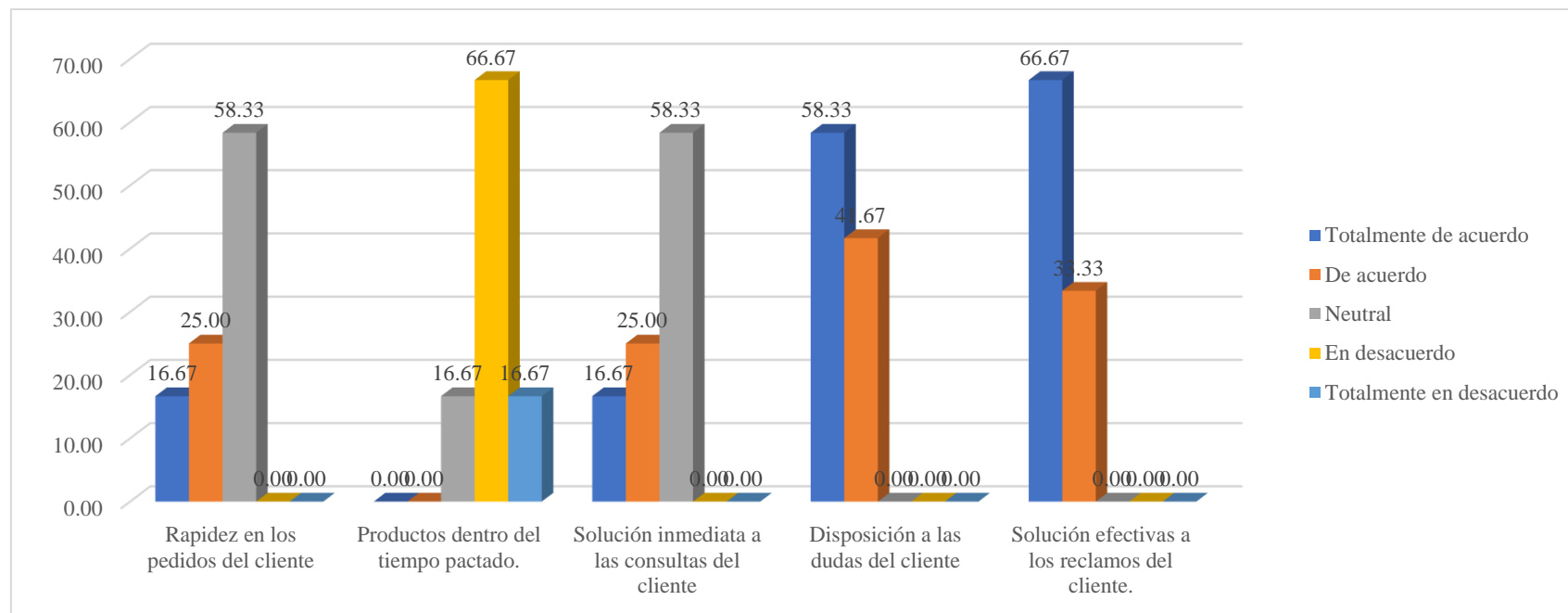
Tabla 3*Características de la capacidad de respuesta en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.*

Características de la capacidad de respuesta	N	%
Rapidez en los pedidos del cliente		
Totalmente de acuerdo	2	16.67
De acuerdo	3	25.00
Neutral	7	58.33
En desacuerdo	0	0.00
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00
Productos dentro del tiempo pactado.		
Totalmente de acuerdo	0	0.00
De acuerdo	0	0.00
Neutral	2	16.67
En desacuerdo	8	66.67
Totalmente en desacuerdo	2	16.67
Total	12	100.00
Solución inmediata a las consultas del cliente		
Totalmente de acuerdo	2	16.67
De acuerdo	3	25.00
Neutral	7	58.33
En desacuerdo	0	0.00
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00
Disposición a las dudas del cliente		
Totalmente de acuerdo	7	58.33
De acuerdo	5	41.67
Neutral	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00
Solución efectivas a los reclamos del cliente.		
Totalmente de acuerdo	8	66.67
De acuerdo	4	33.33
Neutral	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores de la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.

Figura 3

Características de la capacidad de respuesta en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.



Fuente: Tabla 3

Interpretación:

El 58.33% del personal se muestran neutrales con respecto a que la atención es de manera rápida por los pedidos del cliente, el 66.67% de los trabajadores están en desacuerdo que los clientes reciben los productos dentro del tiempo pactado, el 58.33% del personal se muestran neutrales con respecto a que se soluciona de inmediato cualquier consulta por parte del cliente, el 58.33% de los trabajadores están totalmente de acuerdo que están dispuestos a responder las dudas de los clientes y el 66.67% del personal están totalmente de acuerdo que resuelven de manera efectiva algún reclamo del cliente.

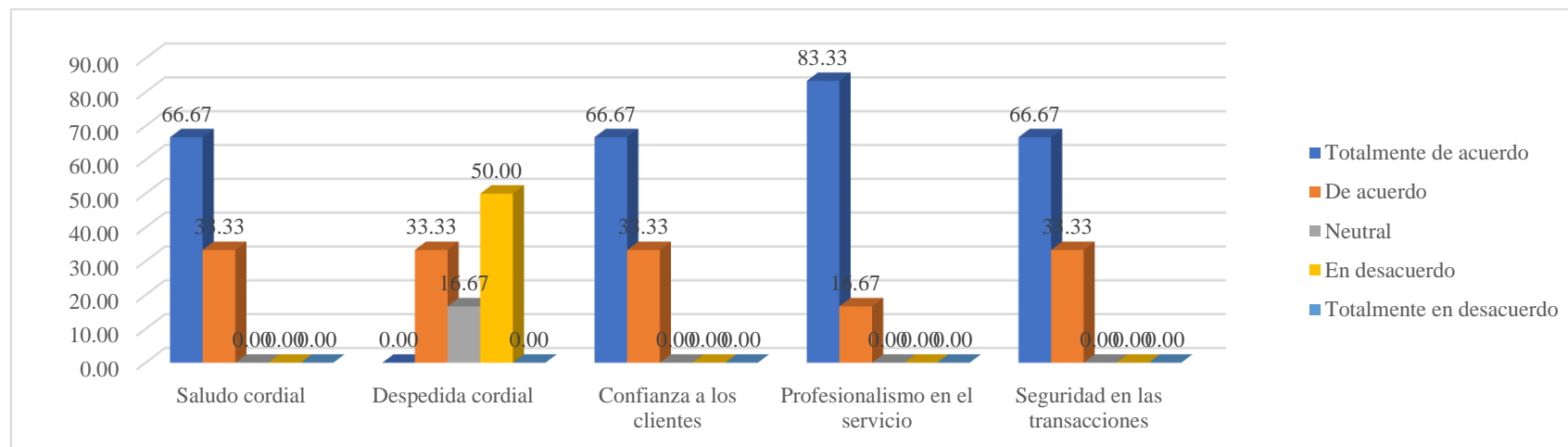
Tabla 4*Características de la fiabilidad en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.*

Características de la fiabilidad	N	%
Saludo cordial		
Totalmente de acuerdo	8	66.67
De acuerdo	4	33.33
Neutral	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00
Despedida cordial		
Totalmente de acuerdo	0	0.00
De acuerdo	4	33.33
Neutral	2	16.67
En desacuerdo	6	50.00
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00
Confianza a los clientes		
Totalmente de acuerdo	8	66.67
De acuerdo	4	33.33
Neutral	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00
Profesionalismo en el servicio		
Totalmente de acuerdo	10	83.33
De acuerdo	2	16.67
Neutral	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00
Seguridad en las transacciones		
Totalmente de acuerdo	8	66.67
De acuerdo	4	33.33
Neutral	0	0.00
En desacuerdo	0	0.00
Totalmente en desacuerdo	0	0.00
Total	12	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores de la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.

Figura 4

Características de la fiabilidad en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.



Fuente: Tabla 4

Interpretación:

El 66.67% de los trabajadores están totalmente de acuerdo que la bienvenida al cliente es dado a través de un saludo cordial, el 50.00% de los trabajadores están en desacuerdo que no se despide de los clientes agradeciéndole por su visita, el 66.67% del personal están totalmente de acuerdo que se logra transmitir confianza a los clientes, el 83.33% están totalmente de acuerdo que demuestran profesionalismo en el servicio y el 66.67% del personal están totalmente de acuerdo que logran hacer sentir a los clientes seguros en las transacciones que realizan.

Tabla 5

Propuesta de mejora de la capacitación del recurso humano para mejorar la calidad de servicio en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.

Variable	Indicador	Problema	Causa	Consecuencia	Acciones de mejora	Responsables	Presupuesto
Capacitación	Necesidades de capacitación	El 58.33% de los trabajadores se muestran neutrales que sus habilidades y destrezas son tomadas en cuenta en las decisiones de la organización	El gerente no toma importancia a mejorar las habilidades y destrezas de capital humano.	El personal puede sentirse desmotivado debido a que no es tomado en cuenta en las decisiones de la empresa. Conformismo del personal ya que siempre hará de la misma manera sus actividades es decir no buscará la creatividad para mejorar sus funciones	Realizar reuniones semanales en el horario de almuerzo con la finalidad de crear un ambiente laboral adecuado de esta manera se va a generar lazos de amistad y confianza con los trabajadores y la alta jerarquía. Aplicar la evaluación de 90° ya que este consiste en que el gerente deberá evaluar de manera personal a cada empleado, se puede decir que es una forma directa de evaluar el rendimiento de los colaboradores, sin tener que hacer un proceso tan complejo. <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de las competencias a evaluar • Aplicar un cuestionario de 10 preguntas • Realizar gráficos para determinar el nivel de desempeño. • Detectar competencias de mejora y fortalecer las competencias sobresalientes. 	Gerente/ Personal	s/800.00
	Fines de la capacitación	El 50.00% de los trabajadores se muestran neutrales que para lograr sus metas profesionales requieren una capacitación especializada	No existe un buen ambiente laboral donde se mejore las condiciones laborales se promueva el desarrollo profesional por ende el trabajador considera que sus conocimientos y experiencias no han sido aprovechadas al	Insatisfacción del personal debido a que considera que su trabajo no es importante para la empresa. Alta rotación de personal puesto que el trabajador podría abandonar la empresa	Crear un programa de desarrollo profesional para lograr que los trabajadores se sientan satisfechos y tengan las posibilidades de lograr ascensos o una mejor remuneración. Un plan de carrera o desarrollo profesional requiere contemplar muchos factores. El desarrollo de un trabajador y, por tanto, de una persona es un proceso multicausal en el que es necesario tener en	Gerente/ Personal	s/800.00

			máximo por la empresa por ende no han mejorado o no han cumplido sus metas profesionales.	por las pésimas condiciones laborales.	cuenta, al menos, estas tres variables: la formación, los incentivos y la promoción. <ul style="list-style-type: none"> • La formación: Cursos de capacitación • Los incentivos: Económicos y no económicos. • La promoción: Posibilidad de ascenso 		
Temas de capacitación	El 58.33% del personal se muestran neutrales respecto a si es necesario capacitarse en el manejo de quejas y situaciones difíciles	Resistencia al cambio debido a que no está acostumbrados a recibir capacitaciones por ende consideran que no tendría buenos resultados luego del entrenamiento.	No contar con autonomía para resolver los problemas quejas inquietudes o reclamos del cliente.	Crear un plan de capacitación para el manejo de quejas y reclamos: <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo: Mejorar el manejo de quejas y reclamos. • Meta: 100% de solución quejas y reclamos • Duración: 2 horas a la semana durante un mes. • Materiales: Proyector, lapiceros, papeles. 	Gerente/ Personal	s/800.00	
	El 66.67% de los trabajadores están en desacuerdo en que es importante la capacitación en las habilidades de comunicación.	Un clima la moral negativo es decir no existe compañerismo entre los trabajadores por ende se rehúsan a participar en la capacitación puesto que lo tomarían como una competencia y no como una oportunidad para contribuir al desarrollo de la empresa.	Clima laboral negativo pues no existe cooperación entre los miembros de la empresa.	Crear un plan de capacitación para mejorar las habilidades de comunicación: <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo: Mejorar las relaciones interpersonales tanto con los empleados como con los clientes. • Meta: 100% de empleados y clientes con mejores relaciones interpersonales. • Duración: 2 horas a la semana durante un mes. • Materiales: Proyector, lapiceros, papeles. 	Gerente/ Personal	s/800.00	
Técnicas de capacitación	El 58.33% del personal están en desacuerdo que el entrenamiento debería ser a través de la de la técnica (Taller)	El personal desconoce de la importancia que tiene la capacitación para el desarrollo profesional además	Bajo nivel de productividad ya que los trabajadores no mejorarán su	Taller sobre la competencia interpersonal a. Temas: <ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa. • Integración. 	Gerente/ Personal	s/860.00	

			consideran que no tienen el suficiente tiempo para los talleres de capacitación.	desempeño a través de las capacitaciones.	<ul style="list-style-type: none"> • Trato conciliador con sus compañeros c. Metodología <ul style="list-style-type: none"> • Teórico- Vivencial d. Expositor Coaching e. Duración De 8:00 a 11:00 f. Costo del curso S/. 800.00 g. Costo total de refrigerio S/. 60.00 h. Descripción <ul style="list-style-type: none"> • Orientada a que los conductores de la empresa demuestren una actitud conciliadora con sus compañeros, trabaje en equipo, mantener una relación adecuada con sus compañeros de trabajo, ser democrático para consensuar puntos de vista con mis compañeros y trabajar de buena manera con diferentes tipos de personas. i. Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> • Demostrar una actitud conciliadora frente a los conflictos que se dan en el trabajo. • Demostrar integración con los compañeros de trabajo. • Demostrar iniciativa, para trabajar en equipo, para relacionarme con mis compañeros y con otras personas. 		
Calidad de servicio	Rapidez en la atención	El 66.67% de los trabajadores están en desacuerdo que los clientes reciben los productos dentro del tiempo pactado	La empresa no cumple lo que promete debido a que se carece del número adecuado de trabajadores para atender con prontitud al cliente	Insatisfacción del cliente debido a que ellos esperan no solamente un producto de calidad sino también que este se le dé en el tiempo pactado.	Contratar a personal eventual en fechas festivas como, por ejemplo: Día de la madre, día del padre, 28 de julio, Navidad, año nuevo; Ya que de esta manera se podrá atender de manera casi inmediata a la gran cantidad de clientes.	Gerente/ Personal	s/800.00

	Disposición de ayuda	El 58.33% del personal se muestran neutrales con respecto a que se soluciona de inmediato cualquier consulta por parte del cliente.	A pesar que el personal está dispuesto a ayudar al cliente no dan una solución inmediata a las consultas esto se debe a que el trabajador siente cansancio o presión por entregar los pedidos a la gran demanda de clientes.	Desprestigio de la marca pues los clientes insatisfechos pueden generar comentarios negativos ya sea de manera presencial o en redes sociales.	Un diagrama de flujo de atención al cliente es una representación gráfica que permite que el equipo de soporte pueda organizar, categorizar y gestionar todas las demandas de los consumidores. El flujograma proporciona las pautas necesarias para que los agentes puedan gestionar las solicitudes, ya sea por chat, teléfono o correo electrónico.	Gerente/ Personal	s/800.00
--	----------------------	---	--	--	--	----------------------	----------

V. DISCUSIÓN

Tabla 1. Características de la planificación de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.

El 58.33% de los trabajadores se muestran neutrales que sus habilidades y destrezas son tomadas en cuenta en las decisiones de la organización. Estos resultados se contrastan con lo hallado por Borbor (2019) quien demostró que el 76% considera que sus habilidades y destrezas son tomadas en cuenta en las decisiones de la institución, de la misma manera se contrasta con Suarez (2021) quien encontró que el 75.00% de los colaboradores indicaron que el gerente toma en cuenta sus competencias en las decisiones de la empresa. La mayoría de los trabajadores indicaron que la empresa no toma importancia sus habilidades y destrezas para la toma de decisiones por ende es necesario que la empresa evalúe su competencias para mejorar la productividad en sus respectivas áreas. La evaluación por competencias es un método utilizado por las empresas para identificar ciertas habilidades y conocimientos de los empleados y determinar, de esa forma, si son competentes para las tareas que deben realizar. Este tipo de evaluaciones de rendimiento son de gran importancia para una organización, porque permiten realizar una radiografía sobre los talentos de la empresa y conocer los métodos de trabajo y la eficacia de los programas de capacitación, entre otros aspectos. Además, es un sistema que beneficia a los empleados a través de la mejora de sus competencias profesionales o la reubicación en áreas más propicias, lo cual mejora el clima laboral.

El 50.00% de los trabajadores están de acuerdo que los directivos conocen sus habilidades y destrezas. Estos resultados coinciden con lo hallado por Borbor (2019) quien demostró que el 65% considera que los directivos conocen las habilidades y destrezas de los trabajadores, de la misma manera con Suarez (2021) quien encontró que el 86.00% de los colaboradores indicaron que el gerente tiene conocimiento de sus habilidades y destrezas. La mayoría de los trabajadores consideran que los directivos sí conocen sus habilidades y destrezas sin embargo no busca potenciarlas por ende es necesario aplicar lo mencionado en el párrafo anterior debido a que si no se evalúan las competencias no se podrán diagnosticar en qué aspectos se debe mejorar para lograr una mayor productividad en la empresa; se puede decir que estas evaluaciones deben realizarse en momentos de baja carga laboral, para que no se conviertan en una situación estresante para los colaboradores. Una buena idea es que se otorgue

un lapso determinado de tiempo para realizarla (por ejemplo, dos semanas), y permitir que los empleados la realicen cuando lo deseen dentro de ese período.

El 100.00% del personal están totalmente de acuerdo que es necesario que se debe participar en la planificación de las capacitaciones. Estos resultados coinciden con lo hallado por Borbor (2019) quien demostró que el 88% consideran que los trabajadores deben participar en la planificación de las capacitaciones; de la misma manera con Suarez (2021) quien encontró que el 75.00% de los colaboradores indicaron que el gerente los hace partícipes en la toma de decisiones de capacitación. La totalidad de los trabajadores indicaron que la empresa debería tomar en cuenta su aporte para los planes de capacitación debido a que son ellos quienes interactúan día a día con el cliente y por ende reconocen con mayor exactitud qué aspectos se deben mejorar en cada uno de ellos.

El 50.00% de los trabajadores se muestran neutrales que para lograr sus metas profesionales requieren una capacitación especializada. Estos resultados se contrastan con lo hallado por Borbor (2019) quien demostró que el 89% considera que para lograr sus metas profesionales requiere capacitación especializada; de la misma manera se contrasta con Suarez (2021) quien encontró que el 63.00% de los colaboradores indicaron que lograrían sus metas profesionales si se aplicará con una capacitación continua. La mayoría de los trabajadores si no tomaron importancia con respecto a si la capacitación mejoraría sus metas profesionales esto se debe a que ya llevan laborando en muchas empresas por muchos años y en ninguna de ellas se le ha tomado importancia a la mejora de su profesión orden de consideran que la capacitación no es necesaria.

El 66.67% de los trabajadores están totalmente de acuerdo que las necesidades de capacitación identificadas mejorarían su desempeño. Estos resultados coinciden con lo hallado por Borbor (2019) quien demostró que el 77% considera que la necesidad de capacitación identificadas por usted mejoraría su desempeño; de la misma manera con Suarez (2021) quien encontró que el 75.00% de los colaboradores indicaron para identificar la necesidad de capacitación se podría analizar las debilidades para así mejorarlas. La mayoría de los trabajadores consideran que si se identificaran las necesidades de capacitación se mejoraría su desempeño esto se debe a que el personal requiere de mejorar sus actividades para quedar

satisfechos en su puesto de trabajo además reduciría los tiempos de entrega al cliente así evitar la sobrecarga laboral.

Tabla 2. Características de la planificación de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.

El 66.67% de los trabajadores están totalmente de acuerdo que es necesario una capacitación en el tema: Importancia del servicio al cliente. Estos resultados coinciden con lo hallado por Suarez (2021) quien demostró que el 67.00% de los trabajadores indicaron que si se capacitarían en temas de calidad de servicio; de la misma manera con Suarez (2021) quien encontró que el 56.00% de los colaboradores indicaron que se capacitarían sobre el tema mejora de la calidad del servicio. La mayoría de los trabajadores consideran que es necesario que se capaciten en servicio al cliente ya que diariamente se presentan muchos inconvenientes o infortunitos en el proceso de servicio ya sea porque el producto no se le entregó en el tiempo pactado o porque el producto llegó en pésimas condiciones, por lo tanto decimos que satisfacer a los clientes es de los principales objetivos que tenemos al momento de ofrecer un producto o servicio, pero para lograrlo, nuestro equipo de trabajo debe de contar con ciertas habilidades. Por suerte, estas habilidades se pueden enseñar y el aprendizaje online nos ayudará a lograrlo.

El 58.33% del personal se muestran neutrales respecto a si es necesario capacitarse en el manejo de quejas y situaciones difíciles. Estos resultados se contrastan con lo hallado por Suarez (2021) quien demostró que el 100.00% de los trabajadores indicaron que si se capacitarían en temas de resolución de conflictos; de la misma manera se contrasta con Suarez (2021) quien encontró que el 96.00% de los colaboradores indicaron se capacitarían para la solución efectiva de quejas o reclamos del cliente. La mayoría de los trabajadores consideran que no es tan importante capacitarse en el manejo de quejas y situaciones difíciles esto se debe a que ellos consideran que no solo obtener información de estrategias de cómo manejar situaciones difíciles les va a ayudar a solucionar esta debilidad, sino que es necesario que esta capacitación se lleve a la práctica del día a día ya que solamente con la práctica se podrá determinar si están aptos o no para resolver los problemas.

El 66.67% de los trabajadores están en desacuerdo en que es importante la capacitación en las habilidades de comunicación. Estos resultados se contrastan con lo hallado por Suarez

(2021) quien demostró que el 67.00% de los trabajadores indicaron que si se capacitarían en temas de relaciones interpersonales; de la misma manera se contrasta con Suarez (2021) quien encontró que el 75.00% de los colaboradores indicaron que se capacitarían en habilidades de comunicación. La mayoría de los trabajadores indicaron que están en desacuerdo en la importancia de la capacitación en habilidades de comunicación esto se debe a que no existe un trabajo en equipo por ende no existe cooperación para el cumplimiento de los objetivos esta es una debilidad que ocasiona que los trabajadores no participen o no contribuyan a buenos resultados durante la capacitación.

El 58.33% del personal están en desacuerdo que el entrenamiento debería ser a través de la técnica (Taller). Estos resultados se contrastan con lo hallado por Suarez (2021) quien demostró que el 56.00% de los trabajadores indicaron que la empresa aplica talleres de capacitación; de la misma manera se contrasta con Suarez (2021) quien encontró que el 56.00% de los colaboradores indicaron que se capacitan a través de talleres. La mayoría de los trabajadores indicaron que están en desacuerdo en que la capacitación se debería aplicar a través de la técnica del taller esto se debe a que el personal tiene largas jornadas laborales además siente un exceso de trabajo lo cual ocasiona estrés y por ende no tendrían el tiempo suficiente para acudir a los talleres de capacitación.

El 66.67% de los trabajadores están totalmente de acuerdo que el entrenamiento debería ser a través de la técnica (Foro). Estos resultados se contrastan con lo hallado por Suarez (2021) quien demostró que el 67.00% de los trabajadores indicaron nunca se han capacitado a través de foros de discusión; de la misma manera se contrasta con Suarez (2021) quien encontró que el 75.00% de los colaboradores indicaron que el gerente los capacito a través de la técnica del foro. La mayoría de los trabajadores indicaron que si participaría en un foro debido a que en este existe un debate en donde puede haber discrepancias o puede haber aportes para solución de problemas que se presentan en las actividades diarias. Los foros de discusión permiten la comunicación asincrónica en un grupo de personas. El programa reside en un servidor que almacena y organiza los mensajes de los participantes y cada usuario puede leerlos o escribir nuevos mensaje en cualquier momento desde su computadora.

Tabla 3. Características de la capacidad de respuesta en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.

El 58.33% del personal se muestran neutrales con respecto a que la atención es de manera rápida por los pedidos del cliente. Estos resultados se contrastan con lo encontrado en la investigación de Cribillero y Villanueva (2022) quienes evidenciaron que el 78% de los clientes indicaron que la atención a los pedidos es de manera rápida; de la misma manera con Galindo (2022) quien aportó que el 67% de los clientes indicaron que la empresa entrega de manera rápida los pedidos. La mayoría de los trabajadores se mostraron neutrales respecto a si la atención de los pedidos se da de manera rápida, esto se debe a que el personal considera que no es tan eficiente en la toma y entrega de pedidos debido a que están demasiado saturados en sus funciones principales o ya sea por la alta demanda que tienen los fines de semana por ende no logran brindar una atención de manera inmediata.

El 66.67% de los trabajadores están en desacuerdo que los clientes reciben los productos dentro del tiempo pactado. Estos resultados se contrastan con lo hallado por Corales (2022) quien demostró que el 56,4% indica que está conforme con la puntualidad del servicio brindado; de la misma manera con Galindo (2022) quien aportó que el 86% de los clientes indicaron la empresa cumple cuando prometido. La mayoría de los trabajadores indicaron que se muestran en desacuerdo en que otorgan los productos en el tiempo prometido como ya lo he explicado en el párrafo anterior el exceso de carga laboral ocasiona que el personal no esté concentrado en sus labores y en ocasiones no entregan de manera puntual los productos.

El 58.33% del personal se muestran neutrales con respecto a que se soluciona de inmediato cualquier consulta por parte del cliente. Estos resultados se contrastan con lo encontrado en la investigación de Cribillero y Villanueva (2022) quienes evidenciaron que el 75% de los clientes Indicaron que la empresa sí responde a todas las consultas; de la misma manera con Galindo (2022) quien aportó que el 67% de los clientes indicaron que la empresa dio su ilusión inmediata a sus consultas. La mayoría de los trabajadores se muestran neutrales respecto a si se soluciona de inmediato cualquier duda por parte de cliente esto se debe a que cuando el cliente presenta alguna duda o inquietud el personal no atiende de manera inmediata a la solución de este problema.

El 58.33% de los trabajadores están totalmente de acuerdo que están dispuestos a responder las dudas de los clientes. Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Cribillero y Villanueva (2022) quienes evidenciaron que el 75% de los clientes indicaron los colaboradores sí estuvieron dispuestos a responder sus dudas; de la misma manera con Galindo (2022) quien aportó que el 86% de los clientes indicaron los colaboradores estuvieron dispuestos a ayudarlos. La mayoría de los trabajadores indicaron que tanto totalmente de acuerdo respecto a la disposición de resolver las dudas de los clientes, es decir, aunque el personal sí muestra disposición es decir le brinda información sobre los productos de servicios esto no se da de manera inmediata, sino que tarda un tiempo significativo para que el cliente sea atendido

El 66.67% del personal están totalmente de acuerdo que resuelven de manera efectiva algún reclamo del cliente. Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Cribillero y Villanueva (2022) quienes evidenciaron que el 56% de los clientes se sienten satisfechos con las soluciones de los mozos ante un problema; ; de la misma manera con Galindo (2022) quien aportó que el 67% de los clientes indicaron que la empresa resolvió sus problemas de manera eficiente. La mayoría de los trabajadores indicaron que están totalmente de acuerdo en que se resolvió el reclamo de manera efectiva se puede decir que el cliente a pesar que esperó un tiempo para que el personal resuelva su problema finalmente sí se dio una solución sin embargo el cliente en la actualidad requiere que sus problemas sean resueltos de manera instantánea por lo tanto la empresa debería buscar estrategias para mejorar los procesos de solución de reclamos.

Tabla 4. Características de la fiabilidad en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.

El 66.67% de los trabajadores están totalmente de acuerdo que la bienvenida al cliente es dada a través de un saludo cordial. Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Cribillero y Villanueva (2022) quienes evidenciaron que el 50% de los clientes indicaron el personal que los atendió les brindó una calidad bienvenida; de igual forma con Corales (2022) quien evidenció que el 76,3% de los clientes aseguran que el personal le recibió con un saludo cordial. La mayoría de los trabajadores está totalmente de acuerdo en que brindan

confianza al cliente a través de un saludo cordial desde que el cliente ingresa el establecimiento, de esta manera el cliente se siente importante y valorado por la empresa

El 50.00% de los trabajadores están en desacuerdo que no se despide de los clientes agradeciéndole por su visita. Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación de Cribillero y Villanueva (2022) quienes evidenciaron que el 70% de los clientes indicaron el personal que los atendió no se despidió correctamente ni agradeció por su visita al restaurante; Corales (2022) quien evidenció que el 85.5% de los clientes aseguran que el personal no se despidió correctamente. La mayoría de los trabajadores indicaron que están en desacuerdo respecto a si se despiden de los clientes agradeciéndolos por su visita es decir cuando el cliente ha cancelado el pedido y terminado de consumir su producto, el personal descuida darle una despedida, aunque ellos no están valorados por el cliente una despedida puede ser sinónimo de que el cliente vuelva a repetir la compra.

El 66.67% del personal están totalmente de acuerdo que se logra transmitir confianza a los clientes. Estos resultados coinciden con lo hallado por Corales (2022) quien demostró que el 56,4% indica que el comportamiento del personal transmite confianza; de igual manera con Cribillero y Villanueva (2022) quien aportó que el 60% de los clientes indicaron que el personal sí logra transmitir confianza. La mayoría de los trabajadores asegura que el cliente siente confianza en la empresa, esto permite que se cree un vínculo de amistad con el personal y la empresa pudiendo así obtener más ganancias ya que un cliente satisfecho opta por recomendar a la marca.

El 83.33% están totalmente de acuerdo que demuestran profesionalismo en el servicio. Estos resultados coinciden con lo hallado por Corales (2022) quien demostró que el 56,4% indica que los empleados cuentan con el conocimiento para realizar su trabajo; de igual manera con Cribillero y Villanueva (2022) quien aportó que el 80% de los clientes indicaron que el personal si muestra profesionalismo. La mayoría de los trabajadores indicaron que si demuestran profesionalitas profesionalismo en el servicio esto se debe a que el personal tiene experiencia del trato que se le da a cada tipo de cliente, ya que se sabe que cada persona tiene diferente personalidad; sin embargo, en la empresa existen trabajadores que conocen las necesidades específicas de cada cliente tan solamente con la observación.

El 66.67% del personal están totalmente de acuerdo que logran hacer sentir a los clientes seguros en las transacciones que realizan. Estos resultados coinciden con lo hallado por Corales (2022) quien demostró que el 56,4% indica que los clientes se sienten seguros al momento de realizar sus pagos del servicio; de igual manera con Cribillero y Villanueva (2022) quien aportó que el 80% de los clientes indicaron que sienten seguridad en las transacciones con la empresa. La mayoría de los trabajadores indicaron que el cliente queda satisfecho con el producto pese a que existe deficiencias en el proceso de entrega de los pedidos cabe decir que, aunque el cliente valora la atención se puede decir que el determinante en el estudio es la calidad del producto ya que existen muchos casos en donde el cliente a pesar que ha sido atendido por trabajadores con actitudes negativas han regresado debido a que el producto demostró calidad.

PLAN DE MEJORA

1. Datos generales

RUC: 10329311363

Nombre comercial: D'LUCHOS

Dirección Legal: Urb. Los álamos (Ppao) MZ. E Lt. 25 Nuevo Chimbote

2. Misión

Satisfacer las necesidades gastronómica de nuestros clientes, ofreciendo alimentos y servicios con las alta calidad, donde se sobrepasen expectativa de nuestros clientes y ser un espacio de trabajo que permita la realización personal y el desarrollo de sus colaboradores en el grupo. Tomando como estrategia principal el mejoramiento continuo de los estrictos estándares de higiene y buen servicio en un ambiente se guro, agradable y familiar a un precio justo.

3. Visión

Ser una de las mejores pollerías, capaz de desarrolla en cada uno de los colaboradores; su capacidad creativa a favor del cliente. lograr una empresa altamente productiva, innovadora, competitiva y dedicada para la satisfacción del cliente, un trato justo a sus proveedores y posibilidades del desarrollo al personal.

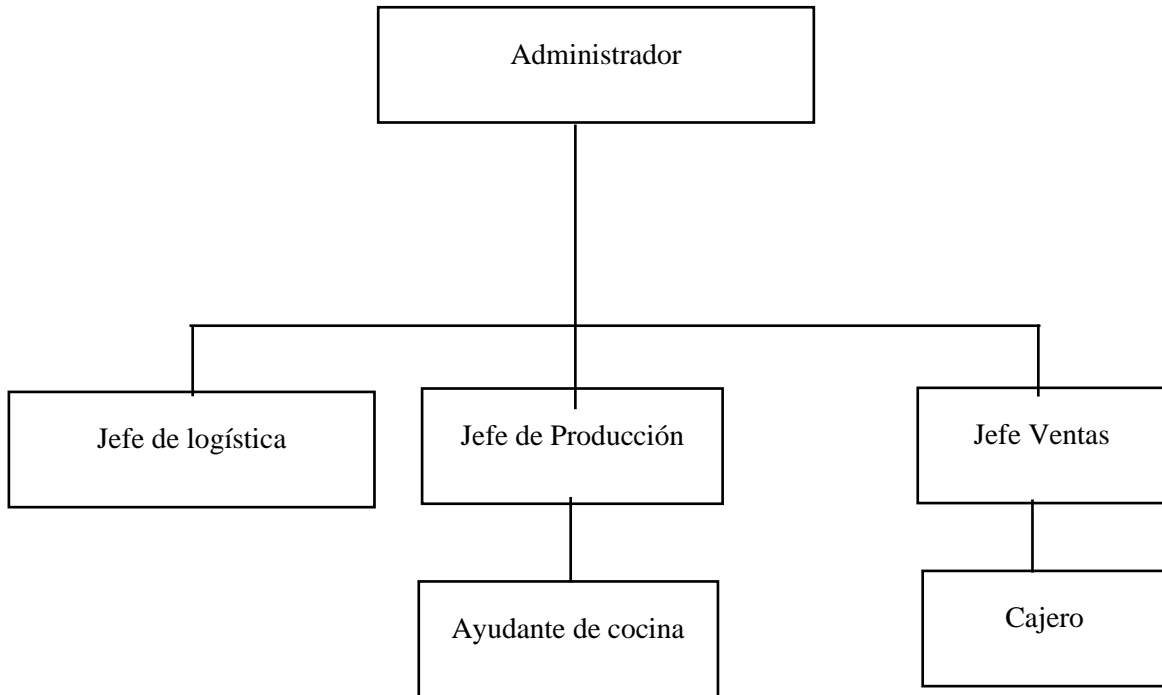
4. Objetivos

- Promover el desarrollo profesional para mejorar la motivación laboral en un 30%.
- Mejorar el 10% la eficiencia en los procesos de atención con el diseño de un flujograma de servicio.
- Incrementar la satisfacción del cliente en un 30% a través de la aplicación de encuestas de satisfacción.

5. Productos y/o servicios

Pollos a la brasa, chicha morada, gaseosas.

6. Organigrama de la empresa



Cargo	Administrador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en administración • Cursos en Mercadeo • Negocios internacionales • Gestión humana • Finanzas • Operaciones y logística
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. • Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. • Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. • Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
Cargo	Jefe de logística
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en administración • Capacidad de negociación • Capacidad de comunicación

	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de gestión de equipos • Manejo del software de control logístico • Conocimiento de la política de control de producción y logística de la empresa
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar la política de distribución, aprovisionamiento y transporte de los materiales necesarios para la producción. • Prever las necesidades de materias primas y componentes. • Elaborar y aplicar sistemas de control de existencias para la planificación de las compras. • Diseñar la organización de los materiales y productos almacenados. • Negociar con proveedores, clientes y empresas de transporte y logística. • Controlar que la mercadería adquirida cumpla los requisitos de calidad y costo.
Cargo	Jefe de producción
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Chef técnico • Experiencia mínima de un año • Su capacidad de atención y de organización. • Dotes de liderazgo. • Habilidades comunicativas. • Buena predisposición para asumir los problemas y solucionarlos con eficacia. • Ser capaz de trabajar bajo presión y en jornadas que pueden ser muy largas.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Organización general de la cocina • Control de los pedidos y del stock • Cuidado de la cocina • Entrena y supervisa a cada trabajador encargado de algún proceso productivo durante el ejercicio de sus funciones • Preparar los alimentos
Cargo	Ayudante de cocina
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia Básico de Cocina. • Higiene y Seguridad Integral. • Relaciones Humanas. • Practicante de gastronomía.

Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Ayudar a los cocineros a preparar los alimentos (p.ej., limpiar y pelar frutas y verduras, cortar pan y carne). • Medir y mezclar ingredientes • Preparar platos para servir. • Controlar las existencias e informar al supervisor cuando se necesite hacer más pedidos. • Desempaquetar y almacenar las existencias en congeladores, armarios y otras áreas de almacenaje.
Cargo	Jefe de ventas
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en administración • Superior, técnicos o universitarios (completos o truncos). • Experiencia mínima de 01 año en Ventas Intangibles (Asesor Ventas y Servicios, Vendedor de Campo)
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Generar y/o desarrollar cartera de clientes nuevos individuales. • Cumplir con el modelo de ventas y prospección diaria, efectuando llamadas, agendando citas y visitas a clientes con el objetivo de cumplir la cuota asignada. • Reportar diariamente las ventas nuevas realizadas para el pago de las comisiones respectivas
Cargo	Cajero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en administración • Estudios universitarios o técnicos en administración de empresas o contabilidad • Experiencia mínima 1 año • Atención al cliente • Habilidades numéricas • Facilidad de palabra • Actitud de servicio • Proactivo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir y darles la bienvenida a los clientes. • Registrar los productos adquiridos diariamente, escaneando el código de barras o ingresando el número de identificación en las cajas registradoras. • Recibir pagos y dar el cambio, además de elaborar y entregar facturas. • Organizar los productos en las bolsas, de ser necesario.

	<ul style="list-style-type: none">• Brindar a los clientes servicios posteriores a la venta en términos de reparaciones, devoluciones o cambio de mercancía.• Dar respuesta a las inquietudes de los clientes brindando asistencia sobre los procedimientos y políticas del establecimiento.
--	---

7. Diagnostico general

Análisis FODA	Oportunidades	Amenazas
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ofertas de financiamiento de bancos cajas y cooperativas. 2. Alta demanda del mercado. 3. Incremento de la población. 4. Posibilidad de apertura nuevo local (Sucursal) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento de competidores indirectos. 2. Rescindir contrato de concesionario. 3. Cambio de estilo de vida, con tendencia al consumo de productos saludables. 4. Corte de electricidad no programado.
<p>Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento y experiencia en el negocio. 2. Posicionamiento en la mente del consumidor. 3. Precio justo. 4. Servicio de calidad. 	<p>F – O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechar el financiamiento, para mejoras en el local (F1-O1) 2. Publicitar nuestra Pollería para captar y mantener nuestro posicionamiento en el mercado. (F2-O2) 3. Promocionar nuestro producto a través de las Redes Sociales. (F3-O3) 4. Realizar estudio de mercado en la ciudad de Chimbote, para posible sucursal. (F4-O4) 	<p>F – A</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Utilizar nuestro conocimiento y experiencia para hacer frente a la competencia. (F1-A1) 2. Cumplir con las cláusulas de contrato y satisfacer a nuestros clientes (F2-A2) 3. Ofrecer en nuestra carta nuevas alternativas saludables. (F3-A3)
<p>Debilidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Registros de compra y ventas de forma manual 2. Alta rotación de personal. 3. Falta de promociones y publicidad. 4. Local sujeto a contrato 	<p>D – O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Implementar sistema informático de compras y ventas. (D1-O1) 2. Capacitar y fidelizar al personal. (D2-O2) 3. Utilizar las herramientas del Marketing Mix para captar nuevos clientes. (D3-O3). 4. Aprovechar el financiamiento, para adquirir nuevo local propio. (D4-O4) 	<p>D – A</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitar al personal para el uso del nuevo sistema informático de ventas. (D1-A1) 2. Mejorar salariales e incentivos al personal. (D2-A2) 3. Promocionar nuevas alternativas de consumos saludable de nuestra carta.

8. Indicadores de gestión

Indicador	Problema	Causa	Consecuencia
Necesidades de capacitación	El 58.33% de los trabajadores se muestran neutrales que sus habilidades y destrezas son tomadas en cuenta en las decisiones de la organización	El gerente no toma importancia a mejorar las habilidades y destrezas de capital humano.	El personal puede sentirse desmotivado debido a que no es tomado en cuenta en las decisiones de la empresa. Conformismo del personal ya que siempre hará de la misma manera sus actividades es decir no buscará la creatividad para mejorar sus funciones
Fines de la capacitación	El 50.00% de los trabajadores se muestran neutrales que para lograr sus metas profesionales requieren una capacitación especializada	No existe un buen ambiente laboral donde se mejore las condiciones laborales se promueva el desarrollo profesional por ende el trabajador considera que sus conocimientos y experiencias no han sido aprovechadas al máximo por la empresa por ende no han mejorado o no han cumplido sus metas profesionales.	Insatisfacción del personal debido a que considera que su trabajo no es importante para la empresa. Alta rotación de personal puesto que el trabajador podría abandonar la empresa por las pésimas condiciones laborales.
Temas de capacitación	El 58.33% del personal se muestran neutrales respecto a si es necesario capacitarse en el manejo de quejas y situaciones difíciles	Resistencia al cambio debido a que no está acostumbrados a recibir capacitaciones por ende consideran que no tendría buenos resultados luego del entrenamiento.	No contar con autonomía para resolver los problemas quejas inquietudes o reclamos del cliente.
	El 66.67% de los trabajadores están en desacuerdo en que es importante la capacitación en las habilidades de comunicación.	Un clima la moral negativo es decir no existe compañerismo entre los trabajadores por ende se rehúsan a participar en la capacitación puesto que lo tomarían como una competencia y no como una oportunidad para contribuir al desarrollo de la empresa.	Clima laboral negativo pues no existe cooperación entre los miembros de la empresa.
Técnicas de capacitación	El 58.33% del personal están en desacuerdo que el entrenamiento debería ser a	El personal desconoce de la importancia que tiene la capacitación para el desarrollo profesional	Bajo nivel de productividad ya que los trabajadores no mejorarán

	través de la de la técnica (Taller)	además consideran que no tienen el suficiente tiempo para los talleres de capacitación.	su desempeño a través de las capacitaciones.
Rapidez en la atención	El 66.67% de los trabajadores están en desacuerdo que los clientes reciben los productos dentro del tiempo pactado	La empresa no cumple lo que promete debido a que se carece del número adecuado de trabajadores para atender con prontitud al cliente	Insatisfacción del cliente debido a que ellos esperan no solamente un producto de calidad sino también que este se le dé en el tiempo pactado.
Disposición de ayuda	El 58.33% del personal se muestran neutrales con respecto a que se soluciona de inmediato cualquier consulta por parte del cliente.	A pesar que el personal está dispuesto a ayudar al cliente no dan una solución inmediata a las consultas esto se debe a que el trabajador siente cansancio o presión por entregar los pedidos a la gran demanda de clientes.	Desprestigio de la marca pues los clientes insatisfechos pueden generar comentarios negativos ya sea de manera presencial o en redes sociales.

9. Problemas

Problema	Causa
El 58.33% de los trabajadores se muestran neutrales que sus habilidades y destrezas son tomadas en cuenta en las decisiones de la organización	El gerente no toma importancia a mejorar las habilidades y destrezas de capital humano.
El 50.00% de los trabajadores se muestran neutrales que para lograr sus metas profesionales requieren una capacitación especializada	No existe un buen ambiente laboral donde se mejore las condiciones laborales se promueva el desarrollo profesional por ende el trabajador considera que sus conocimientos y experiencias no han sido aprovechadas al máximo por la empresa por ende no han mejorado o no han cumplido sus metas profesionales.
El 58.33% del personal se muestran neutrales respecto a si es necesario capacitarse en el manejo de quejas y situaciones difíciles	Resistencia al cambio debido a que no está acostumbrados a recibir capacitaciones por ende consideran que no tendría buenos resultados luego del entrenamiento.
El 66.67% de los trabajadores están en desacuerdo en que es importante la capacitación en las habilidades de comunicación.	Un clima la moral negativo es decir no existe compañerismo entre los trabajadores por ende se rehúsan a participar en la capacitación puesto que lo tomarían como una competencia y no como una oportunidad para contribuir al desarrollo de la empresa.
El 58.33% del personal están en desacuerdo que el entrenamiento debería ser a través de la de la técnica (Taller)	El personal desconoce de la importancia que tiene la capacitación para el desarrollo profesional además consideran que no tienen el suficiente tiempo para los talleres de capacitación.

El 66.67% de los trabajadores están en desacuerdo que los clientes reciben los productos dentro del tiempo pactado	La empresa no cumple lo que promete debido a que se carece del número adecuado de trabajadores para atender con prontitud al cliente
El 58.33% del personal se muestran neutrales con respecto a que se soluciona de inmediato cualquier consulta por parte del cliente.	A pesar que el personal está dispuesto a ayudar al cliente no dan una solución inmediata a las consultas esto se debe a que el trabajador siente cansancio o presión por entregar los pedidos a la gran demanda de clientes.

10. Establecer soluciones

Indicador	Problema	Acciones de mejora
Necesidades de capacitación	El 58.33% de los trabajadores se muestran neutrales que sus habilidades y destrezas son tomadas en cuenta en las decisiones de la organización	Realizar reuniones semanales en el horario de almuerzo con la finalidad de crear un ambiente laboral adecuado de esta manera se va a generar lazos de amistad y confianza con los trabajadores y la alta jerarquía. Aplicar la evaluación de 90° ya que este consiste en que el gerente deberá evaluar de manera personal a cada empleado, se puede decir que es una forma directa de evaluar el rendimiento de los colaboradores, sin tener que hacer un proceso tan complejo. <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de las competencias a evaluar • Aplicar un cuestionario de 10 preguntas • Realizar gráficos para determinar el nivel de desempeño. • Detectar competencias de mejora y fortalecer las competencias sobresalientes.
Fines de la capacitación	El 50.00% de los trabajadores se muestran neutrales que para lograr sus metas profesionales requieren una capacitación especializada	Crear un programa de desarrollo profesional para lograr que los trabajadores se sientan satisfechos y tengan las posibilidades de lograr ascensos o una mejor remuneración. Un plan de carrera o desarrollo profesional requiere contemplar muchos factores. El desarrollo de un trabajador y, por tanto, de una persona es un proceso multicausal en el que es necesario tener en cuenta, al menos, estas tres variables: la formación, los incentivos y la promoción. <ul style="list-style-type: none"> • La formación: Cursos de capacitación • Los incentivos: Económicos y no económicos. • La promoción: Posibilidad de ascenso
Temas de capacitación	El 58.33% del personal se muestran neutrales	Crear un plan de capacitación para el manejo de quejas y reclamos:

	<p>respecto a si es necesario capacitarse en el manejo de quejas y situaciones difíciles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivo: Mejorar el manejo de quejas y reclamos. • Meta: 100% de solución quejas y reclamos • Duración: 2 horas a la semana durante un mes. • Materiales: Proyector, lapiceros, papeles.
	<p>El 66.67% de los trabajadores están en desacuerdo en que es importante la capacitación en las habilidades de comunicación.</p>	<p>Crear un plan de capacitación para mejorar las habilidades de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo: Mejorar las relaciones interpersonales tanto con los empleados como con los clientes. • Meta: 100% de empleados y clientes con mejores relaciones interpersonales. • Duración: 2 horas a la semana durante un mes. • Materiales: Proyector, lapiceros, papeles.
Técnicas de capacitación	<p>El 58.33% del personal están en desacuerdo que el entrenamiento debería ser a través de la de la técnica (Taller)</p>	<p>Taller sobre la competencia interpersonal</p> <p>a. Temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa. • Integración. • Trato conciliador con sus compañeros <p>c. Metodología</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teórico- Vivencial <p>d. Expositor Coaching</p> <p>e. Duración De 8:00 a 11:00</p> <p>f. Costo del curso S/. 800.00</p> <p>g. Costo total de refrigerio S/. 60.00</p> <p>h. Descripción</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientada a que los conductores de la empresa demuestren una actitud conciliadora con sus compañeros, trabaje en equipo, mantener una relación adecuada con sus compañeros de trabajo, ser democrático para consensuar puntos de vista con mis compañeros y trabajar de buena manera con diferentes tipos de personas. <p>i. Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demostrar una actitud conciliadora frente a los conflictos que se dan en el trabajo. • Demostrar integración con los compañeros de trabajo.

		<ul style="list-style-type: none"> • Demostrar iniciativa, para trabajar en equipo, para relacionarme con mis compañeros y con otras personas.
Rapidez en la atención	El 66.67% de los trabajadores están en desacuerdo que los clientes reciben los productos dentro del tiempo pactado	Contratar a personal eventual en fechas festivas como, por ejemplo: Día de la madre, día del padre, 28 de julio, Navidad, año nuevo; Ya que de esta manera se podrá atender de manera casi inmediata a la gran cantidad de clientes.
Disposición de ayuda	El 58.33% del personal se muestran neutrales con respecto a que se soluciona de inmediato cualquier consulta por parte del cliente.	Un diagrama de flujo de atención al cliente es una representación gráfica que permite que el equipo de soporte pueda organizar, categorizar y gestionar todas las demandas de los consumidores. El flujograma proporciona las pautas necesarias para que los agentes puedan gestionar las solicitudes, ya sea por chat, teléfono o correo electrónico.

11. Recursos para la implementación de las estrategias

Estrategias	Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
<p>Realizar reuniones semanales en el horario de almuerzo con la finalidad de crear un ambiente laboral adecuado de esta manera se va a generar lazos de amistad y confianza con los trabajadores y la alta jerarquía.</p> <p>Aplicar la evaluación de 90° ya que este consiste en que el gerente deberá evaluar de manera personal a cada empleado, se puede decir que es una forma directa de evaluar el rendimiento de los colaboradores, sin tener que hacer un proceso tan complejo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de las competencias a evaluar • Aplicar un cuestionario de 10 preguntas • Realizar gráficos para determinar el nivel de desempeño. • Detectar competencias de mejora y fortalecer las competencias sobresalientes. 	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores.	15 días
<p>Crear un programa de desarrollo profesional para lograr que los trabajadores se sientan satisfechos y tengan las posibilidades de lograr ascensos o una mejor remuneración.</p> <p>Un plan de carrera o desarrollo profesional requiere contemplar muchos factores. El desarrollo de un trabajador y, por tanto, de una persona es un proceso multicausal en el que es necesario tener en cuenta, al menos, estas tres variables: la formación, los incentivos y la promoción.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La formación: Cursos de capacitación • Los incentivos: Económicos y no económicos. • La promoción: Posibilidad de ascenso 	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores.	15 días

<p>Crear un plan de capacitación para el manejo de quejas y reclamos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo: Mejorar el manejo de quejas y reclamos. • Meta: 100% de solución quejas y reclamos • Duración: 2 horas a la semana durante un mes. • Materiales: Proyector, lapiceros, papeles. 	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores.	15 días
<p>Crear un plan de capacitación para mejorar las habilidades de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo: Mejorar las relaciones interpersonales tanto con los empleados como con los clientes. • Meta: 100% de empleados y clientes con mejores relaciones interpersonales. • Duración: 2 horas a la semana durante un mes. • Materiales: Proyector, lapiceros, papeles. 	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores, cuestionario.	15 días
<p>Taller sobre la competencia interpersonal</p> <p>a. Temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa. • Integración. • Trato conciliador con sus compañeros <p>c. Metodología</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teórico- Vivencial <p>d. Expositor Coaching</p> <p>e. Duración De 8:00 a 11:00</p> <p>f. Costo del curso S/. 800.00</p> <p>g. Costo total de refrigerio S/. 60.00</p> <p>h. Descripción</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientada a que los conductores de la empresa demuestren una actitud conciliadora con sus compañeros, trabaje en equipo, mantener una relación adecuada con sus compañeros de trabajo, ser 	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores, tabla de apuntes.	30 días

<p>democrático para consensuar puntos de vista con mis compañeros y trabajar de buena manera con diferentes tipos de personas.</p> <p>i. Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demostrar una actitud conciliadora frente a los conflictos que se dan en el trabajo. • Demostrar integración con los compañeros de trabajo. <p>Demostrar iniciativa, para trabajar en equipo, para relacionarme con mis compañeros y con otras personas.</p>				
<p>Contratar a personal eventual en fechas festivas como, por ejemplo: Día de la madre, día del padre, 28 de julio, Navidad, año nuevo; Ya que de esta manera se podrá atender de manera casi inmediata a la gran cantidad de clientes.</p>	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores, tabla de apuntes.	30 días
<p>Un diagrama de flujo de atención al cliente es una representación gráfica que permite que el equipo de soporte pueda organizar, categorizar y gestionar todas las demandas de los consumidores. El flujograma proporciona las pautas necesarias para que los agentes puedan gestionar las solicitudes, ya sea por chat, teléfono o correo electrónico.</p>	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores, tabla de apuntes.	30 días

12. Cronograma de actividades

N°	Estrategias	Fecha	Termino	Año 2024																				
				Febrero				Marzo				Abril				Mayo								
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
1	<p>Realizar reuniones semanales en el horario de almuerzo con la finalidad de crear un ambiente laboral adecuado de esta manera se va a generar lazos de amistad y confianza con los trabajadores y la alta jerarquía.</p> <p>Aplicar la evaluación de 90° ya que este consiste en que el gerente deberá evaluar de manera personal a cada empleado, se puede decir que es una forma directa de evaluar el rendimiento de los colaboradores, sin tener que hacer un proceso tan complejo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de las competencias a evaluar • Aplicar un cuestionario de 10 preguntas • Realizar gráficos para determinar el nivel de desempeño. • Detectar competencias de mejora y fortalecer las competencias sobresalientes. 	01-02-24	15-02-24		x																			
2	<p>Crear un programa de desarrollo profesional para lograr que los trabajadores se sientan satisfechos y tengan las posibilidades de lograr ascensos o una mejor remuneración.</p> <p>Un plan de carrera o desarrollo profesional requiere contemplar muchos factores. El desarrollo de un trabajador y, por tanto, de una persona es un proceso multicausal en el que es necesario tener en cuenta, al menos, estas tres variables: la formación, los incentivos y la promoción.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La formación: Cursos de capacitación • Los incentivos: Económicos y no económicos. • La promoción: Posibilidad de ascenso 	16-02-24	28-02-24																					

3	<p>Crear un plan de capacitación para el manejo de quejas y reclamos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo: Mejorar el manejo de quejas y reclamos. • Meta: 100% de solución quejas y reclamos • Duración: 2 horas a la semana durante un mes. • Materiales: Proyector, lapiceros, papeles. 	01-03-24	15-03-24												
4	<p>Crear un plan de capacitación para mejorar las habilidades de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo: Mejorar las relaciones interpersonales tanto con los empleados como con los clientes. • Meta: 100% de empleados y clientes con mejores relaciones interpersonales. • Duración: 2 horas a la semana durante un mes. • Materiales: Proyector, lapiceros, papeles. 	16-03-24	31-03-24												
5	<p>Taller sobre la competencia interpersonal</p> <p>a. Temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa. • Integración. • Trato conciliador con sus compañeros <p>c. Metodología</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teórico- Vivencial <p>d. Expositor Coaching</p> <p>e. Duración De 8:00 a 11:00</p> <p>f. Costo del curso S/. 800.00</p> <p>g. Costo total de refrigerio S/. 60.00</p> <p>h. Descripción</p>	01-04-24	15-04-24												

	<ul style="list-style-type: none"> Orientada a que los conductores de la empresa demuestren una actitud conciliadora con sus compañeros, trabaje en equipo, mantener una relación adecuada con sus compañeros de trabajo, ser democrático para consensuar puntos de vista con mis compañeros y trabajar de buena manera con diferentes tipos de personas. <p>i. Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Demostrar una actitud conciliadora frente a los conflictos que se dan en el trabajo. Demostrar integración con los compañeros de trabajo. Demostrar iniciativa, para trabajar en equipo, para relacionarme con mis compañeros y con otras personas. 																			
6	Contratar a personal eventual en fechas festivas como, por ejemplo: Día de la madre, día del padre, 28 de julio, Navidad, año nuevo; Ya que de esta manera se podrá atender de manera casi inmediata a la gran cantidad de clientes.	01-04-24	15-04-24																	
7	Un diagrama de flujo de atención al cliente es una representación gráfica que permite que el equipo de soporte pueda organizar, categorizar y gestionar todas las demandas de los consumidores. El flujograma proporciona las pautas necesarias para que los agentes puedan gestionar las solicitudes, ya sea por chat, teléfono o correo electrónico.	01-04-24	15-04-24																	

VI. CONCLUSIONES

Se determinó las características de la capacitación del recurso humano para mejorar la calidad de servicio en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, de esta manera se pudo evidenciar los problemas que tiene la empresa para analizar las necesidades de capacitación así como las técnicas para aplicar el entrenamiento al personal, a su vez se identificaron las falencias en los procesos del servicio al cliente, todo ello permitió crear acciones de mejora que permitan incrementar el posicionamiento de la marca.

Los trabajadores se muestran neutrales que sus habilidades y destrezas son tomadas en cuenta en las decisiones de la organización, están de acuerdo que los directivos conocen sus habilidades y destrezas, están totalmente de acuerdo que es necesario que se debe participar en la planificación de las capacitaciones, se muestran neutrales que para lograr sus metas profesionales requieren una capacitación especializada y están totalmente de acuerdo que las necesidades de capacitación identificadas mejoraría su desempeño.

Los trabajadores están totalmente de acuerdo que es necesario una capacitación en el tema: Importancia del servicio al cliente, se muestran neutrales respecto así se capacitarían en el manejo de quejas y situaciones difíciles, están en desacuerdo en que es importante la capacitación en las habilidades de comunicación, están en desacuerdo que el entrenamiento debería ser a través de la técnica (Taller) y el 66.67% de los trabajadores están totalmente de acuerdo que el entrenamiento debería ser a través de la técnica (Foro).

El personal se muestra neutral con respecto a que la atención es de manera rápida por los pedidos del cliente, están en desacuerdo que los clientes reciben los productos dentro del tiempo pactado, se muestran neutrales con respecto a que se soluciona de inmediato cualquier consulta por parte del cliente, están totalmente de acuerdo que están dispuestos a responder las dudas de los clientes y están totalmente de acuerdo que resuelven de manera efectiva algún reclamo del cliente.

Los trabajadores están totalmente de acuerdo que la bienvenida al cliente es dada a través de un saludo cordial, están en desacuerdo que no se despide de los clientes agradeciéndole por su visita, están totalmente de acuerdo que se logra transmitir confianza a los clientes, están totalmente de acuerdo que demuestran profesionalismo en el servicio y el están totalmente de acuerdo que logran hacer sentir a los clientes seguros en las transacciones que realizan.

Se elaboró una propuesta de mejora en base a los resultados de la investigación con la finalidad de mejorar la capacitación laboral y calidad de servicio.

VII. RECOMENDACIONES

Aplicar la evaluación de 90° ya que tiene como finalidad proporcionar una descripción exacta y confiable de la manera como el empleado realiza sus labores y cumple con sus responsabilidades. Para cumplir este objetivo los sistemas de evaluación de desempeño deben estar directamente relacionados con el cargo/puesto y ser prácticos y confiables. El empleado debe recibir una retroalimentación o feedback adecuado a fin de reducir desacuerdos con respecto a su actuación en la organización.

Crear un plan de capacitación, con el objetivo de potencia la cooperación entre áreas y mejora las relaciones entre jefaturas y colaboradores; agilizar la resolución de problemas y aumenta la posibilidad de que aparezcan propuestas de mejora de procesos existentes; a su vez disminuir la rotación de personal; y aumentar la productividad de los equipos.

Diseñar un flujograma de servicio, ya que esta herramienta permite ver de forma clara y concisa cada detalle, lo cual brinda a los equipos la capacidad de entender de forma rápida las tareas a realizar, y quién y cómo las va a realizar, esta información significa menos juntas, realizar menos preguntas y permitir a todos más tiempo para el trabajo

Aplicar encuestas de satisfacción al cliente, con el fin de descubrir la opinión de los clientes acerca de la marca; conocer aspectos a mejorar; saber cuáles son las características que más gustan; examinar si las estrategias están siendo efectivas; comprender las necesidades de los consumidores y cubrir las expectativas de los clientes e incluso ir un paso más allá para superarlas.

Implementar la propuesta de mejora que fue elaborado en base a los resultados de la investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arroyo, L., y Miñano, M. (2022). *Capacitación y Competitividad de Servicio. Argenper S.A. Chimbote.2022*. [Tesis de pregrado, Universidad cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/107857?locale-attribute=es>
- Alvares, A. (2022). *Propuesta de mejora en la calidad del servicio de atención al cliente de la sucursal de Cali-Colombia de la empresa DSV AIR & SEA S.A.S*. [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Occidente]. <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/3451315?show=full>
- Alvarado, M. (2020). *Gestión de calidad y capacitación de las MYPE, rubro restaurantes del centro de Piura, 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/28400>
- Badajoz, (2023). Calidad de servicio en la decisión de compra en centros comerciales de Perú. *Quipukamayoc*, 31 (65). http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1609-81962023000100061
- Borbor, J. (2019). *Capacitación laboral y competitividad de las microempresas del sector manufacturero del cantón guayaquil, período 2019-2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]. <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/4462/1/BORBOR%20GAMARRA%20JOS%C3%89%20LUIS.pdf>
- Budon, A. (2022). *10 formas de ganar la confianza del cliente*. <https://www.bitrix24.es/articles/10-formas-de-ganar-la-confianza-del-cliente.php>
- Cribillero, L., y Villanueva, L. (2022). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en el Restaurante Chifa Oriental de Chimbote, 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/109725?locale-attribute=es>
- Corales, L. (2022). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la Pollería Momos Chimbote, 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/116897>

- CEPAL. (2020). *MIPYMES en América Latina Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*.
<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/2c7fec3c-c404-496b-a0da-e6a14b1cee48/content>
- Costa, M. (2019). *Los 10 problemas más frecuentes que se detectan en las pymes*.
<https://www.actionproject.es/blog/problemas-frecuentes-detectan-pymes>
- Calderón, D. (2022). Calidad de servicio e imagen corporativa de una empresa de transporte público individual tacneña durante la COVID-19. *Economía & Negocios*, 4(2), 80–100. <https://doi.org/10.33326/27086062.2022.2.1243>
- Delgado, L. (2019). Programa de capacitación empresarial para el sector informal: Determinación econométrica. *Revista espacios*, 40 (33).
<https://www.revistaespacios.com/a19v40n33/a19v40n33p02.pdf>
- Galindo, S. (2022). Calidad del servicio y satisfacción de los clientes en el restaurante El Uruguayo en la ciudad de Chiclayo, 2022. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/11023>
- Guillen, Y. (2023). *Colombia Meta Day 2023, un espacio de capacitación para las Pymes*.
<https://dplnews.com/colombia-meta-day-2023-un-espacio-de-capacitacion-para-las-pymes/>
- Hidalgo, M. (2019). Capacitación y gestión del talento humano en administración de empresas. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, 6 (10). <http://portal.amelica.org/ameli/journal/362/3621539011/html/>
- López, C. (2021). La importancia de la capacitación en la empresa.
<https://www.cetys.mx/noticias/la-importancia-de-la-capacitacion-en-la-empresa/>
- Morales, F. (2021). *Capacitación laboral*.
<https://economipedia.com/definiciones/capacitacion-laboral.html>
- Ministerio de Industria Comercio y Turismo. (2019). *Marco estratégico en política de pyme 2030*.
<https://industria.gob.es/es-es/Servicios/MarcoEstrategicoPYME/Marco%20Estrat%C3%A9gico%20PYME.pdf>

- Montoya, E. (2020). *Percepción de la calidad del servicio en los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Cali*. [Tesis de pregrado, Universidad ICESI]. https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/87455/1/TG02920.pdf
- Núñez, E. (2021). *Plan de capacitación: ¿Cómo elaborar la guía del training laboral?*. <https://cursalab.io/blog/plan-de-capacitacion/>
- Organización de las Naciones Unidas (2023). *Fomentar las MIPYME mediante el apoyo a las mujeres y la juventud emprendedora y las cadenas de suministro resilientes*. <https://www.un.org/es/observances/micro-small-medium-businesses-day>
- Quijano, V. (2022). *Crea una estrategia para ayudar a tus clientes B2B en sus emergencias*. <https://victorquijano.com/blog/crea-estrategia-para-ayudar-clientes-b2b-en-emergencias/>
- Reina, Y. (2020). Plan de formación y desarrollo para la Asociación de Joyeros del Azuay. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5 (10). <https://www.redalyc.org/journal/5768/576869215021/576869215021.pdf>
- Romero Urréa, H. ., Real Cotto, J. J. ., Ordoñez Sánchez, . J. L. ., Gavino Díaz, G. E., & Saldarriaga, G. . (2022). Metodología de la investigación. *Acvenisproh Académico*. <https://doi.org/10.47606/ACVEN/ACLIB0017>
- Reglamento de integridad científica en la investigación Versión 001. (2023). *Aprobado por el consejo universitario con resolución N° 0304-2023-CU-ULADECH Católica, de fecha 31 de marzo de 2023*. https://es.slideshare.net/PilarFernandezRodrigu1/reglamento-de-integridad-cientifica-en-la-investigacionpdf?from_action=save
- Saucedo, P. (2019). *La capacitación en atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta minorista de productos agropecuarios, ciudad de Chimbote, 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/17671>
- Suarez, S. (2021). *Capacitación laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante cevichería: caso restaurante Matrucha, distrito Castilla, Piura, 2021*.

[Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/27195>

Van, C. (2023). *Los tres errores más comunes en la capacitación de trabajadores y cómo evitarlos*. <https://gestion.pe/economia/empresas/los-tres-errores-mas-comunes-en-la-capacitacion-de-trabajadores-y-como-evitarlos-noticia/>

Vásquez, D. (2023). *La 'rapidez en la respuesta' lo más valorado en el servicio de atención al cliente*. <https://www.america-retail.com/experiencia-del-cliente/la-rapidez-en-la-respuesta-lo-mas-valorado-en-el-servicio-de-atencion-al-cliente/>

ANEXOS

Anexo 01 Matriz de consistencia

TÍTULO: CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA POLLERÍA D' LUCHOS, NUEVO CHIMBOTE, 2023

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema general: ¿Cuáles son las características de la capacitación del recurso humano para mejorar la calidad de servicio en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023?</p> <p>Problemas específicos: ¿Cuáles son las características de la planificación de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023? ¿Cuáles son las características de la ejecución de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023? ¿Cuáles son las características de la capacidad de respuesta en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023? ¿Cuáles son las características de la fiabilidad en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023? ¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora de la capacitación del recurso humano para mejorar la calidad de servicio en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023?</p>	<p>Objetivo general: Determinar las características de la capacitación del recurso humano para mejorar la calidad de servicio en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.</p> <p>Objetivos específicos: Describir las características de la planificación de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023. Describir las características de la ejecución de la capacitación en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023. Describir las características de la capacidad de respuesta en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023. Describir las características de la fiabilidad en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023. Elabora una propuesta de un plan de mejora de la capacitación del recurso humano para mejorar la calidad de servicio en la pollería D' Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.</p>	<p>En el estudio, no se plantea una hipótesis por ser de nivel descriptivo.</p> <p>Concordando con Espinoza (2020), quien afirma en que en un trabajo descriptivo no se considera hipótesis, debido a que una investigación descriptiva es aquella que busca el qué del objeto de estudio, más que el por qué. Como su nombre lo indica, busca describir y explicar lo que se investiga, pero no dar las razones por las cuales eso tiene lugar.</p>	<p>Variable 1: Capacitación Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación de la capacitación • Ejecución de la capacitación. <p>Variable 2: Calidad de servicio Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de respuesta • Fiabilidad. 	<p>Tipo: Cuantitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo- de propuesta</p> <p>Diseño: No experimental, transversal</p> <p>Población y muestra:</p> <p>Población: 12 trabajadores</p> <p>Muestra: 12 trabajadores</p> <p>Técnica e instrumento:</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Anexo 02. Instrumento de recolección de datos



INSTRUCCIONES: A continuación, le presentamos las preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcar con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo a las siguientes alternativas.

Respecto a la variable: Capacitación

Escala:

- Totalmente de acuerdo : 5
- De acuerdo : 4
- Neutral : 3
- En desacuerdo : 2
- Totalmente en desacuerdo : 1

Dimensión 1: Planificación de la capacitación	1	2	3	4	5
1. Considera Ud. que sus habilidades y destrezas son tomadas en cuenta en las decisiones de la organización					
2. Considera Ud. que los directivos conocen las habilidades y destrezas de los trabajadores					
3. Considera Ud., que es necesario que participen en la planificación de las capacitaciones					
4. Considera Ud. que para lograr sus metas profesionales requiere capacitación especializada					
5. Considera Ud. que la necesidad de capacitación identificadas por mejoraría su desempeño					
Dimensión 2: Ejecución de la capacitación					
6. Considera que la empresa debe capacitarlo en el tema: Importancia del servicio al cliente.					
7. Considera que la empresa debe capacitarlo en el tema: Manejo de quejas y situaciones difíciles.					
8. Considera que la empresa debe capacitarlo en el tema: Habilidades de comunicación					
9. Considera que el entrenamiento debería ser a través de la técnica (Taller).					
10. Considera que el entrenamiento debería ser a través de la técnica (Foro)					

Respecto a la variable: Calidad de servicio

Escala:

Totalmente de acuerdo : 5

De acuerdo : 4

Neutral : 3

En desacuerdo : 2

Totalmente en desacuerdo : 1

Dimensión 1: Capacidad de respuesta	1	2	3	4	5
1. Considera que atiende de manera rápida los pedidos del cliente.					
2. Considera que los clientes reciben los productos dentro del tiempo pactado.					
3. Considera usted que absuelve de inmediato cualquier consulta del cliente					
4. Usted siempre está dispuesto a responder las dudas de los clientes.					
5. Siente que resuelve los reclamos del cliente de forma efectiva					
Dimensión 2: Fiabilidad					
6. Usted demuestra confianza a través de un saludo cordial al cliente.					
7. Usted demuestra confianza a través de una despedida cordial de los clientes agradeciéndole por su visita.					
8. Considera usted que logra transmitir confianza a los clientes.					
9. Considera que usted muestra profesionalismo en el servicio al cliente.					
10. Considera que la empresa lograr hacer sentir a los clientes seguros en las transacciones que realizan.					

Anexo 03. Validez del instrumento

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: HECTOR ASCENCIO RIVERA PRIETO

Nº DNI / CE: 32765359.

Edad: 57

Teléfono / celular: 943615882

Email: hectorrivera35@hotmail.com

Título profesional:

Grado académico: Maestría

Doctorado: _____

Especialidad: DOCENTE

Institución que labora: INAIGEM

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: Capacitación Del Recurso Humano Para Mejorar La Calidad De Servicio En La Pollería D'Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.

Autor(es): Villanueva Guerrero Leydi Rocio

Programa académico: Administración



Firma



Huella digital

Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Hector Asencio Rivera Prieto

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

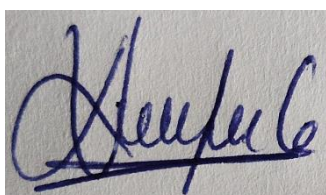
Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: VILLANUEVA GUERRERO, LEYDI ROCIO Estudiante del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula “CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA POLLERÍA D’ LUCHOS, NUEVO CHIMBOTE, 2023” y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de identificación de Experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente



VILLANUEVA GUERRERO, LEYDI ROCIO
DNI: 44819816

FICHA DE VALIDACIÓN

TÍTULO: CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA POLLERÍA D'LUCHOS, NUEVO CHIMBOTE 2023.

	Variable 1: capacitación	Relevancia		Pertenecía		Claridad		Observación
		Cumple	No cumple	Cumple	No Cumple	Cumple	No Cumple	
1	Considera Ud. que sus habilidades y destrezas son tomadas en cuenta en las decisiones de la organización	X		X		X		
2	Considera Ud. que los Directivos conocen las habilidades y destrezas de los trabajadores	X		X		X		
3	Considera Ud., que es necesario que participen en la planificación de las capacitaciones	X		X		X		
4	Considera Ud. que para lograr sus metas profesionales requiere capacitación especializada	X		X		X		
5	Considera Ud. que la necesidad de capacitación identificadas por usted mejoraría su desempeño	X		X		X		
	Dimensión 2: Ejecución de la capacitación							
6	Considera que la empresa debe capacitarlo en el tema: Importancia del servicio al cliente.	X		X		X		
7	Considera que la empresa debe capacitarlo en el tema: Manejo de quejas y situaciones difíciles.	X		X		X		
8	Considera que la empresa debe capacitarlo en el tema: Habilidades de comunicación	X		X		X		
9	Considera que el entrenamiento debería ser a través de la técnica (Taller).	X		X		X		
10	Considera que el entrenamiento debería ser a través de la técnica (Foro)	X		X		X		

	Variable 2: calidad de servicio	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observación
		Dimensión 1: Capacidad de respuesta	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	
11	Considera que atiende de manera rápida los pedidos del cliente.	X		X		X		
12	Considera que los clientes reciben los productos dentro del tiempo pactado.	X		X		X		
13	Considera usted que absuelve de inmediato cualquier consulta del cliente	X		X		X		
14	Usted siempre está dispuesto a responder las dudas de los clientes.	X		X		X		
15	Siente que resuelve los reclamos del cliente de forma efectiva	X		X		X		
Dimensión 2: Fiabilidad								
16	Usted demuestra confianza a través de un saludo cordial al cliente.	X		X		X		
17	Usted demuestra confianza a través de una despedida cordial de los clientes agradeciéndole por su visita.	X		X		X		
18	Considera usted que logra transmitir confianza a los clientes.	X		X		X		
19	Considera que usted muestra profesionalismo en el servicio al cliente.	X		X		X		
20	Considera que la empresa lograr hacer sentir a los clientes seguros en las transacciones que realizan.	X		X		X		

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg HECTOR RIVERA PRIETO

DNI: 32765359



Firma



Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Miguel Ángel Limo Vásquez

Nº DNI / CE: 18215927

Edad: 45 años

Teléfono / celular: 949853330

Email: mlimov@uladech.edu.pe

Título profesional:

Grado académico: Maestría

Doctorado: _____

Especialidad: Administración


Institución que labora: ULADECH

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: Capacitación Del Recurso Humano Para Mejorar La Calidad De Servicio En La Pollería D'Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.

Autor(es): Villanueva Guerrero Leydi Rocio

Programa académico: Administración


Mg Miguel A. Limo Vásquez
DNI: 18215927
CLAD 04926

Firma



Huella digital

Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Miguel Ángel Limo Vásquez

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

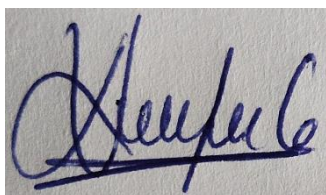
Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: VILLANUEVA GUERRERO, LEYDI ROCIO Estudiante del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula “CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA POLLERÍA D’ LUCHOS, NUEVO CHIMBOTE, 2023” y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de identificación de Experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente



VILLANUEVA GUERRERO, LEYDI ROCIO
DNI: 44819816

FICHA DE VALIDACIÓN

TÍTULO: CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA POLLERÍA D'LUCHOS, NUEVO CHIMBOTE 2023.


	Variable 1: capacitación	Relevancia		Pertenecía		Claridad		Observación
		Cumple	No cumple	Cumple	No Cumple	Cumple	No Cumple	
1	Considera Ud. que sus habilidades y destrezas son tomadas en cuenta en las decisiones de la organización	X		X		X		
2	Considera Ud. que los Directivos conocen las habilidades y destrezas de los trabajadores	X		X		X		
3	Considera Ud., que es necesario que participen en la planificación de las capacitaciones	X		X		X		
4	Considera Ud. que para lograr sus metas profesionales requiere capacitación especializada	X		X		X		
5	Considera Ud. que la necesidad de capacitación identificadas por usted mejoraría su desempeño	X		X		X		
Dimensión 2: Ejecución de la capacitación								
6	Considera que la empresa debe capacitarlo en el tema: Importancia del servicio al cliente.	X		X		X		
7	Considera que la empresa debe capacitarlo en el tema: Manejo de quejas y situaciones difíciles.	X		X		X		
8	Considera que la empresa debe capacitarlo en el tema: Habilidades de comunicación	X		X		X		
9	Considera que el entrenamiento debería ser a través de la técnica (Taller).	X		x		x		
10	Considera que el entrenamiento debería ser a través de la técnica (Foro)	X		x		x		

	Variable 2: calidad de servicio	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observación
		Dimensión 1: Capacidad de respuesta	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	
11	Considera que atiende de manera rápida los pedidos del cliente.	X		X		X		
12	Considera que los clientes reciben los productos dentro del tiempo pactado.	X		X		X		
13	Considera usted que absuelve de inmediato cualquier consulta del cliente	X		X		X		
14	Usted siempre está dispuesto a responder las dudas de los clientes.	X		X		X		
15	Siente que resuelve los reclamos del cliente de forma efectiva	X		X		X		
Dimensión 2: Fiabilidad								
16	Usted demuestra confianza a través de un saludo cordial al cliente.	X		X		X		
17	Usted demuestra confianza a través de una despedida cordial de los clientes agradeciéndole por su visita.	X		X		X		
18	Considera usted que logra transmitir confianza a los clientes.	X		X		X		
19	Considera que usted muestra profesionalismo en el servicio al cliente.	X		X		X		
20	Considera que la empresa lograr hacer sentir a los clientes seguros en las transacciones que realizan.	X		X		X		

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Miguel Ángel Limo Vásquez DNI: 18215927


Mg Miguel A. Limo Vásquez
DNI: 18215927
CLAD 04926



Ficha de identificación del Experto para proceso de Validación

Nombre y Apellidos: Marlon Solano Castillo

Nº DNI/CE: 41880170 Edad: 39 años

Teléfono/ Celular: 991990033 Email: msolanocas@gmail.com

Título profesional: Licenciado en Administración

Grado académico: Maestría X Doctorado: _____

Especialidad: Maestría en Administración de Negocios - MBA

Institución que labora: Astilero Piscis S.A.

Identificación del proyecto de investigación o Tesis

Título: Capacitación Del Recurso Humano Para Mejorar La Calidad De Servicio En La Pollería D'Luchos, Nuevo Chimbote, 2023.

Autora: Villanueva Guerrero Leydi Rocío

Programa académico: Administración



Marlon Solano Castillo
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD 10901

Firma



Huella

Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Marlon Solano Castillo

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

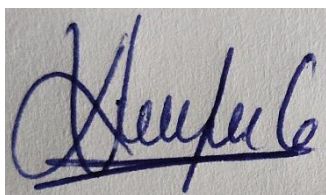
Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: VILLANUEVA GUERRERO, LEYDI ROCIO Estudiante del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula “CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA POLLERÍA D’ LUCHOS, NUEVO CHIMBOTE, 2023” y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de identificación de Experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente



VILLANUEVA GUERRERO, LEYDI ROCIO
DNI: 44819816

FICHA DE VALIDACIÓN

TÍTULO: CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA POLLERÍA D LUCHOS, NUEVO CHIMBOTE 2023.

	Variable 1: capacitación	Relevancia		Pertenecía		Claridad		Observación
		Cumple	No cumple	Cumple	No Cumple	Cumple	No Cumple	
1	Considera Ud. que sus habilidades y destrezas son tomadas en cuenta en las decisiones de la organización	X		X		X		
2	Considera Ud. que los Directivos conocen las habilidades y destrezas de los trabajadores	X		X		X		
3	Considera Ud., que es necesario que participen en la planificación de las capacitaciones	X		X		X		
4	Considera Ud. que para lograr sus metas profesionales requiere capacitación especializada	X		X		X		
5	Considera Ud. que la necesidad de capacitación identificadas por usted mejoraría su desempeño	X		X		X		
	Dimensión 2: Ejecución de la capacitación							
6	Considera que la empresa debe capacitarlo en el tema: Importancia del servicio al cliente.	X		X		X		
7	Considera que la empresa debe capacitarlo en el tema: Manejo de quejas y situaciones difíciles.	X		X		X		
8	Considera que la empresa debe capacitarlo en el tema: Habilidades de comunicación	X		X		X		
9	Considera que el entrenamiento debería ser a través de la técnica (Taller).	X		X		X		
10	Considera que el entrenamiento debería ser a través de la técnica (Foro)	X		X		X		

	Variable 2: calidad de servicio Dimensión 1: Capacidad de respuesta	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observación
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
11	Considera que atiende de manera rápida los pedidos del cliente.	X		X		X		
12	Considera que los clientes reciben los productos dentro del tiempo pactado.	X		X		X		
13	Considera usted que absuelve de inmediato cualquier consulta del cliente	X		X		X		
14	Usted siempre está dispuesto a responder las dudas de los clientes.	X		X		X		
15	Siente que resuelve los reclamos del cliente de forma efectiva	X		X		X		
	Dimensión 2: Fiabilidad							
16	Usted demuestra confianza a través de un saludo cordial al cliente.	X		X		X		
17	Usted demuestra confianza a través de una despedida cordial de los clientes agradeciéndole por su visita.	X		X		X		
18	Considera usted que logra transmitir confianza a los clientes.	X		X		X		
19	Considera que usted muestra profesionalismo en el servicio al cliente.	X		X		X		
20	Considera que la empresa lograr hacer sentir a los clientes seguros en las transacciones que realizan.	X		X		X		

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Solano Castillo Marlon

DNI: 41880170



Marlon Solano Castillo
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD 19901

Firma



Huella

Anexo 04. Confiabilidad del instrumento

CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA POLLERÍA D' LUCHOS, NUEVO CHIMBOTE, 2023

No	CAPACITACIÓN										TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	1	1	2	4	5	2	4	5	2	4	30
4	1	2	4	2	5	4	2	5	4	2	31
5	1	1	2	4	5	2	4	4	2	4	29
6	1	5	4	2	5	4	4	5	4	2	36
7	1	5	2	4	5	2	4	5	2	4	34
8	1	1	4	2	5	4	2	5	4	2	30
9	1	1	4	2	5	4	2	5	4	2	30
10	1	1	4	2	5	4	2	5	4	2	30
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

VARIANZA POBLACIONAL	3.56	3.74	1.31	1.75	0.00	1.31	1.56	0.08	1.31	1.75	81.58
----------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------

Escala valorativa	Codigo
Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Neutral	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

K =	10 ítem
K/(K-1) =	1.111
$\sum_{i=1}^k s_i^2 =$	16.35
$S_i^2 =$	81.58
ALFA =	0.888

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

No	CALIDAD DE SERVICIO										TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	3	3	5	5	3	1	1	36
6	4	4	4	3	3	4	4	3	2	1	32
7	5	5	5	3	3	5	5	3	1	1	36
8	3	4	4	3	3	4	4	3	2	1	31
9	4	2	4	3	3	4	4	3	2	1	30
10	4	4	4	3	3	4	4	3	2	1	32
11	4	4	4	3	3	4	4	3	2	1	32
12	4	4	4	3	3	4	4	3	2	1	32

VARIANZA POBLACIONAL	0.41	0.72	0.24	0.74	0.74	0.24	0.24	0.74	2.19	3.19	59.35
----------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------

Escala valorativa	Codigo
Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Neutral	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

K =	10 ítem
K/(K-1) =	1.111
$\sum_{i=1}^k s_i^2 =$	9.47
$S_i^2 =$	59.35
ALFA =	0.934

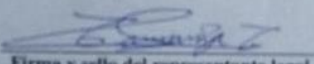
RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

Anexo 05. Formato de consentimiento informado

Consentimiento Informado

Yo **CORDOVA VENTURO CÉSAR LUIS** identificado con **DNI: 32931136** en mi calidad de representante legal, de la empresa **D'LUCHOS** con **RUC: 10329311363** con domicilio fiscal Urb. Los Álamos (PPAO) Mz. E Lt. 25 Nvo Chimbote. Declaro que he sido informado e invitado a participar en una investigación denominada: **Capacitación Del Recurso Humano Para Mejorar La Calidad De Servicio En La Pollería D'Lucho, Nuevo Chimbote, 2023**. De la srta. **VILLANUEVA GUERRERO LEYDI ROCIO**, identificada con **DNI: 44819816** egresada de la carrera profesional de administración, de la facultad de ciencias e ingeniería, de la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; entiendo que este estudio busca conocer las características de capacitación en la empresa y se contará con la participación de todos los trabajadores, para responder una encuesta, en un horario que no perjudique con las labores de cada uno de ellos, para realizar dicha actividad será alrededor de 10 minutos. Me han explicado que la información registrada será confidencial y podrá beneficiar de manera indirecta para la sociedad dada la investigación que se está llevando a cabo. Asimismo, Si. Acepto voluntariamente participar en este estudio y he recibido una copia del presente documento.

Chimbote, 15 de octubre del 2023


Firma y sello del representante legal
DNI: 32931136

Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información



**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
COORDINACIÓN DE GESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

Año de la unidad, la paz y el desarrollo

Chimbote 30 de noviembre 2023

CARTA N° 00173-2023-2023-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA

Señor/a:

Gerente de la empresa POLLERÍA D' LUCHOS

Presente:

A través del presente, reciba el cordial saludo en nombre del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, a la vez solicito su autorización formal para llevar a cabo una investigación titulada **CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA POLLERÍA D' LUCHOS, NUEVO CHIMBOTE, 2023**, que involucra la recolección de información/datos en **AL DEL HOTEL INVERSIONES BRASSIA E.I.R.L., EN LA PROVINCIA DE SATIPO, 2023**, a cargo del investigador **VILLANUEVA GUERRERO, LEYDI ROCIO**, con DNI N° 44819816, cuyo asesor es el/la docente **CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS**.

La investigación se llevará a cabo siguiendo altos estándares éticos y de confidencialidad, y todos los datos recopilados serán utilizados únicamente para los fines de la investigación.

Es propicia la oportunidad, para reiterarle las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente.

Dr. Willy Valle Salvatierra
Coordinador de Gestión de Investigación

Anexo 07. Evidencias de ejecución

CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA POLLERÍA D' LUCHOS, NUEVO CHIMBOTE, 2023												
DATOS GENERALES			VARIABLE 1: CAPACITACIÓN									
ENCUESTADO	Nombre y Apellidos	Fecha	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
1	Anonimo	13/11/2023	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
2	Anonimo	13/11/2023	5	5	3	3	3	5	5	3	3	5
3	Anonimo	13/11/2023	4	5	4	5	5	5	5	3	3	5
4	Anonimo	13/11/2023	5	5	5	5	3	2	5	5	4	4
5	Anonimo	13/11/2023	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
6	Anonimo	13/11/2023	5	2	5	5	1	5	5	5	4	4
7	Anonimo	13/11/2023	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
8	Anonimo	13/11/2023	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5
9	Anonimo	13/11/2023	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5
10	Anonimo	13/11/2023	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
11	Anonimo	13/11/2023	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
12	Anonimo	13/11/2023	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5

ITEMS

	Dimensión 1: Planificación de la capacitación
P1	1. Considera Ud. que sus habilidades y destrezas son tomadas en cuenta en las decisiones de la organización
P2	2. Considera Ud. que los directivos conocen las habilidades y destrezas de los trabajadores
P3	3. Considera Ud., que es necesario que participen en la planificación de las capacitaciones
P4	4. Considera Ud. que para lograr sus metas profesionales requiere capacitación especializada
P5	5. Considera Ud. que la necesidad de capacitación identificadas por mejoraría su desempeño
	Dimensión 2: Ejecución de la capacitación
P6	6. Considera que la empresa debe capacitarlo en el tema: Importancia del servicio al cliente.
P7	7. Considera que la empresa debe capacitarlo en el tema: Manejo de quejas y situaciones difíciles.
P8	8. Considera que la empresa debe capacitarlo en el tema: Habilidades de comunicación
P9	9. Considera que el entrenamiento debería ser a través de la técnica (Taller).
P10	10. Considera que el entrenamiento debería ser a través de la técnica (Foro)

ESCALA	VALORES
Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Neutral	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA POLLERÍA D' LUCHOS, NUEVO CHIMBOTE, 2023											
DATOS GENERALES		VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO									
Nombre y Apellidos	Fecha	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
Anonimo	13/11/2023	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
Anonimo	13/11/2023	4	5	3	3	3	5	5	3	3	5
Anonimo	13/11/2023	4	5	4	5	5	5	5	3	3	5
Anonimo	13/11/2023	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4
Anonimo	13/11/2023	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Anonimo	13/11/2023	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4
Anonimo	13/11/2023	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
Anonimo	13/11/2023	4	4	4	2	4	4	4	4	3	5
Anonimo	13/11/2023	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5
Anonimo	13/11/2023	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
Anonimo	13/11/2023	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
Anonimo	13/11/2023	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5

ITEMS

Dimensión 1: Capacidad de respuesta
1. Considera que atiende de manera rápida los pedidos del cliente.
2. Considera que los clientes reciben los productos dentro del tiempo pactado.
3. Considera usted que absuelve de inmediato cualquier consulta del cliente
4. Usted siempre está dispuesto a responder las dudas de los clientes.
5. Siente que resuelve los reclamos del cliente de forma efectiva
Dimensión 2: Fiabilidad
6. Usted demuestra confianza a través de un saludo cordial al cliente.
7. Usted demuestra confianza a través de una despedida cordial de los clientes agradeciéndole por su visita.
8. Considera usted que logra transmitir confianza a los clientes.
9. Considera que usted muestra profesionalismo en el servicio al cliente.
10. Considera que la empresa lograr hacer sentir a los clientes seguros en las transacciones que realizan.

ESCALA	VALORES
Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Neutral	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

Anexo 08. Declaración jurada

DECLARACIÓN JURADA

Yo, VILLANUEVA GUERRERO, LEYDI ROCIO, identificado (a) con DNI: 44819816, con domicilio real: Mz P Lt. 06 El Satélite; Provincia del Santa Distrito Nuevo Chimbote; Departamento de Áncash.

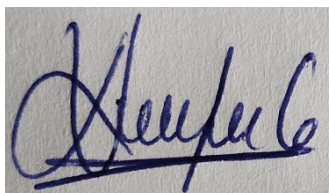
DECLARO BAJO JURAMENTO

En mi condición de (estudiante/bachiller) de administración con código de estudiante: 3011161016 de la Escuela Profesional de Administración. Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2023-1:

1. Que los datos consignados en la tesis titulada: CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA POLLERÍA D' LUCHOS, NUEVO CHIMBOTE, 2023.

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad

Chimbote, 08 de diciembre del 2023.



Firma del estudiante/bachiller
Huella Digital



DNI: 44819816